KRAUDFANDING VA P2P KREDITLASHNING MOLIYAVIY XIZMATLAR BOZORIDAGI O‘RNI

Nurullayev Uyg‘un Taxir o‘g‘li
O‘zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi magistranti

Qabul qilindi: 01.02.2026 **Tasdiqlandi**: 02.02.2026
Ko‘rib chiqildi: 02.02.2026

Bugungi kunda innovatsiyalar jamiyat hayotining muhim tarkibiy qismiga aylandi. Aksariyat tadqiqotchilarning fikricha, innovatsiyalar iqtisodiy va ijtimoiy taraqqiyotning dvigatelidir. Ma’lumki, innovatsiyalarni moliyalashtirishning asosiy manbalari budjet va budjetdan tashqari jamg‘armalardir. Byudjet mablag‘lari hisobidan moliyalashtirish davlatning innovatsion siyosatiga, uning maqsadlari va ehtiyojlariga muvofiq amalga oshiriladi. Byudjetdan tashqari mablag‘lar innovatsion faoliyat subektlari tomonidan mustaqil ravishda jalb qilinadi. Dunyoning ko‘pgina mamlakatlarida moliyalashtirish ham davlat, ham xususiy investorlar tomonidan parallel ravishda amalga oshiriladi. Hozirda moliyalashtirishning kraudfanding shakli keng ommalashib borayotgan usullardan biri hisoblanadi.

Kichik va o‘rta tadbirkorlik tuzilmalari faoliyatini qo‘llab-quvvatlashga ta’sir qiladigan asosiy faktorlaridan biri bu moliyaviy yoxud daromad manbasiga yo‘l topish sanaladi. Mazkur holatlarda ko‘pchilik kichik va o‘rta biznes vakillari investitsiya jalb etish bilan bog‘liq qiyinchiliklarni ortda qoldirish uchun o‘zlarining iqtisodiy o‘sishlarini ta’minlash maqsadida moliyalashtirishning muqobil manbalari (ASF – Alternative sourses of finance)ga murojaat qiladilar (Eniola A.A., Entebang H. SME Firm Performance-Financial Innovation and Challenges. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 2015, no. 195, – PP. 334–342. URL: https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.361). Mana shu muqobil manbalarning bir turi sifatida kraudfanding so‘nggi yillarda keng qo‘llanilib kelinmoqda.

Iqtisodiy faoliyatning turli sohalaridagi loyihalarni jamoaviy moliyalashtirishning yangi modeli sifatida kraudfandingning paydo bo‘lishi va tez o‘sishiga axborot texnologiyalari, internetning keng rivojlanishi, ma’lumotlarni yig‘ish, qayta ishlash va tahlil qilish texnologiyalarining paydo bo‘lishi va jadal rivojlanishi sabab bo‘ldi.

Kraudfanding atamasi ingliz tilidan olingan bo‘lib, “crowd – xalq, omma”, “funding – moliyalashtirish” degan ma’noni anglatadi. Kraudfanding (crowdfunding) odamlarning boshqa odamlar va tashkilotlar tomonidan boshlangan loyihalarni qo‘llab-quvvatlash uchun o‘z resurslaridan foydalanadigan jamoaviy hissasi sifatida ta’riflanishi mumkin.

Iqtisodchi N.Rasulov fikricha, kraudfanding bu innovatsion loyihalar va g‘oyalarni jismoniy shaxslar tomonidan ixtiyoriy mablag‘lar orqali

moliyalashtirish bo‘lib, daromad olish ehtimoli mavjud bo‘lishi yoki mutlaqo bo‘lmasligi ham mumkin. Bunda yo‘naltirilgan mablag‘ evaziga kraudfander tomonidan mahsulot yoki xizmat mukofot tariqasida taqdim etiladi (Rasulov N. Innovatsiyalarni moliyalashtirishda kraudfanding platformasi mexanizmidan foйdalanish. Ilm-fan va innovatsion rivojlanish / 2019 – No3.).

Zamonaviy dunyoda bu jarayon internet yordamida amalga oshiriladi. Internetda juda ko‘p sonli saytlar mavjud bo‘lib, ularda har qanday internet foydalanuvchisi o‘z loyihasini muhokama qilish uchun qo‘yishi mumkin, so‘ngra loyihani va uning maqsadini tavsiflaydi, loyihani amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan miqdorni va uni to‘plash muddatini ko‘rsatadi. Shuningdek, hamma uchun ochiq bo‘lishi kerak bo‘lgan mablag‘ yig‘ish haqida ma’lumot beradi. Sayt uchinchi shaxs sifatida ishlaydi, u hech kim oldida javobgar emas, faqat loyihani ommaga taqdim etishga yordam beradi va yig‘ilgan mablag‘larni boshqaradi.

Kraudfanding platformasi innovatsion jarayonlarni xalq tomonidan moliyalashtirishdagi zamonaviy mexanizm sifatida namoyon bo‘ladi. U nega aynan innovatsion jarayonlarni moliyalashtirishda qo‘l kelishi mumkin? Sababi, u jismoniy shaxs tomonidan mavjud bo‘lmagan mahsulot yoki xizmatni moliyalashtirishda yuqori tavakkalchilikka qo‘l uradi. Natijada, yaratilishi mumkin bo‘lgan mahsulotni ishlab chiqarish va amaliyotga tatbiq etish ehtimolligi ko‘p hollarda iste’molchi (xalq)ga bog‘liq bo‘lib qoladi. Shuningdek, yuqori tavakkalchilikka yo‘l qo‘yilgan loyiha muvaffaqiyatsizlikka uchraydigan bo‘lsa, loyihaga pul kiritgan omma zarar ko‘radi. Ammo boshqa moliyalashtirish instrumentlaridan (usullaridan) farqli jihati shundaki, kraudfanding moliyalashtirishda tomonlar ko‘rgan zarar katta bo‘lmaydi, chunki yig‘ilgan mablag‘ kichik summalardan tashkil topadi va bu kraudfanding loyihasini kichik mablag‘lar bilan moliyalashtirgan investorlarga katta zarar yetkazmaydi. Demak, yuqoridagi fikrlardan kraudfanding tushunchasiga quyidagicha ta’rif berish mumkin:

Kraudfanding – bu yangi biznes tashabbusini moliyalashtirish uchun ko‘p sonli jismoniy shaxslarning kichik miqdordagi kapitalidan foydalanish. Kraudfanding investorlar va tadbirkorlarni birlashtirish uchun ijtimoiy media va kraudfanding vebsaytlari orqali odamlarning keng tarmoqlariga oson kirish imkoniyatidan foydalanadi va investorlar pulini an’anaviy mulkdorlar, qarindoshlar va venchur kapitalistlar doirasidan tashqariga kengaytirish orqali tadbirkorlikni rivojlantirish imkoniyatini yaratadi. 2006-yilda tashkil etilganidan buyon sarmoyadorlarga mukofot to‘lash usuliga qarab kraudfandingning turli modellari yaratilgan. Xususan, kraudfanding modellarining to‘rtta asosiy turini ajratib ko‘rsatish mumkin (Mollick E. 2014. “The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study.” Journal of Business Venturing 29 (1): 1–16):

Xayriyaga asoslangan kraudfanding (donation-based crowdfunding) oddiy model bo‘lib, odatda, ijtimoiy yoki xayriya maqsadlarida qo‘llaniladi. Investorlar, asosan, altruistik motivatsiya bilan harakat qilishadi va ular evaziga

biror narsa kutmasdan pul xayriya qilishadi. Xayriyaga asoslangan kraudfanding platformalariga GoFundMe (http://www.gofundme.com/), YouCaring (https://www.youcaring.com/) va Crowdrise (https://www.crowdrise.com/) kabilarni misol qilish mumkin.

Mukofotga asoslangan kraudfanding (reward-based crowdfunding) eng mashhur modeldir. Nomidan ko‘rinib turibdiki, investorlar loyihaga olib kelgan pul miqdoriga qarab mukofot oladilar. Mukofotlar oddiy narsadan, masalan, rahmat otkritkasidan mahsulot prototipigacha bo‘lishi mumkin. Pul mukofotlari hech qachon ruxsat etilmaydi. Ushbu model, asosan, san’at, musiqa, o‘yinlardan tortib dizayn va texnologiyagacha bo‘lgan ijodiy loyihalar uchun ishlatiladi. Bundan tashqari, mukofot modeli, ko‘pincha, bozorga kirishdan oldin oldindan sotish shakli sifatida ishlatiladi. Eng birinchi va eng katta mukofotga asoslangan kraudfanding platformalaridan ikkitasi Kickstarter (http://www.kickstarter.com) va Indiegogo (https://www.indiegogo.com/).

Kreditga asoslangan kraudfanding (lending-based crowdfunding). Iste’molchi (P2P peer-to-peer) va biznes kreditlash (P2B peer-to-business) ko‘rinishidagi kreditlashga asoslangan kraudfanding Yevropadagi eng yirik muqobil moliya bozori segmentini tashkil etadi (Ziegler T., R. Shneor, K. Garvey, K. Wenzlaff, N. Yerolemou, R. Hao, and B. Zhang. 2018. “Expanding Horizons: The 3rd European Alternative Finance Industry Report.” Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract¼3106911 or doi:10.2139/ssrn.3106911.). Ushbu turdagi kraudfandingda investorlar iste’molchilarga yoki korxonalarga kichik kreditlar orqali mablag‘larni taqdim etadilar va to‘lov evaziga foiz oladilar. Bu banklar taklif qilishi mumkin bo‘lgan kreditlarga qaraganda arzonroq narxda qarz olishning bir usuli. Ushbu modelga Prosper (https://www.prosper.com/), Twino (https://www.twino.eu/) va Bondora (https://www.bondora.com/)larni misol qilish mumkin.

Aksiyalarga asoslangan kraudfanding (equity-based crowdfunding) investorlarga kichik aksiyalarni sotib olish orqali moliyalashtiriladigan kompaniyaning aksiyadorlari bo‘lish imkoniyatini taklif qiladi. O‘zlarining moliyaviy hissalari evaziga investorlar biznesning potensial foydasini bo‘lishadilar. Dunyodagi birinchi kapitalga asoslangan kraudfanding platformalaridan biri 2010 yilda ishga tushirilgan inglizcha Crowdcube (https://www.crowdcube.com/) hisoblanadi.

Ko‘pgina yurisdiksiyalarda cheklovlar (qoidalar) kimlar yangi biznesni moliyalashtirishi mumkinligi va ularga qancha hissa qo‘shishi mumkinligiga nisbatan qo‘llaniladi. Ushbu qoidalar murakkab bo‘lmagan yoki boy bo‘lmagan investorlarni o‘z jamg‘armalarini haddan tashqari xavf ostiga qo‘yishdan himoya qilishi kerak. Ko‘pgina yangi korxonalar muvaffaqiyatsizlikka uchraganligi sababli ularning investorlari o‘zlarining kiritgan sarmoyalarini yo‘qotish xavfi yuqori. Kraudfanding tadbirkorlarga sarmoya kiritish uchun puli bor har qanday kishidan yuz minglab yoki millionlab dollar yig‘ish imkoniyatini yaratdi.

Potensial investorlarning huquq-manfaatlari, mablag‘larining himoyasini ta’minlash uchun, albatta, kraudfandingni huquqiy jihatdan tartibga solish zaruriyati yuzaga keladi.

Kraudfandingni huquqiy jihatdan tartibga solish tegishli kompaniyalarga yoki investorlarga kraudfanding orqali qimmatli qog‘ozlarni taklif qilish va sotish imkonini qonuniylashtiradi va kraudfanding investorlarida sohaga bo‘lgan ishonchni kuchaytiradi.