



KICHIK BIZNESNI MOLİYALASHTIRISHDA KRAUDFANDING
MEXANIZMINING IMKONIYATLARI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

Kamilova Feruza Nematovna

Osiyo xalqaro universiteti 1-kurs magistranti

Ilmiy rahbar: Djurayeva Munira Sadillovna

Annotatsiya. *Ushbu tezisda kichik biznes subyektlarini moliyalashtirishda kraudfanding mexanizmining iqtisodiy mohiyati, uning an'anaviy bank kreditlash tizimiga nisbatan afzalliklari hamda amaliy imkoniyatlari tahlil qilingan. Tadqiqot jarayonida kraudfandingning asosiy modellari, xususan, xayriya, mukofotli va ulushli shakllari ko'rib chiqilib, ularning tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlashdagi roli asoslab berilgan. Shuningdek, ushbu mexanizmning kichik biznes uchun moliyaviy resurslarga kirishni kengaytirish, investitsion faollikni oshirish va innovatsion loyihalarni rag'batlantirishdagi ahamiyati yoritilgan. Ishda milliy iqtisodiyot sharoitida kraudfandingni rivojlantirish istiqbollari hamda uni samarali joriy etish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.*

Kalit so'zlar. *kichik biznes, tadbirkorlik, moliyalashtirish, kraudfanding, innovatsion moliya, raqamli platforma, investitsiya, startup, moliyaviy inklyuziya, muqobil moliyalashtirish instrumentlari*

Abstract. *This thesis examines the economic essence of the crowdfunding mechanism in financing small businesses, its advantages over traditional bank lending, and its practical opportunities. The study analyzes the main models of crowdfunding, including donation-based, reward-based, and equity-based forms, and substantiates their role in supporting entrepreneurial activity. Furthermore, the importance of crowdfunding in expanding access to financial resources for small businesses, increasing investment activity, and stimulating innovative projects is highlighted. The paper also explores the prospects for the development of crowdfunding within the national economy and proposes practical recommendations for its effective implementation.*

Keywords. *small business, entrepreneurship, financing, crowdfunding, innovative finance, digital platforms, investment, startup, financial inclusion, alternative financing instruments*

Bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik iqtisodiyotni rivojlantirish, yangi ish o'rinlarini yaratish hamda aholi daromadlarini oshirishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Ko'plab mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, aynan kichik biznes iqtisodiyotning eng harakatchan va moslashuvchan sektori sifatida bozor talablariga tez javob qaytara oladi. Shu bilan birga, ushbu subyektlar faoliyatini kengaytirishda eng asosiy muammolardan biri moliyaviy resurslarning yetishmasligidir.

Amaliyotda kichik tadbirkorlar bank kreditlarini olishda qator to'siqlarga duch keladilar. Xususan, yuqori foiz stavkalari, garov ta'minotining yetarli emasligi, hujjatlashtirish



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



jarayonining murakkabligi hamda kredit ajratish muddatining uzoqligi ko'plab loyihalarning amalga oshmay qolishiga sabab bo'lmoqda. Natijada an'anaviy moliyalashtirish manbalariga muqobil bo'lgan yangi mexanizmlarni izlash zarurati kuchaymoqda.

So'nggi yillarda raqamli texnologiyalarning rivojlanishi bilan kraudfanding kichik biznes va startup loyihalarni moliyalashtirishning innovatsion shakli sifatida keng qo'llanilmoqda. Ushbu mexanizm internet platformalari orqali ko'plab jismoniy va yuridik shaxslarning mablag'larini jamlash asosida loyihalarni moliyalashtirish imkonini beradi. Bunda tadbirkorlar o'z g'oyalarini bevosita keng jamoatchilikka taqdim etib, qisqa muddatda zarur mablag'ni shakllantirishlari mumkin.

Kraudfandingning afzalligi shundaki, u nafaqat moliyaviy manba vazifasini bajaradi, balki loyihaning bozordagi talabini aniqlash, mijozlar bilan bevosita aloqa o'rnatish va mahsulotni dastlabki bosqichdayoq targ'ib qilishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, ushbu mexanizmni samarali joriy etish uchun huquqiy tartibga solish, investorlar manfaatlarini himoya qilish hamda risklarni kamaytirish masalalarini chuqur o'rganish muhim ahamiyat kasb etadi.

Kichik biznesni moliyalashtirish muammolari va muqobil moliyaviy instrumentlar masalasi ko'plab xorijiy va mahalliy iqtisodchi olimlar tomonidan o'rganilgan. So'nggi yillarda ayniqsa kraudfanding mexanizmining iqtisodiy mohiyati, ishlash tamoyillari va tadbirkorlikni rivojlantirishdagi roli ilmiy tadqiqotlarning alohida yo'nalishiga aylangan.

Kraudfanding nazariyasining shakllanishida Paul Belleflamme, Thomas Lambert hamda Armin Schwienbacher tadqiqotlari muhim ahamiyat kasb etadi. Ular kraudfandingni tadbirkorlikni moliyalashtirishning muqobil shakli sifatida tahlil qilib, ushbu mexanizm orqali loyihalar kichik investorlar mablag'lari hisobidan samarali moliyalashtirilishini hamda an'anaviy bank kreditlariga qaramlik kamayishini asoslab berganlar. Olimlar kraudfandingning mukofotli, ulushli va xayriya turlarini iqtisodiy mazmuniga ko'ra tasniflab, har bir modelning ustun va zaif tomonlarini ko'rsatib o'tganlar [1].

Platformalar faoliyati va investorlar xulq-atvori masalalari Ethan Mollick tomonidan chuqur o'rganilgan. Uning empirik tadqiqotlari kraudfanding loyihalarining muvaffaqiyati ko'p jihatdan axborot shaffofligi, ijtimoiy ishonch va loyihaning dastlabki qo'llab-quvvatlovchilar soniga bog'liqligini ko'rsatadi. Muallif kraudfandingni nafaqat moliyalashtirish vositasi, balki bozor talabini aniqlash mexanizmi sifatida ham baholaydi [2].

Kraudfandingning hududiy va institutsional xususiyatlari Ajay Agrawal tomonidan tahlil qilingan bo'lib, u raqamli platformalar geografik masofaning ahamiyatini kamaytirishini va investorlar hamda tadbirkorlar o'rtasidagi axborot nomutanosibligini qisqartirishini ta'kidlaydi. Bu holat kichik biznes subyektlari uchun kapitalga kirish imkoniyatlarini kengaytiradi [3].

Shuningdek, vechur moliyalashtirish va kraudinvesting masalalari Douglas Cumming va Lars Hornuf ishlarida yoritilgan. Ular ulushli kraudfanding startaplari uchun vechur



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G‘OYALAR



kapitalga muqobil manba bo‘lib xizmat qilishini hamda investitsion risklarni diversifikatsiya qilish imkonini berishini ilmiy jihatdan asoslab berganlar [4].

Mazkur ilmiy qarashlar shuni ko‘rsatadiki, kraudfanding kichik biznesni moliyalashtirishda samarali va innovatsion instrument hisoblanadi. Biroq ko‘plab tadqiqotlarda ushbu mexanizmning milliy iqtisodiyot sharoitida qo‘llash xususiyatlari, huquqiy tartibga solish masalalari hamda rivojlanayotgan davlatlar tajribasi yetarli darajada o‘rganilmagan. Shu bois mazkur yo‘nalishda qo‘shimcha ilmiy izlanishlar olib borish dolzarb hisoblanadi.

Kichik biznes subyektlarini moliyalashtirishda kraudfanding mexanizmi so‘nggi yillarda an’anaviy bank kreditlariga muqobil manba sifatida shakllanib bormoqda. Ushbu modelning asosiy mohiyati ko‘plab investorlar yoki homiylarning kichik miqdordagi mablag‘larini birlashtirish orqali tadbirkorlik loyihalarini moliyalashtirishdan iborat. Jarayon maxsus internet platformalari vositasida amalga oshiriladi va bunda tadbirkor o‘z g‘oyasini ommaga taqdim etadi, investorlar esa ixtiyoriy ravishda mablag‘ yo‘naltiradilar.

Xalqaro amaliyotda Kickstarter, Indiegogo hamda GoFundMe kabi platformalar keng tarqalgan bo‘lib, ular minglab startap va kichik biznes loyihalarining ishga tushishiga xizmat qilmoqda. Ushbu tajriba kraudfandingning tezkorlik, ochiqlik va byurokratik to‘siqlarning kamligi bilan ajralib turishini ko‘rsatadi. Eng muhimi, tadbirkorlar uchun garov ta‘minoti yoki murakkab kredit tarixiga ehtiyoj mavjud emas.

Kraudfandingning iqtisodiy afzalligi shundaki, mablag‘ jalb qilish jarayoni bozor mexanizmi asosida amalga oshadi. Ya’ni, investorlar faqat istiqbolli va talab yuqori bo‘lgan loyihalarga sarmoya kiritadilar. Bu esa resurslarning samarali taqsimlanishini ta‘minlaydi hamda iqtisodiy risklarni kamaytiradi.

Kichik biznesni moliyalashtirish nuqtayi nazaridan kraudfandingning bir necha asosiy modellari mavjud. Xayriya modeli ijtimoiy va notijorat loyihalar uchun qo‘llanilsa, mukofotli modelda investor mahsulot yoki xizmat ko‘rinishida rag‘bat oladi. Eng istiqbolli shakl sifatida ulushli kraudfanding ajralib turadi, bunda investor korxonaga ulushiga ega bo‘ladi va kelajakdagi foydadan daromad oladi. Aynan ushbu model kichik biznesni barqaror rivojlantirish uchun uzoq muddatli investitsiya manbai bo‘lib xizmat qiladi.

Amaliy jihatdan qaralganda, kraudfanding kichik tadbirkorlar uchun bir qator qo‘shimcha imkoniyatlar yaratadi. Birinchidan, loyiha bozorga chiqishidan oldin uning talab darajasi sinovdan o‘tadi. Ikkinchidan, marketing xarajatlari qisqaradi, chunki platformaning o‘zi reklama vazifasini ham bajaradi. Uchinchidan, tadbirkorlar mijozlar bilan bevosita aloqa o‘rnatib, mahsulotni takomillashtirish imkoniga ega bo‘ladilar. Bu omillar biznesning muvaffaqiyat ehtimolini oshiradi.

Shu bilan birga, kraudfandingni joriy etishda ayrim muammolar ham mavjud. Xususan, investorlar uchun risk darajasining yuqoriligi, loyihalarning bajarilmaslik ehtimoli, axborotning yetarlicha shaffof emasligi hamda huquqiy tartibga solish mexanizmlarining mukammal emasligi ushbu bozor rivojlanishini cheklashi mumkin. Ayniqsa,





TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



rivojlanayotgan davlatlarda moliyaviy savodxonlikning pastligi va raqamli infratuzilmaning yetarli emasligi kraudfandingdan to'liq foydalanishga to'sqinlik qiladi.

Milliy iqtisodiyot sharoitida kraudfandingni rivojlantirish kichik biznes subyektlarining moliyaviy inklyuziyasini oshirishga xizmat qiladi. Buning uchun maxsus onlayn platformalarni tashkil etish, investorlar huquqini himoya qiluvchi normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, soliqqa oid imtiyozlar joriy etish hamda tadbirkorlar va aholining moliyaviy savodxonligini oshirish muhim ahamiyatga ega. Shuningdek, banklar va fintex kompaniyalar hamkorligida gibril moliyalashtirish modellarini yaratish kraudfanding samaradorligini yanada kuchaytirishi mumkin.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, kichik biznesni moliyalashtirishda kraudfanding mexanizmi an'anaviy kreditlash tizimiga muqobil va samarali instrument sifatida shakllanmoqda. Mazkur model kichik tadbirkorlar uchun moliyaviy resurslarga kirishni soddalashtiradi, ortiqcha byurokratik talablarni kamaytiradi hamda qisqa muddatda zarur mablag'larni jalb qilish imkonini yaratadi. Ayniqsa, garov ta'minoti yetarli bo'lmagan yoki bank kreditlaridan foydalanish imkoniyati cheklangan subyektlar uchun kraudfanding muhim moliyaviy manba bo'lib xizmat qiladi.

Tahlillar shuni tasdiqladiki, kraudfanding nafaqat kapital jalb qilish vositasi, balki loyihalarni bozor sharoitida dastlabki sinovdan o'tkazish, mijozlar talabini aniqlash va marketing faoliyatini samarali tashkil etish imkonini ham beradi. Bu esa kichik biznes loyihalarining iqtisodiy barqarorligini oshirib, ularning muvaffaqiyatli amalga oshirilish ehtimolini kuchaytiradi. Shu jihatdan, mazkur mexanizm tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirish va innovatsion g'oyalarni qo'llab-quvvatlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Biroq kraudfandingni keng joriy etishda ayrim muammolar ham mavjud bo'lib, ular orasida huquqiy tartibga solishning yetarli darajada shakllanmaganligi, investorlar risklarining yuqoriligi, axborot shaffofligi masalalari hamda aholining moliyaviy savodxonligi darajasi pastligi alohida o'rin tutadi. Ushbu omillarni bartaraf etmasdan turib kraudfanding bozorining barqaror rivojlanishini ta'minlash qiyin.

Shu sababli, milliy iqtisodiyot sharoitida kraudfandingni rivojlantirish uchun maxsus raqamli platformalarni yaratish, normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, investorlar manfaatlarini himoya qilish mexanizmlarini kuchaytirish hamda tadbirkorlar va aholining moliyaviy madaniyatini oshirish maqsadga muvofiqdir. Mazkur chora-tadbirlar kichik biznes subyektlarining moliyaviy inklyuziyasini kengaytirib, iqtisodiyotda investitsion faollik va bandlik darajasining oshishiga xizmat qiladi.

Umuman olganda, kraudfanding mexanizmini amaliyotga keng tatbiq etish kichik biznesni barqaror rivojlantirish, innovatsion loyihalarni qo'llab-quvvatlash hamda iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishning muhim omillaridan biri sifatida namoyon bo'ladi.





TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



Foydalanilgan adabiyotlar

1. Paul Belleflamme, Thomas Lambert, Armin Schwienbacher. Crowdfunding: Tapping the right crowd // *Journal of Business Venturing*. – 2014. – Vol. 29(5). – P. 585–609.
2. Ethan Mollick. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study // *Journal of Business Venturing*. – 2014. – Vol. 29(1). – P. 1–16.
3. Ajay Agrawal, Christian Catalini, Avi Goldfarb. Some simple economics of crowdfunding // *Innovation Policy and the Economy*. – 2015. – Vol. 14. – P. 63–97.
4. Douglas Cumming, Lars Hornuf. The economics of crowdfunding: Startups, portals and investor behavior // *Journal of Corporate Finance*. – 2018. – Vol. 54. – P. 1–19.
5. Massolution. Crowdfunding Industry Report. – Los Angeles: Massolution Research, 2015. – 98 p.
6. Joan MacDonald. Crowdfunding and the democratization of finance // *Harvard Business Review*. – 2017. – Vol. 95(6). – P. 45–52.

