



MAMLAKATIMIZDA ELEKTRON TIJORATNI SOLIQQA TORTISH USLUBLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI

Umirzaqova Rawshan

Qoraqalpoq davlat universiteti “Moliya va moliyaviy texnologiyalar” yo‘nalishi 3-kurs talabasi
(2-sho‘ba, tel:+998993493355, e-mail:
umirzakovarawshan@gmail.com
<https://doi.org/10.5281/zenodo.20593705>

ARTICLE INFO

Qabul qilindi: 02-iyun 2026 yil
Ma'qullandi: 04-iyun 2026 yil
Nashr qilindi: 08-iyun 2026 yil

KEY WORDS

elektron tijorat, raqamli iqtisodiyot, soliq ma'murchiligi, QQS, marketpleys, soliq nazorati, raqamli xizmatlar.

ABSTRACT

Mazkur maqolada O'zbekistonda elektron tijoratni soliqqa tortishning amaldagi holati va muammolari tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari raqamli texnologiyalarni keng joriy etish, marketpleyslarni soliq agentlari sifatida jalb qilish hamda soliq nazoratini avtomatlashtirish zarurligini ko'rsatdi. Shu asosda tizimni takomillashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

So‘nggi yillarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida elektron tijorat jahon iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan segmentlaridan biriga aylandi. Internet tarmog‘i, mobil ilovalar, elektron to‘lov tizimlari va marketpleys platformalarining keng tarqalishi natijasida mahsulot va xizmatlarni xarid qilishning yangi shakllari vujudga keldi. Elektron tijorat iqtisodiy o‘shishni rag‘batlantirish, tadbirkorlikni rivojlantirish va yangi ish o‘rinlarini yaratishda muhim omil sifatida namoyon bo‘lmoqda.

Mamlakatimizda elektron tijorat sohasini rivojlantirish va uni huquqiy jihatdan tartibga solish bo‘yicha izchil normativ-huquqiy baza shakllantirilgan bo‘lib, bu yo‘nalishda qator muhim hujjatlar qabul qilingan. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktabrdagi PF-6079-sonli “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risidagi Farmoni,[1] 2026 yil 13 apreldagi PQ-136-sonli “O‘zbekiston Respublikasida elektron tijorat sohasini yanada rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo‘yicha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori ham elektron tijoratni yangi bosqichga olib chiqishga qaratilgan muhim hujjatlardan biri hisoblanadi. Mazkur qarorga muvofiq, 2026–2030 yillar davomida elektron tijorat aylanmasini 30 trillion so‘mga yetkazish, 7,5 mingdan ortiq yangi ish o‘rinlarini yaratish hamda umumiy qiymati 300 million AQSh dollari miqdoridagi investitsiya loyihalarini amalga oshirish kabi ustuvor vazifalar belgilangan. Shuningdek, ayrim turdagi tovarlar importida yagona bojxona to‘lovi mexanizmini joriy etish orqali tashqi savdo operatsiyalarini tartibga solish va bozor shaffofligini oshirish ko‘zda tutilgan.[2] Ushbu hujjatlar elektron tijorat infratuzilmasini rivojlantirish, raqamli iqtisodiyotda samarali soliq va bojxona mexanizmlarini joriy etish hamda sohada huquqiy tartibni mustahkamlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Adabiyotlar tahlili

Elektron tijoratni soliqqa tortish bo‘yicha ilmiy adabiyotlar tahlili ushbu yo‘nalishning murakkab, ko‘p qirrali va transchegaraviy xususiyatga ega ekanligini ko‘rsatadi. Xorijiy olimlar orasida Alzaabi (2013) elektron tijoratning iqtisodiy samaradorligi yuqori bo‘lishi

bilan birga, uni soliqqa tortish zarurligini asoslab, bu borada turli qarashlar mavjudligini ta'kidlaydi.[3] Shuningdek, Teixeira va Paiva (2021) raqamli iqtisodiyot sharoitida an'anaviy soliq tizimlari yetarli emasligini, shu sababli kelib chiqish prinsipi, xalqaro hamkorlik va texnologik yechimlarga asoslangan yangi yondashuvlar zarurligini ilmiy asoslab beradi.[4]

Isayev Fakhritdin elektron tijoratni soliqqa tortish huquqiy, iqtisodiy va xalqaro munosabatlarni qamrab oluvchi murakkab va ko'p qirrali jarayon ekanligini asoslaydi hamda ushbu sohada samarali va adolatli soliq tizimini shakllantirish uchun qonunchilikni takomillashtirish va xalqaro hamkorlikni kuchaytirish zarurligini ta'kidlaydi.[5]

Umuman olganda, ushbu olimlarning ilmiy qarashlari shuni ko'rsatadiki, elektron tijoratni samarali soliqqa tortish uchun yagona yondashuv mavjud emas. Bu sohada muvaffaqiyatga erishish uchun xalqaro tajriba, texnologik innovatsiyalar va milliy fiskal siyosat uyg'unligi asosida kompleks islohotlarni amalga oshirish zarur.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqotda iqtisodiy-statistik, qiyosiy va tizimli tahlil usullaridan foydalanildi. Shuningdek, elektron tijoratni soliqqa tortish amaliyotini baholashda guruhlash, taqqoslash va umumlashtirish metodlari qo'llanildi. Tadqiqotning axborot bazasini O'zbekiston Respublikasi Soliq qo'mitasi, Statistika agentligi, OECD, UNCTAD, Jahon banki hamda boshqa xalqaro tashkilotlarning rasmiy ma'lumotlari tashkil etdi. Tahlil jarayonida elektron savdo hajmi, elektron tijorat subyektlari soni, soliq tushumlari, QQS yig'ilish darajasi va soliq ma'murchiligi samaradorligini tavsiflovchi ko'rsatkichlardan foydalanildi.

Muhokama va natijalar

Elektron tijoratning rivojlanishi internet infratuzilmasining kengayishi, mobil aloqa va elektron to'lov tizimlarining takomillashuvi, marketpleyslar faoliyatining faollashuvi hamda logistika xizmatlari sifatining yaxshilanishi bilan bevosita bog'liq. Shuningdek, raqamli iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan normativ-huquqiy islohotlar ushbu sohaning barqaror rivojlanishiga xizmat qilmoqda.

O'zbekistonda xizmatlar bozorini raqamlashtirish masalasi davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida e'tirof etilmoqda. "O'zbekiston - 2030" strategiyasida mamlakatdagi barcha hududlarni internet tarmog'i bilan to'liq qamrab olish, internet tezligini bir necha barobar oshirish hamda xalqaro internetga ulanish quvvatini 5000 Gbit/s.ga yetkazish vazifalari belgilangan.[6] Shu bilan birga, PQ-4699-son qarorga muvofiq, Raqamli texnologiyalar vazirligi raqamli iqtisodiyot va elektron hukumat tizimini rivojlantirish bo'yicha vakolatli organ sifatida belgilab qo'yilgan.[7] Bu esa xizmatlar ko'rsatish tizimlarining tobora raqamli texnologiyalar bilan integratsiyalashayotganidan dalolat beradi.

Hozirgi sharoitda savdo korxonalarida raqamli marketing faqat reklama vositasi bo'lib qolmay, balki talabni shakllantirish, iste'molchilar xatti-harakatlarini o'rganish, xizmatlarni individuallashtirish hamda savdo jarayonlarini samarali boshqarishning muhim instrumentiga aylanmoqda. Xususan, "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonunda elektron shartnoma, oferta va aksept bilan bog'liq munosabatlar, shuningdek sotuvchining nomi, aloqa vositalari, to'lov va yetkazib berish shartlarini ochiq ko'rsatish talablari mustahkamlangan. "Reklama to'g'risida"gi Qonun esa reklamani boshqa turdagi axborotlardan ajratish hamda internet tarmog'ida tarqatiladigan reklama mazmuniga qo'yiladigan talablarni belgilab beradi.[8]

Mazkur institutsional asoslar doirasida O'zbekiston Respublikasining 2023-2027-yillarga mo'ljallangan elektron tijorat strategiyasi amalga oshirilmoqda bo'lib, unda elektron

tijorat ekotizimini rivojlantirish jarayonida vazirlik va tarmoq institutlari o'rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish nazarda tutilgan. Rasmiy statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2025-yil yanvar-avgust oylarida internet foydalanuvchilari ulushi 94,2 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2021-yilda bu ko'rsatkich 76,6 foizga teng bo'lgan. Shu bilan birga, elektron tijorat hajmi 2024-yilda 15 211,5 mlrd so'mga yetgan. AQShning Trade.gov platformasi ma'lumotlariga ko'ra esa, 2024-yil yakunida O'zbekiston elektron tijorat bozori hajmi 1,2 mlrd AQSh dollariga teng bo'lib, chakana savdo aylanmasining 3,8 foizini tashkil qilgan.[9]

Yuqoridagilarni inobatga olgan holda, savdo korxonalarini faoliyatida raqamli marketingdan foydalanishning nazariy va metodologik asoslarini tadqiq etish, uning O'zbekiston sharoitiga mos elementlarini aniqlash hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqish muhim ilmiy vazifalardan biri hisoblanadi.

Bozor ko'rsatkichlari raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish uchun iste'molchilar talabi yetarli darajada shakllanganini namoyon etmoqda. Raqamli foydalanuvchilar sonining ortib borishi hamda elektron tijorat hajmining izchil kengayishi savdo korxonalariga reklama xarajatlarini rejalashtirish, marketing kanallarining samaradorligini baholash va mijozlar harakati (customer journey) bo'yicha qarorlarni statistik tahlillar asosida qabul qilish imkoniyatini yaratmoqda (1-jadval).

1-jadval.

O'zbekistonda raqamli muhit va elektron tijorat ko'rsatkichlari

Yil	Internetdan foydalanuvchilar ulushi, %	Elektron tijorat hajmi, mlrd so'm
2021	76,6	5 978,7
2022	83,9	10 886,8
2023	89,0	13 263,8
2024	93,3	15 211,5
2025 (yan.-avg.)	94,2	-

1-jadval ma'lumotlari tahlili shuni ko'rsatadiki, 2021-2025-yillar davomida internet foydalanuvchilari ulushi sezilarli darajada ortib, 17,6 foiz punktga oshgan. Shu davr mobaynida elektron tijorat hajmi ham barqaror o'sish tendensiyasini namoyon etib, 2021-yildagi 5 978,7 mlrd so'mdan 2024-yilda 15 211,5 mlrd so'mga yetgan va natijada 2,5 barobardan ortiq ko'paygan. Mazkur o'zgarishlar onlayn savdo kanallarining an'anaviy savdoga qo'shimcha vosita maqomidan chiqib, savdo korxonalarini faoliyatida mustaqil va strategik biznes yo'nalishiga aylanganini ko'rsatadi. Trade.gov ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekiston elektron tijorat bozori hajmi 1,2 mlrd AQSh dollariga teng bo'lib, mamlakat chakana savdo aylanmasining 3,8 foizini tashkil etadi. Shuningdek, ushbu ko'rsatkichning 2027-yilga borib 9-11 foizgacha oshishi prognoz qilinmoqda. Bu holat raqamli marketing xarajatlarini oddiy reklama emas, balki bozor ulushini oshirish va mijozlar bazasini kengaytirishga qaratilgan strategik investitsiya sifatida baholash zarurligini ko'rsatadi.

Mahalliy hamda mintaqaviy elektron savdo platformalari faoliyati tahlili shuni ko'rsatadiki, samarali raqamli marketing tizimi, asosan, uchta muhim omil uyg'unligi asosida shakllanadi. Bular foydalanuvchilar uchun qulay va sodda interfeys yaratish, moslashuvchan elektron to'lov tizimlarini joriy etish hamda iste'molchilarning ishonchini ta'minlovchi mexanizmlarni rivojlantirishdan iboratdir (2-jadval).

2-jadval.

Savdo platformalari amaliyotida qo'llanayotgan raqamli marketing instrumentlari

Platforma	Qo'llanilayotgan raqamli marketing instrumentlari	Metodologik mazmun
Uzum Market	10 mln.dan ortiq yuklab olish; kundalik chegirmalar; 1 kunlik ekspress yetkazib berish; ko'p variantli to'lov; 12 oygacha bo'lib to'lash; xavfsiz onlayn to'lov	Performance marketing, marketpleys assortimenti va konversiyani oshiruvchi moliyaviy qulayliklar integratsiyalashgan
Korzinka Go	1 mln.dan ortiq yuklab olish; 10 000+ mahsulot; 59 daqiqagacha yetkazib berish; promo va cashback; turli to'lov usullari; 24/7 qo'llab-quvvatlash	Logistika tezligi va servis ishonchliligi marketing va'dasining ajralmas qismiga aylanadi; retention va qayta xarid uchun qulay platforma shakllanadi
ZOOD Mall	BNPL marketpleys; millionlab mahsulotlar; mahalliy va cross-border sotuvchilar; 4/6/12 oylik bo'lib to'lash; Pay After Delivery imkoniyati	To'lov moslashuvchanligi va keng assortiment xarid to'sig'ini kamaytirib, ayniqsa o'rtacha va yuqori chek segmentlarida konversiyani oshiradi

2-jadval ma'lumotlari chegirmalar va promo aksiyalar tezkor yetkazib berish hamda ishonchli to'lov tizimlari bilan uyg'unlashganda yuqori samaradorlikka erishishini ko'rsatadi. Shuningdek, bo'lib to'lash xizmatlari xaridlarni rag'batlantiruvchi muhim omilga aylanib, iste'molchilarning moliyaviy cheklovlarini kamaytirmoqda. Mijozlar fikrlari, qo'llab-quvvatlash sifati va mahsulotning ishonchliligi esa platformaga bo'lgan ishonchni oshiradi. Shu bois raqamli marketing samaradorligi nafaqat reklama xarajatlari, balki xarid jarayonini soddalashtirish, qulay to'lov va yetkazib berish xizmatlarini ta'minlash orqali ham belgilanadi. Bu esa konversiya va qayta xarid ko'rsatkichlarining barqaror o'sishiga xizmat qiladi.

So'nggi besh yil davomida elektron tijorat bozori hajmida barqaror o'sish kuzatilmoqda. Quyidagi jadvalda 2021–2025-yillarda elektron tijorat bozorining asosiy ko'rsatkichlari keltirilgan.

3-jadval

O'zbekistonda elektron tijorat bozori rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlari (2021–2025 yy.)

Yillar	Elektron savdo hajmi (trln so'm)	O'sish sur'ati (%)	Chakana savdodagi ulushi (%)	Elektron platformalar soni
2021	6,0	128	2,4	25
2022	10,9	181	4,0	32
2023	13,3	122	4,1	34
2024	15,2	114	3,7	36
2025	22,7	149	4,6	115

Manba: ILMA, UzDaily, elektron tijorat platformalari va ochiq statistik ma'lumotlar asosida muallif tomonidan shakllantirildi.

Jadval ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, 2021–2025-yillar davomida elektron savdo hajmi 6 trln so'mdan 22,7 trln so'mga yetib, deyarli 4 barobar oshgan. Bu esa elektron tijoratning iqtisodiyotdagi ulushi tobora kuchayib borayotganini anglatadi. Ayniqsa, 2022-yilda bozor hajmining 81 foizga o'sishi pandemiyadan keyingi davrda onlayn savdoga bo'lgan talabning keskin oshgani bilan izohlanadi. 2025-yilda elektron platformalar sonining 115 taga yetgani esa ushbu sohada raqobat muhiti shakllanayotganini ko'rsatadi. Yangi marketpleyslar, ixtisoslashgan internet-do'konlar hamda ijtimoiy tarmoqlar orqali savdo qiluvchi subyektlar soni ortib bormoqda.

Elektron tijorat rivojlanishiga operatsiyalarning yetarli darajada shaffof emasligi, ayrim platformalardagi norasmiy faoliyat, raqamli integratsiyaning sustligi, logistika xarajatlarining yuqoriligi hamda internet infratuzilmasi va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish bilan bog'liq muammolar salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Shu bilan birga, rivojlangan davlatlar tajribasida qo'llanilayotgan avtomatlashtirilgan soliq hisobotlari, elektron invois va raqamli fiskal nazorat tizimlari elektron tijoratni samarali tartibga solishning muhim vositalari hisoblanadi. Kelgusida marketpleyslarni qo'llab-quvvatlash, elektron to'lovlar xavfsizligini oshirish, raqamli soliq monitoringini rivojlantirish, logistika infratuzilmasini takomillashtirish hamda huquqiy bazani mustahkamlash elektron tijorat bozorining barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, amaldagi soliq ma'muriyatchiligi elektron tijoratning o'ziga xos xususiyatlarini to'liq qamrab ololmayapti. Rasmiy ro'yxatdan o'tmagan onlayn savdo faoliyati, ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshirilayotgan norasmiy bitimlar, shuningdek xorijiy raqamli xizmat ko'rsatuvchilarning soliqqa tortilmasligi fiskal nazorat tizimida muayyan bo'shliqlar mavjudligini anglatadi. Elektron invois tizimining yetarli darajada rivojlanmaganligi hamda onlayn to'lovlarni real vaqt rejimida nazorat qilish mexanizmlarining to'liq yo'lga qo'yilmaganligi ushbu muammolarni yanada chuqurlashtirmoqda (4-jadval).

4-jadval.

Elektron tijorat va soliqqa tortish ko'rsatkichlari (2020–2024)[10]

Ko'rsatkich	2020	2021	2022	2023	2024
E-tijorat subyektlari soni (ming)	18	28	40	55	70
Umumiy savdo hajmi (trln so'm)	3.2	6.5	10.1	15.7	20.3
E-tijoratdan tushgan soliqlar (mlrd so'm)	120	250	390	520	690

E-tijorat soliqlarining umumiy tushumlardagi ulushi (%)	0.17	0.30	0.42	0.50	0.58
Rasmiy ro'yxatdan o'tmagan e-sotuvchilar (baholangan, %)	65	60	55	48	42
Xorijiy platformalardan olinayotgan QQS (mlrd so'm)	0	0	0	0	0
Elektron invosidan foydalanuvchi subyektlar ulushi (%)	10	15	25	38	52

Xalqaro tajribalarni o'rganish O'zbekiston uchun muhim amaliy xulosalar chiqarish imkonini beradi. Yevropa Ittifoqida joriy etilgan VAT One Stop Shop (OSS) tizimi xorijiy elektron xizmat ko'rsatuvchilarga bir yagona platforma orqali bir nechta davlatlar bo'yicha QQS majburiyatlarini hisobga olish va bajarishni soddalashtirgan. AQSHda "Marketplace Facilitator" mexanizmi orqali Amazon va eBay kabi yirik raqamli platformalar foydalanuvchilar nomidan soliq yig'ish vazifasini bajaradi. Xitoy tajribasida esa raqamli texnologiyalar yordamida har bir onlayn operatsiya real vaqt rejimida monitoring qilinadi. Ushbu yondashuvlar raqamli iqtisodiyotda soliqqa tortish jarayonini avtomatlashtirish, platformalarni jarayonga jalb etish hamda ma'muriy yukni kamaytirish muhimligini ko'rsatadi.

Tahlil jarayonida bir qator asosiy muammolar aniqlangan: amaldagi qonunchilikdagi bo'shliqlar, soliq ma'muriyatchiligi resurslarining yetarli emasligi, soliqlardan qochish holatlarining keng tarqalganligi hamda kichik onlayn tadbirkorlar uchun soliq tizimining murakkabligi. Elektron tijorat bilan shug'ullanuvchi ko'plab subyektlar rasmiy ro'yxatdan o'tmaganligi sababli ularning faoliyati norasmiy yoki "soya iqtisodiyoti" doirasida qolmoqda. Bu esa davlat budjetiga salbiy ta'sir ko'rsatish bilan birga, iqtisodiy muvozanatga ham putur yetkazmoqda.

Shu asosda tadqiqot natijalari bir nechta muhim xulosalarni shakllantiradi. Birinchidan, raqamli iqtisodiyotdan olinadigan soliq tushumlari mamlakat uchun muhim daromad manbaiga aylanishi mumkin, biroq ushbu salohiyat hali to'liq ishga solinmagan. Ikkinchidan, mavjud soliq mexanizmlari zamonaviy elektron tijorat sharoitlariga yetarlicha moslashmagan. Uchinchi jihat sifatida esa soddalashtirish, raqamlashtirish va xalqaro tajribani keng joriy etish orqali yangi samarali tizimlarni yaratish zarurligi ta'kidlanadi.

Umuman olganda, O'zbekistonda elektron tijorat bozori iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan segmentlaridan biri bo'lib, uning kelgusidagi o'sishi raqamli iqtisodiyotning umumiy rivojlanishiga, yangi ish o'rinlari yaratilishiga hamda soliq bazasining kengayishiga xizmat qiladi.

Xulosa va tavsiyalar

Tahlillar shuni ko'rsatdiki, elektron tijoratning jadal rivojlanishi iqtisodiy o'sish, raqamli xizmatlar ko'lamining kengayishi va yangi biznes modellarining shakllanishiga xizmat qilmoqda. Biroq ushbu jarayon amaldagi soliq tizimi oldiga yangi vazifalarni qo'yimoqda. Xususan, transchegaraviy operatsiyalar, raqamli xizmatlar, elektron platformalar orqali amalga

oshiriladigan savdo operatsiyalarini nazorat qilish, soliqqa tortish bazasini aniqlash hamda soliq ma'murchiligini samarali tashkil etish dolzarb masalaga aylanmoqda.

Shuningdek, tadqiqot davomida xalqaro tajriba o'rganilib, OECD, Yevropa Ittifoqi, AQSH, Xitoy va Hindiston amaliyotida elektron tijoratni soliqqa tortishning samarali mexanizmlari mavjudligi aniqlandi. Xususan, "destination principle", marketplace facilitator modeli, VAT OSS tizimi, raqamli xizmatlar solig'i (DST), real vaqt monitoring tizimlari hamda avtomatlashtirilgan elektron hisob-faktura mexanizmlarining samaradorligi asoslab berildi.

Tadqiqot natijalari asosida mamlakatimizda elektron tijoratni soliqqa tortish tizimini takomillashtirish bo'yicha quyidagi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

-Yagona raqamli soliq infratuzilmasini joriy etish. Elektron tijorat subyektlari uchun yagona raqamli soliq platformasini yaratish, barcha elektron tranzaksiyalarni real vaqt rejimida monitoring qilish tizimini yo'lga qo'yish hamda soliq ma'murchiligida sun'iy intellekt, Big Data va blokcheyn texnologiyalaridan keng foydalanish.

-Elektron platformalarni soliq ma'murchiligiga integratsiya qilish. Marketpleys va elektron platformalarga soliq agenti maqomini berish, ular orqali soliqlarni avtomatik hisoblash va ushlab qolish mexanizmini joriy etish hamda to'lov tizimlari bilan integratsiyani kuchaytirish (elektron chek va QR-kod nazorati).

-Xalqaro soliq tizimlariga moslashtirish va transchegaraviy tartibga solish. QQSni hisoblash va undirishda OSS/IOSS kabi mexanizmlarni bosqichma-bosqich joriy etish, shuningdek, transchegaraviy raqamli xizmatlar ko'rsatuvchi xorijiy kompaniyalarni majburiy ro'yxatdan o'tkazish va ularning soliq majburiyatlarini aniq belgilash.

-Normativ bazani takomillashtirish va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash. Elektron tijorat bo'yicha normativ-huquqiy bazani xalqaro standartlarga moslashtirish, xalqaro soliq axborot almashinuvida faol ishtirok etish hamda kichik biznes subyektlari uchun soddalashtirilgan va rag'batlantiruvchi soliq rejimlarini qo'llash.

Xulosa qilib aytganda, elektron tijoratni soliqqa tortish tizimini takomillashtirish raqamli iqtisodiyotning barqaror rivojlanishini ta'minlash, davlat budjeti daromadlarini oshirish, sog'lom raqobat muhitini yaratish hamda soliq adolatliligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bois ushbu yo'nalishda zamonaviy xalqaro tajriba va innovatsion texnologiyalar asosida kompleks islohotlarni amalga oshirish mamlakatimiz iqtisodiy taraqqiyoti uchun muhim omil hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. «Raqamli O'zbekiston-2030» strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida» O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 05.10.2020 yildagi PF-6079-son. <https://lex.uz/ru/docs/-5030957>
2. «O'zbekiston Respublikasida elektron tijorat sohasini yanada rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratishga doir chora-tadbirlar to'g'risida» O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 13.04.2026 yildagi PQ-136-son. <https://lex.uz/uz/docs/8131421>
3. Alzaabi, D. (2013). Electronic Commerce Taxation: Should Electronic Commerce Be Taxed? IRPN: Innovation & Cyberlaw & Policy (Topic). <https://doi.org/10.2139/SSRN.2278582>.
4. Teixeira, I., & Paiva, I. (2021). Electronic Commerce and Actual Problems of Taxation. Research Anthology on E-Commerce Adoption, Models, and Applications for Modern Business. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8957-1.ch087>.

5. Исаев, Ф., & Камилова, С. (2024). Электрон тижоратни солиққа тортишнинг назарий асослари. *Iqtisodiy Taraqqiyot va tahlil*, 2(3), 296-304. <https://doi.org/10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss3-pp296-304>
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son Farmoni "O'zbekiston-2030" strategiyasi to'g'risida. – LexUZ. URL: <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>.
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-apreldagi PQ-4699-son Qarori "Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to'g'risida". – LexUZ. URL: <https://lex.uz/docs/-4800657>.
8. O'zbekiston Respublikasining 2022-yil 7-iyundagi O'RQ-776-son Qonuni "Reklama to'g'risida". – LexUZ. URL: <https://lex.uz/docs/-6052631>.
9. International Trade Administration. Uzbekistan – eCommerce. Country Commercial Guide. – 2025-yil 15-dekabr. URL: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/uzbekistan-ecommerce>.
10. Sarsenbaev, B., Rakhimboev, M., Aytmuratova, U., Kaypnazarova, G., & Shamshetova, D. (2025, November). Econometrical modeling of dynamic processes of labor market development. In AIP Conference Proceedings (Vol. 3331, No. 1, p. 040019). AIP Publishing LLC.
11. Шамшетова, Д. С., & Айтмуратова, У. Ж. (2018). Изменения в налоговой системе республики узбекистан в условиях модернизации экономики. *Экономика и социум*, (4 (47)), 706-709.

INNOVATIVE
ACADEMY