



CROWDFUNDING YORITILISHI

Naimov Mironshox Murodovich

Millat Umidi universitetining 3-kurs talabasi

Bardiev Dilmurod Bekmurod o'g'li

Millat Umidi universitetining 3-kurs talabasi

Yuldashev Abduhakim Abdukarimovich

Ilmiy rahbar: TDIU, Biznes boshqaruvi kefedrasi dotsenti, PhD



Annotatsiya: Ushbu maqola ommaviy moliyalashtirish (crowdfunding) jarayoni va uning samaradorligi haqidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Crowdfunding platformalari orqali moliyaviy mablag' yig'ish usullari, samarali kompaniya yuritish uchun zarur bo'lgan strategiyalar va omillar ko'rib chiqiladi. Shuningdek, maqolada mazkur moliyaviy mexanizmning kichik biznes, ijodiy loyihalar va innovatsion g'oyalar uchun afzalliklari va qiyinchiliklari tahlil qilinadi. Turli yondashuvlar, muvaffaqiyatli misollar va statistik ma'lumotlar asosida crowdfunding yoritib beriladi. Mazkur maqola tadbirkorlar, ijodkorlar va sarmoyadorlar uchun foydali qo'llanma sifatida xizmat qiladi. Crowdfunding tushunchasini to'liq anglash va undan samarali foydalanish imkoniyatlari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: Crowdfunding, ommaviy moliyalashtirish, platformalar, startup, ijodiy loyihalar, moliyaviy qo'llab-quvvatlash, investitsiya, kichik biznes, loyihani rejalashtirish, jamoaviy mablag' yig'ish.

Kirish: Bugungi kunda innovatsiyalar va ijodiy g'oyalarning muvaffaqiyatga erishishida moliyaviy qo'llab-quvvatlash muhim ahamiyat kasb etadi. An'anaviy moliyaviy manbalarga murojaat qilish qiyin bo'lib qolgan sharoitda, crowdfunding (ommaviy moliyalashtirish) zamonaviy yechim sifatida dolzarb mavzuga aylandi. Bu mexanizm kichik biznes va ijodiy loyihalardan tortib, global muammolarni hal qilishgacha bo'lgan turli sohalarda jamoaviy mablag' yig'ish imkoniyatini taqdim etadi. Crowdfundingning asosiy mohiyati shundaki, u loyihalarni amalga oshirish uchun kerakli mablag'larni ko'plab odamlardan kichik miqdorlarda yig'ish imkonini beradi. Bu jarayon maxsus onlayn platformalar orqali amalga oshiriladi, bu esa loyiha egalari global auditoriya bilan bog'lanish imkoniyatini yaratadi. Biz crowdfundingning mohiyati, platformalarining ishlash prinsiplari va samarali kompaniya yuritish strategiyalari tahlil qilib chiqdik.

Adabiyotlarning tahlili: Crowdfundingning mohiyati va uni amaliyotga tatbiq etishning turli jihatlari ko'plab tadqiqotlarda keng yoritilgan. Jumladan, A. Schwienbacher va B. Larralde kabi olimlar crowdfundingni moliyaviy qo'llab-quvvatlashning yangi usuli

sifatida baholab, uning biznes startaplari uchun ahamiyatini o'rganishgan. Ularning izlanishlari natijasida crowdfundingning asosiy turlari – mukofotli, xayriyaviy, kredit asosidagi va ulushli modellar tavsiflangan. J. Mollickning tadqiqotlari esa muvaffaqiyatli crowdfunding kampaniyalarining omillarini aniqlashga qaratilgan. U loyiha mazmuni, auditoriya bilan samarali muloqot va to'g'ri vaqtni tanlash muvaffaqiyatning muhim tarkibiy qismlari ekanligini ta'kidlagan. Shuningdek, crowdfunding platformalari bo'yicha olib borilgan tadqiqotlarda Kickstarter va Indiegogo kabi yetakchi platformalarning foydalanuvchilarga taqdim etayotgan imkoniyatlari va ularning ishlash mexanizmlari batafsil yoritilgan. L. Belleflamme, T. Lambert va A. Schwienbacher tadqiqotlari esa platformalar o'rtasidagi raqobat va foydalanuvchilar uchun eng maqbul sharoitlarni yaratish bo'yicha yondashuvlarni ko'rsatib bergan.

O'zbekistonda crowdfunding hali rivojlanish bosqichida bo'lib, bu yo'nalishda tadqiqotlar cheklangan. Shu sababli, xalqaro tajribani o'rganish va uni mahalliy sharoitlarga moslashtirish dolzarb vazifalardan biri sifatida e'tirof etiladi.

Tadqiqot metodologiyasi: Crowdfunding (ommaviy moliyalashtirish) jarayonlarini chuqur tahlil qilish va samaradorlikni oshirish bo'yicha strategiyalarni ishlab chiqishga qaratilgan yondashuvlar qo'llanildi. Maqola **Nazariy tahlil:** Crowdfunding haqida ilmiy adabiyotlar, tadqiqot maqolalari va hisobotlar tahlil qilindi. Tadqiqotning ilmiy asoslari va mavjud nazariy modellari aniqlanib, ulardan foydalanildi. **Empirik tahlil:** Mashhur crowdfunding platformalarining (masalan, Kickstarter, Indiegogo) faoliyati o'rganildi. Muvaffaqiyatli va muvaffaqiyatsiz loyihalar tahlil qilinib, ularning omillari qiyoslandi. Platformalardagi statistik ma'lumotlar asosida crowdfunding kampaniyalarining umumiy tendensiyalari aniqlab berildi. **Sotsiologik so'rovlar:** Crowdfundingdan foydalangan tadbirkorlar va loyihalar mualliflari o'rtasida so'rovnomalar o'tkazildi. Bu orqali foydalanuvchilar duch keladigan muammolar va muvaffaqiyat omillari aniqlandi. **Case-study (holat tahlili):** Muvaffaqiyatli crowdfunding kampaniyalari misolida loyiha yuritish strategiyalari tahlil qilindi. Ushbu misollar yordamida umumiy qoidalar va tavsiyalar ishlab chiqildi. **Qiyosiy tahlil:** Crowdfundingning xalqaro tajribasi va O'zbekistondagi mavjud holati qiyoslab o'rganildi. Ushbu jarayon mahalliy bozor sharoitlariga moslashtirish bo'yicha takliflarni ishlab chiqishga imkon berdi. Shu tahlillarni o'z ichiga oladi. Mazkur metodlar integratsiyalashgan holda qo'llanilib, crowdfunding kampaniyalarining muvaffaqiyat omillari va ularni mahalliy sharoitlarda tatbiq etish imkoniyatlarini aniqlashga qaratilgan natijalarga erishilmoqda.

- **Tahlil va natijalar:** Tadqiqot natijalari crowdfunding kampaniyalarining samaradorligini oshirish bo'yicha bir qator muhim jihatlarni ko'rsatdi:

1. Crowdfundingning muvaffaqiyat omillari:

Aniq va qiziqarli kontent: Loyiha taqdimoti qisqa, tushunarli va vizual ma'lumotlarga boy bo'lishi muvaffaqiyat ehtimolini oshiradi. Tahlil qilingan

kampaniyalarning 78% muvaffaqiyatli loyihalari kuchli vizual materiallar va qiziqarli mazmun bilan ajralib turgan.

Sadoqatli auditoriya yaratish: Kampaniyadan oldin loyiha haqida xabardorlikni oshirish va dastlabki qo'llab-quvvatlovchilarni topish muhim. Loyiha boshlanishida sadoqatli auditoriyaning ishtiroki mablag' yig'ish sur'atiga ijobiy ta'sir qiladi.

Mukofot tizimi: Mukofotli crowdfunding loyihalari muvaffaqiyat ko'rsatkichi yuqori ekanligi aniqlangan. Bunday kompaniyalar ishtirokchilarni faol ishtirok etishga undaydi.

Platformalararo farqlar: Kickstarter va Indiegogo kabi platformalar o'rtasida qator farqlar aniqlangan. Kickstarter qat'iy qoidalarga ega bo'lib, loyihalar faqat 100% maqsadga erishganda mablag' oladi, bu esa ishonchni oshiradi. Indiegogo esa qisman mablag' yig'ilishiga imkon beradi, bu kichik loyihalar uchun qulaydir.

Xalqaro va mahalliy amaliyotlar qiyosi: Xalqaro crowdfunding bozorlarida rivojlangan texnologiyalar va marketing strategiyalari keng qo'llaniladi. Mahalliy sharoitda esa loyihalar kam xabardorlik va cheklangan texnologik imkoniyatlar tufayli qiyinchiliklarga duch kelmoqda.

Crowdfundingning mahalliy iqtisodiyotga ta'siri: O'zbekistonda crowdfunding orqali kichik biznes va startaplar uchun moliyaviy manbalar yaratish imkoniyatlari borligi qayd etildi. Biroq, bu mexanizmni rivojlantirish uchun qo'llab-quvvatlash tizimi va qonunchilik bazasini takomillashtirish zarur.

Natijalar xulosasi: Crowdfunding muvaffaqiyati bir qator omillarga, jumladan, yaxshi tayyorlangan kontent, auditoriya bilan samarali aloqa va to'g'ri platforma tanlashga bog'liq. Mahalliy sharoitda ushbu tizimni samarali joriy etish uchun xalqaro tajribani o'rganish va innovatsion yondashuvlarni qo'llash zarur. O'zbekistonda crowdfundingni rivojlantirish kichik biznes va ijodiy g'oyalarga sezilarli turtki berishi mumkin.

Crowdfunding turli ehtiyojlarni qondirish uchun turli turlarga bo'linadi. Bu yerda biz kraudfandingning 4 asosiy turini ko'rib chiqamiz. Xayriyaga asoslangan, Mukofotga asoslangan, Kapitalga asoslangan, Qarzga asoslangan.

Xayriyaga asoslangan - Xayriyaga asoslangan kraudfanding asosan ijtimoiy gumanitar maqsadlarda pul mablag'larini jalb qilishga qaratilgan bo'ladi, huddi xayriya tashkilotlari kabi. Kompaniya o'z maqsadlari va qancha miqdorida pul mablag'i kerakligini tushuntiradilar, ko'p sonli insonlarni xabardor qilish uchun maxsus kraudfanding saytlarida e'lon qilinadi va kapital jalb qilinadi. Bu turdagi kraudfandingda investorlar moliyaviy daromad olmaydi, hissa qo'shuvchilar gumanitar loyihalar uchun pul xayriya qiladilar xolos.

Mukofotga asoslangan - Ushbu turdagi kraudfandingda investorlar bergan pullari evaziga kompaniya tomonidan ko'rsatiladigan xizmat yoki mahsulotlar bilan mukofatlanadilar. Buni xayriyaga asoslangan kraudfandingni kichik to'plami sifatida qarash mumkin, chunki bunda ham moliyaviy daromad yo'q. Mukofotga asoslangan kraudfanding odatda texnologik mahsulotlar yoki startaplar uchun ishlatiladi.

Kapitalga asoslangan - Mukofot va xayriya asosidagidan farqli o'laroq, investorlar aktsiyalarni olish orqali kompaniyaning bir qismiga aylanishdi. Ular aktsiyalarning ulushiga qarab foyda oladilar.

Qarzga asoslangan - Investor biznes egasiga kredit beradi va bir muncha vaqt o'tgach uni qaytarib olishni kutadi. Bu islom banki yondashuviga o'xshaydi. Kreditga asoslangan platformalar kreditorlarni qarz oluvchilar bilan bog'laydi. Ushbu tur odatda bank kabi funksiyalarni amalga oshiradigan biznes modellari bilan ishlaydi.

Indiegogo 2008-yilda tashkil etilgan jamoa tomonidan moliyalashtiriladigan (Crowdfunding) moliya veb-saytidir. Operatsiyalar asosan xayriya shaklida amalga oshiriladi.

2008 yilda Danae Ringelmann, Slava Rubin va Erik Shell tomonidan asos solingan. Bosh qarorgohi Kaliforniyaning San-Fransisko shahrida joylashgan. Saytga har oy butun dunyodan to'qqiz million kishi tashrif buyuradi.

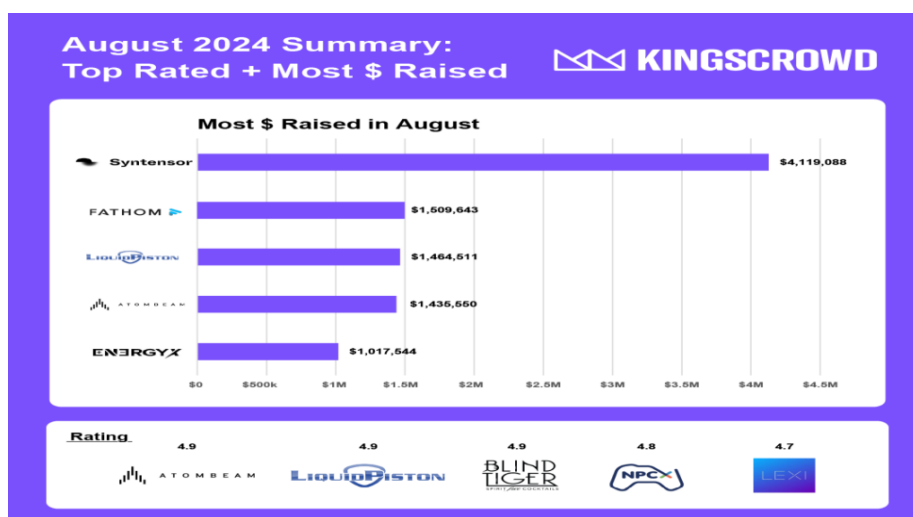
Kraudfandingning afzalliklari – Samaradorlik, bunda yuzma-yuz uchrashuvlar va boshqa oddiy usullar bilan mablag' yig'ish o'z maqsadiga erishish uchun kam imkoniyatga ega. Siz o'z mamlakatingiz yoki hatto dunyoning turli burchaklarida turli odamlar bilan qayta-qayta uchrashishingiz va ularga murojaat qilishingiz kerak. Bu ko'proq pul va vaqt sarflashni anglatadi. Xulosa shuki, siz ko'p pul, vaqt va energiyani tejaysiz. Kraudfanding tezroq va ishonchliroq! **Yaxshiroq fikr –mulohaza**, yani internetda biron bir g'oyani baham ko'rsangiz, son -sanoqsiz odamlar unga fikrlar bildiradi va izohlar yozadi . Shunday qilib, siz o'z kampaniyangizni rivojlantirish uchun fikr -mulohaza va yaxshiroq g'oyalar olasiz . Siz tinglovchilaringiz (bo'lajak mijozlaringiz) nimani xohlashlarini va ular buni qanday xohlashlarini bilib olasiz. **Bozor qobiliyatini sinab ko'rish** deganda Kraudfandingning eng katta afzalliklaridan biri bu g'oyaning bozorga yaroqliligini sinab ko'rish imkoniyati mavjud.

Crowdfundingning kamchiliklari - Crowdfundingning ko'plab afzalliklari bo'lishiga qaramasdan, u bilan bog'liq bir qator kamchiliklar ham mavjud:

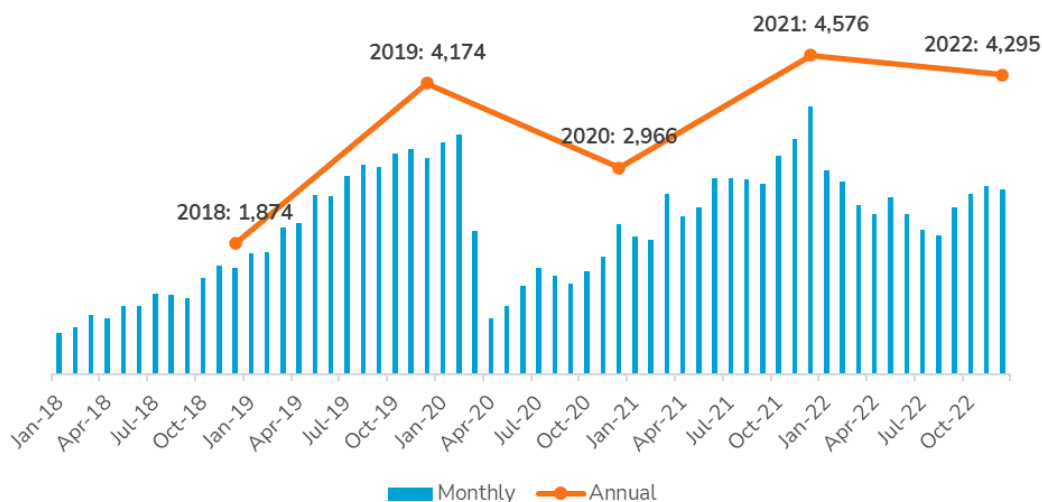
1. **Moliyaviy maqsadga erishmaslik xavfi:** Loyihalar ko'pincha belgilangan mablag' miqdorini yig'ishda qiyinchiliklarga duch keladi. Platformalar, masalan, Kickstarter, mablag' to'liq yig'ilmagan taqdirda, uni loyiha egasiga bermaydi, bu esa vaqt va resurslarni yo'qotishga olib keladi.

2. **Raqobatning yuqori darajasi:** Crowdfunding platformalarida juda ko'p loyihalar joylashtiriladi, bu esa loyihalarning ko'zga tashlanishi va moliyaviy qo'llab-quvvatlanish ehtimolini kamaytiradi.
3. **Ishonchlilik muammosi:** Ba'zi holatlarda loyiha egalarining va'da qilingan mahsulot yoki xizmatni taqdim etmaslik holatlari kuzatiladi. Bu esa investorlar orasida crowdfundingga bo'lgan ishonchni susaytiradi.
4. **Katta hajmdagi tayyorgarlik talabi:** Crowdfunding kampaniyasi muvaffaqiyati uchun sifatli taqdimot materiallari (videolar, suratlar, kontent) tayyorlash, marketing va reklama strategiyalarini ishlab chiqish talab etiladi. Bular esa vaqt va moliyaviy xarajatlarni oshiradi.
5. **Intellektual mulk xavfi:** Loyiha haqida ochiq ma'lumotlar berilishi g'oyaning o'g'irlanishi yoki nusxa olinishi xavfini oshiradi. Ayniqsa, yangi mahsulotlar va texnologiyalar uchun bu muhim muammo hisoblanadi.
6. **Platforma haqidagi cheklovlar:** Ko'pgina crowdfunding platformalari foydalanish uchun ma'lum bir komissiya to'lovini talab qiladi. Bu to'lovlar loyihaning umumiy daromadini kamaytirishi mumkin.
7. **Doimiy yangilanish zarurati:** Kompaniya davomida loyihani qo'llab-quvvatlayotgan auditoriyani jalb qilish va qiziqtirish uchun doimiy ravishda yangi ma'lumotlar va yangilanishlarni e'lon qilish zarur, bu esa qo'shimcha mehnat talab qiladi.
8. **Mablag'ni noto'g'ri boshqarish xavfi:** Ba'zida loyiha egalarining moliyaviy boshqaruv tajribasi yetishmasligi yig'ilgan mablag'dan samarali foydalanilmasligiga olib kelishi mumkin.

Crowdfunding mexanizmini muvaffaqiyatli qo'llash uchun ushbu kamchiliklarni oldindan hisobga olib, ularni minimallashtirish bo'yicha choralar ko'rish lozim. Bu loyiha muvaffaqiyati uchun muhim omil hisoblanadi.

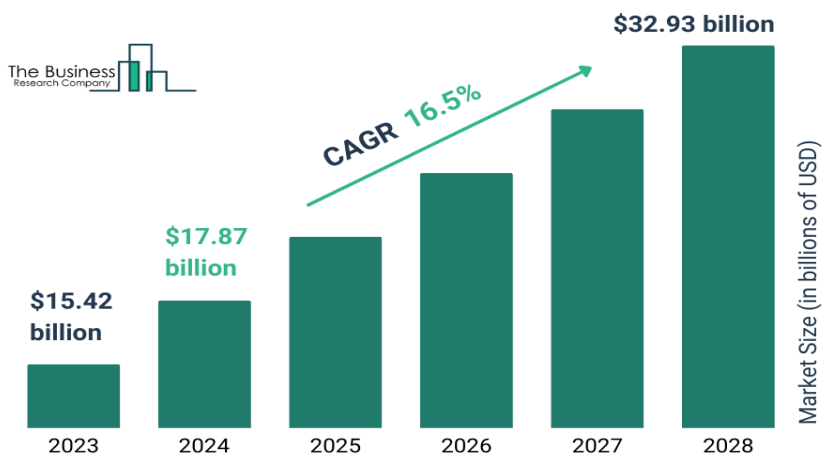


1-grafik. Crowdfundingning orqali 2024-yilda eng ko'p sarmoya kiritilgan Start-up loyihalari.



2-grafik. Crowdfundingning butun dunyo bo'yicha 2023-yildagi market ko'rsatkichlari

Crowdfunding Global Market Report 2024



3-grafik. Crowdfundingning butun dunyo bo'yicha 2024-yildagi market ko'rsatkichlari

Takliflar: Crowdfunding bo'yicha takliflaringizni ishlab chiqish uchun quyidagi yo'nalishlarni ko'rib chiqishingiz mumkin. Quyidagi takliflar turli maqsadlarga moslashgan umumiy yondashuvlarga asoslangan:

Loyiha yaratuvchilar uchun - Marketing strategiyasi yaratish yani Platformalarda ko'proq mablag' yig'ish uchun samarali videolar tayyorlash; turli ijtimoiy tarmoqlarda faol reklama olib borish.

Mukofot tizimi - Mablag' kiritganlar uchun eksklyuziv sovg'alar yoki dastlabki foydalanish imkoniyatini taklif qilish; "Erta qushlar" uchun maxsus chegirmalar joriy etish.

Investorlar uchun – Shaffoflik mablag'ning qanday ishlatilishi haqida muntazam hisobotlar taqdim etish; investitsiya qiluvchilar uchun loyiha rivojlanishiga oid video yoki bloglar e'lon qilish.

Imtiyozlar - Kelajakdagi daromaddan ulush olish imkoniyati; loyihaga aloqador eksklyuziv tadbirlarga taklif.

Platforma tashkilotchilari uchun - Maxsus xizmatlar yangi loyihalar uchun maslahat xizmatni joriy etish; eng muvaffaqiyatli loyihalarni tanlab, ularni ommaviy axborot vositalarida targ'ib qilish.

Hamkorlik - Turli bizneslar yoki notijorat tashkilotlar bilan hamkorlikda aksiyalar o'tkazish.

Soha rivoji uchun - Ma'rifiy dasturlar: Crowdfunding haqida seminarlar va treninglar tashkil etish; internetda bepul o'quv kurslari yaratish.

Mamlakat uchun moslashtirish - O'zbekiston uchun xalqaro tajribani o'rganib, milliy crowdfunding platformasi yaratish; mahalliy loyihalarni targ'ib qiluvchi maxsus grant dasturlarini qo'llab-quvvatlash.

Xulosa: Crowdfunding orqali mablag' jalb qilish, an'anaviy investor va banklardan kapital jalb qilishdan ko'ra ancha samaraliroq va tezroq. Risklilik darajasi har ikkala tomon uchun pastroq. Loyihaga kerak bo'ladigan pul mablag'idan ko'ra ko'proq pul jalb qilish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. <https://p2pmarketdata.com/articles/crowdfunding-statistics-worldwide/>
2. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/crowdfunding-global-market-report>
3. <https://kingscrowd.com/augusts-top-equity-crowdfunding-deals-ratings-and-capital-raised/>
4. Abduhakim Yuldashev pptdan 8-9-10-11-12-18-19-20-betlardan foydalandi
5. <https://www.forbes.com/>
6. <https://hbr.org/>
7. <https://www.kickstarter.com/>
8. <https://www.indiegogo.com/>
9. <https://www.gofundme.com/>

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

