

NEGA ODAMLAR XIZMATGA PUL TO'LAYDI?

Buxoro Davlat Texnika Universiteti

Iqtisodiyot yo'nalishi

Normurodov O'tkirjon Adizbek o'g'li

Annotatsiya. Ilmiy va biznes sohasida eng katta savollardan biri shu: nega odamlar xizmatlarga pul to'laydilar? Bu savol iqtisodiyat, psixologiya va marketingning kesishmasida joylashgan bo'lib, ko'plab tadqiqotlar va maqolalarda muhokama qilinadi. Odamlar xizmatlarga pul to'lash orqali nafaqat ehtiyojlarini qondiradilar, balki vaqt, qulaylik va sifatni sotib olishadi. Ushbu maqolada biz bu savolga batafsil javob beramiz, asosiy sabablarni ko'rib chiqamiz va ilmiy asoslangan misollar keltiramiz.

Kalit so'zlar: pul to'lash, kompaniyalar, iste'mol, Jahon Iqtisodiy Forum, Amazon,

xizmatlar, past narx

KIRISH. Iqtisodiy nazariyada odamlar xizmatlarga pul to'lashni tanlashadi, chunki bu ularga foyda keltiradi. Klassik iqtisodchi Adam Smitning "Millatlar boyligi" asarida ta'kidlanganidek, mehnat taqsimoti va ixtisoslashuv tufayli odamlar o'zlariga kerakli xizmatlarni boshqalardan sotib olishadi, bu esa umumiy samaradorlikni oshiradi. Zamonaviy tadqiqotlarda esa bu masalani iste'molchilar xulq-atvori nuqtai nazaridan o'rganishadi. Masalan, ko'plab kompaniyalar mijozlarning qulaylik va sifat uchun qo'shimcha pul to'lashga tayyorligini hisobga olib, biznes modellarini quradilar. Ushbu maqolada biz asosiy sabablarni batafsil ko'rib chiqamiz.

1. QULAYLIK VA VAQTNI TEJASH





Odamlarning xizmatlarga pul to'lashining eng keng tarqalgan sabablaridan biri-vaqt tejash. Zamonaviy hayotda odamlar band bo'lib, o'zlariga kerakli ishni o'zlari qilish o'miga, mutaxassislar yoki xizmatlarga murojaat qiladilar. Masalan, 2025 yilgi tadqiqotga ko'ra, iste'molchilarning 67% vaqt tejaydigan xizmatlarga (masalan, oziq-ovqat yetkazib berish yoki uy tozalash) pul to'laydi, hatto inflyatsiya va moliyaviy bosim bo'lsa ham. Bu ko'rsatkich yosh avlodlarda yuqori yoshlarning 85% bunday xizmatlardan foydalanadi, keksa avlodda esa 49,5%. Yuqori daromadli oilalar (yiliga 100 ming dollardan ortiq) esa 75,3% holatda bunday xizmatlarga murojaat qiladi. Boshqa tadqiqotda ham shunga o'xshash natijalar: kattalarning 3/4 qismi vaqt tejash uchun xizmatlarga pul to'lashga tayyor. Misol uchun, oziq-ovqat yetkazib berish xizmatlari 55% iste'molchilar tomonidan ishlatiladi, chunki bu ularga kunlik ishlarini tezroq hal qilishga yordam beradi.

2. YUQORI SIFAT VA MIJOZLARGA XIZMAT KO'RSATISH

Odamlar sifatli xizmat uchun qo'shimcha pul to'lashga tayyor. Forbes jurnalidagi tadqiqotga ko'ra, iste'molchilarning 58% yaxshi mijozlarga xizmat ko'rsatish uchun ko'proq pul to'lashga rozi, va bu ko'rsatkich yoshlarda yuqori (Millenniallarning 62%, Gen-Z ning 60%). Keks avlodda (Baby Boomers) bu ko'rsatkich 46%. Bundan tashqari, 70% odamlar qulay tajriba uchun qo'shimcha to'lovga tayyor. Bu sabab biznesda muhim: kompaniyalar yaxshi xizmat orqali mijozlarni jalb qiladi va narxni oshiradi. Masalan, Amazon kabi kompaniyalar eng past narxni taklif qilmasa ham, ishonchli yetkazib berish va mijozlar bilan muloqot tufayli mijozlar ularga ustunlik beradi.

3. IQTISOSLASHUV VA XAVFSIZLIK

Iqtisodiy nuqtai nazardan, odamlar xizmatlarga pul to'laydi, chunki ixtisoslashuv foyda keltiradi. Odamlar o'zlariga notanish sohalarda mutaxassislar yordamini sotib olishadi, bu esa xatolarni kamaytiradi va natijani yaxshilaydi, Masalan, bizneslar maslahat xizmatlariga pul to'laydi, chunki bu uzoq muddatda xarajatlarni tejaydi. Shuningdek, shaxsiy ma'lumotlar xavfsizligi va reklama yo'qligi sababli odamlar pullik kontentga murojaat qiladi. Jahon Iqtisodiy

Forumiga ko'ra, odamlar pulik obunalarga ishonch bildiradilar, chunki bu kontent sifatini kafolatlaydi va shaxsiy ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlaydi. Reklama yo'qligi bu sabablardan biri, chunki odamlar reklama bilan to'ldirilgan bepul kontentdan charchagan.

4.PSIXOLOGIK VA IJTIMOIIY SABABLAR

Odamlar pullik xizmatlarga murojaat qiladi, chunki bu qulay va tuzilgan. Uscreen tadqiqotiga ko'ra, odamlar bepul kontentni sotib olishadi, chunki izlash vaqti tejaladi (44% foydalanuvchilar shunday deb hisoblaydi) Iqtisodiy jihatdan foydali past narxda ko'p soatlik kontent olinadi. Taxminlami yo'q qiladi: to'liq yo'riqnoma beriladi.

Odatiy hol: onlayn dunyoda pullik obuna normal. Bepul kontentni qadrlamaydilar. pullik kontentga ko'proq e'tibor berniladi. Jamiyatni qo'llab-quvvatlash: o'xshash odamlar bilan muloqot. Reklama yo'qligi; tajriba silliq bo'ladi (8,5% amerikaliklar reklama yo'q xizmat uchun ko'proq to'laydi).Bu psixologik omillar odamlaming qarorlariga ta'sir qiladi.

5.IQTISODIY BOSIM VA MOSLASHUV

Iqtisodiy sharoitda xizmatlar narxi oshsa ham, odamlar to'laydi, chunki bu zarur. Masalan, xizmat haqlarining oshishi-bu xarajatlar oshishiga javob, va bu bizneslarga foyda marjasini saqlashga. yordam beradi. Shuningdek, to'lov tizimlari (masalan, obuna) mijozlarga moslashtirilgan xizmatlarni taklif qiladi.

XULOSA

Nega odamlar xizmatga pul to'laydi? Javob oddiy, chunki bu ularga vaqt, sifat, qulaylik va foyda keltiradi. Ilmiy va biznes tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, bu savol kompaniyalar uchunmuhim, chunki u mijozlarni jalb qilish strategiyasini shakllantiradi. Kelajakda texnologiyalar rivojlanishi bilan bu tendentsiya kuchayadi.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Shep Hyken. Mijozlarning 58% mijozlarga yaxshiroq xizmat ko'rsatish uchun ko'proq pul to'laydi." Forbes, 2022.
2. Iste'molchilarning 67% vaqtini tejaydigan xizmatlar uchun to'laydi."PYMNTS, 2025 yil.
3. Odamlar bepul olishlari mumkin bo'lgan kontent uchun pul to'lashining 7 sababi." Uscreen,2020.
4. "Odamlar kontent uchun pul to'lashining 3 ta sababi". Jahon iqtisodiy forumi, 2020.
5. Jadrian Vuten. "Xizmat to'lovlarining iqtisodiy istiqboli". Dushanba, iqtisodchi, 2024 yil.
6. "Nima uchun to'lovlar iqtisodda bir narsadir". Reddit, 2024 yil,
7. "Vaqtini tejash uchun har to'rtta katta yoshlilardan uchta xizmatlar uchun pul to'lashga tayyor". Marketing Charts, 2019.
8. "Odamlar nima uchun obuna uchun pul to'laydilar? xizmatlar". Quora, 2016.
9. "Bizneslar sizning xizmatlaringiz uchun to'lashni xohlashlarining 3 ta sababi". O'rta, 2022 y