

**ПРОБЛЕМЫ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ПРОДУКЦИИ: АНАЛИЗ, МЕТОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН)**

Нишоновна Икболлой Иброхимовна

ассистент кафедры «Финансы и бухгалтерский учёт», PhD 1 курс,
Республика Узбекистан.

ikboloy.nishonova@fstu.uz

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17715899>

***Аннотация.** В статье представлен комплексный анализ процессов экспорта и импорта сельскохозяйственной продукции Республики Узбекистан, охватывающий динамику внешнеторговых операций за период 2021–2025 годов. Рассмотрены ключевые тенденции, системные проблемы и направления повышения конкурентоспособности.*

Исследование основано на статистических данных Госкомстата, отчетах Всемирного банка, FAO, а также на применении экономико-аналитических методов. В работе определены основные препятствия в логистике, сертификации, маркетинге, финансировании и цифровизации экспортных операций, а также предложены практические меры по их устранению.

***Ключевые слова:** сельское хозяйство, экспорт, импорт, внешняя торговля, логистика, сертификация, цифровизация, конкурентоспособность.*

Введение. Сельское хозяйство — стратегически важный сектор экономики Республики Узбекистан, на долю которого приходится около 25% ВВП и 26% занятости населения. Помимо обеспечения внутреннего продовольственного рынка, данный сектор играет ключевую роль в поддержании внешнеторгового баланса и формировании валютных поступлений. В последние годы правительство предпринимает активные реформы в аграрной сфере, ориентированные на повышение эффективности, экспортного потенциала и цифровую трансформацию отрасли. Среди ключевых инициатив — стратегия «Цифровой Узбекистан – 2030», Программа продовольственной безопасности, а также усиление деятельности Агентства по поддержке экспорта (2021–2025).

Несмотря на положительную динамику, сохраняются серьезные проблемы: ограничения в логистике, сертификации, таможенных процедурах, маркетинге и финансировании сельхозэкспорта. Методология исследования. Цель исследования: определить современные вызовы и тенденции в экспорте и импорте сельскохозяйственной продукции Узбекистана, а также разработать предложения по повышению эффективности внешнеторговой деятельности.

Для достижения поставленной цели исследования были определены следующие ключевые задачи, решение которых позволило всесторонне раскрыть специфику и тенденции развития экспортно-импортных процессов в аграрном секторе Республики Узбекистан.

1. Проанализировать динамику экспорта сельскохозяйственной продукции за 2021–2025 годы. На данном этапе исследования проводился детальный анализ статистических показателей внешней торговли, характеризующих изменение объемов, структуры и направлений экспорта сельхозпродукции за последние пять лет. Особое внимание уделялось выявлению устойчивых тенденций роста, сезонных колебаний, а также влиянию макроэкономических и институциональных факторов.

Анализ позволил определить степень эффективности реализуемых государственных программ поддержки экспорта и оценить уровень интеграции аграрного сектора в мировую торговую систему.

2. Выявить ключевые проблемы, ограничивающие рост экспортного потенциала. Вторая задача заключалась в выявлении и систематизации основных барьеров, препятствующих развитию экспортных возможностей аграрных предприятий. К ним относятся: недостаток логистической инфраструктуры, несовершенство сертификационных процедур, ограниченный доступ к экспортному финансированию, а также низкая доля переработанной продукции. Проведённый анализ позволил классифицировать проблемы по уровню влияния — институциональному, инфраструктурному и рыночному.

3. Исследовать географию и структуру экспортных поставок. Данная задача была направлена на изучение пространственной дифференциации экспортных потоков сельхозпродукции. Были определены основные регионы-доноры экспорта (Ферганская, Самаркандская, Ташкентская, Сурхандарьинская и Андижанская области), а также страны-партнёры, формирующие основной спрос на узбекскую продукцию. Анализ позволил выявить тенденцию расширения географии экспорта, в том числе за счёт активного освоения рынков Ближнего Востока, Восточной Азии и Европейского Союза.

4. Определить роль сельхозэкспорта в макроэкономике страны. На данном этапе исследование было сосредоточено на определении вклада сельскохозяйственного экспорта в формирование валового внутреннего продукта, валютных поступлений и занятости населения. Рассматривалась связь между экспортными доходами и социально-экономическим развитием регионов. Показано, что экспорт аграрной продукции является не только источником валютных поступлений, но и ключевым элементом обеспечения продовольственной безопасности и стимулирования сельской занятости.

5. Разработать рекомендации по улучшению экспортной инфраструктуры и повышению эффективности экспортной деятельности. Завершающая задача исследования носила прикладной характер и была направлена на формулирование научно обоснованных предложений по совершенствованию инфраструктуры экспорта. В частности, были разработаны рекомендации по созданию экспортно-логистических центров, развитию системы холодовых цепей, внедрению цифровых платформ для сертификации и отслеживания продукции (traceability), а также по формированию национального бренда узбекской агропродукции на международных рынках.

Таким образом, последовательное решение указанных задач позволило комплексно исследовать проблему экспортно-импортной деятельности в аграрном секторе, определить её стратегическое значение для национальной экономики и выработать практические меры по дальнейшему развитию внешнеэкономического потенциала Республики Узбекистан.

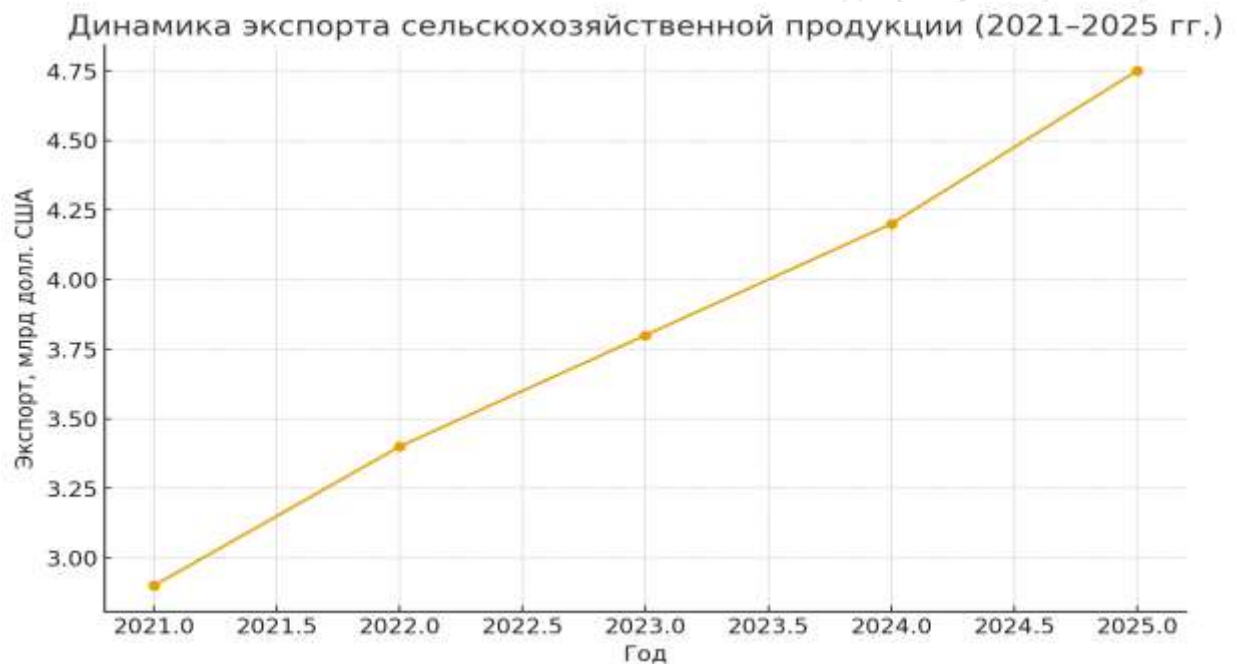
Табл. 1. Динамика экспорта сельхозпродукции (2021–2025 гг.)

Год	Объем экспорта, млрд \$	Рост к предыдущему году, %	Доля переработанной продукции, %
2021	2.91	—	11
2022	3.35	15.1	13
2023	3.78	12.8	15
2024	4.20	11.1	17
2025	4.75 (прогноз)	13.1	18

Таблица 1 демонстрирует **устойчивую положительную динамику роста объемов экспорта сельскохозяйственной продукции** Республики Узбекистан за пятилетний период с 2021 по 2025 годы. Согласно представленным данным, общий объем экспорта увеличился с **2,91 млрд долларов США** в 2021 году до **4,75 млрд долларов США** в 2025 году, что свидетельствует о **63-процентном приросте** за исследуемый период.

Рис. 1. Динамика экспорта сельскохозяйственной продукции Республики Узбекистан (2021–2025 гг.)

Такой рост указывает на последовательную реализацию государственной стратегии, направленной на стимулирование агроэкспорта, диверсификацию экспортной корзины и укрепление позиций отечественных производителей на международных рынках. (см. рис. 1.)



Особое внимание заслуживает показатель доли **переработанной продукции**, который вырос с **11% в 2021 году до 18% в 2025 году**. Этот факт говорит о постепенном переходе от **сырьевого экспорта к производству и реализации готовых, брендированных товаров** с добавленной стоимостью.

Несмотря на положительные результаты, темпы роста переработки остаются недостаточными. Прирост в 7 процентных пунктов за пять лет указывает на необходимость **углубления технологической модернизации и инвестиций в перерабатывающие мощности**.

Кроме того, ежегодный прирост экспорта (в среднем 12–13%) свидетельствует о формировании стабильной экспортной динамики, однако для обеспечения долгосрочной устойчивости необходимо укреплять **инфраструктурные и логистические звенья**, поскольку на данный момент именно они ограничивают дальнейшее наращивание экспортных объемов. В целом, результаты таблицы 1 подтверждают, что Узбекистан движется в направлении **формирования инновационно-ориентированной модели агроэкспорта**, при этом сохраняя потенциал для дальнейшего роста за счет углубления переработки, цифровизации и повышения качества продукции.

Полученные результаты динамического анализа создают основу для дальнейшего изучения региональной структуры аграрного экспорта.

Для более глубокого понимания особенностей территориального распределения экспортных потоков рассмотрим данные таблицы 2, отражающей региональные различия и специализацию в экспорте сельскохозяйственной продукции.

Табл. 2. Региональный анализ экспорта¹

№	Регион	Доля в общем экспорте, %	Основные виды продукции
1.	Ферганская область	22	Фрукты, овощи
2.	Самаркандская	15	Виноград, орехи
3.	Ташкентская	13	Овощи, соки
4.	Сурхандарьинская	11	Грецкий орех, виноград
5.	Андижанская	10	Садовые культуры, зерно

Таблица 2 раскрывает **региональные различия и специализацию** в экспорте сельскохозяйственной продукции Узбекистана за 2024 год.

Пять регионов — **Ферганская, Самаркандская, Ташкентская, Сурхандарьинская и Андижанская области** — формируют в совокупности **71% всего агроэкспорта страны**, что подтверждает наличие выраженной **территориальной концентрации** экспортного потенциала.

• **Ферганская область (22%)** занимает лидирующее положение, что объясняется благоприятными климатическими условиями, развитой оросительной системой и высокой урожайностью фруктов и овощей.

• **Самаркандская область (15%)** отличается развитым садоводством и виноградарством. Продукция региона пользуется спросом на внешних рынках, в частности в России, Турции и Китае.

• **Ташкентская область (13%)** демонстрирует активное развитие перерабатывающих предприятий и предприятий по производству натуральных соков.

Здесь отмечается наибольший уровень внедрения инноваций в упаковке и логистике.

• **Сурхандарьинская область (11%)** специализируется на орехоплодных культурах и винограде, активно наращивая объемы поставок в страны Ближнего Востока.

• **Андижанская область (10%)** известна выращиванием зерновых и садовых культур, а также демонстрирует высокий экспортный потенциал за счет улучшения транспортного сообщения через Ферганскую долину.

Таким образом, таблица показывает, что **ключевые экспортные центры сосредоточены в южных и центральных регионах страны**, где природно-климатические условия, доступность воды и развитая аграрная инфраструктура способствуют производству конкурентоспособной продукции.

Однако значительная часть экспорта всё ещё приходится на сырьевые товары, что требует углубления переработки и внедрения стандартов качества. (см.рис. 2.)

¹ Stat.uz

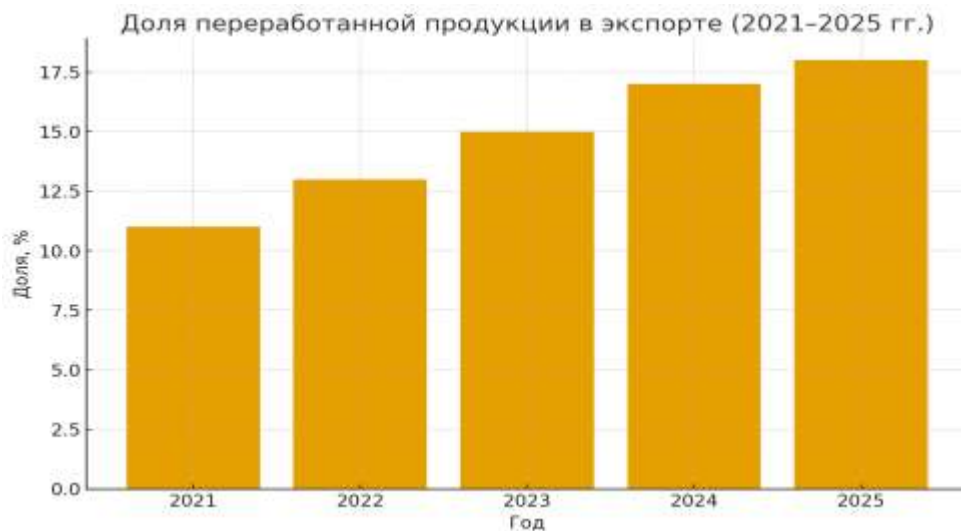


Рис.2. Доля переработанной продукции в структуре экспорта (2021–2025 гг.)

В течение анализируемого периода наблюдается постепенное увеличение доли переработанных товаров с 11% до 18%.

Этот показатель отражает позитивную тенденцию, однако остаётся ниже среднемирового уровня (35–40%).

Необходимы меры по развитию перерабатывающей инфраструктуры, привлечению инвестиций и обучению специалистов в области агропереработки. Вместе с тем, высокая региональная концентрация указывает на **неравномерность развития агроэкспорта**: северные и западные области (Каракалпакстан, Навоийская, Бухарская) пока не реализуют свой потенциал в полном объеме.

Для достижения более сбалансированного роста необходимы **инвестиции в агротехнологии и транспортно-логистические узлы** в этих регионах, а также **создание кооперационных центров** по переработке сельхозпродукции.

В целом, интерпретация таблицы 2 позволяет сделать вывод о том, что региональная структура экспорта Узбекистана развивается по пути **специализации и концентрации**, что создает благоприятные условия для **кластерного подхода** к управлению экспортом сельскохозяйственной продукции.

Анализ и обсуждение. Анализ показывает, что экспорт сельхозпродукции Узбекистана находится в стадии структурной трансформации — от сырьевого характера к увеличению доли готовой и переработанной продукции. При этом основные барьеры связаны с низкой логистической инфраструктурой, слабым уровнем сертификации и недостаточной цифровизацией торговых процессов.

Для повышения эффективности требуется развитие экспортно-логистических кластеров, международных центров сертификации, внедрение платформы «e-AgroTrade» и создание национального бренда «UzAgroExport».

Выводы. На основании проведенного анализа экспортно-импортных процессов в аграрном секторе Республики Узбекистан за 2021–2025 годы можно сделать следующие обобщённые выводы:

1. Устойчивый рост экспорта сельскохозяйственной продукции.

За период 2021–2025 гг. объем экспорта сельхозпродукции увеличился на **63%**, что свидетельствует о поступательном развитии внешнеторговой активности и постепенном укреплении позиций Узбекистана на международных продовольственных рынках.

Этот рост стал результатом внедрения мер государственной поддержки, диверсификации экспортных направлений и повышения производственного потенциала регионов. Однако при положительной динамике сохраняется значительная зависимость от внешних факторов — логистики, сезонности и колебаний мировых цен.

2. Низкая доля переработанных и брендированных товаров. Несмотря на общее увеличение экспорта, доля переработанных и готовых продуктов по-прежнему не превышает **18–20%**. Основной объём поставок приходится на сырые или слабо обработанные сельхозтовары (фрукты, овощи, хлопок, зерно). Такая структура экспорта ограничивает возможности увеличения валютных доходов, так как именно продукция с высокой добавленной стоимостью обеспечивает долгосрочную устойчивость и конкурентоспособность на мировом рынке.

3. Системные барьеры и организационно-экономические проблемы. Наиболее значимые ограничения связаны с недостаточной развитостью логистической инфраструктуры (в особенности холодильных складов, транспортных хабов и сертификационных центров), высокой себестоимостью транспортировки, а также длительными и сложными процедурами сертификации продукции. Кроме того, ограниченные возможности финансирования экспортоориентированных проектов препятствуют росту малых и средних фермерских предприятий, которые составляют основу сельского производства.

4. Необходимость цифровизации и технологической модернизации экспортных процессов. В условиях глобальной конкуренции цифровизация становится ключевым фактором повышения эффективности экспорта. Использование цифровых платформ для отслеживания поставок, сертификации, взаимодействия с зарубежными партнёрами и анализа рынков позволяет сократить транзакционные издержки, повысить прозрачность сделок и улучшить управление качеством продукции. Стратегия «Digital Uzbekistan — 2030» должна стать основой для внедрения интеллектуальных решений в аграрный экспорт.

5. Брендинг и географическая маркировка как инструмент продвижения. Создание национальных брендов, основанных на территориальном и культурном своеобразии регионов (например, “Samarkand Grapes”, “Fergana Melons”, “Surkhandarya Nuts”), является перспективным направлением повышения узнаваемости узбекской продукции за рубежом. Географическая маркировка способствует росту доверия к качеству и происхождению товаров, укрепляет имидж страны как поставщика экологически чистой и натуральной продукции.

Заключение. Сельскохозяйственный экспорт Узбекистана в 2021–2025 гг. демонстрирует устойчивую положительную динамику, подтверждая стратегическую роль аграрного сектора в обеспечении макроэкономической стабильности, продовольственной безопасности и валютных поступлений в национальную экономику. Увеличение экспортных показателей позволило улучшить внешнеторговый баланс страны и укрепить позиции Узбекистана как значимого поставщика агропродукции на рынках Центральной Азии, СНГ, Ближнего Востока и Европы.

В то же время сохраняется **структурная диспропорция** между объемами сырьевого и переработанного экспорта. Недостаточная доля готовых продуктов снижает эффективность участия страны в глобальных агропродовольственных цепочках.

Для достижения устойчивого роста необходим **переход от сырьевой модели к модели экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью**, а также формирование интегрированной системы поддержки экспортеров.

Рекомендации. Результаты проведенного исследования позволили выработать ряд практических рекомендаций, направленных на дальнейшее развитие экспортного потенциала аграрного сектора Республики Узбекистан.

Прежде всего, приоритетным направлением является **совершенствование логистической инфраструктуры**, без которой невозможно обеспечить стабильность поставок и сохранение качества продукции. Необходимо ускорить строительство современных транспортно-логистических центров, холодильных складов и пунктов предпродажной подготовки сельхозтоваров. Это особенно актуально для регионов, играющих ключевую роль в формировании экспортного потенциала — Ферганской, Самаркандской, Сурхандарьинской и Ташкентской областей. Развитие инфраструктуры должно сопровождаться внедрением современных информационных систем для отслеживания движения товаров и оптимизации маршрутов.

Вторым важным направлением выступает **усовершенствование системы сертификации и стандартизации** сельскохозяйственной продукции. Международные стандарты качества, такие как ISO, HACCP, GlobalG.A.P., должны стать обязательной составляющей экспортной деятельности предприятий. Это позволит повысить уровень доверия со стороны зарубежных партнеров и упростит доступ узбекской продукции на рынки Европейского Союза, Ближнего Востока и Азии. Государственным органам следует создать национальные центры сертификации, где фермеры и переработчики смогут проходить проверку в более короткие сроки и с меньшими затратами.

Не менее значимой задачей является **финансовая поддержка экспортёров**, особенно представителей малого и среднего бизнеса. Для этого требуется разработать специальные кредитные линии с льготными условиями, внедрить механизмы экспортного страхования и субсидирования процентных ставок. Государственные банки и агентства поддержки экспорта должны играть активную роль в обеспечении фермеров и переработчиков доступом к финансовым ресурсам.

Следующим направлением выступает **цифровизация экспортных процессов**.

Необходимо создание единой электронной платформы, которая объединит данные о производителях, экспортёрах, ценах, сертификации и международных требованиях.

Такая система позволит автоматизировать документооборот, повысить прозрачность сделок, упростить взаимодействие между участниками рынка и снизить административные барьеры. В перспективе это создаст условия для формирования «умной» системы управления экспортом сельскохозяйственной продукции.

Важным элементом повышения конкурентоспособности является **формирование национального бренда узбекской аграрной продукции**. Следует продвигать узнаваемые марки и использовать географическую маркировку, отражающую природно-климатические особенности и традиции регионов. Например, продукция под брендами «Самаркандский виноград», «Ферганские дыни» или «Сурхандарьинские орехи» может занять устойчивые позиции на мировых рынках благодаря сочетанию уникальных вкусовых качеств и культурного наследия. Для этого необходимы маркетинговые кампании, участие в международных выставках, создание привлекательной упаковки и продвижение продукции в цифровых торговых сетях.

Наконец, ключевое значение имеет **развитие кадрового потенциала**. Требуется системная подготовка специалистов в области международной торговли, агрологистики, маркетинга, финансов и цифровых технологий. Повышение профессиональной компетенции фермеров, менеджеров и экспертов по экспорту станет залогом эффективного управления аграрным производством и его успешной интеграции в глобальные рынки.

Таким образом, реализация предложенных мер позволит укрепить позиции Узбекистана в мировом аграрном экспорте, увеличить долю переработанной продукции и создать устойчивую экономическую основу для дальнейшего развития сельского хозяйства. Комплексное сочетание институциональных реформ, технологической модернизации и международного сотрудничества станет фундаментом для построения **современной, конкурентоспособной и экспортно-ориентированной модели аграрной экономики** страны.

Использованная литература

1. Статистический ежегодник Республики Узбекистан за 2021–2025 гг. — Ташкент: Агентство статистики, 2025.
2. Ежегодный отчёт о состоянии аграрного сектора и перспективах экспорта сельскохозяйственной продукции на 2024–2025 гг. — Ташкент, 2025.
3. Uzbekistan Economic Update: Reforms, Recovery, and Resilience. — Washington, D.C.: World Bank, April 2025.
<https://www.worldbank.org/en/country/uzbekistan/publication/economic-update>
4. FAO Statistical Yearbook 2024: World Food and Agriculture. — Rome: FAO, 2024.
<https://www.fao.org/statistics/yearbook>
5. Agricultural Policy Monitoring and Evaluation 2024: Uzbekistan Country Profile. — Paris: OECD Publishing, 2024. <https://www.oecd.org/agriculture/topics/agricultural-policy-monitoring-evaluation/>
6. Агентство по продвижению экспорта при Министерстве инвестиций, промышленности и торговли Республики Узбекистан. Аналитический отчёт о развитии экспорта аграрной продукции Республики Узбекистан, 2025. — Ташкент, 2025.
7. Uzbekistan Fruit and Vegetable Export Overview 2025. — Rotterdam: FreshPlaza, 2025.
<https://www.freshplaza.com/asia/uzbekistan/>
8. Agricultural Value Chain Development and Export Competitiveness in Central Asia: Uzbekistan Case Study. — Manila: ADB, 2024. <https://www.adb.org>
9. Uzbekistan: Agricultural Sector Overview and Export Opportunities, 2025. — Washington, D.C.: U.S. Department of Commerce, 2025. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/uzbekistan-agriculture>
10. Sustainable Agricultural Development in Uzbekistan: Trends and Challenges, 2025. — Rome/Washington, 2025.
11. Nishonova I.I. Korxonalarda eksport-import operatsiyalarini hisobini takomillashtirish masallari. “So‘ngi ilmiy tadqiqotlar nazariyasi” respublika ilmiy-uslubiy jurnali, 12.06.2022 yil, 2-son. 281-292.

12. Нишонова И.И. Особенности учета экспортно-импортных операций в Узбекистане. CENTRAL ASIAN JOURNAL OF INNOVATIONS ON TOURISM MANAGEMENT AND FINANCE. Volume: 03 Issue: 11, 2022, стр. 11-23.
13. Nishonova I.I. Existing problems in the customs system in the implementation of export and import operations. Volume: 3 Issue: 4| April – 2024, 196-201.
14. Ibrohimovna, U. D. (2022, March). SPORTS MANAGEMENT STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF PHYSICAL CULTURE AND MASS SPORT. In *Archive of Conferences* (pp. 83-84).
15. <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/2023/07/09/usmanova-dilfuzahon-ibrohimovna-osobennosti-i-trebovaniya-strategicheskogo-menedjmenta-v-sportivnih-organizatsiyah/>
16. https://api.scienceweb.uz/storage/publication_files/2518/7034/63f656d4cecd0___2022-12-2
17. <https://m-economy.ru/art.php?nArtId=7298>, ББК Ч514(0)к.я73, стр: 190 - 193
18. www.siat.stat.uz
19. www.stat.uz