УДК 663/664:658.62(575.1)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ УЗБЕКИСТАНА УСЛОВИЯХ ЭКСПОРТНОЙ ОРИЕНТАЦИИ

Пардаев Гайрат Яхшибаеич

Самаркандский Институт Экономики и Сервиса, старший преподаватель кафедры «Маркетнг», gpardaev2018@mail.ru, ORCID:0000-0003-0181-6530

Аннотация: *В этой статье мы рассмотрели специфику продовольственного рынка центральной Азии, в которой, традиционные потребительские свойства плодового сырья имеют большое значение для рынка Узбекистана это способствует безопасность является как ключевое потребительское свойство: реформы в Узбекистане. Внедрение международных систем менеджмента качества в Узбекистане создание международных стандартов, которое впоследствии приводит к эволюции потребительских предпочтений на рынке Узбекистана что создаёт новые возможности на потребительском рынке. Инфраструктурные вызовы и новые форматы потребительского рынка, и экспортный потенциал и международное позиционирование в заключении мы рассмотрели три основных фактора это: традиции, модернизация, новые форматы, которые отображают сложную динамическую систему, были даны рекомендации такие как создание интегрального индекса для экспорта создания упаковки для климатических условий Узбекистана.*

Ключевые слова: *потребительские свойства, менеджмент качества, безопасность, плоды, ценность, свойства товара, экономическая эффективность.*

imrconf.com

imrconf.com

1. Введение: специфика продовольственного рынка Узбекистана

Узбекистан является одним из наиболее динамично развивающихся потребительских рынков в Центральной Азии [3]. По итогам 2024 года рост ВВП составил 6,5%, численность населения превысила 37 млн человек, а рынок потребительских товаров (FMCG) вырос на 13%. На долю продовольствия пришлось 78% всех покупок в денежном выражении [1].

Актуальность исследования потребительских свойств продовольственных товаров в Узбекистане обусловлена следующими факторами:

1. **Экспортная ориентация** — поставлена задача довести экспорт продовольственной продукции до 10 млрд долларов и расширить географию поставок еще на 100 стран к 2030 году [7].
2. **Реформа системы контроля качества** — создание единого Комитета по безопасности пищевой продукции с переходом на риск-ориентированный подход и стандарты Кодекса Алиментариус [2;7].
3. **Изменение потребительских привычек** — урбанизация, рост среднего класса и активное развитие e-commerce (6% рынка FMCG) формируют новые запросы к упаковке, составу и формату продуктов [1;3].

2. Традиционные потребительские свойства плодового сырья Узбекистана

Плодоовощная продукция является стратегически важной категорией продовольственных товаров Узбекистана. Ежегодно в республике производится более 8,2 млн тонн овощей и бахчевых и почти 3,0 млн тонн продукции садоводства [4].

2.1. Научные основы оценки потребительских свойств

В диссертационном исследовании проф. Р. Нормахматова (2012, 2023) впервые в республике проведено полномасштабное изучение влияния породно-сортового состава косточковых (абрикос, персик, слива) и субтропических растений (гранат, хурма) на изменение товарных свойств, углеводный, белковый, витаминный состав и пищевые свойства плодов [4].

Ключевые результаты:

- Выявлены наиболее ценные сорта косточковых и субтропических культур, плоды которых могут быть использованы для питания в свежем и переработанном виде.
- Доказана эффективность использования ядер абрикосов и персиков в кондитерской и хлебопекарной промышленности в качестве добавок-обогатителей для повышения пищевой ценности продуктов.
- Установлено преимущество хранения плодов в модифицированной газовой среде (полимерные упаковочные материалы), позволяющее увеличить длительность хранения и сохранность товарных свойств.

Экономическая эффективность внедрения разработанных методов хранения составляет от 448 до 662 тыс. сумов на 1 тонну продукции для граната и от 698 до 842 тыс. сумов для сливы [4].

2.2. Пищевая ценность как базовое потребительское свойство

Плоды, выращиваемые в Узбекистане, характеризуются высоким содержанием:

- водорастворимых сахаров (до 15-20% в абрикосах и гранатах);
- органических кислот (лимонная, яблочная, винная);
- пектиновых веществ (1-2% в сливе и хурме);
- минеральных элементов (калий, кальций, железо);
- витаминов (А, С, группы В) [4].

imrconf.com

Многие фрукты обладают бактерицидными и лечебными свойствами, что делает их не просто продуктами питания, а функциональными ингредиентами рациона. Это свойство особенно ценится как внутренним, так и внешним потребителем.

3. Безопасность как ключевое потребительское свойство: реформы в Узбекистане

В условиях глобализации продовольственных рынков безопасность пищевых продуктов выходит на первый план. По данным ВОЗ, ежегодно более 600 млн человек страдают от пищевых отравлений, 420 тыс. из них умирают [2].

3.1. Состояние системы безопасности в Узбекистане

До недавнего времени вопросами безопасности и контроля пищевой продукции в Узбекистане занимались три ведомства: Агентство по карантину растений (100 функций), Комитет по развитию ветеринарии (115 функций) и Комитет санитарно-эпидемиологического благополучия (44 функции). Между ними не была сформирована единая база данных, а отдельные задачи дублировали друг друга [7].

Это создавало проблемы как для внутреннего рынка, так и для экспорта. В частности, Европейский союз вынес 25 предупреждений в связи с наличием остатков пестицидов в продукции Узбекистана.

3.2. Создание единой системы контроля

В 2026 году принято решение о создании Комитета по безопасности пищевой продукции, который охватит все надзорные процессы на основе принципа «от поля до стола».

Ключевые нововведения:

- Отмена обязательной сертификации продуктов питания, внедрение порядка контроля, основанного на оценке рисков (сегодня применяется лишь на 2% объектов, или 1600 из 80 тыс.).

imrconf.com

- Создание электронной системы по оперативному оповещению об опасной продукции и её отзыву из обращения.
- Перевод крупных предприятий на международные стандарты анализа рисков и нормы Кодекса Алиментариус (20% к 2028 г., 100% к 2032 г.).
- Внедрение единой автоматизированной информационной платформы по безопасности пищевой продукции, интегрированной с системой «единое окно» пограничного контроля.

Эффект для потребителя: время контроля при импорте сократится с 9 до 2 дней, при экспорте — с 3 до 1 дня, предприниматели смогут сэкономить 70 млрд сумов складских расходов [7]. Для конечного потребителя это означает более свежую и безопасную продукцию на полках.

imrconf.com

4. Внедрение международных систем менеджмента качества

Одним из наиболее значимых трендов в развитии потребительских свойств продовольственных товаров Узбекистана является внедрение систем менеджмента качества и безопасности на пищевых предприятиях.

4.1. Стандарты HACCP и ISO 22000

Исследования, проведенные на мясоперерабатывающих предприятиях Узбекистана, показывают, что внедрение систем HACCP (анализ рисков и критические контрольные точки) и ISO 22000 позволяет [5]:

Показатель	Эффект от внедрения
Снижение микробиологических рисков	25–35%
Сокращение производственных отходов	15–20%

Показатель	Эффект от внедрения
Увеличение срока годности продукции	~20%
Снижение количества жалоб потребителей	Значительное

Механизм действия: система HACCP направлена на выявление, оценку и контроль микробиологических, химических и физических опасностей на критических контрольных точках. Например, нарушение температурного режима при хранении мяса может привести к развитию сальмонеллеза или листериоза. ISO 22000 дополняет HACCP, интегрируя риск-ориентированный подход и обеспечивая единый менеджмент пищевой безопасности во всей цепочке поставок [5].

4.2. Проблемы и перспективы внедрения

Несмотря на успешные примеры на ряде крупных предприятий, многие малые и средние переработчики сталкиваются с трудностями:

- нехваткой финансовых и технических ресурсов;
- устаревшим оборудованием;
- недостаточной подготовкой кадров;
- низкой осведомленностью о преимуществах международной сертификации.

Государственные программы и постановления Президента создают правовую основу и стимулируют внедрение данных стандартов, однако требуется усиление механизмов финансовой и технической поддержки.

5. Эволюция потребительских предпочтений на рынке Узбекистана

По данным исследования Wunder Digital (2024), узбекистанцы при выборе продуктов питания обращают внимание на новинки и молочные

imrconf.com

продукты с низкой калорийностью. Также они часто покупают товары, которыми можно поделиться с близкими и друзьями (концепция «шаринга») [1].

5.1. Ключевые категории роста

Согласно агроэкспортному гиду (данные Минсельхоза США), в Узбекистане наблюдается устойчивый рост спроса на следующие категории продовольственных товаров [3]:

1. Молочные продукты (включая сыр и сухое молоко)
2. Закуски и готовая еда (ready-to-eat)
3. Фруктовые соки и газированные напитки
4. Кондитерские изделия (шоколад, сладости)
5. Нарезки из мяса птицы и говядины
6. Соусы
7. Продукты здорового питания (в том числе органика)
8. Орехи и сухофрукты
9. Выпечка и злаки на завтрак

5.2. Ценовая чувствительность и инфляционные ожидания

По данным исследования потребительской уверенности Freedom Finance Global (2023), 61,3% жителей Узбекистана отметили рост цен на мясо и птицу. Официальная статистика указывает на увеличение стоимости говядины (15%), баранины (14%) и мяса птицы (22%) [6].

При этом цены на подсолнечное масло снизились на 19,1% за год, а цены на сахар выросли лишь на 3,9%, но жители все равно отмечают эти товары как одни из наиболее быстрорастущих в цене, что свидетельствует о высокой чувствительности к изменениям цен на социально значимые продукты [6].

5.3. Специфика национального потребителя

Для узбекского потребителя характерны:

imrconf.com

- **Приверженность традициям** — предпочтение свежих, натуральных продуктов без длительных сроков хранения;
- **Высокая значимость халяль-маркировки** — обусловленная преобладанием мусульманского населения;
- **Склонность к покупке продуктов «для совместного потребления»** — в связи с традициями гостеприимства и большими семьями [3];
- **Растущий интерес к здоровому питанию** — особенно среди молодого городского населения.

6. Инфраструктурные вызовы и новые форматы

6.1. Проблемы хранения и логистики

Слабая инфраструктура хранения, особенно для охлажденной продукции, и высокие логистические издержки вне крупных городов остаются существенными ограничениями для развития рынка. Это напрямую влияет на такое потребительское свойство, как сохраняемость — для многих категорий товаров срок годности сокращается из-за нарушений температурного режима на этапах транспортировки [3].

6.2. Развитие электронной коммерции

Доля e-commerce площадок (маркетплейсов, агрегаторов, служб доставки) на узбекском рынке FMCG достигла 6% (для сравнения: в Казахстане — 13%)[1]. Это создает новые требования к потребительским свойствам:

- **Упаковка** должна обеспечивать сохранность при доставке (термоизоляция, герметичность);
- **Информативность** — цифровая маркировка, возможность сканирования QR-кодов для получения полной информации о товаре;

imrconf.com

- **Стандартизация** — возможность сравнения товаров разных производителей онлайн.

6.3. Специализированные лаборатории контроля

В рамках реформы системы безопасности пищевой продукции создаются специализированные лаборатории для полного анализа качества молока и молочной продукции. Первоначально такие лаборатории будут запущены в Ташкентской, Самаркандской и Наманганской областях [10].

С 1 сентября 2025 года вводится обязательная оценка качества молочных продуктов не реже одного раза в шесть месяцев, при этом на упаковке обязательно указывается, изготовлены ли они из натурального молока или из сухого [10].

7. Экспортный потенциал и международное позиционирование

7.1. Конкурентные преимущества узбекской продукции

Узбекская плодоовощная продукция обладает рядом уникальных потребительских свойств, обеспечивающих ее конкурентоспособность на внешних рынках:

Природно-климатические условия — обилие солнечных дней, плодородные почвы обеспечивают высокое содержание сахаров и витаминов.

Сортовое разнообразие — более 100 местных сортов абрикосов, винограда, гранатов, не встречающихся в других регионах.

Органолептические качества — яркий вкус, насыщенный аромат.

Натуральность — сохраняются традиционные методы выращивания без избытка химических удобрений [7].

7.2. Требования к экспортной продукции

imrconf.com

Для выхода на международные рынки (особенно в страны ЕС и на рынки Персидского залива) узбекским производителям необходимо обеспечить:

Соответствие требованиям по остаточному содержанию пестицидов;

Наличие системы прослеживаемости «от поля до стола»;

Сертификацию по международным стандартам (GlobalG.A.P., ISO 22000, BRC);

Халяль-сертификацию для рынков Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии;

Качественную упаковку, соответствующую требованиям розничных сетей [7].

7.3. Стратегическая цель

К 2030 году Узбекистан намерен расширить географию экспорта продовольствия еще на 100 стран [7]. Это потребует кардинального повышения уровня потребительских свойств экспортной продукции, особенно в части безопасности, сохраняемости и упаковки.

imrconf.com

8. Заключение и рекомендации

Потребительские свойства продовольственных товаров Узбекистана представляют собой сложную динамическую систему, формирующуюся под влиянием трех разнонаправленных факторов:

Традиции — высокая пищевая и биологическая ценность плодового сырья, природная обусловленность органолептических качеств.

Модернизация — внедрение международных систем менеджмента качества (HACCP, ISO 22000), реформа системы контроля безопасности.

Новые форматы — адаптация к запросам урбанизированного потребителя (low-calorie, ready-to-eat, упаковка для шаринга, e-commerce).

Рекомендации для различных групп стейкхолдеров:

Группа	Рекомендации
Производителям	Внедрять системы HACCP и ISO 22000; использовать модифицированную газовую среду для хранения плодов; развивать линейки low-calorie и ready-to-eat продуктов; обеспечить халяль-сертификацию для экспорта.
Торговым сетям	Развивать онлайн-торговлю; обеспечивать соблюдение температурного режима на всех этапах; предоставлять потребителям доступ к информации о происхождении товаров.
Контрольным органам	Завершить реформу системы контроля пищевой безопасности; внедрить риск-ориентированный подход; создать единую базу данных по всем категориям продукции.
Научному сообществу	Продолжить исследования по сохранению потребительских свойств плодового сырья; разработать национальные стандарты для новых категорий продуктов.

imrconf.com

Перспективы дальнейших исследований: Разработка интегрального индекса качества узбекской плодоовощной продукции для экспортного позиционирования; изучение потребительского поведения в сегменте e-commerce FMCG; адаптация международных стандартов упаковки к климатическим условиям Узбекистана.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Wunder Digital. Отчет о рынке FMCG Узбекистана, 2024.
2. Министерство сельского хозяйства Республики Узбекистан. Проект ФАО «Оценка системы контроля за пищевыми продуктами», 2025.
3. Агроэкспортный гид по Узбекистану (данные Минсельхоза США), 2025.
4. Нормахматов Р. Потребительская оценка и товароведческая характеристика плодового сырья Узбекистана. — Ташкент, 2012, 2023.
5. Рашидова Г.Н. Актуальные вопросы внедрения систем менеджмента качества и безопасности пищевой продукции на мясоперерабатывающих предприятиях. — Бухара, 2025.,
6. Freedom Finance Global. Исследование потребительской уверенности в Узбекистане, 2023 https://nuz.uz/2023/09/24/potrebitelskaya-uverennost-v-uzbekistane-kuda-pokazyvaet-strelka/
7. Газета.uz. Узбекистан реформирует систему безопасности пищевой продукции, 2026., https://www.gazeta.uz/ru/2026/05/12/food-security/
8. DairyNews. Узбекистан вводит полугодовой контроль качества молочных продуктов, 2025., https://dairynews.today/kz/news/uzbekistan-vvodit-polugodovoy-kontrol-kachestva-molochnykh-produktov.html

imrconf.com