

# elita<sup>uz</sup>

Elektron Ilmiy  
Jurnal

No.1 (2)  
**2024**

## 12.00.00 – ЮРИДИК ФАНЛАР

<i>Abdihakimov Farhod Zafar o'g'li</i> ELEKTRON TIJORATNING MOHIYATI, RIVOJLANISH TARIXI VA MUAMMOLAR .....	3-11
<i>Olimjonova Hulkar To'liqin qizi</i> SUG'URTA KOMPANIYALARINING MILLIY FOND BOZORIDAGI FAOL ISHTIROKINI RAG'BATLANTIRUVCHI HUQUQIY MEXANIZMLAR .....	12-20
<i>Salimov Islombek Bobir o'g'li</i> O'ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATDA INTERNET-REKLAMA FAOLIYATINI HUQUQIY TARTIBGA SOLISHDAGI MUAMMOLAR. ILMIY TAHLIL .....	21-27
<i>Xudoyorov Fayzullo Sayfulla o'g'li</i> MUSHARAKA VA MUDORABA: ISLOMIY MOLIYA VOSITALARI VA ULARNING O'ZBEKISTON QONUNCHILIGIDAGI ODDIY SHIRKAT SHARTNOMASIGA INTEGRATSIYASI .....	28-37
<i>G'ulomov Shohruh Islomjon o'g'li</i> METAVERSE PLATFORMALARINI HUQUQIY TARTIBGA SOLISHNING GLOBAL STANDARTI VA XALQARO HAMKORLIK .....	38-47
<i>Razzaqova E'zoza Yusup qizi</i> RAQOBAT HUQUQIDA USTUN MAVQE TUSHUNCHASI .....	48-56
<i>Allanazarova Xavajon Axmedovna</i> DAVLAT ISHTIROKIDAGI KORXONALAR TUSHUNCHASI VA ULARNING YURIDIK SHAXSLAR TIZIMIDA TUTGAN O'RNI .....	57-64
<i>Isoqov Ahmadali Komiljon o'g'li</i> FUQAROLIK VA IQTISODIY PROTSESSDA SHAFFOFLIK MUAMMOLARI .....	65-77
<i>Xazratov Mexriddin Faxriddin o'g'li</i> KRAUDFANDING ORQALI BIZNESNI MOLIYALASHTIRISH .....	78-82

## KRAUDFANDING ORQALI BIZNESNI MOLIYALASHTIRISH

Xazratov Mexriddin Faxriddin o'g'li | [h.mex@mail.ru](mailto:h.mex@mail.ru)

*Toshkent davlat yuridik universiteti magistranti*

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada kraudfanding orqali biznesni moliyalashtirish masalalari va muammolari tahlil qilinadi. Biznes sohasida kraudfanding tushunchasi o'rni hamda uni moliyalashtirishning mazkur turi orqali vujudga keluvchi huquqiy muammolar bo'yicha muallifning fikr-mulohazalari bayon etiladi.

**Kalit so'zlar:** biznes, kraudfanding, stream, ijtimoiy tarmoqlar, "Sellaband".

---

## BUSINESS FINANCING THROUGH CROWDFUNDING

**Khazratov Mehriddin Fakhriddin o'gli**

*Master's degree student of Tashkent State University of Law*

**Abstract.** This article analyzes the issues and problems of business financing through crowdfunding. The role of the concept of crowdfunding in the field of business and the legal problems arising from this type of financing are presented.

**Keywords:** business, crowdfunding, stream, social networks, "Sellaband"

---

## ФИНАНСИРОВАНИЕ БИЗНЕСА ЧЕРЕЗ КРАУДФАНДИНГ

Хазратов Мехриддин Фахриддин угли

*Магистрант Ташкентского государственного юридического университета*

**Аннотация.** В данной статье анализируются вопросы и проблемы финансирования бизнеса посредством краудфандинга. Представлена роль концепции краудфандинга в сфере бизнеса и правовые проблемы, возникающие при этом виде финансирования.

**Ключевые слова:** бизнес, краудфандинг, стрим, социальные сети, «Селлабэнд».

---

Kraudfanding asosan san'at va ijodiyotga asoslangan sohalarda (masalan, yozilgan musiqa, kino, video o'yinlar) rivojlandi. EBay kabi boshqa onlayn bozorlarda bo'lgani kabi, kraudfanding ham tarixan bitta platforma tomonidan hukmronlik qilgan (ijodkorlar uchun platformaning qiymati moliyalashtiruvchilar soni ko'paygani sayin ortadi, moliyalashtiruvchilar uchun esa platformaning qiymati ijodkorlar va boshqa moliyalashtiruvchilar soni ortgani sayin ortadi). Dastlab, bu "Sellaband"ning rasmiy sayti bo'lib, bu faqat musiqaga bag'ishlangan platforma bo'lib, 2006-yilda Amsterdamda asos solingan, keyinchalik esa Kickstarter[1], 2009-yilda Nyu-Yorkda asos solingan kengroq ijodiy loyihalarga mo'ljallangan platforma bo'lgan. Hech bir platforma ijodkorlarga moliyalashtirish uchun ulush chiqarishga ruxsat bermaydi, garchi Sellaband dastlabki uch yil davomida moliyalashtiruvchilar bilan daromad ulashishni ta'minlagan. Shunga qaramay, ushbu platformalardagi moliyalashtirish faoliyati to'g'risida to'plangan ma'lumotlar ulush asosida moliyalashtirish bo'yicha kraudfandingda paydo bo'ladigan foydalanuvchi xulq-atvorining turli turlariga oid ma'lumotlarni taqdim etishi mumkin.

Kraudfanding bo'yicha dastlabki tadqiqotlar quyidagi asosiy xulosalarni ko'rsatadi:

Moliyalashtirish geografik cheklovlarga bog'liq emas. "Sellaband" platformasida investorlarga daromad ulashish taklif qilinganida, mablag'larining 86% dan ortig'i tadbirkordan 60 mildan uzoqroqda yashovchi shaxslardan kelgan

va yaratuvchilar bilan investorlar o'rtasidagi o'rtacha masofa taxminan 3,000 milni tashkil etgan[2].

Moliyalashtirish juda noqulay (qiyin jarayonli) ekanligi. Xuddi shu platformada, barcha faoliyat yurituvchilarning 61% i umuman pul yig'a olmagan bo'lsa-da, ulardan atigi 0.7% i 2006 dan 2009 yilgacha yig'ilgan mablag'larining 73% dan Ko'prog'ini tashkil etgan. Shunga o'xshash, "Kickstarter" da ham natijalar dastlab, hatto muvaffaqiyatli moliyalashtirilgan loyihalar namunasini shartlashtirgan holda ham: loyihalarning 1% (10%) i mablag'larning 36% (63%) ini tashkil etgan[3].

Yig'ilgan kapital ortishi bilan moliyalashtirish moyilligi oshishi. Yig'ilgan kapital ortishi bilan alohida moliyachilarning loyihaga sarmoya kiritish moyilligi tez oshadi. Sellaband platformasida, ma'lum bir haftada, moliyachilar o'z moliyalashtirish maqsadining 80% igacha yetgan yaratuvchilarga, faqatgina 20% ini yig'ganlariga nisbatan ikki marta ko'proq sarmoya kiritish ehtimoli ko'proq bo'lgan. Ushbu tezlashish, ayniqsa, moliyalashtirish kampaniyasining oxirida kuchli bo'lib, onlayn qarz berish platformalariga o'xshaydi[4] va bu moliya summasining oshishi xatti-harakatlari haqida xavotirlarni keltirib chiqaradi. Shu bilan birga, oxir-oqibat muvaffaqiyatli bo'lgan loyihalar jarayonning o'rtasida sekinlashishi mumkin, chunki yangi shaxslar tomonidan moliyalashtirish moyilligining pasayishi kuzatiladi, bu esa maqsad baribir erishiladi degan qarash tufayli sodir bo'ladi[5].

Oila, do'stlar, yaqinlar tomonidan moliyalashtirish jarayonning dastlabki bosqichlarida muhim rol o'ynaydi.

Moliyalashtirish mavjud aglomeratsiyani (ma'lum hududdagi toifa (guruh)) kuzatib boradi. Moliyalashtirish va joylashuvning aloqasizligiga qaramasdan, crowdfunding orqali olingan mablag'lar an'anaviy moliyalashtirish manbalariga qaraganda disproportsional tarzda xuddi shu hududlarga oqib keladi. Bu, ehtimol, inson kapitali, qo'shma aktivlar va keyingi moliyalashtirish uchun kapitalga kirish imkoniyatlarining joylashuvi bilan bog'liqdir.

Moliyachilar va moliyaviy resurslarni qabul qiluvchilar dastlab natijalarga haddan tashqari optimistik yondashadilar. Sellabandda, birinchi moliyalashtirilgan san'atkorlar sarmoyaga aniq daromad keltira olmaganidan so'ng, moliyachilar o'z kutishlarini pasaytirganlar. Shunga o'xshash, Kickstarter yaqinda bir qator yuqori profilli loyihalar kechikishlarga yoki dastlabki va'dalarini bajara olmaganligi sababli o'z yo'riqnomalarini sozlashga majbur

bo'ldi. Kickstarterdagi texnologiya va dizayn kategoriyalarida, taxminlarga ko'ra, mahsulotlarning 50% dan ortig'i kechikib yetkaziladi[6].

“Crowdfunding” kapitali an'anaviy moliyalashtirish manbalariga alternativ bo'lishi mumkin. “Crowdfunding” orqali olingan kapital uy kapitali kreditlari kabi alternativ manbalar o'rnini egallashi mumkin. Agar ma'lum bir geografik hududda uy narxlari ko'tarilsa va bu tadbirkorlarga uy kapitali kreditlaridan moliyalashtirish manbai sifatida foydalanishni osonlashtirsa, crowdfundingga murojaat qiladigan tadbirkorlar soni kamayadi.

O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida kraudfanding (ommaviy mablag' yig'ish) nisbatan yangi tushuncha bo'lib, bu sohada aniq va to'liq qonuniy asoslar hali to'liq ishlab chiqilmagan. Biroq, so'nggi yillarda O'zbekiston iqtisodiyotining turli sohalarida raqamli texnologiyalar va yangi moliyalashtirish usullarining joriy etilishi bilan birga kraudfanding ham muhokama qilinmoqda va rivojlanmoqda.

O'zbekiston hududida asosan ijtimoiy tarmoqlarda xususan, Tik-Tok, Instagram, You tube, Bigo Live ilovalarida blogerlik faoliyati bilan shug'ullanuvchilar o'zlarining faoliyatini ko'rsatish barobarida reklama hamda kraudfanding orqali o'zlarining faoliyatini moliyaviy mablag'lar bilan ta'minlamoqdalar. Bundan tashqari, DotaAllstars, Dota 2, Pubgmobile kabi video o'yinlarda stream[7] qilish orqali o'yinlar yoki o'zlarining hayotini onlayn ko'rsatib borish orqali o'zlarini moliyaviy ta'minlanishiga (donate) sabab bo'lmoqda. Balki, hozirda mazkur sohada faoliyat ko'rsatayotganlar kamdir, lekin tadqiqotlarimiz shuni ko'rsatadiki, raqamli dunyoning rivojlanishi bilan mazkur sohada ham katta moliyaviy birliklarning harakatga kelishiga sabab bo'ladi.

Shu bois mazkur sohani tartibga solish bo'yicha qonun mehanizmlarini ishlab chiqish orqali turli xildagi kiberjinoyatlar, terrorizm yoki boshqa jinoiy faoliyatlarni moliyalashtirishni oldini oladi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. <https://www.kickstarter.com/>
2. Agrawal, Catalini va Goldfarb, 2011  
[https://researchgate.net/publication/272543487 Some Simple Economics of Crowdfunding](https://researchgate.net/publication/272543487_Some_Simple_Economics_of_Crowdfunding)
3. Agrawal, Catalini va Goldfarb, 2013  
[https://www.researchgate.net/publication/272543487 Some Simple Economics of Crowdfunding](https://www.researchgate.net/publication/272543487_Some_Simple_Economics_of_Crowdfunding)
4. Zhang va Liu, 2012  
[https://www.researchgate.net/publication/235411380 Zhu Wang Zheng Liu Miao 2012](https://www.researchgate.net/publication/235411380_Zhu_Wang_Zheng_Liu_Miao_2012)
5. Kuppuswamy va Bayus, 2013  
[https://www.researchgate.net/publication/277026655 The Determinants of Crowdfunding Success Evidence from Technology Projects](https://www.researchgate.net/publication/277026655_The_Determinants_of_Crowdfunding_Success_Evidence_from_Technology_Projects)
6. Mollick, 2013  
[https://www.researchgate.net/publication/259133171 The Dynamics of Crowdfunding An Exploratory Study](https://www.researchgate.net/publication/259133171_The_Dynamics_of_Crowdfunding_An_Exploratory_Study)  
Live-Streaming Changes the (Video) Game Thomas P. B. Smith, Marianna Obrist, Peter Wright, 2013