

مدل ھای در کسب و کار خلاقانہ در نوآورانہ درآمدے



محمد زند خانہ شہری
دکتر حمید رضا یزدانی

مدل‌های درآمدی در کسب و کارهای هوشمند

مؤلف: محمد زند خانه شهری
دکتر حمید رضایزدانی

سرشناسه	: زند خانه شهری، محمد، ۱۳۶۳ -
عنوان و نام پدیدآور	: مدل‌های درآمدی در کسب و کارهای خلاقانه و نوآورانه / محمد زندخانه شهری، حمیدرضا یزدانی.
مشخصات نشر	: قم: نشر ماهر، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۹۸ ص. مصور (بخشی رنگی).
شابک	: ۷۹۰۰۰۰ ریال : ۹-۶۱-۵۹۹۵-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: خلاقیت در کسب و کار
موضوع	: Creative ability in business
موضوع	: نوآوری
موضوع	: Technological innovations
شناسه افزوده	: یزدانی، حمیدرضا، ۱۳۵۸ -
رده بندی کنگره	: HD۵۳/ز۸۶م۴ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	: ۶۵۰/۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۲۹۸۴۸۷



مدل‌های درآمدی

در کسب و کار خلاقانه و نوآورانه

محمد زند خانه شهری

دکتر حمیدرضا یزدانی

- ناشر: ماهر
- تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
- نوبت چاپ: اول
- تاریخ چاپ: ۱۳۹۶ هـ ش
- قیمت: ۷۹۰۰۰ تومان



9 786005 995619

ایران - قم - مجتمع ناشران

www.qps.ir

ISBN: 978-600-5995-61-9

+98-25-37744501



تقدیم به پدر و مادرم

تقدیم به اساتید بزرگوار و عزیزم
 درود بیکران به روح مطهر استاد عزیزم مرحوم دکتر حسنعلی نعمتی شمس آباد که از محضر
 تدریس ایشان، فیض برده ام. روحشان شاد و یادشان گرامی.
 با امتنان بیکران از مساعدت های بی شائبه ی دکتر سید محمد رضا ناصرزاده که در این سال ها
 از راهنمایی های ایشان نهایت بهره مند شده ام.
 از استاد فرزانه و دلسوز؛ جناب آقای دکتر حمید رضا یزدانی کمال تشکر و قدردانی را دارم.
 از استاد فاضل و اندیشمند دکتر ابوذر عرب سرخی که همواره بنده را مورد لطف و محبت خود
 قرار داده اند، کمال تشکر را دارم.
 از تمامی اساتید با کمالات و شایسته؛ که با سعه صدر، با حسن خلق و فروتنی، از هیچ کمکی
 در آموزش اینجانب دریغ ننمودند؛ سپاسگزارم. امیدوارم حق شاگردی ایشان را به خوبی ادا کرده
 باشم.

تقدیم به همسر مهربانم که در تمام طول تحقیق همراه و همگام بنده بوده است.
و تقدیم به دختر عزیزم.

فهرست مطالب

مقدمه	۱۲
جریان های درآمدی	۱۴
مدل های درآمدی	۱۴
مدل کسب و کار	۱۶
۱- مدل تولید	۱۶
۱-۱- مدل ساخت	۲۹
۲- مدل ساخت و ساز	۳۷
۳- محصولات ارزش افزوده	۳۸
۱-۳- ایجاد تشنگی در بازار	۳۹
۲-۳- ایجاد نیاز جدید	۴۰
۳-۳- تغییر نیاز یا تغییر ذائقه	۴۰
۴-۳- ایجاد اعتیاد در بازار	۴۰
۴- مبادله پایاپای	۴۰
۵- فروش کالا	۴۱
۱-۵- فروش با نرخ ثابت، فروش قیمت با مشتری و فروش با قیمت گذاری پویا	۴۹
۲-۵- فروش دارائی و اموال	۵۱
۳-۵- فروش دنباله دار	۵۲
۴-۵- فروش املاک و مستغلات مجازی	۵۳
۵-۵- فروش یا اجاره املاک و مستغلات مجازی	۵۴
۶-۵- فروش اعضاء و جوارح	۵۵
۷-۵- حراجی، مناقصه، مزایده	۵۵
۸-۵- نشانه گذاری	۵۷
۹-۵- بازرگانی عمده فروشی	۵۷
۱۰-۵- بازرگانی خرده فروشی	۵۸
۶- صرفه جویی در هزینه	۵۸
۱-۶- صرفه جویی در مقیاس یا اقتصاد مقیاس	۶۱
۷- سفارش پستی	۶۲
۸- اجاره	۶۵
۱-۸- روشن کردن موتور و اشتراک گذاری ماشین	۶۶
۲-۸- لیزینگ	۶۶
۳-۸- اجاره فضای فیزیکی	۶۷
۴-۸- اجاره فضای مجازی	۶۷

- ۸-۵- اجاره ابزار ۶۸
- ۸-۶- اجاره نرم افزار ۶۹
- ۸-۷- اجاره سخت افزار ۷۲
- ۸-۸- اجاره شبکه ارتباطی ۷۳
- ۹- تخفیف ۷۴
- ۹-۱- بخرو هدیه بده ۷۴
- ۹-۲- یکی بخرو یکی هدیه بده ۷۵
- ۹-۳- یکی بخردو تا ببر ۷۵
- ۹-۴- از این جیب به اون جیب ۷۶
- ۹-۵- خرید و یک کالای رایگان ۷۷
- ۹-۶- چند در صد رایگان ۷۸
- ۱۰- ارائه خدمات ۷۸
- ۱۰-۱- خدمات آموزشی ۷۹
- ۱۰-۲- خدمات پژوهشی ۸۰
- ۱۰-۳- خدمات فرهنگی ۸۱
- ۱۰-۴- خدمات ورزشی ۸۱
- خدمات چاپ و نشر ۸۱
- خدمات نگهداری افراد سالخورده ۸۱
- خدمات نگهداری کودکان ۸۱
- خدمات نگهداری افراد معلول ۸۱
- ۱۱- خدمات ارزش افزوده ۸۲
- ۱۲- همکاری، واگذاری و وابستگی ۸۹
- ۱۲-۱- حلقه همکاری و ارجاع ۹۱
- ۱۳- واسطه گری ۹۲
- ۱۴- پاداش یا کمیسیون ۹۳
- ۱۵- بازار الکترونیکی ۹۳
- ۱۶- فعالیت انفرادی ۹۵
- ۱۷- کارمزد ۹۷
- ۱۸- حق امتیاز، صدور مجوز یا لایسنس ۹۸
- ۱۹- سفارش تک کلیک ۱۰۰
- ۲۰- پرداخت به ازای کلیک ۱۰۱
- ۲۱- پرداخت به ازای نمایش ۱۰۳
- ۲۲- فروش های مبتنی بر درآمد صفر یا رایگان ۱۰۶

- ۲۳- نرم افزارهای اشتراکی ۱۰۶
- ۲۳-۱- طعمه و شکار ۱۰۷
- ۲۳-۲- رانسام یا رنسام (پرداخت به ازای بخش های غیر رایگان) ۱۰۸
- ۲۳-۳- فریمیوم ۱۰۹
- ۲۳-۴- محصول رایگان و پشتیبانی غیر رایگان ۱۱۰
- ۲۳-۵- بدون درآمد (درآمد صفر یا پوشش درآمد اصلی) ۱۱۰
- ۲۴- پوشش هدف (پوشش درآمد اصلی) ۱۱۲
- ۲۵- کمک های مردمی ۱۱۴
- ۲۶- خیریه ۱۱۶
- ۲۷- پشتیبانی و حمایت مالی ۱۲۱
- ۲۸- پرداخت به ازای دسترسی ۱۲۴
- ۲۹- پرداخت به ازای هر استفاده ۱۲۷
- ۳۰- پرداخت براساس میزان رضایت ۱۲۸
- ۳۱- پرداخت براساس میزان استفاده ۱۲۸
- ۳۲- پرداخت به ازای زمان استفاده خدمات یا محصولات ۱۲۹
- ۳۳- پرداخت به ازای عدم رعایت قوانین ۱۳۰
- ۳۴- پرداخت به ازای خرابی (جریمه خرابی) ۱۳۰
- ۳۵- پرداخت به ازای تاخیر (جریمه تاخیر) ۱۳۱
- ۳۶- پرداخت به ازای تقلب (جریمه عدم رعایت کپی رایت) ۱۳۱
- ۳۷- پرداخت به ازای هر ابزار ۱۳۱
- ۳۸- پرداخت به ازای کاربر ۱۳۲
- ۳۹- پرداخت به ازای تماس ۱۳۳
- ۴۰- پرداخت به ازای پاسخ ۱۳۴
- ۴۱- پرداخت به ازای شنیدن ۱۳۵
- ۴۲- پرداخت به ازای فروش محصول به مشتری ۱۳۵
- ۴۳- تبلیغات ۱۳۷
- ۴۳-۱- تبلیغات رتبه بندی حمایتی ۱۳۸
- ۴۴- پرداخت به ازای حذف تبلیغات ۱۳۹
- ۴۵- درآمدهای مبتنی بر داده ها، اطلاعات، داده های حجیم ۱۴۲
- ۴۵-۱- دوبار کلیک یا داده محوری ۱۴۳
- ۴۵-۲- داده فروشی ۱۴۵
- ۴۵-۳- فروش اطلاعات مشتری ۱۴۶
- ۴۶- ارسال پیام به مشتریان ۱۴۷
- ۴۷- پشتیبانی آنلاین ۱۴۸
- ۴۸- پاسخ آفلاین ۱۴۹

۴۹-	نظارت یا دیدبانی آنلاین	۱۵۰
۵۰-	کسب و کارهای جانبی	۱۵۳
۵۱-	تولید کنندگی و سازندگی	۱۵۳
۵۲-	طرفداران	۱۵۳
۵۳-	اجتماع	۱۵۴
۵۴-	عضویت	۱۵۶
۵۵-	اشتراک	۱۵۶
۵۶-	حساب کاربری	۱۵۸
۵۷-	رابطه	۱۵۹
۵۸-	رویدادها، مناطق، حوادث و منابع طبیعی	۱۵۹
۵۹-	مسابقه	۱۶۰
۶۰-	قرعه کشی	۱۶۰
۶۱-	کارآموزی و کارورزی	۱۶۱
۶۲-	نمره	۱۶۱
۶۳-	بیمه	۱۶۱
۶۴-	به اشتراک گذاری درآمد	۱۶۲
۶۵-	مالکیت اشتراکی	۱۶۲
۶۶-	درآمد قبل از هزینه	۱۶۳
۶۷-	مدل های درآمدی نرم افزاری	۱۶۴
۶۸-	مدل های درآمدی تحت وب	۱۶۴
۶۹-	تجارت الکترونیک	۱۶۵
۷۰-	تلفیقی	۱۶۵

مقدمه

کسب و کارهای بسیار زیادی در شعاع نزدیک دید ما هستند. برخی از آنها حدود نیم قرن تجربه و سابقه دارند؛ برخی جوان تر و برخی پیرتر. هرروز کسب و کارهای فراوانی متولد می شوند. و کار شرکت های زیادی هم در بدو تولد به انحلال منتج می شود. این که چه چیزی کسب و کارها را زنده نگه می دارد یک راز است که مدیران کسب و کار به آن آگاهی دارند. موفقیت ها و شکست های چند کسب و کار در شرایط یکسان نشانه وجود اسراری است که دانستن آن ها کسب و کارها را استوار و پابرجا نگاه می دارد. یک نگاه عمیق در بازارهای داخلی و خارجی به سادگی ذهن را به نحوه درآمد زایی کسب و کارها جلب می کند. در این کتاب مدل های درآمدی کسب و کارها مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است.

درواقع هدف این کتاب معرفی مدل های درآمدی است؛ امید است مطالعه مثال های واقعی و داخلی، بررسی ها و طبقه بندی های انجام شده، آگاهی و انتخاب مدل های درآمدی برای استارت آپ ها و استفاده از چند مدل درآمدی برای کسب و کارها را به ارمغان آورد.

لازم به ذکر است تشابه زیادی بین انواع مدل های درآمدی وجود دارد و هدف این کتاب از بیان و طبقه بندی مدل های درآمدی ایجاد جرقه هایی برای خلق مدل های درآمدی در ذهن خواننده است. از آنجا که مدل های درآمدی موفق در یک کسب و کار خاص در یک منطقه جغرافیایی با شرایط خاص ممکن است برای کسب و کاری دیگر نسخه مناسبی نباشد لذا پیشنهاد می شود قبل از انتخاب مدل درآمدی^۱ کسب و کار؛ ابتدا مطالعه ای جامع بر انواع مدل های درآمدی انجام شود. یقیناً آگاهی قبل از هرا انتخابی در انتخاب درست نتیجه مثبت خواهد داشت. همچنین لازم است مدل های تحلیل برنامه بازاریابی^۲، مدل های کسب و کار^۳، سرمایه های فکری^۴ و بوم مدل کسب و کارهای^۵ موفق نیز مورد مطالعه قرار گیرد.

-
1. Revenue Models
 2. Marketing Analysis Models
 3. Business Models
 4. Intellectual Capital
 5. Business Model Canvas

(۱) پیش تر، دانستنی های موجود، پیش زمینه تاریخی و وضعیت کنونی تحلیل برنامه بازاریابی برخی از کسب و کارها در کتاب راهکار تحلیل برنامه بازاریابی کسب و کار الکترونیک با استفاده از سرمایه های فکری و با بیان منابع بسیار غنی بین المللی بیان شده است.^۱ مطالعه جامعی در خصوص مدل های تحلیل و سرمایه های فکری که می تواند چندین سال تجربه، تحقیق و پژوهش را در اختیار صاحبان کسب و کار قرار دهد. در مطالعات حاضر از منابع معتبر کتاب مذکور و مثال های کاملاً بومی استفاده شده که آدرس منابع به صورت شفاف در محتوای کتاب ذکر شده است. با توجه این که کتاب مدل های درآمدی خلاصه ای از مطالعات انجام شده در راستای ارائه راه حل های سریع و عناصری برای خلق فرمول های اسرار آمیز درآمدی برای کسب و کارها و استارت آپ ها می باشد؛ لذا از پرداختن به جزئیات غیر ضروری پرهیز شده است. در عوض سعی شده مطالعات جامعی در خصوص مدل های درآمدی کسب و کارهای بین المللی انجام و نمونه های موفق داخلی به اختصار معرفی شود.

(۲) در صورتی که قصد درآمد زایی ندارید به هیچ عنوان این کتاب را مطالعه نفرمائید.

(۳) در صورتی که بدون نیاز به مدل درآمدی کسب و کار موفقی دارید نیازی به مطالب این کتاب نخواهید داشت.

(۴) در صورتی که زمان اضافی برای تجربه کردن، شکست خوردن و تست کردن انواع روش ها دارید به هیچ وجه این کتاب را مطالعه نفرمائید.

(۵) اگر مدل درآمدی کسب و کار یا استارت آپ شما رضایت بخش بوده و علاوه بر پوشش تمام هزینه ها سود کلانی برای شما به همراه دارد؛ لطفاً از خواندن این کتاب پرهیز نفرمائید.

(۶) مدل های درآمدی بیان شده بدون خلاقیت و پویایی هیچ ارزشی ندارند. بنا بر این اگر قصد کپی کردن مدل های درآمدی بیان شده بدون ترکیب، بدون تغییر، بدون نوآوری و بدون خلق مدل درآمدی جدید دارید؛ لطفاً از خواندن کتاب خودداری نفرمائید.

(۷) در صورتی که به کسب و کارهای ایرانی حساسیت دارید، اطمینان ندارید و هر نکته منفی دیگر از این قبیل؛ عاجزانه تقاضا می شود از این کتاب فاصله بگیرید.

1. <http://qps.ir/ProductDetail/7921/>

۸) وسعت مطالب در مورد هر یک از مدل های درآمدی مطرح شده در این کتاب می تواند در حد یک مقاله کامل و گاهی یک کتاب باشد. اما در این کتاب سعی شده با لیست کردن انواع مدل های درآمدی رایج رایج دنیا ایده هایی برای راه اندازی یک کسب و کار در ذهن مخاطب شکل بگیرد؛ در صورتی که به دنبال ایده جدیدی برای خلق یک مدل درآمدی یا کسب و کار جدید نیستید؛ لطفاً از خواندن این کتاب خودداری بفرمائید.

جریان های درآمدی^۱

به مقدار پولی که از یک منبع خاص وارد یک سازمان یا کسب و کاری شود جریان درآمدی گفته می شود.^۲ جریان های درآمدی با استفاده از فرایندها و اجزاء مدل های درآمدی تولید می شوند. شرکت ها و بنگاه های اقتصادی دائماً به دنبال روش های جدید برای تولید درآمد هستند. بنابراین هر روز مدل های جدید درآمدی پدید می آیند.^۳

مدل های درآمدی^۴

به طور کلی یک مدل درآمدی، یک چارچوب برای به دست آوردن درآمد است. مدل درآمدی مشخص می کند:

۱. کدام منبع درآمدی برای پیگیری مناسب است؟
۲. چه چیز ارزش پیشنهاد دادن دارد؟
۳. چگونه ارزش ها قیمت گذاری می شوند؟
۴. چه کسی برای ارزش ها پول پرداخت می کند؟^۵

1. Revenue streams

2. Collins. 2014. Definition of Revenue Stream [online]. Available from: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/revenue-stream?showCookiePolicy=true>

3. Sprenger, Michaela; Mettler, Tobias; Winter, Robert (2016). «A viability theory for digital businesses: Exploring the evolutionary changes of revenue mechanisms to support managerial decisions». Information Systems Frontiers. 19 (4): 899-922. doi:10.1007/s1079

4. Revenue Models

5. Afuah, A. 2004. Business Models: A Strategic Management Approach. New York: McGraw-Hill/Irwin, pp. 67-69

مدل درآمدی یک جزء کلیدی از مدل کسب و کار است.^۱ یک مدل درآمدی توضیح می دهد که یک کسب و کار چگونه درآمدها را از محصولات و خدمات خود به دست می آورد.^۲ لازم است هر کسب و کار علاوه بر خلق مزیت های رقابتی، به خلق مدل های درآمدی جدید، متمایز، تخصصی، خاص، ناشناخته، سود آور، نوآورانه و خلاقانه نیز بپردازد. در بسیاری از مدل های درآمدی جدید لازم است از تکنولوژی های جدید و فناوری اطلاعات استفاده شود. مشتریان برای حل مسائل و مشکلات خود پول پرداخت می کنند. مدل درآمدی یک جابجایی ارزش (پول و رفع نیاز) است. ممکن است درآمدها دوره ای^۳، عملیاتی^۴، پروژه ای^۵ و یا خدماتی^۶ باشند. در مدل های درآمدی باید دقت شود که مشتری و مصرف کننده نهایی با هم متفاوت هستند. مدل های درآمدی تمامی فعالیت های کسب و کار را تحت تاثیر قرار می دهند، نام تجاری، فروش، عملیات، امور مالی و... هر مدل محاسبه و معایبی دارد و ممکن است استفاده از یک مدل درآمدی برای یک کسب و کار بسیاری عالی و برای کسب و کاری دیگر بسیار مضر باشد.^۷

هر کسب و کاری از ابتدای حیات خود نیاز به درآمدزایی دارد. در واقع یکی از دلیل به وجود آمدن کسب و کارها درآمدزایی است. شرکت های کوچک و بزرگ برای کسب درآمدهای کم و زیاد نیاز به برنامه ریزی و آگاهی نسبت به مدل های مختلف درآمدی دارند. عدم آگاهی نسبت به روش کسب درآمد می تواند موجب کوچک ماندن، کوچک شدن و حتی شکست کسب و کار شود. بسیاری از برندهای مطرح دنیا دارای چندین مدل درآمدی هستند؛ که آگاهی از روش های درآمدزایی و مدل های درآمدی آنها نیازمند بررسی و مطالعه دارد. در ادامه برخی از انواع مدل های درآمدی به همراه موارد مطالعاتی داخلی و خارجی مورد بررسی قرار گرفته است. با داشتن یک مدل درآمدی واضح، یک کسب و کاری تواند روی یک بازار هدف تمرکز کند،

1. Wagner, E. 2013. 5 Business Model Components Every Entrepreneur Needs [online]. Available from: <https://www.forbes.com/sites/ericwagner/2013/05/23/5-key-business-model-components/>

2. Laniado, E. 2013. Revenue model types: the quick guide [online]. BMN! Available from: <http://www.bmnow.com/revenue-models-quick-guide/>

3. Recurring revenue

4. Transactional revenue

5. Project revenue

6. Service revenue

7. <http://www.bmnow.com/revenue-models-quick-guide/>

برنامه های توسعه ای برای محصولات و خدمات خود داشته باشد. برنامه بازاریابی خود را تدوین کند، در راستای ایجاد اعتباری و جذب سرمایه گام بردارد.^۱

مدل کسب و کار^۲

یک مدل کسب و کار چارچوب کل کسب و کار را نشان می دهد و به سرمایه گذاران و بانک داران و نیز کارآفرینان خود اجازه می دهد راه و روش های های سریع ارزیابی کسب و کار را استفاده کنند. اغلب مردم مدل درآمدی و مدل کسب و کار را با هم اشتباه می گیرند و یا ممکن است حتی هر دو را مترادف فرض کنند. حال آن که مدل های درآمدی بخشی از مدل های کسب و کار هستند. مدل های کسب و کار معمولاً شامل شش عنصر زیر هستند:^۳

۱. بدست آوردن مشتریان با ارزش
 ۲. پیشنهاد ارزش مهم و قابل توجه به مشتریان
 ۳. ارائه محصولات و خدمات
 ۴. جلب رضایت مشتری
 ۵. حفظ موقعیت بازار
 ۶. سرمایه گذاری
- مدل درآمدی جزئی کلیدی مدل کسب و کار است.^۴

۱- مدل تولید^۵

اصلی ترین مدل درآمدی تولید است. تولید نیازهای روزمره مردم که چرخ اصلی اقتصاد اصلی

1. Grant, E. 2010. Defining a Revenue Model for Your Business: A solid revenue model is the foundation for a sustainable business [online]. Available from: <http://www.business.com/business-planning/defining-a-revenue-model-for-your-business/>
2. Business model
3. Debelak, D. 2006. *Business Models Made Easy*, Irvine US: Entrepreneur Press, pp. 4–9
4. Laniado, E. 2013. Revenue model types: the quick guide [online]. BMN! Available from: <http://www.bmnnow.com/revenue-models-quick-gui>
5. Production model

هر ملتی را به حرکت درمی آورد. به جرات می توان گفت که اگر این مدل درآمدی کم رنگ شود هر کشوری با هر سرمایه ای دچار رکود و اوضاع بسیار بدی خواهد شد. تولید اولین صنعت بشر حتی صنعتی ماقبل تاریخ است که منتج به پیشرفت تمام صنایع و رشته های مهندسی است. تهیه کالا، محصولات، اجناس و خدمات با استفاده از منابع و امکانات موجود براساس نیازهای موجود. هر فعالیتی که بتواند عنصر یا عناصری از طبیعت را به مصرف انسان نزدیک کند. ایجاد فایده، ارزش، فرآوری یا ساخت ابزارها و وسائل مرتبط با خوراک، پوشاک، مسکن، آسایش و راحتی انسان ها همان تولید است. اصلی ترین راز موفقیت اقتصادی کشورها، دولت ها، سازمان ها، شرکت ها و افراد تولید است. اگر تولید از کشوری حذف شود نیازی به جنگ با آن کشور نیست. چرا که آن کشور بدون خون ریزی به مصرف کننده ای تبدیل شده که توان دفاع از خود را نخواهد داشت.



دولت ها باید بدانند که حمایت از تولید کننده بر هر گونه درآمد زایی بخصوص اخذ مالیات اولویت دارد. هر گاه دولتی با شرایط سخت مالیاتی محل تولید کشوری شد؛ آن کشور نیازی به دشمن نخواهد داشت. بی شک آن کشور یک کشور شکست خورده از نظر اقتصادی خواهد بود.



تولید کنندگان هزینه های ثابت و متغیر فراوانی دارند و البته فرصت های بسیار مطلوبی برای عرضه محصولاتشان. لذا برنامه ریزی دقیق و درست هزینه و فایده برای مدل درآمدی تولید بسیار حائز اهمیت خواهد بود. شناخت درست نیاز، تولید به موقع، محصول خلاقانه، بسته بندی، تبلیغات، انبار، توزیع و قیمت گذاری مناسب برای یک تولید کننده اهمیت فراوانی دارد.



باید توجه داشته باشیم همان قدر که تولید مهم است شناخت نیاز مردم و فروش تولیدات نیز اهمیت دارد. در واقع اگر کسی نتواند تولیدات خود را به فروش برساند در حقیقت چیزی تولید نکرده است.^۱ تولیدکنندگان خلاق بجز شناخت نیاز به تغییر نیازها نیز مشغول هستند. آن ها تلاش می کنند علاوه بر تامین نیازهای مردم برای به دست آوردن بازار رقبا نیازها و ذائقه ها را تغییر دهند. برخی از تولید کنندگان در صدد عادت دادن مردم به محصولات خود هستند. و برخی دیگر در پی کشف نیازهای جدید. محصولات جدید و خلاقانه در بسته بندی های خاص از کانال های توزیع مختلف در حال عرضه به بازار هستند.



۱. هوفمان، یورگین. نظریه ها و زندگی متفکرین بزرگ اقتصاد. ترجمه طهماسب محتشم دولتشاهی، اردیبهشت ۱۳۶۷.

مراکز علمی، پژوهشی، دانشگاه ها، مراکز فرهنگی، هنری، مذهبی، تبلیغی و حتی مراکز دینی و نظامی می توانند با مشارکت در تولید، پرورش ایده ها، ایجاد استانداردها و الگوها به تولید، فرهنگ، هنر، مصرف، علم و دانش، مذهب و دین مردم تاثیر مستقیم داشته باشند و علاوه بر آن هزینه های جاری خود را تامین نمایند. به ندرت در دانشگاه ها فعالیت اقتصادی و درآمد زایی صورت می گیرد. مراکز علمی و پژوهشی بیشتر مصرف کننده هستند تا تولید کننده. مراکز فرهنگی و هنری می توانند تولیدات خاص برای ارائه به دنیا داشته باشند.



در وضعیت های بد اقتصادی مسئول یک خانواده مجبور است برای گذران زندگی خود و خانواده اش به صورت دو شیفته یا دو شغله فعالیت داشته باشد. مراکز مسئول مباحث اقتصادی و فرهنگی جوامع نیز می بایست در شرایط بد اقتصادی و فرهنگی به صورت چند شیفت با اهداف و برنامه های مشخص به تولید محصولات مختلف با موضوعات مختلف بپردازند تا علاوه بر درآمد زایی و رفع مشکلات اقتصادی، تاثیرات مثبت فرهنگی را نیز به صورت بومی مدیریت نمایند. مراکز مذهبی، تبلیغی و دینی می توانند الگوهای خاص اقتصادی را از مباحث اصلی دین خارج کرده و در خوراک، پوشاک، مسکن، ازدواج، اشتغال و نهایتاً دین و مذهب و تفکر افراد تاثیرگذار باشند. و علاوه بر این هزینه های تحقیق، پژوهش، تبلیغ و آموزش، تهذیب و سایر هزینه ها را برای همیشه مدیریت نمایند. مدل درآمدی تولید یکی از مهم ترین مدل های درآمدی و اقتصادی است و باید به آن اهمیت ویژه ای داد. استفاده از ظرفیت دانشجویان، پژوهشگران، جوانان و حتی سربازان برای تولیدهای عمومی و خلاقانه می تواند چرخه اقتصاد یک ملت را رشد داده، دگرگون و پایدار سازد.



قبل از راه اندازی هر کسب و کاری با هر مدل درآمدی شبیه سازی ساده و مطالعه کسب و کار بسیار بسیار مهم خواهد بود. فرض کنید یک کارگاه تولیدی، یک دفتر فروش، یک کارمند، یک کارگر، یک مدیر و یک متخصص در اختیار دارید و شرایط ذیل برقرار است. مجموع هزینه های ثابت و متغیر و هزینه های غیر قابل پیش بینی به همراه میزان فروش ماهیانه و سود خالص می بایست برای یک سال با بدترین شرایط و اعداد تصادفی محاسبه و مقایسه شوند. هزینه هائی توانند به ریال، تومان، دلار و یورو باشند. فرض می کنیم چهار نوع محصول در کسب و کار مورد مطالعه تولید می شود.

هزینه های ثابت	هزینه ماهیانه	جمع هزینه
اجاره ماهیانه دفتر فروش	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰
اجاره ماهیانه کارگاه تولیدی	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰
حقوق ماهیانه کارمندان	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰
حقوق ماهیانه کارگران	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰
حقوق ماهیانه مدیران	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰
حقوق ماهیانه متخصصین	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه انبار	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه تجهیزات	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه تبلیغات	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه حمل و نقل	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه ارسال محصول	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه آب و برق و گاز	۲,۰۰۰,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه تلفن و اینترنت	۲,۰۰۰,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه پیامک و ایمیل	۵,۰۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه آموزش	۵,۰۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه پیش بینی نشده	۵,۰۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰
مالیات	۰	۰
جمع کل هزینه های ثابت	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰

محاسبه هزینه تولید، تامین مواد اولیه، قیمت تمام شده (با احتساب کلیه هزینه ها به نسبت ارزش محصول) و قیمت گذاری یکی از مهم ترین فعالیت ها در کسب و کار مورد نظر خواهد بود. برای استفاده از اعداد متغیر بای رحمانه ترین حالت می بایست ضرر غیر قابل پیش بینی فروش و هزینه های غیر قابل پیش بینی ثابت و متغیر می بایست محاسبه گردند.

توان	تعداد	شرح محدودیت ها بسته به کنترل هزینه های ثابت و متغیر
۱۶	۱	تعداد دفتر فروش
۶۵	۱	تعداد کارگاه تولیدی
۲۱	۱	تعداد کارمندان
۵۳	۱	تعداد کارگران
۹۹	۱	تعداد مدیران
۳۶	۱	تعداد متخصصین

حداقل تولید	حداکثر تولید	شرح نیاز بازار بسته به توان تولید و فروش
۴۹۵	۱,۰۹۰	میزان نیاز بازار برای محصول شماره یک
۸۴۶	۱,۰۹۰	میزان نیاز بازار برای محصول شماره دو
۱۲۱	۱,۰۹۰	میزان نیاز بازار برای محصول شماره سه
۲۰۹	۱,۰۹۰	میزان نیاز بازار برای محصول شماره چهار

تعداد -	شرح تعداد سفارش برای تولید بسته به توان کارمندان فروش
۸۶۵	سقف توان فروش محصول شماره یک
۸۷۸	سقف توان فروش محصول شماره دو
۶۱۴	سقف توان فروش محصول شماره دو
۶۱۴	سقف توان فروش محصول شماره سه

تعداد -	شرح
۴,۳۶۰	تعداد محصولات تولیدی مورد نیاز
۲,۹۷۱	تعداد کل محصولات فروخته شده
؟؟؟؟	توجه به محصولات ضایعاتی، مرجوعی، مصرفی، سرقتی و ... لازم است

هزینه واحد	هزینه مجموع	شرح
۲۵۰,۰۰۰	۲۱۶,۲۵۰,۰۰۰	هزینه تولید و تامین مواد اولیه محصول شماره یک
۳۵۰,۰۰۰	۳۰۷,۳۰۰,۰۰۰	هزینه تولید و تامین مواد اولیه محصول شماره دو
۴۵۰,۰۰۰	۲۷۶,۳۰۰,۰۰۰	هزینه تولید و تامین مواد اولیه محصول شماره سه
۵۵۰,۰۰۰	۳۳۷,۷۰۰,۰۰۰	هزینه تولید و تامین مواد اولیه محصول شماره چهار

شرح	هزینه واحد	هزینه مجموع
هزینه محصول انبار شده شماره یک	۲۵۰,۰۰۰	۲۱۶,۲۵۰,۰۰۰
هزینه محصول انبار شده شماره دو	۳۵۰,۰۰۰	۳۰۷,۳۰۰,۰۰۰
هزینه محصول انبار شده شماره سه	۴۵۰,۰۰۰	۲۷۶,۳۰۰,۰۰۰
هزینه محصول انبار شده شماره چهار	۵۵۰,۰۰۰	۳۳۷,۷۰۰,۰۰۰

شرح	درصد	قیمت
قیمت تمام شده محصول شماره یک	۲۵	۳۱۲,۵۰۰
قیمت تمام شده محصول شماره تعداد	۳۵	۴۷۲,۵۰۰
قیمت تمام شده محصول شماره تعداد	۴۵	۶۵۲,۵۰۰
قیمت تمام شده محصول شماره تعداد	۵۵	۸۵۲,۵۰۰

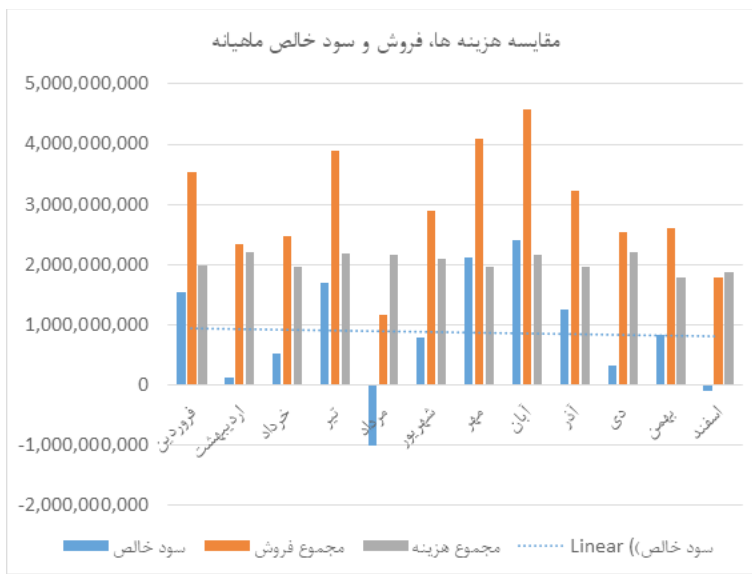
شرح	درصد سود	قیمت
قیمت فروش محصول شماره یک	۲۰	۳۷۵,۰۰۰
قیمت فروش محصول شماره دو	۲۰	۵۶۷,۰۰۰
قیمت فروش محصول شماره سه	۲۰	۷۸۳,۰۰۰
قیمت فروش محصول شماره چهار	۲۰	۱,۰۲۳,۰۰۰

ماه	هزینه های ثابت	هزینه های متغیر	هزینه های پیش بینی نشده
فروردین	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۳۲۹,۸۸۹,۵۰۰
اردیبهشت	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۲۸۴,۳۸۷,۵۰۰
خرداد	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۲۶۱,۶۳۶,۵۰۰
تیر	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۱۲۵,۱۳۰,۵۰۰
مرداد	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۶۸,۲۵۳,۰۰۰
شهریور	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۳۲۹,۸۸۹,۵۰۰
مهر	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۲۲,۷۵۱,۰۰۰
آبان	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۱۴۷,۸۸۱,۵۰۰
آذر	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۲۲۷,۵۱۰,۰۰۰
دی	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۱۱۳,۷۵۵,۰۰۰
بهمن	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۲۹۵,۷۶۳,۰۰۰
اسفند	۲۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۱۳۷,۵۵۰,۰۰۰	۱۵۹,۲۵۷,۰۰۰
	۳,۰۴۸,۰۰۰,۰۰۰	۱۳,۶۵۰,۶۰۰,۰۰۰	۲,۳۶۶,۱۰۴,۰۰۰

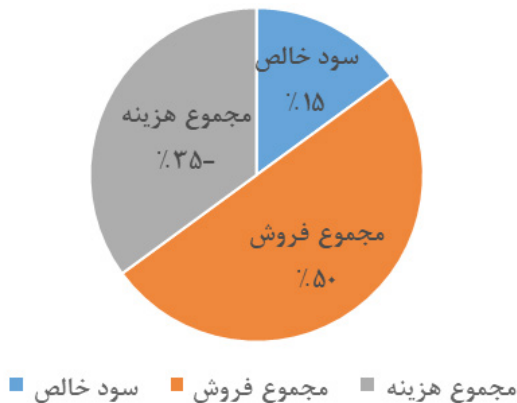
ماه	فروش پیش بینی شده	فروش پیش بینی نشده
فروردین	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۱,۲۷۴,۵۱۶,۱۰۰
اردیبهشت	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۶۵۶,۵۶۸,۹۰۰
خرداد	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۳۲۸,۲۸۴,۴۵۰
تیر	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۱,۰۶۲,۰۹۶,۷۵۰
مرداد	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۱,۳۹۰,۳۸۱,۲۰۰
شهریور	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۴۴۴,۱۴۹,۵۵۰-
مهر	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۱,۱۹۷,۲۷۲,۷۰۰
آبان	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۱,۴۰۹,۶۹۲,۰۵۰-
آذر	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۱,۰۴۲,۷۸۵,۹۰۰
دی	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۱,۳۷۱,۰۷۰,۳۵۰
بهمن	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۱,۸۹۲,۴۶۳,۳۰۰-
اسفند	۱,۹۳۱,۰۸۵,۰۰۰	۷۷۲,۴۳۴,۰۰۰
	۲۳,۱۷۳,۰۲۰,۰۰۰	۵,۳۴۹,۱۰۵,۴۵۰

ماه	سود خالص	مجموع فروش	مجموع هزینه
فروردین	۱,۴۸۴,۱۶۱,۶۰۰	۳,۲۰۵,۶۰۱,۱۰۰	۱,۷۲۱,۴۳۹,۵۰۰
اردیبهشت	۹۱۱,۷۱۶,۴۰۰	۲,۵۸۷,۶۵۳,۹۰۰	۱,۶۷۵,۹۳۷,۵۰۰
خرداد	۶۰۶,۱۸۲,۹۵۰	۲,۲۵۹,۳۶۹,۴۵۰	۱,۶۵۳,۱۸۶,۵۰۰
تیر	۱,۴۷۶,۵۰۱,۲۵۰	۲,۹۹۳,۱۸۱,۷۵۰	۱,۵۱۶,۶۸۰,۵۰۰
مرداد	۱,۸۶۱,۶۶۳,۲۰۰	۳,۳۲۱,۴۶۶,۲۰۰	۱,۴۵۹,۸۰۳,۰۰۰
شهریور	۲۳۴,۵۰۴,۰۵۰-	۱,۴۸۶,۹۳۵,۴۵۰	۱,۷۲۱,۴۳۹,۵۰۰
مهر	۱,۷۱۴,۰۵۶,۷۰۰	۳,۱۲۸,۳۵۷,۷۰۰	۱,۴۱۴,۳۰۱,۰۰۰
آبان	۱,۰۱۸,۰۳۸,۵۵۰-	۵۲۱,۳۹۲,۹۵۰	۱,۵۳۹,۴۳۱,۵۰۰
آذر	۱,۳۵۴,۸۱۰,۹۰۰	۲,۹۷۳,۸۷۰,۹۰۰	۱,۶۱۹,۰۶۰,۰۰۰
دی	۱,۷۹۶,۸۵۰,۳۵۰	۳,۳۰۲,۱۵۵,۳۵۰	۱,۵۰۵,۳۰۵,۰۰۰
بهمن	۱,۶۴۸,۶۹۱,۳۰۰-	۳۸,۶۲۱,۷۰۰	۱,۶۸۷,۳۱۳,۰۰۰
اسفند	۱,۱۵۲,۷۱۲,۰۰۰	۲,۷۰۳,۵۱۹,۰۰۰	۱,۵۵۰,۸۰۷,۰۰۰
	۹,۴۵۷,۴۲۱,۴۵۰	۲۸,۵۲۲,۱۲۵,۴۵۰	۱۹,۰۶۴,۷۰۴,۰۰۰

شاید لازم باشد بارها و بارها با اعداد تصادفی مختلف و تغییر برخی شاخص های هزینه و درآمدی میزان سود و زیان محاسبه و نمودارهای مختلف به طور کلی و میانگین مقایسه شوند. با هر تغییر لازم است استراتژی های لازم تغییر نماید. بدیهی است مدل درآمدی تولید به تنهایی کارساز نخواهد بود و در کنار خود به مدل های درآمدی ترکیبی دیگری نیازمند است. مهمترین مدل درآمدی که همزمان با مدل درآمدی تولیدمی بایست برنامه ریزی شود مدل درآمدی فروش خواهد بود که تنوع بسیار زیادی دارد. در ادامه به برخی از آن ها اشاره خواهد شد.



مقایسه هزینه ها، فروش و سود خالص سالیانه



همانطور که ملاحظه می شود تولید ممکن است در شرایط یکسان گاهی با سود قابل قبول و گاهی با ضرر و هزینه های بالا همراه باشد و همه این اعداد و ارقام و بسته به برنامه ریزی دقیق در مدل درآمدی و البته در هزینه است.

۱-۱- مدل ساخت^۱

ساختن یک محصول با استفاده از مواد اولیه، تجهیزات، ابزارها، ماشین آلات، پردازش های شیمیایی و بیولوژیکی، فرموله کردن و کوشش، تقلا، زحمت، رنج، تلاش، درد و کارگری را ساخت مدل درآمدی ساخت گویند.^۲ ممکن است ساخت به فعالیت های انسانی، صنایع دستی تا تکنولوژی های پیشرفته نیز گفته شود. اما بیشتر به تولیدات صنعتی مبوط می شود که مواد اولیه آن ها به کالاهایی در مقیاس وسیع تبدیل می شوند. این محصولات ممکن است به عنوان مواد اولیه به تولیدکنندگان دیگر که محصولات پیچیده تری را تولید می کنند فروخته شود. و ممکن است به خرده فروشان و سپس به کاربران اصلی و مصرف کنندگان نهایی فروخته شود. مهندسی ساخت و یا فرآیندهای ساخت گام هایی هستند که از طریق آن ها مواد اولیه به محصول نهایی تبدیل می شوند.



1. Manufacturing model

2. <https://en.wikipedia.org/wiki/Manufacturing>



توان	تعداد	شرح محدودیت ها بسته به کنترل هزینه های ثابت و متغیر
۵۸	۳۰	تعداد دفتر فروش
۷۳	۱	تعداد کارخانه
۴۴	۲۵	تعداد کارمندان
۴۲	۱۰۰	تعداد کارگران
۸۹	۱۰	تعداد مدیران
۵۹	۱۰۰	تعداد متخصصین

هزینه های ثابت	هزینه ماهیانه	جمع هزینه
هزینه های ماهیانه دفتر فروش	۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه های ماهیانه کارخانه	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
حقوق ماهیانه کارمندان	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۳۷۵,۰۰۰,۰۰۰
حقوق ماهیانه کارگران	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
حقوق ماهیانه مدیران	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰
حقوق ماهیانه متخصصین	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه انبار	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه تجهیزات	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه تبلیغات	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه حمل و نقل	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه ارسال محصول	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه آب و برق و گاز	۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه تلفن و اینترنت	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه پیامک و ایمیل	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه آموزش	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰
هزینه ماهیانه پیش بینی نشده	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰
مالیات	۰	۰
جمع کل هزینه های ثابت	۱,۵۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰

تعداد -	شرح تعداد سفارش برای ساخت و ساز بسته به توان کارمندان فروش
۴۲,۷۰۰	سقف توان فروش محصول شماره یک
۷۳,۱۱۹	سقف توان فروش محصول شماره دو
۴۶,۸۵۴	سقف توان فروش محصول شماره دو
۸۹,۶۱۹	سقف توان فروش محصول شماره سه

تعداد -	شرح
۴,۱۷۰,۹۰۰	تعداد محصولات مورد نیاز
۲۵۲,۲۹۰	تعداد کل محصولات فروخته شده
؟؟؟؟؟	توجه به محصولات انبار شده، ضایعاتی، مرجوعی، مصرفی، سرقتی و ... لازم است

هزینه واحد	هزینه مجموع	شرح
۲۵۰,۰۰۰	۱۰,۶۷۴,۹۲۵,۰۰۰	هزینه ساخت و تامین مواد اولیه محصول شماره یک
۳۵۰,۰۰۰	۲۵,۵۹۱,۴۷۵,۰۰۰	هزینه ساخت و تامین مواد اولیه محصول شماره دو
۴۵۰,۰۰۰	۲۱,۰۸۴,۰۷۵,۰۰۰	هزینه ساخت و تامین مواد اولیه محصول شماره سه
۵۵۰,۰۰۰	۴۹,۲۹۰,۲۳۰,۰۰۰	هزینه ساخت و تامین مواد اولیه محصول شماره چهار

درصد	قیمت	شرح
۲۵	۳۱۲,۵۰۰	قیمت تمام شده محصول شماره یک
۳۵	۴۷۲,۵۰۰	قیمت تمام شده محصول شماره تعداد
۴۵	۶۵۲,۵۰۰	قیمت تمام شده محصول شماره تعداد
۵۵	۸۵۲,۵۰۰	قیمت تمام شده محصول شماره تعداد

شرح	درصد سود	قیمت
قیمت فروش محصول شماره یک	۲۰	۳۷۵,۰۰۰
قیمت فروش محصول شماره دو	۲۰	۵۶۷,۰۰۰
قیمت فروش محصول شماره سه	۲۰	۷۸۳,۰۰۰
قیمت فروش محصول شماره چهار	۲۰	۱,۰۲۳,۰۰۰

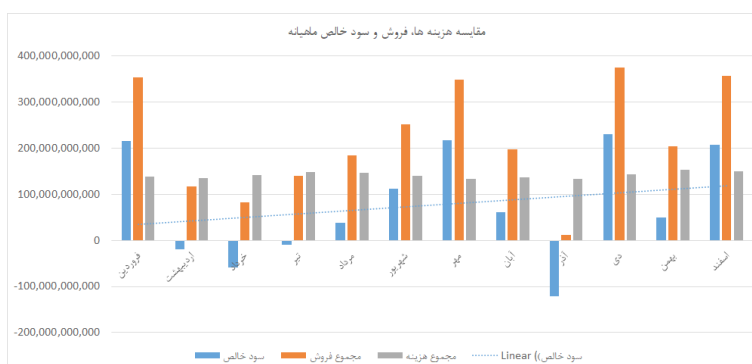
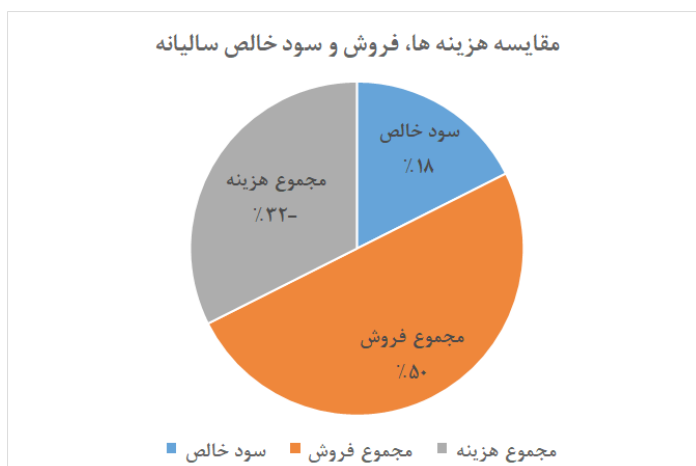
ماه	هزینه های ثابت	هزینه های متغیر	هزینه های پیش بینی نشده
فروردین	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۱۲,۷۹۶,۸۸۴,۶۰۰
اردیبهشت	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۱,۰۶۶,۴۰۷,۰۵۰
خرداد	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۱۳,۸۶۳,۲۹۱,۶۵۰
تیر	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۱۵,۹۹۶,۱۰۵,۷۵۰
مرداد	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۶,۳۹۸,۴۴۲,۳۰۰
شهریور	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۷,۴۴۴,۸۴۹,۳۵۰
مهر	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۲۵,۵۹۳,۷۶۹,۲۰۰
آبان	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۱۴,۹۲۹,۶۹۸,۷۰۰
آذر	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۲۶,۶۶۰,۱۷۶,۲۵۰
دی	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۱۱,۷۳۰,۴۷۷,۵۵۰
بهمن	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۲۵,۵۹۳,۷۶۹,۲۰۰
اسفند	۷,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۶۴۰,۷۰۵,۰۰۰	۲۵,۵۹۳,۷۶۹,۲۰۰
	۹۰,۲۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۲۷۹,۶۸۸,۴۶۰,۰۰۰	۱۸۷,۶۸۷,۶۴۰,۸۰۰

ماه	فروش پیش بینی شده	فروش پیش بینی نشده
فروردین	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۶۱,۳۲۶,۱۰۹,۴۴۹-
اردیبهشت	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۱۱۳,۳۶۰,۳۸۴,۱۳۳-
خرداد	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۲۴,۱۵۸,۷۷۰,۳۸۹
تیر	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۵۰,۱۷۵,۹۰۷,۷۳۱-
مرداد	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۹۶,۶۳۵,۰۸۱,۵۵۶
شهریور	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۱۴,۸۶۶,۹۳۵,۶۲۴-
مهر	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۹,۲۹۱,۸۳۴,۷۶۵
آبان	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰-
آذر	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۳۵,۳۰۸,۹۷۲,۱۰۷
دی	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۱۸۲,۱۱۹,۹۶۱,۳۹۴-
بهمن	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۲۲,۳۰۰,۴۰۳,۴۳۶
اسفند	۱۸۵,۸۳۶,۶۹۵,۳۰۰	۱۷۲,۸۲۸,۱۲۶,۶۲۹-
	۲,۲۳۰,۰۴۰,۳۴۳,۶۰۰	۵۹۲,۸۱۹,۰۵۸,۰۰۷-

ماه	سود خالص	مجموع فروش	مجموع هزینه
فروردین	۲,۴۴۷,۰۰۳,۷۴۹-	۱۲۴,۵۱۰,۵۸۵,۸۵۱	۱۲۶,۹۵۷,۵۸۹,۶۰۰
اردیبهشت	۴۲,۷۵۰,۸۰۰,۸۸۳-	۷۲,۴۷۶,۳۱۱,۱۶۷	۱۱۵,۲۲۷,۱۱۲,۰۵۰
خرداد	۸۱,۹۷۱,۴۶۹,۰۳۹	۲۰۹,۹۹۵,۴۶۵,۶۸۹	۱۲۸,۰۲۳,۹۹۶,۶۵۰
تیر	۵,۵۰۳,۹۷۶,۸۱۹	۱۳۵,۶۶۰,۷۸۷,۵۶۹	۱۳۰,۱۵۶,۸۱۰,۷۵۰
مرداد	۱۶۱,۹۱۲,۶۲۹,۵۵۶	۲۸۲,۴۷۱,۷۷۶,۸۵۶	۱۲۰,۵۵۹,۱۴۷,۳۰۰
شهریور	۴۹,۳۴۴,۲۰۵,۳۲۶	۱۷۰,۹۶۹,۷۵۹,۶۷۶	۱۲۱,۶۲۵,۵۵۴,۳۵۰
مهر	۵۵,۳۷۴,۰۵۵,۸۶۵	۱۹۵,۱۲۸,۵۳۰,۰۶۵	۱۳۹,۷۵۴,۴۷۴,۲۰۰
آبان	۱۲۹,۰۹۰,۴۰۳,۷۰۰-	۰	۱۲۹,۰۹۰,۴۰۳,۷۰۰
آذر	۸۰,۳۲۴,۷۸۶,۱۵۷	۲۲۱,۱۴۵,۶۶۷,۴۰۷	۱۴۰,۸۲۰,۸۸۱,۲۵۰
دی	۱۲۲,۱۷۴,۴۴۸,۶۴۴-	۳,۷۱۶,۷۳۳,۹۰۶	۱۲۵,۸۹۱,۱۸۲,۵۵۰
بهمن	۶۸,۳۸۲,۶۲۴,۵۳۶	۲۰۸,۱۳۷,۰۹۸,۷۳۶	۱۳۹,۷۵۴,۴۷۴,۲۰۰
اسفند	۱۲۶,۷۴۵,۹۰۵,۵۲۹-	۱۳,۰۰۸,۵۶۸,۶۷۱	۱۳۹,۷۵۴,۴۷۴,۲۰۰
	۷۹,۶۰۵,۱۸۴,۷۹۳	۱,۶۳۷,۲۲۱,۲۸۵,۵۹۳	۱,۵۵۷,۶۱۶,۱۰۰,۸۰۰

محاسبات با ملاحظات خاص در خصوص هزینه ها و درآمدها، تخصیص منابع و سرمایه های مالی و فکری می بایست دقیق و درست برنامه ریزی شود. شبیه سازی فرآیند ساخت و فروش می بایست بارها و بارها انجام و با اعداد تصادفی در بدترین شرایط صورت پذیرد. تا آنچه که پیش بینی می شود بدترین حالت اجرایی باشد و پس از اجرا نتیجه مطلوب تری حاصل شود و احتمال شکست را به کمترین حد ممکن برساند.

ماه	سود خالص	مجموع فروش	مجموع هزینه
فروردین	۲۱۶,۱۰۷,۳۴۹,۵۰۰	۳۵۳,۸۸۷,۰۴۱,۶۰۰	۱۳۷,۷۷۹,۶۹۲,۱۰۰-
اردیبهشت	۱۸,۷۷۰,۳۷۶,۶۲۰-	۱۱۶,۵۷۴,۵۵۴,۸۸۰	۱۳۵,۳۴۴,۹۳۱,۵۰۰-
خرداد	۵۹,۳۸۱,۶۷۴,۱۰۰-	۸۳,۲۶۷,۵۳۹,۲۰۰	۱۴۲,۶۴۹,۲۱۳,۳۰۰-
تیر	۹,۲۶۲,۹۸۶,۶۴۰-	۱۳۹,۴۷۳,۱۲۸,۱۶۰	۱۴۸,۷۳۶,۱۱۴,۸۰۰-
مرداد	۳۷,۷۵۱,۵۴۰,۲۲۰	۱۸۵,۲۷۰,۲۷۴,۷۲۰	۱۴۷,۵۱۸,۷۳۴,۵۰۰-
شهریور	۱۱۱,۶۶۹,۸۵۳,۳۸۰	۲۵۱,۸۸۴,۳۰۶,۰۸۰	۱۴۰,۲۱۴,۴۵۲,۷۰۰-
مهر	۲۱۶,۸۱۳,۴۹۳,۷۴۰	۳۴۹,۷۲۳,۶۶۴,۶۴۰	۱۳۲,۹۱۰,۱۷۰,۹۰۰-
آبان	۶۱,۱۹۸,۰۹۳,۸۰۰	۱۹۷,۷۶۰,۴۰۵,۶۰۰	۱۳۶,۵۶۲,۳۱۱,۸۰۰-
آذر	۱۲۱,۶۳۷,۴۲۰,۳۲۰-	۱۲,۴۹۰,۱۳۰,۸۸۰	۱۳۴,۱۲۷,۵۵۱,۲۰۰-
دی	۲۳۰,۸۳۷,۳۳۲,۸۰۰	۳۷۴,۷۰۳,۹۲۶,۴۰۰	۱۴۳,۸۶۶,۵۹۳,۶۰۰-
بهمن	۵۰,۳۹۹,۸۳۵,۰۴۰	۲۰۴,۰۰۵,۴۷۱,۰۴۰	۱۵۳,۶۰۵,۶۳۶,۰۰۰-
اسفند	۲۰۸,۰۹۶,۹۲۳,۴۶۰	۳۵۸,۰۵۰,۴۱۸,۵۶۰	۱۴۹,۹۵۳,۴۹۵,۱۰۰-
	۹۲۳,۸۲۱,۹۶۴,۲۶۰	۲,۶۲۷,۰۹۰,۸۶۱,۷۶۰	۱,۷۰۳,۲۶۸,۸۹۷,۵۰۰-



۲- مدل ساخت و ساز

این اصطلاح بیشتر در مورد فرآیندهای ساخت و ساز یک ساختمان به کار می رود. این مدل درآمدی با مدل تولید کاملاً متفاوت است. چرا که در مدل درآمدی تولید تعداد زیادی از محصولات به صورت انبوه و البته مشابه تولید می شود که معمولاً بدون خریدار تعیین شده است. و این در حالی است که ساخت و ساز معمولاً در محلی مشخص برای مشتری شناخته شده ساخته می شود. البته ممکن است به صورت ماهرانه و حرفه ای برای فروش در بازار املاک و مستغلات ساخت و سازهای انبوه نیز انجام شود.

1. Construction model



۳- محصولات ارزش افزوده^۱

هنگامی که مواد اولیه طی فرآیندهایی به ارزشی فراتر از قبل دست می یابند در واقع محصولات دارای ارزش افزوده شده اند. ارزش افزوده برابر است با فروش خالص منهای ارزش مواد اولیه و هزینه فرآیندها. در صورتی که کمی خلاقیت چاشنی ارزش افزوده شود محصولاتی خلق می شوند که ارزش آن ها گاهی چندین برابر ارزش اولیه است. آب و خاک و مقداری رنگ در ابتدا هزینه چندانی ندارند اما به محض این که توسط یک استاد کار به گلدانی زیبا تبدیل می شوند ارزشمندی شوند. فاصله مواد اولیه (آب و خاک و رنگ) تا گلدان ارزش افزوده ای است که با فرآیندهای هنرمندانه استاد به دست آمده است.



گاهی مقداری چوب، آهن، کاغذ، گل، رنگ، پلاستیک، و سایر مواد اولیه چنان خلاقانه مدیریت می شوند که تولیدات شرکت ها را به محصولاتی منحصر به فرد، خاص و البته گران قیمت می کنند. این دقیقاً خلاقیت است که ارزش افزوده را چندین برابری کند. تولید به خودی خود بسیار پراهمیت است اما به دست آوردن بازار سختی های خود را به همراه دارد. گاهی به جای به دست آوردن بازار باید دل مشتری را به دست آورد و گاهی باید با خلاقیت ها کاری کرد که هر مشتری آرزوی محصولات ما را داشته باشد. ارزش افزوده فرایندها و هزینه هایی به همراه دارد که مطمئناً سود خوبی هم خواهد داشت. اما خلاقیت و نوآوری در تولید محصولاتی که چشم نواز و فریبنده هستند می تواند یک کالا را چنان ارزشمند نماید که مشتری برای آن هر قیمتی را بپردازد. هرگاه ارزش افزوده کالاهای شرکتی به این سطح برسد؛ شکست برای آن شرکت معنایی نخواهد داشت.



۳-۱- ایجاد تشنگی در بازار

گاهی با ایجاد تشنگی در بازاری توان یک درآمد زایی بسیار خاص ایجاد کرد. در این مواقع محصولات تولید شده برای مدتی در بازار نایاب می شوند. این تشنگی در بازار ممکن است به

دلیل تعطیلی شرکت، مشکلات مالی و یا سیاست های قیمت گذاری باشد. این مدل درآمدزایی مورد پسند جامعه نیست اما واقعیتی است که بسیاری از شرکت ها در حال استفاده از آن هستند. مثال های این مدل درآمدی در کشور ما از پوشک بچه تا خودرو در همه صنایع رویت می شود.

۲-۳- ایجاد نیاز جدید

برخی از کسب و کارها هنر شناسایی و ایجاد نیاز جدید دارند. آن ها از طریق ایجاد یک نیاز جدید در جامعه رفع نیاز با محصول جدید خود درآمد زایی می کنند. ممکن است این نیاز جدید روحی یا جسمی باشد. آدامس، اسپینر، مونوپاد

۳-۳- تغییر نیاز یا تغییر ذائقه

برخی از کسب و کارها با تغییر ذائقه مردم اقدام به تغییر نوع نیاز آن ها کرده و محصولات بسیار متنوع و خاصی را به بازار عرضه می کنند. آن ها توانایی دارند تا نیازهای اجتماع را تغییر داده و هزینه های تولید محصولات سنتی را با استفاده از راه حل های جدید کاهش دهند. ممکن است این تغییرات در نیازهای پوشاک، مسکن، غذا، آموزش و هر چیز دیگری باشد.

۴-۳- ایجاد اعتیاد در بازار

گاهی برخی از محصولات ارائه شده در بازار با قیمت مناسب فقط تبلیغاتی هستند برای ایجاد یک عادت و استفاده مکرر یک محصول خاص است.

۴- مبادله پایاپای^۱

معامله ای (شاید منسوخ شده و در حال بازسازی مدرن) که در آن کالا یا خدمات به صورت مستقیم و بدون هیچ واسطه ای با کالا یا خدمات دیگر بدون استفاده از هیچ نوع وسیله، پول و اعتباری مبادله می شود. شاید در بحران های مالی و پولی کاربرد خوبی داشته باشد. شاید اعتماد به مجامع ملی و بین المللی تولید پول کار درستی نباشد. در تورم ها، جنگ ها، حوادث طبیعی بهترین روش معامله و داد و ستد، مبادله پایاپای می باشد. گاهی می توان باره اندازی یک پلتفرم

1. Barter

مشتریان را به ارائه خدمات و مبادله کالا با کالا به صورت پایاپای تشویق نمود. هیچ پولی از طریق پلتفرم رد و بدل نمی شود. این مدل درآمدی درواقع دریافت کمیسیون به ازای انجام هر معامله بین مشتریان است. معامله خودرو با خودرو، خانه با خانه، خانه با خودرو و از این قبیل مرسوم است اما ترویج آن در کالاهای و خدمات دیگر می تواند مدل درآمدی مناسبی برای یک کسب و کار بزرگ و جدید باشد.^۱ طبق آمار بین المللی IRTA، در اسپانیا این نوع بازارهای کالا به کالا وجود دارد. مردم اجناسی را که مورد نیازشان نیست؛ برای معاوضه و مبادله به بازار می آورند. این نوع بازارها بدون پول عمل می کنند. معاوضه در بین سه بخش برای افراد رضایت بخش نیز می باشد.^۲ حجم مبادلات انجام شده در سال ۲۰۰۸ بالغ بر ۱۰ میلیون دلار بوده است. آمارهای جدیدی حاکی از رشد مثبت یا منفی این مدل درآمدی وجود ندارد؛ اما آنچه که حائز اهمیت است معافیت مالیاتی بسیار ساده ای در این مدل درآمدی نهفته است.



۵- فروش کالا^۳

مدل درآمدی فروش کالا یکی از رایج ترین مدل های درآمدی است که از ابتدای پیدایش پول و حتی قبل از آن شناخته شده و مورد استفاده قرار گرفته است. امروزه فروش کالای فیزیکی بصورت آنلاین و آفلاین بسیار مرسوم بوده و کسب و کارهای بسیاری از این مدل درآمدی استفاده

1. cavemenworld.com

2. <https://wikipedia.org>

3. Sale of goods

می نمایند.

۱- فروش براساس نوع قیمت گذاری

۱. فروش مذاکره ای

۲. فروش در بستر انواع حراجی

۳. فروش با قیمت های لحظه ای و زمان دار

۴. فروش با سود خیلی کم یا سود خیلی زیاد

۵. فروش مبتنی بر تقاضا

۶. فروش براساس بخش بندی بازار

۷. فروش براساس قیمت گذاری پویا

۸. فروش براساس قیمت گذاری ثابت

۹. فروش براساس هزینه های انجام شده

۱۰. فروش براساس سفارش و نیاز مشتری

۱۱. فروش براساس عملکرد

۱۲. فروش براساس زمان استفاده

۱۳. فروش براساس زمان اجرا

۱۴. فروش براساس حجم مورد نیاز

۱۵. فروش براساس وزن مورد نیاز

۱۶. فروش براساس تعداد مورد نیاز

۱۷. فروش براساس سایز

۱۸. فروش براساس کارکرد

۱۹. فروش براساس کانال توزیع

۲- فروش براساس روش های درآمدی

۱. فروش مستقیم

i. میزبانی فروش

ii. بازاریابی شبکه ای

iii. تک سطحی

iv. چند سطحی

۲. فروش مویرگی

۳. فروش واسطه ای بدون انبار

۴. فروش مزایده ای

۵. فروش با انواع روش حراجی

۶. اجاره

۷. اجاره به شرط تملیک

۸. فروش ثبت نامی

۹. فروش لایسنس

۱۰. فروش اجباری (مدارس، دانشگاه ها، موسسات، سازمان ها و ...)

۱۱. تهاتر

۱۲. فروش یک دقیقه ای (استفاده از فروشندگان حرفه ای و خیره)

۱۳. فروش محلی و صنایع دستی

۱۴. فروش خانگی و غیر رسمی

۱۵. فروش حرفه ای (استفاده از هوش و زیرکی برای سماجت در خرید چیزی که مردم

نیاز ندارند)

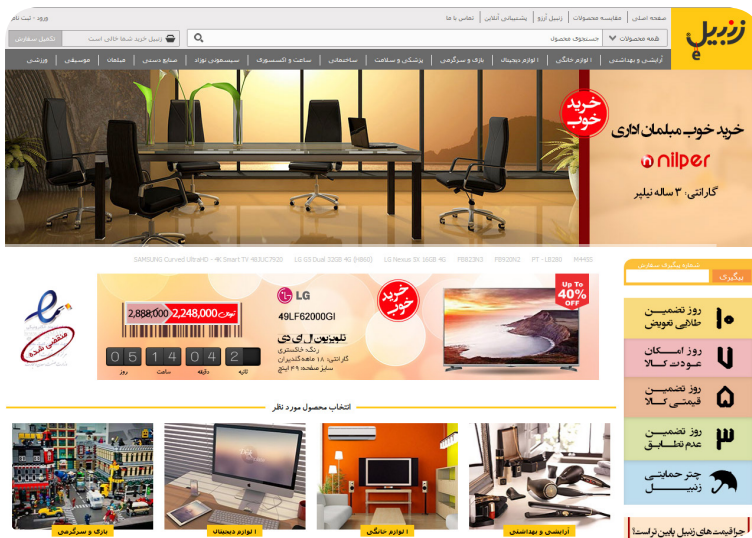
یکی از کسب و کارهای بسیار پر رونق ایرانی که به فروش کالاهای فیزیکی روی وب سایت^۱

خود می پردازد کسب و کاری به نام زنبیل است.



1. <http://www.zanbil.ir/>

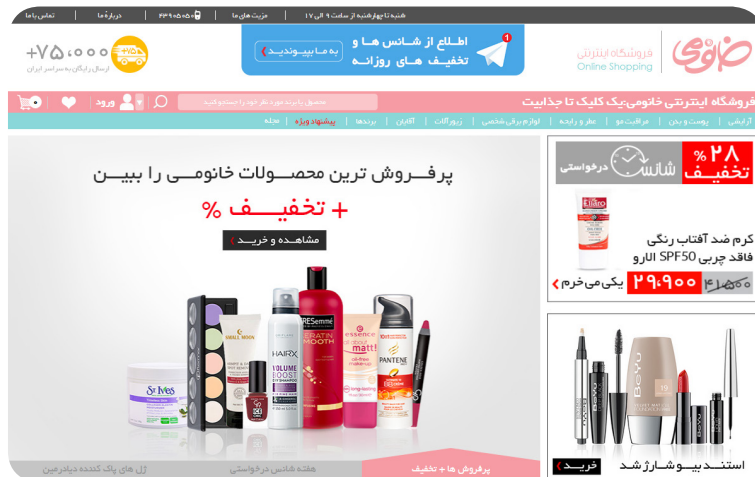
این کسب و کار به فروش کالاهای طبقه بندی شده آرایشی و بهداشتی، لوازم خانگی، لوازم دیجیتال، بازی و سرگرمی، پزشکی و سلامت، کالاهای ساختمانی، ساعت و اکسسوری، سیسمونی نوزاد، صنایع دستی، مبلمان، موسیقی و کالاهای ورزشی می پردازد. همانطور که مشاهده می شود. یکی از مدل های درآمدی زنبیل، مدل درآمدی فروش می باشد؛ که با تنوع مناسبی یک فروشگاه الکترونیکی را مدیریت کرده و به درآمدی رساند.



از جمله فروشگاه های الکترونیکی دیگری که چندین مدل درآمدی دارند و یکی از مدل های درآمدی آن ها فروش می باشد می توان به فروشگاه کتاب قاصدک^۱، فروشگاه چاره^۲، فروشگاه

1. <http://qps.ir/>
2. <http://www.chare.ir/>

اینترنتی بامیلو^۱، فروشگاه اینترنتی دیجیکالا^۲، فروشگاه رفاه^۳، فروشگاه مدیسه^۴، فروشگاه اینترنتی تک سبد^۵، فروشگاه^۶ ۵۰۴۰، فروشگاه اینترنتی خانومی^۷، فروشگاه کتاب آدینه بوک^۸، فروشگاه تخصصی برق و الکترونیک^۹، فروشگاه جوان الکترونیک^{۱۰}، فروشگاه ایران میکرو^{۱۱} و ده ها و صدها فروشگاه دیگری باشد. نکات قابل توجهی در بررسی این فروشگاه ها وجود دارد.

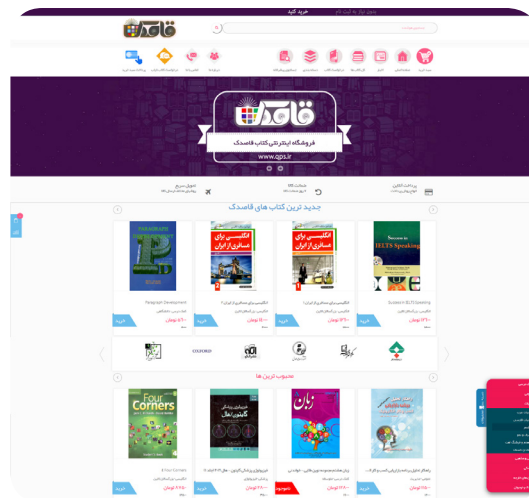


برخی از فروشگاه های فوق، فقط آنلاین یا کلیکی^{۱۲} هستند. مثل دیجیکالا، بامیلو، زنبیل، خانومی، تک سبد، ۵۰۴۰، آدینه بوک و ...

1. <http://www.bamilo.com/>
2. <http://www.digikala.com/>
3. <http://refah.ir/>
4. <http://www.modiseh.com/>
5. <https://taksabad.com/>
6. <http://www.5040.ir/>
7. <http://www.Khanoumi.com/>
8. <http://www.adinehbook.com/>
9. <http://eshop.eca.ir/>
10. <http://javanelec.com/>
11. <http://iran-micro.com/>
12. Pure click

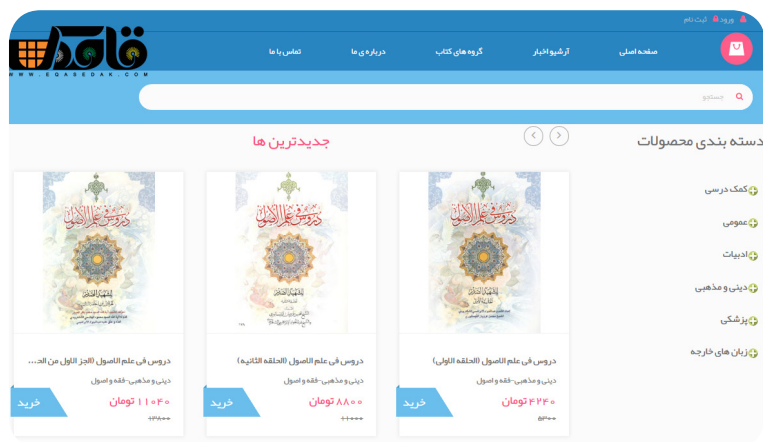
برخی دیگر با یک نام مشترک هم بصورت آنلاین و هم بصورت آفلاین^۱ و در فضای واقعی فعالیت دارند. مانند فروشگاه رفاه و همشهری، بانک ملت، ایران خودرو، سایپا و ... برخی دیگر در فضای الکترونیکی و اینترنتی نام و حتی کسب و کار متفاوتی را برای خود برگزیدند^۲. مثل تک ماکارون که در فضای مجازی کسب و کاری به نام نت برگ^۳ را حمایت می کند. البته نت برگ و کسب و کارهایی که در بالا معرفی شدند مدل های درآمدی مختلف و ترکیبی فراوانی دارند که در ادامه به آنها پرداخته خواهد شد.

نکته جالب دیگری که در بررسی این فروشگاه ها به چشم می خورد؛ تنوع یا تخصصی بودن فروشگاه هاست. برخی از فروشگاه ها محصولات تخصصی ارائه می دهند و برخی دیگر انواع کالاهای فیزیکی و مجازی را در خود جای داده اند. برای مثال فروشگاه ۵۰۴۰ کالاهای سلامت و پزشکی، مواد غذایی، کالاهای دیجیتال، زیورآلات و حتی محصولات فرهنگی و بازی ها و سرگرمی را شامل می شود. و در مقابل فروشگاه کتاب قاصدک و آدینه بوک توجه ویژه به کتاب دارند و بجز کتاب کالای دیگری عرضه نمی کنند. فروشگاه خانمی نیز توجه ویژه به کالاهایی دارد که مخصوص بانوان است. در واقع بخش بندی فروشگاه خانمی شامل بخش بندی جنسیتی مشتریان می باشد.



1. In-House
2. Spin-off
3. <http://netbarg.com/>

فروشگاه قاصدک یک فروشگاه الکترونیکی جوان است که با فروش تخصصی کتب عربی، انگلیسی و فارسی به سرعت در حال رشد در زمینه های مختلف می باشد. تنوع، طبقه بندی، جستجو، دسترس پذیری، سادگی، گستردگی، به روز بودن قیمت ها و موجودی، تخفیف بالا، ارسال سریع، تنوع روش های ارسال، مقایسه کتاب های همسان، تجمیع برندهای مطرح و هماهنگی با همه ناشران از مزیت های رقابتی این فروشگاه اینترنتی به شمار می آید.



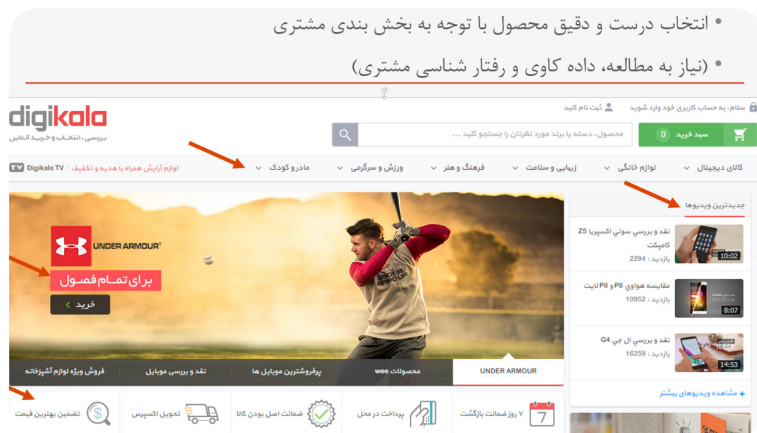
فروش پکیج های هماهنگ و با سلیقه خاص می تواند بسیار کاربردی و درآمد زا باشد. فروشگاه اینترنتی باسلام با ارائه محصولات اصیل ایرانی در مناسبت های خاص توجه مشتریان با سلیقه های مختلفی را به خود جلب و محصولات متنوعی را به آن ها ارائه می کند. مهم ترین مزیت رقابتی این فروشگاه ارائه محصولات ناب، اصیل و با کیفیت سنتی و ایرانی است.

نمایند.



کالاست.

[illegible]

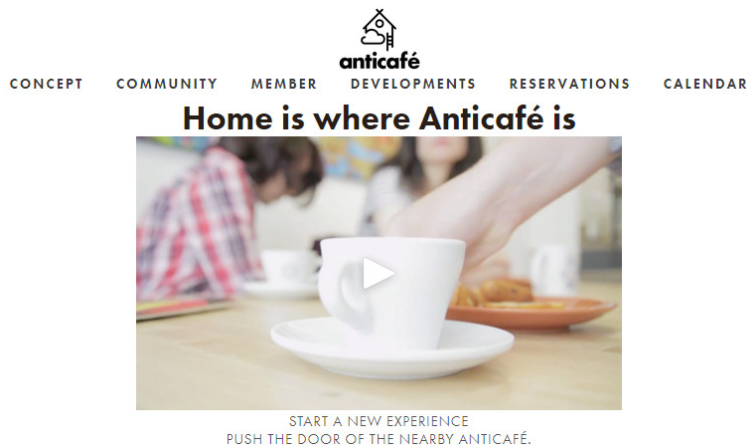


۵-۱- فروش با نرخ ثابت ۱، فروش قیمت با مشتری ۲ و فروش با قیمت گذاری پویا ۳ در مدل درآمدی فروش انواع قیمت گذاری ها می توانند نوع فروش را به یک مدل درآمدی خاص و خلاقانه تبدیل کنند. هرچند برخی از کسب و کارها ترجیح می دهند قیمت مقطوع یا نرخ ثابت را برای کالاهای خود اعلام کرده و خیال مشتری و خود را از فروش اجناس راحت نمایند. بسیاری از کسب و کارها با یک قیمت ثابت برای یک یا همه محصولات خود کسب درآمدی کنند. در این فروشگاه ها هیچ اقدامی برای چانه زنی توسط مشتری انجام نخواهد شد. و مشتری اطمینان کامل دارد که قیمت ها دقیقاً مبالغ ثابتی هستند و در قبال سلیقه و پسند وی تغییر نخواهند کرد. معمولاً این فروشگاه ها مشتریان بسیاری زیادی را دارند که همگی از نوع مشتریان قیمتی هستند.



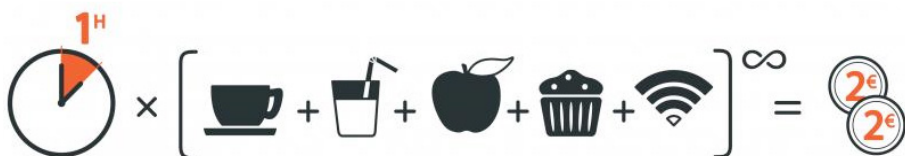
1. Flat Rate
2. Customer price
3. Dynamic pricing

کسب و کارهایی وجود دارند که بجای اعلام قیمت ثابت برای اجناس هزینه زمان حضور مشتری را دریافت کرده و اجازه می دهند مشتری از هر محصول و کالایی که دوست دارد استفاده کند.^۱ این مثال برای کافی شاپ ها، رستوران ها، هتل ها، موسسات گردشگری و بسیاری از کسب و کارها قابل استفاده است.



مفهوم آنتی کافه ابتدا در سال ۲۰۱۰ در مسکو توسط ایوان میتین نویسنده روسی مطرح و اجرا شد. و پس از استقبال کشورهای همسایه در سال ۲۰۱۳ در پاریس و لندن مورد استقبال قرار گرفت. تا اینکه در سال ۲۰۱۵ آنتی کافه در منچستر راه اندازی شد. کافه تیک تاک نیز از سال ۲۰۱۷ در هند با همین روش شروع به کار کرده است. در حال حاضر کسب و کارهای فراوانی در حال حرکت به این سمت و استفاده از مدل درآمدی به سبک آنتی کافه شده اند. امکان هزینه به صورت ساعتی مثلاً ۱۵ هزار تومان و استفاده از اینترنت، تلویزیون، وسائل باشگاهی، چای، قهوه، نوشیدنی، میوه، کیک، بازی های رایانه ای، وسائل بازی، فضای کاری، فضای مطالعه، فضای جلسه، فضای دورهمی، استخر، سونا، جکوزی و هر امکاناتی از این قبیل به صورت اختصاصی یا گروهی وجود دارد. بدیهی است قیمت ها برای گروه ها، اعضا دائم، ویژه، عادی، فعال و غیره متفاوت خواهد بود.

1. <https://www.anticafe.eu/>



برخی از کسب و کارها چنان اعتماد به نفسی در کیفیت و ارائه محصولات و کالاهای خود دارند که کالاهایشان را بدون قیمت گذاری رها کرده و قیمت منصفانه را به عهده مشتری می گذارند و برخی دیگر قیمت ها را طوری قابل انعطاف می کنند که مشتری بتواند قیمت پایه کالای انتخابی خود را انتخاب و براساس نیازهایش قیمت نهایی آن را تخمین بزند. برخی از کسب و کارها نیز در اولین فروش خود از مشتریان خود می خواهند که در قیمت گذاری کالایشان مشارکت کنند و حدس قیمتی خود را نسبت به محصول جدید بیان کنند. و برخی دیگر پس از فروش در مورد قیمت گذاری محصولاتشان از مشتری های فعلی نظر سنجی می کنند تا مشخص شود نسبت رضایتمندی مشتریان، ارزش کالا و مبلغ پرداختی چقدر است؟. برخی از کسب و کارها نیز برای فروش اجناس خود ابتدا یک قیمت پایه را مشخص می کنند و مانند حراجی ها بهترین پیشنهاد مشتری را برای فروش مد نظر قرار می دهند. برخی از کسب و کارها هم با توجه به هجوم مشتریان قیمت ها را افزایش و در صورت کاهش تعداد مشتریان قیمت ها را نیز کاهش می دهند.

۵-۲- فروش دارایی و اموال^۱

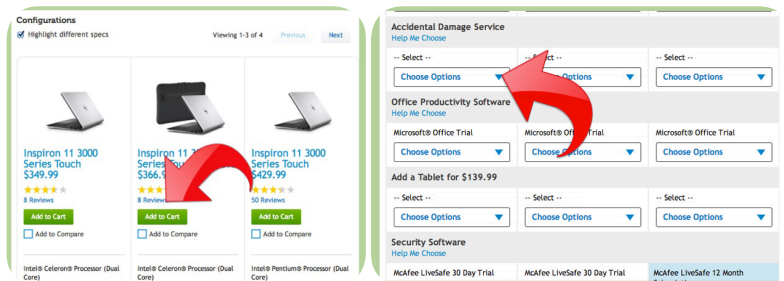
گاهی برای به روزرسانی تجهیزات و مهاجرت تکنولوژی از نسلی به نسل دیگر لازم است اموال و دارایی های سازمان، موسسه، شرکت، کارخانه و یا یک تولید کننده به صورت جزئی یا کلی تغییر کند. رایج ترین راه حل ها در این مواقع این است که اختیار کامل استفاده از این تجهیزات را به مشتریانی بدهیم که به آن نیاز دارند. در واقع با دریافت هزینه ای در قبال تجهیزات، دارایی ها و اموال هیچ ادعایی نسبت به آن برای ما باقی نخواهند ماند. ممکن است این اموال به صورت مزایده و یا یکی از انواع حراجی واگذار گردد.

۵-۳- فروش دنباله دار^۱

برخی از کسب و کارها به جای فروش انبوه محصولات، به فروش کم تعداد زیادی از کالاها برای مخاطبین خاص می پردازند. ممکن است حتی برای برخی از مشتریان خود کالاهای منحصر به فرد تولید کنند. البته این مدل درآمدی به اندازه مدل های سنتی هزینه های بالایی مانند انبارداری، تولید کم بازیر ساخت پرهزینه و قوی و هزینه هایی از این قبیل داشته باشد. اما خریدارانی که به محصولات خاص علاقمندی شوند مطمئناً هزینه های این تفاوت ها را نیز پرداخت خواهند کرد. البته در مدل های جدید تر درآمدی طوری رفتاری شود که با جذب تولید کنندگان و افراد بیشتر هزینه ها از چندین مدل درآمدی دیگر تامین می شوند. برای مثال ممکن است برخی از تولید کنندگان محصولاتی تولید کنند که مشتریان بسیار اندک و خاصی داشته باشند که هر چند سال یک بار به این محصولات نیاز دارند و حتی ممکن است یک مشتری برای یک بار در تمام طول عمر خود این نوع محصولات را خریداری نماید. ممکن است تعداد زیادی عروسک یا اسباب بازی به صورت دستی و سنتی تولید شوند که مطمئناً فروش بالایی نخواهند داشت. ممکن است صنایع دستی با تنوع بسیار زیاد تولید شوند که فروش آن ها به سادگی امکان پذیر نباشد. ممکن است کتاب های زیادی منتشر شوند که هیچ وقت به فروش نرسند. اما برخی از کسب و کارها با آگاهی از این که ایجاد یک بانک جامع از یک صنف خاص می تواند فواید بسیار زیادی داشته باشد؛ شروع به خرید این محصولات می کنند و از تولید کنندگان درخواست همکاری و بازاریابی محصولات خودشان را می نمایند. ممکن است به ازای هر فروش توسط خود تولیدکننده که محصولش قبلاً خریداری شده مبلغی پرداخت شود. این کسب و کارها معتقدند که تعداد زیادی تولید کننده می تواند به تعداد زیادی مشتری تبدیل شود. آن ها باور دارند که محصولات خاص و سفارشی سازی ها برای مشتریان خاص هزینه های خاص هم به ارمغان خواهد آورد. بانک اطلاعاتی تولید کنندگان، مشتریان و محصولات خاص نیز خود می تواند پیاده سازی چندین مدل درآمدی دیگر را فراهم سازد. قبلاً شرکت های نشر کتاب فقط کتاب هایی را چاپ می کردند که آینده فروش تعداد بالای آن ها روشن بود. اما در حال حاضر تمام کتاب ها توسط

1. E-tail

تمام نویسندگان به چاپ می رسند. هر قدر تعداد نویسندگان بیشتر باشد سود ناشران بیشتر خواهد بود. چرا که همین نویسندگان به بازاریابان و مشتریان شرکت های نشر کتاب تبدیل خواهند شد. در واقع ناشران از این طریق حفره های یک بازار بزرگ با سلیقه های خاص را به عنوان یک مرجع بزرگ به دست می آورند. بسیاری از تولید کنندگان تجهیزات رایانه ای، لپ تاپ^۱، بازی و اسباب بازی^۲، خوراکی^۳، هدایای تبلیغاتی، هدایای تولد، مجسمه، تندیس، اشیاء خاص برای افراد خاص، شرکت های طراحی گرافیکی، طراحی سایت و ... نیز به سفارشی سازی با مقیاس کم پرداخته اند. اساس این مدل درآمدی تولید خاص برای مشتریان با سلیقه های خاص و در برخی از کسب و کارها هم تبدیل تولید کننده به مشتری و بازاریاب می باشد.



۵-۴- فروش املاک و مستغلات مجازی^۴

خرید و فروش املاک و مستغلات فیزیکی می تواند یک سرمایه گذاری پرسود و بدون ریسک به حساب آید. از آن جا که معمولاً قیمت املاک مسکونی، تجاری و زمین ها معمولاً رو به رشد است؛ این مدل درآمدی در حال حاضر توجه بسیاری از افراد را به خود جلب کرده است. هر چند

1. <http://www.dell.com/en-us/work/shop>
2. <https://www.lego.com/en-us>
3. <https://www.freshpromotions.com.au/smarties-mms>
4. REAL ESTATE/SPACE ALLOCATION

در حال حاضر این مدل درآمدی با رکود مواجه است اما هنوز هم فعالیت افراد حرفه ای و با تجربه در این زمینه، درآمدهای بسیار بالایی را برای ایشان به همراه دارد.

۵-۵- فروش یا اجاره املاک و مستغلات مجازی^۱

با توجه به ضریب نفوذ اینترنت در سرتاسر دنیا و تفریح، سرگرمی، ارتباطات، آموزش، تجارت، حقوق، روابط شخصی و به نوعی در تمام زندگی روزمره مردم، بسیاری از املاک و مستغلات به صورت مجازی هستند. برخی امتیازات و ارزش ها نیز به صورت مجازی به دست می آیند. بسیاری از بنگاه های کسب و کار به صورت سنتی و بسیاری دیگر به صورت الکترونیکی فعالیت می کنند. حتی برخی از کسب و کارها به طور موازی در هر دو حوزه سنتی و نوین مشغول به فعالیت گردیدند.^۲ به همین دلیل نیازهای جدید، منابع جدید، محصولات جدید، خدمات جدید، نگرش های جدید، راه حل های جدید، کسب و کارهای جدید و به طور کلی مدل های درآمدی جدید در حال تغییر ارزش های کسب و کار و مباحث مرتبط با اقتصاد دیجیتالی خلق یا کشف شده اند. وب سایت هایی که رنکینگ و بازدید فراوانی دارند می توانند به صورت کلی به فروش برسند و یا برای مدت محدودی اجاره داده شوند. ارزش مجازی این وب سایت ها آنقدر قابل توجه و نتیجه بخش است که می توان یک صفحه از یک سایت رنک بالا با بازدید بالا را فروخت یا اجاره داد. حتی می توان یک ستون، یک ردیف یک فضای چند پیکسل در چند پیکسل را برای مدت محدود واگذار کرد. برخی از لایسنس ها و ارزش ها در فضای وب قابل فروش و اجاره هستند. برخی نمادها، گزارش ها، کدها، اسکریپت ها، ارزیابی ها، مانیتورینگ ها، اسناد، فیلم ها، کلیپ ها، تصاویر، گرافیک ها، قالب ها، استانداردها، گواهینامه ها، مقایسه ها، مطالعات، تحقیقات، پژوهش ها، نتایج، اعتبارات، پوشش ها، نام ها، اعداد، آی پی ها، ارزش های نرم افزاری، ارزش های سیستمی، محتویات، دسترسی ها، تعامل ها، ارتباطات، بازدیدها، رنکینگ ها، شخصی سازی ها، بومی سازی ها، فرصت ها، برندها، لوگوها، فرآیندها، مدل ها، چارچوب ها، رویدادها، الگوریتم ها، دستاوردها، راهکارها، فرمول ها، روش ها، انباشتگی ها، تجمیع ها،

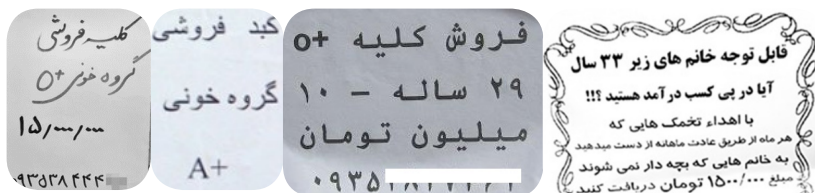
1. Virtual real estate

2. <https://fa.wikipedia.org/>

شهرت ها، قوانین، آئین نامه ها، دستورات، تکرارها، تراکنش ها، سرویس ها، اشتراک ها، عملیات، موقعیت های ممتاز، امتیازها، تازگی ها، جذابیت ها، پردازش ها، فضاها، اختراعات، کشفیات، خلاقیت ها، نوآوری ها، ایده ها، روال ها، آیکون ها، حمایت ها و خلاصه هر ارزش دیگری که در فضای وب قابل به دست آوردن و رهگیری است می تواند به فروش برسد و یا اجاره داده شود. از همین کلمات می تواند کسب و کارهای مستقلی خلق کرد که همگان از آن استفاده کنند. کافیت درست انتخاب کنیم، عمیق مطالعه کنیم، متخصص شویم، دقیق پیاده کنیم، خوب ادامه دهیم، برنامه ریزی مناسبی داشته باشیم و خوب پشتیبانی کنیم و البته خوب توانمندسازی کنیم. لازم است خوب تغییر دهیم و برای رشد، دگرگونی و تداوم این کسب و کارها برنامه ترفیع^۲ داشته باشیم.

۵-۶- فروش اعضاء و جوارح

یکی از مدل های درآمدی برای اقشار با سطح اقتصادی پایین که از همه جا نا امید شده اند فروش اعضاء و جوارح خود است. درواقع آن ها با فروش سلامتی خود به کسب درآمدی پردازند. شاید از نظر اجتماعی این نوع درآمد زایی بسیار ناخوشایند باشد اما واقعیتی است که پیرامون ما وجود دارد.



۵-۷- حراجی، مناقصه، مزایده^۳

در حراجی ها نیز مدل درآمدی فروش مبتنی بر قیمت گذاری استفاده می شود. در برخی حراجی ها یک خریدار و یک فروشنده برسر قیمت چانه زنی می کنند. در برخی دیگر یک فروشنده و تعداد زیادی خریدار بالقوه وجود دارند؛ فروش یک کالا با قیمت ثابتی آغاز می شود، مشتریان

1. RGT
2. Promotion
3. Auction, Tender offer

با توجه به جذابیت و ارزش آن کالا قیمت های پیشنهادی خود را اعلام می کنند و هر شخصی قیمت بالاتری را پیشنهاد داد برنده آن حراجی (مدل رو به جلو) یا مزایده است. برخی حراجی ها هم برای هر پیشنهاد مبلغ اندکی دریافت می کنند. در حال حاضر اموال بسیاری از سازمان ها به صورت مزایده ای به فروش می رسند. حتی گوگل هم از این مدل درآمدی غافل نیست. شاید یکی از درآمدهای اصلی گوگل مزایده در سرویس های تبلیغاتی خود مانند ادوردز باشد. اگر کار گوگل شبیه حراجی نیست اما مزایده در سرویس ادوردز بر هیچ کس پنهان نخواهد ماند. در برخی حراجی ها یک خریدار و تعداد زیادی فروشنده وجود دارد. در واقع در این حراجی ها هر فروشنده ای که قیمت کمتری بدهد برنده این حراجی (رو به عقب) یا مناقصه خواهد بود. بسیاری از حراجی ها نیز به صورت دو طرفه در یک بازارچه برگزار می شوند طوری که تعداد زیادی فروشنده و خریدار وجود دارند و قیمت اعلام شده یک محصول توسط فروشندگان مختلف ممکن است تفاوت ها و تغییرات قابل توجهی داشته باشد. باید توجه کنیم که حراجی ها فقط متعلق به بازارچه ها و فروش های سنتی ندارند و انواع حراجی ها به صورت مدرن و الکترونیکی در حال برگزاری هستند.

فروشگاه حراجی آنلاین ردکالا

صفحه اصلی | فروشگاه | حراجی های برگزار شده | RedOff | کاری شاپور | ارتباط با ما | سوالات متداول | قوانین و مقررات | رد کالا در رسانه ها

رد کالای	RedOff	کاری شاپور	ارتباط با ما	سوالات متداول	قوانین و مقررات	رد کالا در رسانه ها
شارژر همراه شارژی مدل H6 Power	کوسه جوبایل سامسونگ مدل Galaxy	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو
شارژر همراه شارژی مدل H6 Power	کوسه جوبایل سامسونگ مدل Galaxy	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو
شارژر همراه شارژی مدل H6 Power	کوسه جوبایل سامسونگ مدل Galaxy	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو
شارژر همراه شارژی مدل H6 Power	کوسه جوبایل سامسونگ مدل Galaxy	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو	مژگان تکیون موبایل مایکروسافت آندو

صفحه اصلی | مناقصات | مزایده | استعلام | اسناد مناقصه | اخبار | نمایشگاهها | معرفی خدمات | تعرفه عضویت | تبلیغات | درباره ما | ورود

مناقصات امروز	مناقصات به تفکیک استان	مناقصات به تفکیک استان
مناقصات امروز	مناقصات به تفکیک استان	مناقصات به تفکیک استان
مناقصات امروز	مناقصات به تفکیک استان	مناقصات به تفکیک استان
مناقصات امروز	مناقصات به تفکیک استان	مناقصات به تفکیک استان



The screenshot shows the Pars Namad Data website. The header includes the logo and navigation buttons. The main content area displays a list of products with columns for ID, Name, Status, and Price. The products are listed in a table format.

کد پارس نماد	وضعیت	تاریخ شروع	علاقه مندی خاصه آگهی
[1040092]	خرید اسناد	[1396/11/09]	1 فرایخن مزایده فروش 40 دستگاه خودروی قابل شماره گذاری
[1040089]	خرید اسناد	[1396/11/09]	2 مزایده امکان ورزشی
[1040079]	خرید اسناد	[1396/11/09]	3 استعلام وگداری محل داروخانه
[1040042]	خرید اسناد	[1396/11/09]	4 مزایده بهره برداری از تانکر
[1040034]	خرید اسناد	[1396/11/09]	5 مزایده بهره برداری از پارکینگ ها
[1040023]	خرید اسناد	[1396/11/08]	6 مزایده منزل کلنگی مساحت 723.70 متر
[1040022]	خرید اسناد	[1396/11/09]	7 فرایخن مزایده فروش 339 قلم انواع لوازم اداری و تجهیزات ...

۵-۸- نشانه گذاری^۱

در این مدل برخلاف مدل های دیگر درآمدی، ممکن است کسب و کارهایی که به صورت عمده فروشی یا خرده فروشی عمل می کنند، یک محصول یا خدمت را خریداری کند و پس از افزایش قیمت آن را به مشتریان خود ارائه کند. پس از فروش به مشتری نهایی فرایند خاتمه می یابد.^۲

۵-۹- بازرگانی^۳ عمده فروشی^۴

برخی از کسب و کارها با توزیع عمده کالاها و محموله های تجاری به خرده فروشان این مدل درآمدی را انتخاب کرده اند. ممکن است کالاها به کارخانه های صنعتی، شرکت های تجاری، سازمان ها، نهادها و یا کسب و کارها و کاربران حرفه ای عرضه شود. به طور کلی در بازرگانی عمده فروشی هیچ کالایی به مصرف کننده نهایی فروخته نمی شود.^۵ ممکن است این مدل درآمدی به صورت سنتی و یا مدرن اجرا شود.

1. Markup
2. [https://en.wikipedia.org/wiki/Markup_\(business\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Markup_(business))
3. Merchant
4. Wholesale
5. <https://en.wikipedia.org/wiki/Wholesale>

۵-۱۰- بازگانی خرده فروشی^۱

فروش محصولات و کالاهای مورد نیاز و مصرفی و یا ارائه خدمات از طریق چندین کانال توزیع برای کسب سود به مصرف کننده نهایی که توسط فروشگاه های سنتی و یا الکترونیکی انجام می شود. در این روش نیازهای شناسایی شده از طریق یک زنجیره تامین ارائه و تلاش ها برای افزایش تقاضا از طریق تبلیغات انجام می شود.^۲

بسیاری از کسب و کارهای سنتی و مدرن با خرید عمده برخی از کالاها، به صورت خرده فروشی همان کالا را با قیمت متفاوتی عرضه می کنند.

برخی از افراد با اجاره یک خط اینترنتی حجیم و فروش آن به همسایه ها و ساختمان ها و شرکت های همجوار کسب درآمدی کنند. برخی از دانشگاه ها، موسسات فرهنگی، آموزشی، پژوهشی و برخی از موسسات دولتی و خصوصی با دریافت امکانات اینترنتی سرعت بالا برای جبران هزینه ها برای ارائه این خدمات به افراد، دانشجویان، کارمندان و ساختمان های اطراف هزینه دریافت می کنند.

۶- صرفه جویی در هزینه^۳

حفاری یک چاه عمیق می تواند برای همیشه یک منبع درآمدی باشد. البته باید قبل از هر شروع برنامه ریزی و مطالعه کنیم و شاید قبل از هر شکست به این سوال پاسخ بگوئیم که چرا قبل از هر کاری فکر نمی کنیم؟. راه های زیادی برای صرفه جویی وجود دارند؛ برخی از راه ها آنقدر تاثیرگذار هستند که خود نوعی مدل درآمدی به شمار می آیند.^۴

(۱) بازنگری در خریدهای جدید گاهی می تواند به اندازه درآمد چندین ماه یک کسب و کار صرفه جویی داشته باشد.

(۲) گاهی تغییر دستگاه های قدیمی به مدرن در ابتدای کار ممکن است هزینه دار باشد و در مدت

1. Retail

2. <https://en.wikipedia.org/wiki/Retail>

3. Save money

4. <https://www.universitybusiness.com/article/101-smart-revenue-generators-and-money-saving-ideas>

- زمان کمی مشخص می شود که صرفه جویی بسیاری در مصرف یا تولید صورت گرفته است.
- (۳) حذف واسطه ها چه در خرید مواد اولیه، چه هنگام فروش محصولات تولید شده می تواند قیمت برای مصرف کننده را بسیار کاهش دهد.
- (۴) پیوستن به انجمن ها، دانشگاه ها، تعاونی ها، اتحادیه ها برای استفاده از تسهیلاتی که به اعضا تعلق می گیرد.
- (۵) تبدیل خدمات دستی و سخت افزاری به خدمات الکترونیکی و نرم افزاری
- (۶) حذف پرینت های کاغذی و استفاده از اتوماسیون های اداری و سیستم های مدیریت فرآیند.
- (۷) هزینه برای آموزش خودمان می تواند موجب جلوگیری از هدررفت هزینه های هنگفت در مواردی که تخصص و تجربه آن را نداریم داشته باشد.
- (۸) هزینه برای آموزش و مهارت کارکنان به جای هزینه تخریب و تجربه آن ها در محیط کار، دانش افزایی کارکنان برای کسب مهارت های ساخت و تولید، ایمنی، نظارت، سلامتی و حتی همسرداری و خانواده موجب می شود تا کارکنان همیشه در سلامت کامل جسمی و روانی با نهایت تخصص و تمرکز درگیر مسائل کاری شرکت باشند.
- (۹) برون سپاری برخی از امور (مخصوصا مسائل غیر مرتبط با کار اصلی و تولیدات در حجم پایین) می تواند نتیجه بهرتر و هزینه کمتری داشته باشد. و البته در مقابل آن درون سپاری برخی از امور (مخصوصا تولید کالاهای انبوهی که خریداری آن ها هزینه های بالاتری دارد). علاوه بر صرفه جویی در هزینه، قیمت تمام محصولات و خدمات را مستقیما تحت تاثیر قرار می دهد.
- (۱۰) بیمه کارکنان، تولیدات، مواد اولیه، کارخانه، زمین های کشاورزی، مسئولیت، خودرو، تجهیزات، حوادث، آتش سوزی و حتی بیمه عمر متخصصین و کارشناسان و مدیران ارشد و سایر انواع بیمه ای می تواند خسارات جبران ناپذیری را پوشش دهد.
- (۱۱) استفاده از نرم افزارهای شبیه سازی به جای هزینه های هنگفت و تجربه یک سال کار کردن و یا خرید و تلفیق مواد اولیه می تواند علاوه بر جلوگیری از هزینه ها و اتلاف وقت بهترین راه ها و فرمول ها را برای بیشترین سود و بهترین نتیجه ارائه دهد.

۱۲) تلاش های سبز برای خاموش کردن خودکار برق مانیتورها، پرینترها، روشنایی و هر چیزی که ممکن است بعد از زمان اداری بیهوده انرژی مصرف کند. پیشنهاد استفاده از نور طبیعی هنگام ساختمان سازی، استفاده از سنسورهای خاموش و روشن کردن روشنایی محل های عبوری، شیرهای آب سرویس های بهداشتی، کنترل درجه حرارت، دمای یخچال ها، کنترل آبیاری خودکار و... می تواند صرفه جویی های مناسبی برای شرکت ها، کارخانه ها، موسسات، سازمان های خصوصی و دولتی و البته به نفع طبیعت داشته باشد.

۱۳) استفاده از سوخت های ترکیبی و یا سوخت های پاک به جای سوخت های فسیلی نیز می تواند یک صرفه جویی و تلاش سبز به شمار آید.

۱۴) استفاده از سیستم های حمل و نقل عمومی و ارزان تر برای ارسال ها و جابجایی کارکنان

۱۵) استفاده از یک سیستم مانیتورینگ هزینه، مصرف انرژی، مصرف مواد اولیه، مصرف منابع می تواند موجب جلوگیری از هدررفت هزینه ها، صرفه جویی و حتی مخاطرات گردد.

۱۶) تشکیل جلسات به صورت الکترونیکی، صوتی یا ویدئو کنفرانسی

۱۷) تبدیل کارهایی که نیاز به کارمند دارند به کارهایی که با لذت توسط مشتری انجام

شوند.

o انتخاب منوی غذا

o برداشتن کالا از قفسه های فروشگاه

o ارائه اطلاعات تخصصی و قیمت کالا

o صدور فاکتور

این روش علاوه بر کاهش هزینه منابع انسانی موجب رضایت مشتری، افزایش لذت و تجربه شیرین مشتری خواهد شد. هنگامی که مشتری بدون خجالت و پیچیدگی و به دور از هرگونه پنهان کاری، به صورت شفاف منوی غذایی خود را با اطلاع قیمت دقیق و مواد به کاررفته در آن انتخاب می کند؛ از این کار لذت می برد. هنگامی که مشتری کالایی را به انتخاب خود از قفسه برمی دارد و ممکن است ده ها بار به دلایل مالی و غیر مالی و یا وسواس در خرید و انتخاب برند

و رنگ و سایز و نوع محصول کالا را تعویض کند؛ (قبل از پرداخت و محاسبه در فاکتور) این کار برای مشتری لذت و شیرینی خاص دارد. و او را مجدداً به فروشگاه ما خواهد کشاند. در اکثر فروشگاه های بزرگ، داروخانه ها و مراکز خرید برای پرداخت مشتریان صف های بسیار طولانی تشکیل می شود، این کار توسط نیروی انسانی انجام می شود و دیدن کالاهای خریداری شده و محاسبه در فاکتور بسیار هزینه خواهد داشت. حال آن که علاوه بر کاهش هزینه نیروی انسانی در این بخش می توان با یک دستگاه بارکد خوان، پرینتر حرارتی و یک فرایند ساده کنترلی لذت صدور فاکتور و پرداخت را به مشتری هدیه داد. در واقع می توان تهدید صف طولانی را به فرصت انتخاب و تغییر و پرداخت تبدیل نمود. و مشتری را بارها به فروشگاه خود دعوت کرد. و سوسه ای برای خریدهای انتخابی و کاملاً آزادانه. اطلاعات محصولات باید در کنار محصولات یا روی آنها قابل مشاهده باشد و یا با استفاده از یک کد قابل اسکن در موبایل یا مانیتور عمومی فروشگاه قابل مشاهده برای مشتریان باشد. شاید در آینده تکنولوژی هایی استفاده شود که مشتری به محض ورود به یک فروشگاه مشخصات کارت اعتبار خود را با یک اسکن ساده، یک لمس یا حتی بدون لمس کارت یا موبایل خود بتواند هر کالایی را خرید کند و به محض خروج با استفاده از الگوریتم های پردازش تصویر یا خواندن اتوماتیک بارکد محصولات برداشته شده و یا هر تکنیک دیگری خرید خود را بدون نیاز به کارمندان فروشگاه انجام دهد.

۶-۱- صرفه جویی در مقیاس یا اقتصاد مقیاس^۱

صرفه جویی در مقیاس یکی از مهم ترین صرفه جویی هاست. هنگامی که خریدهای عمده انجام می شود؛ قیمت ها بسیار کاهش می یابند. برخی از کسب و کارها با جمع آوری سفارشات یکسان چندین تولید کننده یا چندین مصرف کننده و خرید آن ها به صورت عمده درآمد کسب می کنند. در این مدل درآمدی قبل از پرداخت هر هزینه ای سفارشات دریافت می شوند و پس از جمع آوری انبوهی از سفارش ها، به صورت عمده و کلی خریدها انجام و به قیمت خرده و جزئی کالاها به سفارش دهندگان فروخته می شود. گاهی این صرفه جویی در تولید هم می تواند موثر واقع شود. به طوری که با افزایش حجم تولید، هزینه متوسط تولید هر واحد کالا کاهش می یابد؛ چرا که خرید

انبوه مواد اولیه موجب تخفیف در خرید می شود. همچنین تولید انبوه موجب افزایش تجربه و یادگیری کارکنان می گردد. هزینه های بازاریابی در بازارهای وسیع تر سرشکن شده و موجب بهبود فناوری تولید می گردد. رشد بسیاری از کسب و کارها به موجب دستیابی به روش های صرفه جویی در مقیاس می باشد. شرکت های کوچک در صورت ورود به بازار رقابتی و رقابت با شرکت هایی که به اسرار صرفه جویی در مقیاس آگاهی دارند؛ در ابتدای کار با هزینه های بالایی مواجه خواهند شد که برایشان باور کردنی نخواهد بود. پس از مدتی آن ها نیز متوجه می شوند که باید تولید را در مقیاس انبوه انجام دهند و یا این که متحمل هزینه های زیاد تولید در مقیاس کم باشند. در واقع صرفه جویی در مقیاس هزینه تمام شده برای تولید یا خرید را کاهش می دهد و علاوه بر جلوگیری از اتلاف هزینه ها، موجب سود بیشتر یا قیمت رقابتی بسیار مناسب برای مشتری می گردد.

۷- سفارش پستی^۱

بسیاری از کسب و کارها مدل درآمدی و نحوه توزیع پستی را انتخاب و با استفاده از پیامک، تلفن، ایمیل، سایت، فکس، پیام در نرم افزارهای پیام رسان، درخواست در صفحات اجتماعی و سایر راه های مشابه سفارشات را ثبت و با استفاده از روش های مختلف پستی، محصولات مورد نظر مشتری را به آدرس وی ارسال می کنند. ممکن است پرداخت قبل از ارسال به صورت الکترونیکی و یا بعد از ارسال از طریق مامور پست انجام شود. این روش یکی از موثرترین روش های خرید هدیه برای غافل گیری دوستان و آشنایان و یا ارسال هدیه برای افراد خارج از شهر می باشد. اخیراً کسب و کارهای کوچکی راه اندازی شده اند که با ثبت سفارش خرید میوه، نان، سبزیجات، گوشت، کله پاچه و سایر مایحتاج خانواده ها و کارمندان درآمدزایی می کنند. برخی از شرکت ها با استفاده از تخصص حمل و نقلی خود و برخی دیگر با استفاده از همسایه ها، همکاران و برخی دیگر با تکیه بر منابع انسانی خود اقدام به راه اندازی این نوع کسب و کار به صورت مستقیم و غیر مستقیم درآمدزایی می کنند.

1. Mail order



میهن های طبیعی

فرومگی جات

میوه های استوایی

سبزیجات

میوه های استوایی

چپس میوه

آمیوه های طبیعی



همه چیز در یک جا



همه چیز در یک جا



همه چیز در یک جا



همه چیز در یک جا



همه چیز در یک جا



همه چیز در یک جا



همه چیز در یک جا



همه چیز در یک جا

		
صیب سرخ ۷۵۰۰ تومان	پرتقال نوسرخ ۴۸۷۵ تومان	اوکادو ۱۷۰۰ تومان

					
نان تافدون	نان بربری	نان سنگک	حلیم	نان فانتزی	نان لواش
تافدون سوس دار	بربری کتچدی	سنگک کتچدی معمولی	حلیم با گوشت گوسفندی	باکت فراسوی	لواش سنتی
۶.۰۰۰	۲۰.۰۰۰	۲۰.۰۰۰	۱۴۰.۰۰۰	۲۵.۰۰۰	۴.۰۰۰
ریال	ریال	ریال	ریال	ریال	ریال



هفت میوه

فروشگاه اینترنتی برای خرید میوه

۳۰ آذر ۱۳۹۶

”خیبیلی خوب بود بازهم همه چیا خیبیلی ممنون.
هندونه و انارمونو کادو کرده بووودین خیلبیلی
خوشحال شدیییم! چرا خرمالو ندارین دی:
زمستون مبارک“

شیرانی

★★★★★



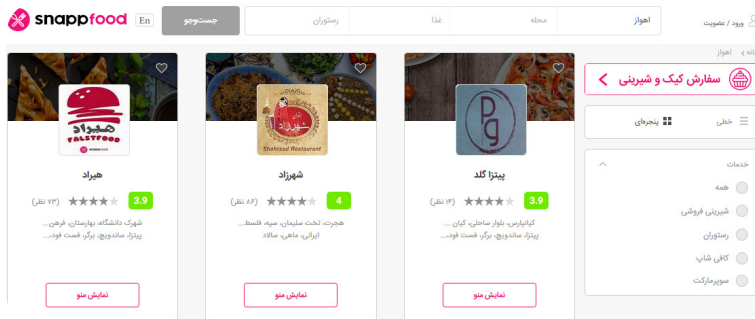
هایپر میوه

Hypermive.com

www.mrghasab.com



مستر قصاب
فروش آنلاین و تلفنی محصولات پروتئینی

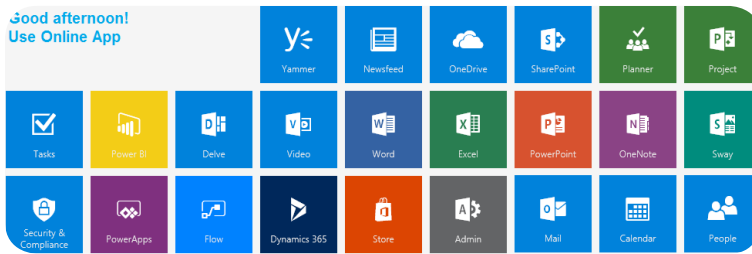


۸- اجاره^۱

اجاره یک توافق است که در آن پرداخت برای استفاده موقتی از یک کالا، خدمات یا اموال متعلق به دیگری صورت می گیرد^۲. مدل درآمدی اجاره تقریباً هم سن مدل فروش می باشد. تهیه کالاهای گران، کم یاب و یا کم استفاده معمولاً برای مشتریان مقرون به صرفه نیست؛ لذا ترجیح می دهند برای مدتی که لازم دارند کالا را اجاره نمایند. صاحبان کالا بارها و بارها کالای خود را به مشتریان مختلف اجاره داده و پس از مدتی علاوه بر جبران هزینه اولیه کالا به سود خالص می رسند. این مدل درآمدی انواع مختلفی دارد؛ که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد. بسیاری از صاحبان کسب و کار پس از مطالعه روش آنتی کافه به اجاره وسائل، امکانات، تجهیزات، فضا، تکنولوژی، کالاهای، زمان، دیوارها، ابزارها، خطوط مخابراتی، شبکه های ارتباطی، اینترنت، اینترنت، شبکه های شهری، شبکه های خصوصی، ماهواره ها و شبکه های ماهواره ای، شهرک سینمایی، فضای دانشگاهی، فضای طبیعت، ساحل دریا، فضای کشاورزی، فضای دامپروری، پارکینگ، خیابان و هر چیز قابل اجاره ای می اندیشند. مسئولین شهری در پی اجاره دادن حاشیه خیابان ها و فضای زیر پل ها برای کسب درآمد و جبران کسری بودجه خود از طریق اجاره این فضاها به عنوان پارکینگ هستند. برخی از مالکان از فضای پشت بام ساختمان و مجتمع های خود برای اجاره آنتن های مخابراتی و شبکه های خصوصی استفاده می کنند. برخی از مغازه ها قسمتی از محل کار خود را برای فروش کالای غیر مرتبط با کسب و کار خود به افراد اجاره می دهند. استادیوم های ورزشی و باشگاه ها به اجاره فضای ورزشی خود فکرمی کنند و سالن های تئاتر و نمایش فیلم برای اجاره زمان های خالی صندلی های خود برنامه دارند. امروزه حتی کودکان نیز به اجاره اسباب بازی های گران قیمت خود به عنوان یک منبع درآمدی می نگرند و حتی ممکن است یک کسب و کار بزرگ با همین عنوان ایجاد کنند. پیش بینی می شود سال های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۲ سال هایی برای اجاره همه چیز باشد. در سال های اخیر لپ تاپ ها و تبلت ها و فضای نگهداری اطلاعات کاری و شخصی، نرم افزارهای کاربردی حرفه ای و تخصصی به صورت ابری روی سرورهای پر قدرت و سریع اجاره می شوند.

1. Rental

2. <https://en.wikipedia.org/wiki/Renting>



۸-۱- روشن کردن موتور و اشتراک گذاری ماشین^۱

برخی معتقدند در شرایط آب و هوایی مناسب و یا در شرایط مالی بد و یا حتی در شرایط مالی بسیار عالی هم برای صرفه جویی در مصرف انرژی و هزینه می توان با استفاده از موتورسیکلت و دوچرخه و اجاره خودرو کسب درآمد کرد.

۸-۲- لیزینگ^۲

برخی از محصولات و کالاها با سیاست های خاص ارائه می شوند، ممکن است گران، کم یاب، لوکس، کم استفاده و یا خاص باشند. فروش این کالاها معمولاً از طریق لیزینگ انجام می شود. برخی از کسب و کارها با خرید این کالاها به ازای تعداد دفعات استفاده اجاره می دهند و درآمدزایی مناسبی را با اخذ درصد کمی از قیمت اصلی کالا از مشتری به دست می آورند. ممکن است قیمت کالا یکصد واحد باشد و مبلغ اجاره آن برای یک مدت مناسب فقط سی واحد و حتی کمتر باشد. با این مدل درآمدی پس از سه بار اجاره کالا هزینه اولیه به طور کامل تامین و اجاره های پس از آن منهای هزینه های جاری، سود خالص هستند.^۳



1. Turn the engine on with car sharing.
2. leasing
3. <https://en.wikipedia.org/wiki/Lease>

۸-۳- اجاره فضای فیزیکی

اجاره خانه، ملک، باغ، مغازه، ویلا، جاده، منطقه توریستی، فضای نگهداری امن و پویا و هر فضای فیزیکی که با پرداخت مبلغ ماهیانه قابل تصرف در مدت معین باشد. برخی از مدارس، دبیرستان ها، مساجد، مجتمع ها، دانشگاه ها، موسسات آموزشی و پادگان های نظامی می توانند از طریق اجاره فضای زندگی، تولید، کارگاه، فروش، دفتر کار، فضای خواب، مطالعه، تحقیق، پژوهش، آموزش، تبلیغ، جشن، پذیرایی، مراسم، همایش، میهمانی، سمینار، جلسه، گفتمان و ... کسب درآمد داشته باشند. اجاره سالن ورزشی، سالن تئاتر، سینما، سالن مسابقات، سونا، استخر، جکوزی، کلاس درس، آزمایشگاه، کارگاه کامپیوتری، اتاق کار، اتاق جلسات، اتاق ماساژ، مطب و اجاره هر فضایی که خرید آن هزینه بالایی دارد می تواند یک مدل درآمدی مناسب برای افرادی باشد که مالک فضای فیزیکی هستند، به دنبال درآمد زایی هستند و قصد فروش ندارند.

دربار تهران

ارسال رایگان آگهی

دقایقی پیش

عکس: دارد ✕ دسته: املاک < اجاره مسکونی (آپارتمان، خانه، زمین) ✕ نوع: ارائه

زعفرانیه ۲۵۵ متر زعفرانیه دقایقی پیش اجاره ماهیانه: ۷۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان ودیعه: ۷۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان	آپارتمان جردن ۵۸ متری لوکس جردن دقایقی پیش اجاره ماهیانه: ۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان ودیعه: ۶۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
--	--

۸-۴- اجاره فضای مجازی

اجاره هاست، سرور، فضای نگهداری داده ها و هر فضای ابری، الکترونیکی یا مجازی دیگری که نیازی به خرید تجهیزات سخت افزاری نداشته باشد. در ایران شرکت های بسیاری از مدل درآمدی اجاره فضای مجازی کسب درآمدی کنند. هاست ایران، ایران هاست، سرور پارس، میهن وب هاست، ایران سرور، برتینا، رادکام، آریانیک، وبرمز، هاست برتر و شرکت های بزرگ و کوچک بسیاری با راه اندازی زیرساخت مناسب این مدل درآمدی را انتخاب کرده اند.

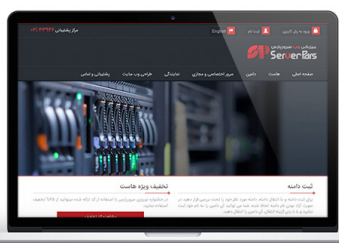


هاست لینوکس
هاست لینوکس ویژه
سرور مجازی
سرور اختصاصی سبز
میزبانی فایل محدود
میزبانی وب



میزبانی فایل محدود

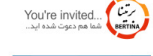
پان های میزبانی فایل تنها جهت میزبانی فایل استفاده میشوند وامکان نصب هیچ اسکریپتی روی آن وجود ندارد. سرویس میزبانی لینوکس جهت ارائه به سایت های پرترافیک و روی کنترل پنل cPanel در داخل از کشور آماده ارائه میشود. توجه داشته باشید انتخاب **هاست لینوکس** هیچگونه ارتباطی با سیستم عامل کامپیوتر شما ندارد و سادگی و قدرت آن نسبت به **هاست ویندوز** از مزیت های آن است. در صورتی که از زبان های برنامه نویسی PHP, Perl, CGI در طراحی سایت خود استفاده کرده اید بهتر است لینوکس را جهت میزبانی خود بدلیل سازگاری با این زبان ها انتخاب نمایید.













۸-۵- اجاره ابزار

از گذشته تا کنون کسب و کارهای فراوانی هستند که از طریق اجاره ابزارهای مهم، پرکاربرد و گران قیمت کسب درآمد می کنند. از آنجا که برخی از ابزارها برای همیشه مورد نیاز نیستند و فقط در موارد خاص استفاده می شوند؛ برای بسیاری از افراد مقرون به صرفه است که به جای خریداری این گونه ابزارها، آن ها را اجاره نمایند. ایران ابزار، سهیل ابزار، نت ابزار^۳، ابزار بر^۴، ابزار سپه تکنیک^۵ و فروشگاه های بزرگ ابزار در ایران علاوه بر انتخاب مدل درآمدی فروش برای استفاده بیشتر از سهم بازار و حضور در میدان رقابت، به اجاره ابزار نیز می پردازند. برای اجرای چنین مدل درآمدی در یک کسب و کار نیاز به سرمایه قابل توجه و قوانین بسیار دقیق و اهرم های اجرایی وجود دارد.

1. iran-abzar.com
2. sahandabzar.com
3. net-abzar.ir
4. abzarbar.com
5. sttools.co



۸-۶- اجاره نرم افزار

اجرای برخی از نرم افزارها نیازمند سخت افزار قوی می باشد. در حال حاضر نرم افزارهای بسیاری به صورت ابری اجاره داده می شوند. کاربران می توانند با اجاره این نرم افزارها بدون نیاز به یک سیستم ثابت و تنها با وارد شدن به حساب کاربری خود نرم افزارهای بسیار سنگین و گران قیمت را با هزینه ای مناسب و به صورت قابل دسترس در همه جا در اختیار داشته باشند. این سرویس به یک شیوه انتقالی برای بسیاری از برنامه های تجاری مبدل شده، شامل آفیس و نرم افزارهای پیام رسان، نرم افزارهای محاسبه گر حقوق، نرم افزارهای مدیریت پایگاه داده، نرم افزارهای مدیریتی، نرم افزارهای طراحی (CAD)، نرم افزارهای توسعه دهنده، بازی سازی، مجازی سازی، حسابداری، همکاری، مدیریت ارتباط مشتری، مدیریت سیستم های اطلاعاتی،

طرح ریزی منابع سرمایه، فاکتور نویسی، مدیریت منابع انسانی، حصول نیروی مستعد، مدیریت محتوا، نرم افزارهای ضد ویروس و مدیریت میز خدمات. سرویس نرم افزاری (SaaS) به استراتژی تقریباً تمام شرکت های نرم افزاری گسترده آمیخته شده.^۱ برای پیاده سازی این مدل درآمدی به عنوان یک کسب و کار نیاز به تهیه زیرساخت مناسب و مطالعه مدل های درآمدی اشتراک، عضویت، خدمات ارزش افزوده و چندین مدل درآمدی دیگر پیشنهاد می شود.

بسیاری از نرم افزارها از جمله نرم افزارهای زیر در حال حاضر در ایران اجاره داده می شوند.

- پورتال اطلاع رسانی
- فروشگاه الکترونیکی
- نرم افزار نوبت دهی
- نرم افزار حسابداری
- نرم افزار خزانه داری
- نرم افزار انبارداری
- نرم افزار تیکتینگ
- نرم افزار خبرگزاری
- نرم افزار حضور و غیاب
- نرم افزار حقوق و دستمزد
- نرم افزار بهای تمام شده
- نرم افزار ارتباط با مشتری
- نرم افزار آموزش مجاری
- سیستم های تبلیغات الکترونیک
- نرم افزارهای مدیریت ارتباط با مشتری
- نرم افزار ثبت نام و مدیریت حساب ها
- نرم افزار مانیتورینگ و مدیریت دوربین های راه دور

1. <https://fa.wikipedia.org>

- نرم افزار پیام رسان
- دفتر کار مجازی کارمندان
- نرم افزارهای محاسباتی
- پرتال مشتریان
- نرم افزارهای اطلاعاتی و محتوا محور
- نرم افزار اتوماسیون اداری

برخی از آن ها واقعا ساختار ابری دارند و برخی دیگر با یک ساختار ساده و تهیه یک سرور و تعیین محدوده دسترسی اجازه داده می شوند. اما به هر حال نکته حائز اهمیت این است که بدون نیاز به نصب این نرم افزارها، بدون نیاز به تهیه سخت افزار پر قدرت، بدون محدودیت مرز جغرافیایی، با سرعت و امنیت مناسب، بدون دغدغه به روز رسانی و پشتیبان گیری، بدون محدودیت پلت فرم موبایل و تبلت و لپ تاپ و ... اجازه نرم افزار برای مشتری با قیمت مناسب قابل انجام است. بسیاری از کاربران می توانند به صورت آزمایشی از این نرم افزارها به صورت رایگان یا غیر رایگان استفاده و کسب تجربه کنند، آموزش ببینند، مشتری معرفی کنند، بازاریابی کنند و یا مشتری شوند. این مدل درآمدی به سرعت در حال رشد و تغییر شکل بوده و ترکیب آن با مدل های درآمدی دیگری تواند کسب و کارهای بسیار خلاقانه، حرفه ای و لذت بخشی را برای صاحبان کسب و کار و مشتریان به ارمغان آورد. این مدل درآمدی بسیار جوان است، کانال توزیع بسیار گسترده ای بدون نیاز فیزیکی دارد، قیمت گذاری بسیار پرترفداری دارد، معماری نسبتا پیچیده ای دارد، قابلیت سفارشی سازی بسیار مناسبی دارد و نیازی به تامین امنیت و آنتی ویروس و موارد این چینی ندارد. و به طور کلی بسیار مقرون به صرفه است. بسیاری از شرکت ها و برندهای مطرح دنیا در حال توسعه این مدل درآمدی هستند.

- Google
- Cisco
- AT&T
- Dell

- Yahoo
- Salesforce
- VMware
- Microsoft
- Cisco
- IBM
- Citrix
- EMC
- Sun
- Oracle
- Novell
- Grid Dynamics

پیش بینی می شود بیشترین سهم مدل های درآمدی رایانش ابری طبق مشاهدات قبلی تا سال ۲۰۲۰ نیز از آن اجاره نرم افزار باشد.^۱

۸-۷- اجاره سخت افزار

برخی از شرکت ها به صورت فیزیکی و برخی دیگر به صورت غیر فیزیکی اقدام به اجاره سخت افزارهای خود کرده اند و از این طریق درآمدزایی می نمایند. برای برگزاری همایش ها، کلاس های آموزشی، میهمانی ها و مراسم های خاصی که نیاز به سخت افزار و تجهیزات خاص در آن ها وجود دارد؛ می توان به جای خرید و هزینه کردن آن ها را اجاره نمود. در شهرهای مختلف مراکز خدمات رایانه ای این گونه سخت افزار را تامین می کنند.

برای راه اندازی سرویس های راه دور نیز می توان سرور، تجهیزات ذخیره سازی آنلاین داده، تجهیزات پشتیبان گیری، سوئیچ، فایروال، آنتن و سایر سخت افزار مورد نیاز را اجاره نمود. بسیاری از شرکت های بزرگ و مراکز داده در ایران این مدل درآمدی را انتخاب کرده اند.

1. <http://guptayuvraj.github.io/post/Cloud-Computing-Forecast/>

- مرکز داده پارس آنلاین
- مرکز داده تبیان
- مرکز داده های وب
- مرکز داده افرانت
- مرکز داده آسیا تک
- مرکز داده فن آوا
- مرکز داده امین
- مرکز داده ایرانسل
- مرکز داده اندیشه نگار پارس
- مرکز داده ندا رایانه

۸-۸- اجاره شبکه ارتباطی

بسیاری از شرکت های مخابراتی و شرکت های ارائه دهنده خدمات اینترنتی در حال حاضر با ایجاد شبکه های بین المللی، ملی، شهری و خصوصی اقدام به اجاره شبکه های ارتباطی کرده اند. مشتری این شبکه ها شرکت های بزرگ، سازمان های دولتی، ارگان ها و نهادهایی هستند که شعب متعدد آن ها در سطح شهر یا کشور و یا سراسر دنیا بوده و ارتباط آن ها می بایست به صورت خصوصی و امن برقرار شود. از آن جا که راه اندازی چنین شبکه های ارتباطی بسیار پرهزینه، تخصصی و پیچیده باشد؛ بهتر آن است که بجای راه اندازی و تصدی گری، این شبکه ها را اجاره کرد. ممکن است این شبکه ها به صورت سیمی، بدون سیم، ماهواره ای، تونل های اینترنتی یا اینترنتی و انواع دیگر شبکه های ارتباطی باشند که نوع خدمات ارائه شده و نوع قیمت گذاری آن ها متفاوت خواهد بود. رایج ترین اجاره شبکه های ارتباطی که بسیار فراگیر شده است تونل های امن اینترنتی برای رفع فیلترینگ و یا تحریم کشورهاست. در بسیاری از موارد شبکه های ماهواره ای، تلوزیونی، رادیویی برای پخش عمومی و تبلیغاتی نیز اجاره می شوند. و در برخی از شرایط خاص برای سازمان های خاص ممکن است شبکه هایی به صورت رمز شده درخواست شود. برخی از شرکت ها با راه اندازی دفتر کار مجازی شامل تلفن ثابت، فکس، منشی پاسخ گو، سیستم

پاسخگویی الکترونیکی، ایمیل، وب سایت و سایر تکنولوژی ها از طریق اجاره دفتر کار الکترونیکی برای شرکت های سایر شهرها و استان ها و یا افرادی که توانایی تامین هزینه های یک شرکت در یک مکان فیزیکی را ندارند؛ اقدام به درآمد زایی می نمایند.

۹- تخفیف

به طور کلی مدل های درآمدی مبتنی بر تخفیف از گذشته تا کنون بسیار متنوع و با خلاقیت های خاص ارائه شده اند. تخفیف های مربوط به خرید با تعداد بالا، تخفیف های فصلی، ماهیانه، هفتگی، روزانه، جشنواره ای، مناسبتی، زمان دار، پکیجینگ، بیش از یک مقدار، تخفیف های درصدی و ارائه یک کالای رایگان به جای تخفیف و انواع مختلف دیگر.



۹-۱- بخرو هدیه بده

این مدل درآمدی برای محصولات است که به عنوان هدیه در ایام خاص به افراد خاص داده می شوند. گاهی گران تر، گاهی بدون تخفیف، گاهی با تخفیف چند درصدی و گاهی نیز با تخفیف های صد درصدی به دلیل رکود بازار یا به دلیل کاهش هزینه های تولید یا به دلیل سیاست های فروش به گونه های مختلفی ظاهر می شوند و نظر مشتریان را به خود جلب می کنند. در مناسبت های مختلف تبلیغاتی برای جذب مشتریان به هر نحو می تواند درآمد مناسبی برای شرکت ها داشته باشد. این مدل درآمدی آنقدر جذاب و پرتعداد است که بانک ها، فروشگاه های الکترونیکی و کسب و کارهای بزرگ برای آن برنامه های خاص دارند. مناسبت های خاص،

اعیاد، روز پدر، روز مادر، روز خواهر، روز دانشجو، روز معلم، روز جوان، روز کارمند، روز مهندس و چنین مناسبت هایی می تواند درآمدزایی مناسبی برای شرکت ها، موسسات، تولید کنندگان، فروشگاه های بزرگ، فروشگاه های زنجیره ای، فروشگاه های الکترونیکی و حتی بانک ها باشد.



۹-۲- یکی بخرو یکی هدیه بده^۱

این مدل درآمدی می تواند وسوسه خرید و انگیزه بیشتری به دلیل هدیه دادن برای مشتری ایجاد نماید. چرا که مشتری احساس می کند یکی خریده و یکی رایگان دریافت کرده است. فرض کنید یک شرکت به کاربران خود این امکان را می دهد تا یک فیلم خریداری کرده و یک فیلم نیز به صورت رایگان به یکی از دوستان یا اعضای خانواده خود هدیه کنند. فاصله خرید تا هدیه دادن نیز ۴۸ ساعت می باشد که پس از خرید فیلم ایمیلی حاوی کد هدیه برای ارسال به یکی از دوستان است. برخی از کسب و کارها روش بسیار شیرین تر و جذاب تری دارند؛ آن ها با هر خرید مشتری یک محصول عینا شبیه همان خرید را به افراد نیازمند هدیه می دهند.

۹-۳- یکی بخرد و تا ببر^۲

ایرانسل برای کنترل قیمت سیم کارت های خود و ایجاد انگیزه بیشتر در سال ۱۳۸۶ با خرید هر سیم کارت یک سیم کارت رایگان ارائه می داد. چندی بعد رایتل هم از همین روش برای جذب مخاطبین بیشتر استفاده نمود. برخی از اغذیه فروشی ها نیز برای افزایش مشتریان خود از این ترفند (یکی بخرد و تا ببر یا یکی بخریکی هدیه بگیر) استفاده می کنند.

1. BOGO: Buy One, Gift One - Buy One, Get One
2. Buy One, Free One



این روش در فروشگاه های فرش نیز مورد استقبال قرار گرفته است. اگر چه قابل باور نیست اما هنگامی که قصد تخفیف دادن واقعی داریم یا به هر دلیل قیمت محصولات ما ۵۰ درصد کاهش یافته بهترین روش برای درآمد زایی بیشتر همین روش می باشد.



۹-۴- از این جیب به اون جیب

پس از موفقیت مدل درآمدی یکی بخردو تا ببر برخی از شرکت ها به خلاقیت در ارائه تخفیف پرداختند. برای مثال همراه اول بجای ارائه یک سیم کارت رایگان با ارائه سیم کارت پنج هزار

تومانی، دقیقاً به همان مبلغ به مشترکین خود اعتبار هدیه می داد.



۹-۵- خرید و یک کالای رایگان

بسیاری از شرکت‌ها به جای ارائه تخفیف و شکستن نرخ خود ترجیح می‌دهند به ازای تخفیف مد نظر، یکی از محصولات یا خدمات خود را به صورت رایگان عرضه کنند که البته همین امر موجب سود پنهان نیز می‌شود. برای مثال اگر قیمت یک کالای ۱۰۰ هزار تومانی ۷۰ هزار تومان شده است به جای تخفیف ۳۰ درصدی به مشتریان یک کالای ۳۰ هزار تومانی به همراه کالای مد نظر به مشتری ارائه می‌شود و همان مبلغ ۱۰۰ هزار تومانی گرفته می‌شود. حال آن که سال آینده برای خرید همان کالا مشتری مجبور به پرداخت مبلغ ۱۰۰ هزار تومان خواهد بود چرا که در سوابق خرید وی دریافت کالای ۳۰ هزار تومانی درج شده است. این مثال در اکثری سرویس دهندگان اینترنت رایج است. به جای تخفیف در خدمات اینترنت یک مودم رایگان ارائه می‌دهند و مطمئن هستند که مشتری آن‌ها برای خرید بعدی خود مجبور به پرداخت مبلغ کامل و عدم دریافت مودم رایگان است مگر این که خط جدیدی معرفی نماید که خود یک رکورد جدید در لیست مشتریان خواهد بود.

ADSL2+ برای همگان با مودم بی‌سیم رایگان

● پشتیبانی ۲۴ ساعته در ۷ روز هفته
● از ۱ تا ۷ پامداد رایگان

شرکت ایده پرداز
پوینت - ۹۱۵۴۴۸۷۷۰
... ۵۷۲۵۷۰۵۰

وگاری مودم تنها در صورت عقد قرارداد یک ساله میسر است.

آنها اول
کارت گسترش

گسترش مودم بی‌سیم

sabanet

صبانیت

سرعت تا 16 MB

مودم رایگان

آنتی ویروس
کویک هیل
۱ ساله
رایگان

هدیه مودم Wifi رایگان

سرویس یکساله

۱۰ مگ - ۶ گیگ دانلود

فقط ۱۹۹ تومان

ایات

asiatech

۹-۶- چند درصد رایگان

پس از موفقیت مدل های درآمدی یکی بخر (هدیه بده، هدیه بگیر، دو تا ببر و ...) مدل درآمدی دیگری تحت عنوان چند درصد رایگان در فروش محصولات مختلف متداول شد. محصولات آرایشی و بهداشتی، محصولات غذایی و محصولاتی که بسته بندی وزنی یا تعدادی داشتند کم کم به این مدل درآمدی روی آوردند. چند گرم رایگان، چند درصد رایگان، چند عدد رایگان، یک ماه رایگان و غیره.



۱۰- ارائه خدمات^۱

یکی از مدل های درآمدی که در این کتاب مورد مطالعه و بررسی قرار می گیرد مدل درآمدی ارائه خدمات می باشد؛ که در آن کسب درآمد از طریق فروش کالای فیزیکی نیست. بلکه بابت ارائه یک یا چند خدمت هزینه دریافت می شود.

مثال های فراوانی در محیط فیزیکی و دنیای مجازی وجود دارد. خودروهایی امدادی خدمات تعمیر و جابجایی را در مقابل دریافت هزینه هایی انجام می دهند. خدمات مشاوره ای خانواده، کودک، خدمات مشاوره ای کسب و کار، جذب نیرو، خدمات الکترونیکی، خدمات تعمیر وسائل و خدمات دیگری از این نوع نیز درآمدهای خاص خود را دارا هستند. مراکز فراوانی برای خدمات آموزشی و پژوهشی مبالغی را از مشتری اخذ می نمایند. در دنیای مجازی خدمات نرم افزاری، بازی، آموزش های الکترونیکی، فیلم و خدمات فرهنگی نیز روش هایی برای کسب درآمد هستند. ارائه خدماتی همچون هاستینگ، طراحی سایت، برنامه نویسی، طراحی گرافیکی، خدمات فنی و مهندسی نیز از انواع دیگر مدل های درآمدی در فضای آنلاین و آفلاین هستند. در فضای آنلاین

1. Sale of services

۱۰-۱- خدمات آموزشی

برخی از موسسات و شرکت‌ها از طریق فعالیت‌ها و خدمات آموزشی کسب درآمد می‌کنند. تبلیغات برای جذب دانشجو، استفاده از اساتید متخصص و مشهور، طرح‌های تخفیفی، ارائه مدارک معتبر، کمپ‌های فشرده و طرح‌های انگیزشی می‌تواند درآمدهای بسیار زیادی را به همراه داشته باشد. ترکیب این مدل درآمدی با سایر مدل‌های می‌تواند درآمدهای بسیار خلاقانه و قابل توجهی را به دنبال داشته باشد. برای مثال می‌توان یک موسسه آموزشی بسیار سخت‌گیرانه در رقابت با موسسه آموزشی خود راه اندازی کرد. در موسسه رقیب قیمت‌ها بسیار بالا بوده و گواهی‌های آموزشی فقط به افرادی ارائه می‌شود که در چندین آزمون شرکت کنند و به صورت عملی، تئوری و نظری تمامی ارزیابی‌ها را با نمره بالا قبول شوند. این موسسه با ایجاد یک پل کاربری بسیار حرفه‌ای گواهینامه‌های ارائه شده را با ستاره‌هایی علامت‌گذاری می‌کند. هر ستاره به منزله پاس شدن یک آزمون بسیار دشوار خواهد بود. در صورت تایید صلاحیت هنرجو توسط اساتید موسسه سخت‌گیر، هنرجو به بازار کار معرفی می‌شود. هر معرفی به بازار برای استخدام‌کننده و استخدام‌شونده هزینه دارد. تبلیغات محصولات در این موسسه به شرط ارائه نمونه

رایگان و یا دریافت هزینه قابل انجام است. کارت عضویت در این موسسه یکی از مواردی است که به افراد حس تخصص و مهارت می دهد. ارائه مشاوره رایگان به صنایع، دانشجویان و کسب و کارها توسط اساتید و مشاوران این موسسه می تواند پیشنهادهایی را در خلل مشاوره جهت شرکت در دوره، خرید پک های آموزشی، کتاب ها و یا شرکت در همایش ها و سمینارهای این موسسه را در پی داشته باشد. ارائه گواهینامه های قابل استعلام و آنلاین و قابل جستجو در موتورهای جستجو با نام افراد و انتشار تصاویر دوره های آموزشی می تواند انگیزه های فراوانی برای افراد و شرکت کنندگان در دوره های آموزشی ایجاد نماید. همکاری این موسسه آموزشی با موسسات گردشگری و آموزش در سفر می تواند یکی از مزیت های رقابتی مهم در ارائه خدمات آموزشی باشد. همکاری این موسسه با موسسات خیریه ای می تواند حس بسیار مناسبی به مشتریان خود القا کند. معرفی شرکت های ارائه دهنده راه حل های خاص در کلاس ها و دوره های تخصصی داخلی و خارجی موسسه می تواند چندین درآمد برای موسسه به ارمغان آورد. انجام پروژه های حرفه ای توسط فارغ التحصیلان و اساتید این موسسه نیز بسیار سود آور خواهند بود. چاپ جزوات آموزشی و الزام خرید دانشجویان نیز یکی از مدل های درآمدی دیگر در این موسسه می باشد. مراجعات فارغ التحصیلان و علاقمندان به شرکت در دوره های آموزشی و همچنین کاربران وب به دلیل وجود جزوات آموزشی رایگان موجب افزایش بازدید سایت و نتایج افزایش رنکینگ سایت می شود. رنکینگ بالای سایت می تواند پیش نیازهای راه اندازی مدل درآمدی تبلیغات را برای سایت موسسه تامین نماید. ایجاد یک فروشگاه الکترونیکی برای فروش تجهیزات آموزشی، پک های آموزشی، کتاب های آموزشی، ثبت نام در دوره ها، همایش ها، سمینارها، کمپ های آموزشی و اشتراک برای دریافت مشاوره های رایگان و غیر رایگان را تسهیل نماید. همچنین تبلیغات برای دریافت پروژه ها نیز از همین طریق انجام می شود. ممکن است خدمات ارزش افزوده نیز توسط اساتید و هنرجویان موسسه راه اندازی و ارائه شوند. خدمات ارزش افزوده به تنهایی می تواند تمامی مدل های درآمدی موسسه را تحت تاثیر قرار دهد.

۱۰-۲- خدمات پژوهشی

برخی از دانشگاه ها و موسسات پژوهشی با درخواست شرکت ها و سازمان ها به انجام

تحقیقات گسترده و پژوهش های علمی و کاربردی می پردازند و به ازای انجام این تحقیقات هزینه دریافت می کنند.

۱۰-۳- خدمات فرهنگی

بسیاری از افراد فکرمی کنند که فعالیت های فرهنگی درآمد زا نیست؛ و برای ارائه خدمات فرهنگی فقط باید هزینه کرد. حال آن که هر جا که اجتماعی شکل می گیرد محل تولید درآمد خواهد بود. استفاده از انواع مدل های درآمدی در اجتماعات فرهنگی می تواند درآمدهای هنگفتی را حاصل شود. مثالی که در خدمات آموزشی بیان شد نمونه بارز یک فعالیت فرهنگی به موازات درآمد زایی خواهد بود.

۱۰-۴- خدمات ورزشی

میزبانی اردوهای ورزشی، برگزاری مسابقات ورزشی، تشکیل تیم ها و باشگاه های ورزشی، امور مربوط به هواداری تیم ها، میزبانی المپیک و به طور کلی هر فعالیتی که به ورزش ختم شود می تواند یک مدل درآمدی به شمار آید.

و انواع دیگر مدل درآمدی ارائه خدمات مانند: ۱ و ۲ و ۳ و ۴

خدمات چاپ و نشر

خدمات نگهداری افراد سالخورده

خدمات نگهداری کودکان

خدمات نگهداری افراد معلول

و غیره

۱۱- خدمات ارزش افزوده^۱

گاهی با انجام خدماتی می تواند ارزش افزوده خلق کرد. برای مثال می توان با تولید محتوای آموزشی، علمی، داستانی، تاریخی، فیلم، تصویر، صوت، موسیقی و مواردی از این قبیل خدماتی ارائه داد که موجب تقویت پیشنهاد محصول اصلی و یاتمازیک برند باشند. خدمات ارزش افزوده مخابراتی، موبایلی، اینترنتی و امثال این خدمات در ایران رشد فراوانی کرده اند. مشاوره های تلفنی، مسابقات پیامکی، سرگرمی های موبایلی، داستان ها و خدمات مذهبی، فرهنگی، آموزشی، تفریحی، علمی، هنری و... که بیشتر از طریق تکنولوژی و فناوری اطلاعات عرضه می شوند درآمد بسیار قابل توجهی داشته و روز به روز در حال گسترش و تنوع فراوان هستند.

خدمات ارزش افزوده سیار و ثابت تحول عظیمی در تجارت الکترونیک به همراه داشتند.

خدمات ارزش افزوده محتوایی^۲ یا رسانه ای

✓ خدمات ارزش افزوده متنی

۱. پیامک و بازاریابی پیامکی

۲. ایمیل و تبلیغات و بازاریابی از این طریق

۳. تل تکست

۴. فکس

✓ خدمات ارزش افزوده صوتی

۱. مکالمات تلفنی و موبایلی

۲. کتاب های صوتی

۳. داستان ها

۴. مشاوره ها

۵. ثبت سفارش ها

۶. انتقادات و پیشنهادات

۷. صندوق های صوتی

1. Value added services

2. Content VAS

۸. آهنگ پیشواز
۹. تبلیغات
۱۰. مسابقات
۱۱. رای گیری
۱۲. نظرسنجی
۱۳. قرعه کشی
۱۴. اطلاع رسانی و اخبار
۱۵. خطوط تلفن ۹۰۹
۱۶. دفتر کار مجازی^۱
۱۷. تلفن گویا^۲
- ✓ خدمات ارزش افزوده ویدئویی
 ۱. کلیپ های طنز
 ۲. سریال های داستانی
 ۳. فیلم های سینمایی
 ۴. ویدئوهای جذاب تبلیغاتی
 ۵. کارتون ها و داستان های سرگرم کننده
 ۶. پک های آموزشی
- ✓ خدمات ارزش افزوده داده ای
 ۱. طبقه بندی داده ها
 ۲. دسته بندی مشتریان
 ۳. تحلیل داده ها
 ۴. رفتارشناسی
 ۵. نتیجه گیری

1. Virtual Office

2. IVR

۶. تحقیق بازار

۷. پژوهش های کاربردی

۸. خدمات ارزش افزوده رفتار مشتری

✓ خدمات ارزش افزوده شبکه ای

۱. شبکه های ماهواره ای

۲. شبکه های تلویزیونی

۳. شبکه های رادیویی

۴. شبکه های اجتماعی^۱

۵. Mobile TV^۲

۶. Video Call

۷. خدمات مبتنی بر IP

a. IPTV

b. Mobile VOIP

c. VOIP^۳

۸. خدمات جریانی یا استریمینگ^۴ (انتقال پیوسته داده ها)

a. ویدئو کنفرانس

b. کلاس های الکترونیک

c. مانیتورینگ

۹. موقعیت مکانی^۵

۱۰. شماره گیر خروجی

1. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2008.02.002> The long tail of social networking: Revenue models of social networking sites

2. <https://doi.org/10.1016/B978-0-240-81287-8.00019-9> Chapter 19 - Content and Revenue Models for Mobile TV

3. Voice over Internet Protocol

4. Streaming

5. GPS

۱۱. پشتیبان گیری از اطلاعات موبایل
۱۲. خدمات امنیتی
۱۳. ارتباطات چند رسانه ای
۱۴. سرویس های شبکه پهن باند ملی^۱
 - a. اینترنت
 - b. اینترنت
 - c. ارتباطات امن خصوصی و سازمانی
 - d. ارتباطات پرسرعت
 - e. حجمی و غیر حجمی
 - f. ارتباطات فیبر نوری^۲
 - g. انواع ارتباطات اینترنتی و اینترنتی
۱۵. تلوزیون آنلاین^۳
۱۶. تلوزیون مدار بسته^۴
۱۷. مشاوره آنلاین
۱۸. بازی آنلاین
۱۹. شبکه های اجتماعی^۵
 - ✓ خدمات ارزش افزوده سازمانی
 - ✓ خدمات مبتنی بر تقاضا
۱. موزیک^۶

1. NBN: National BoardBand Network

2. FTTH

3. Online TV

4. CCTV

5. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2008.02.002> The long tail of social networking: Revenue models of social networking sites

6. MOD: Music On Demand

۲. ویدئو^۱

۳. بازی^۲

✓ خدمات همه چیز به عنوان سرویس^۳

۱. خدمات نرم افزاری^۴

۲. خدمات سخت افزاری^۵

۳. خدمات پلت فرم^۶

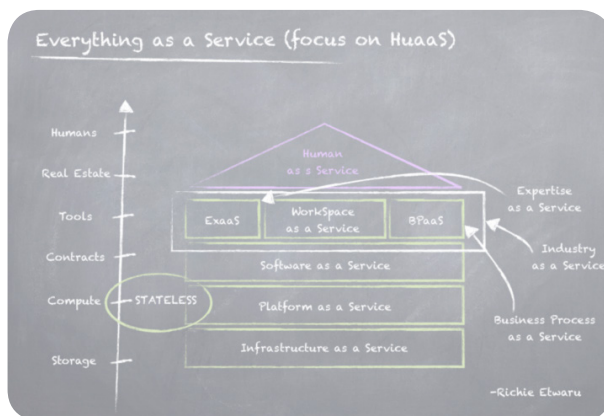
۴. خدمات زیرساختی^۷

۵. خدمات فرایندهای کسب و کار^۸

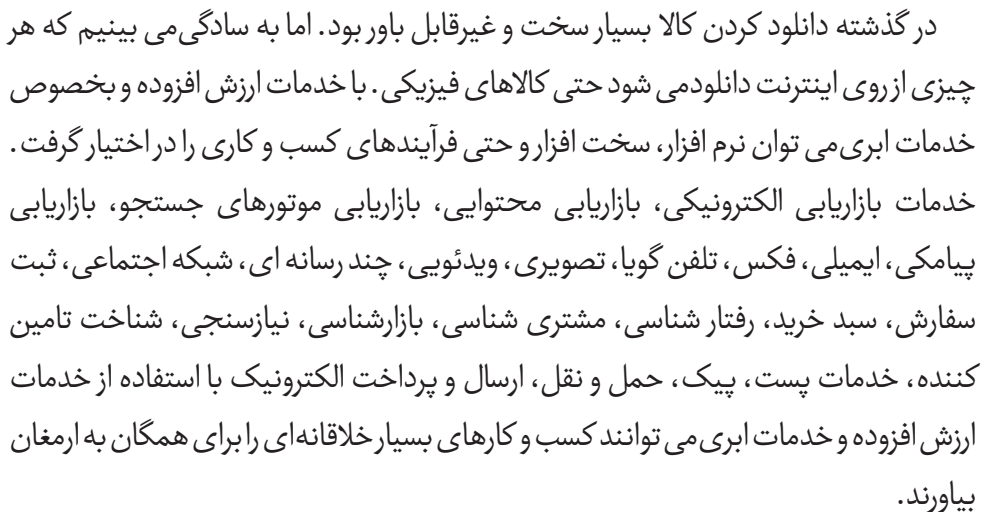
۶.



1. VOD: Video On Demand
2. GOD: Game On Demand
3. XaaS: Anything as a Service
4. SaaS: Software as a Service
5. HaaS: Hardware as a Service
6. PaaS: Platform as a Service
7. IaaS: Infrastructure as a Service
8. BaaS: Business Process as a Service
9. GaaS: Game as a Service



خدمات ارزش افزوده به صورت برد برده و نیازهای مشتریان را مرتفع می سازد. علاوه بر این با سودآوری، بازگشت سرمایه، توجیه اقتصادی موجب تقویت سرمایه های اجتماعی نیز می شود. همچنین با این گونه خدمات می توان به کشف و خلق نیازهایی پرداخت که قبلا هیچ شرکتی به آن ها توجه نکرده است. برای مثال خدماتی که در حال حاضر در کشور ما توسط شرکت های مختلف ارائه می شوند بسیار مورد توجه کاربران قرار گرفته اند. یک شرکت خلاق و قدرتمند می تواند هر چیزی را به عنوان یک خدمت عرضه کند. یک فروشگاه آنلاین که علاوه بر فروشگاه فیزیکی دارای اینترفیس های تحت وب، اندروید، iOS، مک، لینوکس و ... است و همچنین از طریق پیامک، ایمیل، وب سرویس، RSS، فکس و تلفن گویا نیز میتوان به موجودی ها، قیمت ها، مشخصات، مقایسه ها، پیشنهادات و حتی ثبت سفارش، خرید و پرداخت آنلاین و خلاصه دانلود هر کالایی پرداخت. حتی نمایندگان فروش نیز می توانند با استفاده از پنل های مخصوص خود به عرضه کالا و مشارکت در تجارت الکترونیک بپردازند. مشتریان پنل های کاربری خود را دارند و تمام علایق، سلاقی، انتخاب ها، سوابق و رفتارهایشان در سیستم ثبت می شود. در برخی از کسب و کارها مشتری نیز می تواند به کسب درآمد بپردازد.



1. www.tlainc.com/article134.htm

۱۲- همکاری، واگذاری و وابستگی^۱

یک روش درآمد زایی عالی و یکی از مدل های درآمدی پر طرفدار چه برای کسب و کارها و چه برای مشتریان، مدل درآمدی فروش اشتراکی با لینک همکاران، یا مدل همکاری و وابستگی است. در این روش یک کسب و کار با همکاری چندین کسب و کار دیگر درآمدی وابسته به یکدیگر را ایجاد می نمایند. برای مثال یک مجموعه مانند نت برگ یا دیجیکالا ارتباط و همکاری خود را با چندین کسب و کار دیگر طوری ایجاد می کنند که با هر فروش ممکن است دو یا چند درآمد برای کسب و کارهای مختلف ایجاد گردد. این روش خلاقانه می تواند از ترکیب چندین کسب و کار، آramش خاصی را به مشتری ارائه کند. مشتریان دوست دارند تمام خدمات و کالاهای خود را از یک مجموعه مطمئن، مجرب، دائمی، همیشه آنلاین، مشتری مدار و مناسب تهیه کنند. گاهی، برند فروشگاه نیز تاثیر خاص، در انتخاب دارد.

فرض می‌کنیم یک مشتری برای سفر خود نیاز به اقلام زیر دارد. و ترجیح می‌دهد با یک پرداخت الکترونیکی و در یک روز خاص با یک هزینه پستی کالاهای مورد نیاز خود را تهیه نماید.

● کولہ یشتی مخصوص سفر

● چراغ قوه

● قمقمه

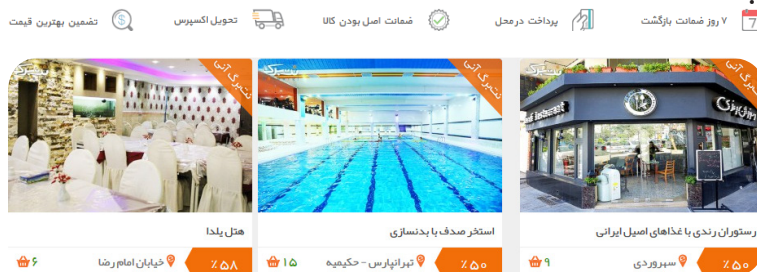
● فلاسک نگهداری چای و آب سرد

● دستمال سر

● زیر انداز و صندوق سفری



کالاهای وابسته ای که دیجیکالا با همکاری شرکت ها و تولید کنندگان مختلف ارائه می کند؛ ضمن این که فضای مناسبی که برای خرید مشتری فراهم می نماید یک مدل درآمدی بسیار بسیار قابل توجه می باشد. مطمئناً با توجه به سوابق و خدمات دیجیکالا یکی از گزینه ها دیجیکالا خواهد بود. برند فروشگاه، ضمانت بازگشت هزینه، اصل بودن کالا، بهترین قیمت، انواع روش های پرداخت و پست و سایر تجارب مشتری می تواند یک خرید لذت بخش را به ارمغان آورد.



درنت برگ نوع دیگری از همکاری و وابستگی وجود دارد. درواقع شخصی که برای سفر اقدام می کند؛ می تواند رستوران، فضای ورزشی، تفریحی، رستوران، تئاتر، هتل و حتی تور مسافرتی خود را با چند کلیک انتخاب و از تخفیف ویژه ای برخوردار گردد.



علاوه بر تنوع در روش های جذب مشتری یک شبکه همکاری ایجاد شده که چندین خدمت را در یک قالب ارائه می کند. یک فروشگاه اشتراکی با همکاری چندین کسب و کار در مناطق جغرافیایی مختلف با خدمات و کالاهای متفاوت برای یک مشتری مدل درآمدی بسیار مناسبی برای انتخاب و تمرکز می باشد. البته نباید فراموش کرد که فراهم کردن یک شبکه همکاری وابسته نیازمند مدیریت یکپارچه و مناسبی است چرا که مخاطرات فراوانی این نوع کسب و کارها را تهدید می کند؛ و کوچکترین اشتباه می تواند تجربه تلخی برای مشتری و تبلیغ منفی برای کسب و کار باشد.



۱۲-۱- حلقه همکاری^۱ و ارجاع^۲

گاهی بجای درآمد زایی مستقل می توان از مدل درآمدی وابستگی استفاده کرد طوری که با ایجاد یک حلقه همکاری بین دوستان، آشنایان و همکاران مرتبط با کسب و کار خود می توان مشتری را جذب کرده و نیاز وی را شناسایی نمائیم. سپس با معرفی مشتری به یکی از کسب و کارهایی که نیاز وی را پاسخگو هستند هزینه دریافت می کنیم. در برخی از کسب و کارها این هزینه از مشتری و در برخی دیگر از همکار دریافت می گردد. در این صورت باید کسب و کار خود را به یک کسب و کار مرجع و کاربران خود را به مشتریان واقعی تبدیل نمائیم. برای مثال مرجع متخصصین ایران می تواند با ایجاد حلقه های تخصصی و ارزیابی آن ها نیاز کاربران خود را شناسایی و در خصوص رفع نیاز آن ها پیشنهاد هایی ارائه نماید. در صورتی که مشتری درخواستی دارد با پرداخت هزینه راه حل دریافت کند و در صورتی که هر یک از حلقه ها آمادگی خود را جهت همکاری اعلام می کنند به ازای معرفی هر مشتری هزینه ای پرداخت می نمایند. این مدل درآمدی حتی به صورت مدل کسب و کار C۲C نیز قابل راه اندازی خواهد بود. به این صورت بسیاری از افراد که توانایی جذب کاربر و مشتری را دارند می توانند بدون این که خود کاری را انجام دهند؛ پروژه بگیرند و به سایر همکاران خویش ارجاع دهند. یک مرجع موبایل می تواند با شناسایی مشتریان و متقاضیان در سراسر کشور، وارد کنندگان عمده گوشی های هوشمند، فروشندگان جزئی در سطح ایران، نمایندگان رسمی، تعمیرکاران حرفه ای، مشاوران و متخصصین، خریداران کلی و جزئی، خریداران گوشی های دست دوم و سایر مشاغل وابسته به تلفن های همراه و صنایع وابسته یک حلقه همکاری بزرگ ایجاد کرده و نیازهای مشتریان را به گره های مرتبط و موجود

1. Collaboration
2. Referral

در حلقه ارجاع دهد. در این صورت علاوه بر تامین نیاز مشتریان و تامین کنندگان به درآمد زایی از نوع حلقه همکاری و ارجاع پردازد.

۱۳- واسطه گری^۱

یک مدل درآمدی بسیار زود بازده، بدون ریسک، پرسود. البته بسیاری از افراد از این مدل درآمدی تنفر دارند. اما حقیقت این است که همیشه تولیدکنندگان نمی توانند علاوه بر تولید به فروش هم مسلط شوند. تسلط تولیدکنندگان بر فروش وسعت زیادی ندارد و نهایتاً چند محل و خیابان اطراف رامی تواند پوشش دهد. واسطه ها یا به قول عوام دلان با خرید عمده محصولات یک منطقه به فروش آن ها در مناطق دیگری پردازند و سود فراوانی را به دست می آورند اما مدل درآمدی واسطه گری بسیار بسیار گسترده تر از این هاست. امروزه شرکت های بزرگی مانند آمازون، ای بی، پی پال به صورت بین المللی و کسب و کارهایی مانند زنبیل، دیجیکالا، نت برگ و... از طریق فروش واسطه ای درآمدهای فراوانی را کسب می کنند. کامل بودن سبد خرید برای مشتریان بسیار حائز اهمیت است. بسیاری از مشتریان دوست دارند با مراجعه به یک فروشگاه زنجیره ای بزرگ تمام مایحتاج خود را تامین کنند؛ فاکتور بگیرند؛ از امکانات یک فروشگاه بزرگ استفاده کنند. بسیاری از مشتریان دوست دارند به صورت الکترونیکی خرید کنند. حال آن که تولید کنندگان برای ارائه این امکانات و خدمات باید هزینه های بسیاری زیادی را پردازند.

برخی از دانشجویان و یا کارمندان برای گذران امور خود و گاهی برای سرگرمی از سایت هایی مانند آل دیجیتال، ایسام، ایستگاه، نیازروز، شیپور، دیوار، بلوپ و یا سایت های فروش اجناس دست دوم خرید می کنند و پس از تست آن ها را با قیمت های بالاتری در پلتفرم های دیگری همان پلتفرم به فروش می رسانند.

برخی از کسب و کارها محصولات تولید شده توسط کسب و کارهای دیگر را تبلیغ کرده و به فروش می رسانند. بدون آن که این محصولات را خرید یا انبار کنند. در واقع آن ها هیچ هزینه ای برای خرید محصولات نمی پردازند و ابتدا ثبت سفارش کرده و سپس خرید می کنند.

۱۴- پاداش یا کمسیون^۱

این مدل درآمدی شبیه مدل نشانه گذاری^۲ است. زمانی که یک کسب و کار هزینه ای را برای معامله ای که میان دو طرف انجام می شود؛ دریافت می کند. شرکت های کارگزاری یا شرکت های حراج اغلب از آن استفاده می کنند، زیرا آنها خدمات را به عنوان واسطه ها ارائه می دهند و درآمد را از طریق تقاضای فروش سهام یا محصولات تولید می کنند. مشاوران املاک، بنگاه های خرید و فروش خودرو، برخی از واسطه ها، برخی از شرکت های بازاریابی، سایت های واسط خرید و فروش اجناس دست دوم و حراجی ها از این مدل درآمدی استفاده می کنند.^۳

۱۵- بازار الکترونیکی^۴

برخی از کسب و کارها با استفاده از امکانات موجود در بازاریابی سنتی خود؛ به سوی بازار الکترونیکی روی آورده اند و توانسته اند از سهم بازار الکترونیکی نیز بهره مناسبی ببرند. برای مثال اخیراً معاونت فناوری اطلاعات شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران^۵ با ورود به بازار الکترونیکی، یک فروشگاه بزرگ الکترونیکی راه اندازی کرده است. برخی از کسب و کارها با استفاده از فضای مناسب شبکه های اجتماعی توانسته اند به صورت رایگان به بازار الکترونیکی وارد شوند. استفاده از صفحات در شبکه های اجتماعی، کانال های پیام رسان، وبلاگ ها و سایر ابزارهای رایگان و غیر رایگان به صورت الکترونیکی می تواند کاربران و سپس مشتریان بسیار زیادی را برای کسب و کارها به ارمغان بیاورد. یک تولیدی کوچک، یک موسسه پژوهشی، یک کسب و کار سنتی، یک دانشجوی در حال تحصیل و یک خانم دارمی تواند با استفاده از بازار الکترونیکی محصولات خود را به تمام کاربران این بازار عرضه کند. به گزارش پایگاه علمی ساینس دایرکت توجه پژوهش گران از بیست سال گذشته تا کنون رشت قابل توجهی داشته است.

1. Commission

2. markup

3. Afuah, A. 2004. *Business Models: A Strategic Management Approach*. New York: McGraw-Hill/Irwin, pp. 67-69

4. Electronic market

5. <http://ebazar.post.ir/>

براساس فرضیه بازار الکترونیک^۱، پیش بینی می شود نفوذ شدید فناوری اطلاعات به سیستم بازار، تاثیر زیادی بر میزان هماهنگی بازار ایجاد شود. با افزایش هزینه های معامله ای با توجه به مبادله اطلاعات با فناوری های ارزان قیمت، فعالیت های اقتصادی مبتنی بر بازار افزایش خواهند یافت.^۲ برای ایجاد بازارهای موثر الکترونیکی تلاش های بسیاری صورت گرفته است که مکانیزم سازمانی اعتماد در کشورهای مختلف، فروشندگان را به استفاده از بازار الکترونیکی، استفاده از نمادهای اعتماد، تغییر خط مشی و پر کردن شکاف بازار سنتی و الکترونیکی، و رقابت در لبه بازار و نهایتاً ایجاد مزیت های رقابتی در بازار الکترونیکی وادار کرده است.^۳ بازار الکترونیکی می تواند برای تولید کننده و مصرف کننده بسیار مفید باشد با وجود فناوری اطلاعات در قالب یک بازار الکترونیک بین المللی مشکل واسطه ها و دلالتان که ممکن است موجب تنفر برخی از مشتریان و ایجاد ناکارآمدی ها، نارضایتی ها، افزایش قیمت ها و برخی از مشکلات آشکار و پنهان شود. وجود بازار الکترونیکی می تواند این مشکل را مرتفع سازد. با استفاده از فناوری اطلاعات، صنعت حمل و نقل، افزایش مشارکت و سرمایه گذاری می توان عرضه و تقاضا را با یک رشد مناسب مدیریت کرده و تعادل بخشید. چرا که اطلاعات مربوط به تقاضای آشکار و پنهان بدون دخالت واسطه ها و دلالتان در اختیار تولید کننده خواهد بود. علاوه بر این زمانی که قیمت به نسبت عرضه و تقاضا بستگی دارد، قیمت و حجم بازاری مت واند در بازار الکترونیکی به صورت همزمان افزایش یابد.^۴ بازار پردازش ابری قرار است منابع (به عنوان مثال داده ها، نرم افزار و خدمات سخت افزاری) را به نحوی شبیه به سرویس های سنتی مانند آب، برق، گاز و تلفن همراه ارائه دهد. با این حال، بازار فعلی ابر تکه تکه شده و راکد است، و مانع اجرای موفق محاسبات در همه جا بر تقاضا است. به منظور رسیدگی به مسئله تکه تکه شدن، بازار خدمات ابری پیشنهاد شده است. با این حال، همانطور که بازارها هنوز از راکد بودن رنج می برند (به عنوان مثال، قادر به سازگاری با تغییر شرایط

1. electronic market hypothesis (EMH)

2. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2012.01.024> Airline firm boundary and ticket distribution in electronic markets

3. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.04.002> Developing a competitive edge in electronic markets via institutional and social based quality signaling mechanisms

4. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2004.10.008> Agent-intermediated electronic markets in international freight transportation

بازار و پویایی الزامات کاربر برای خدمات نیستند)، آنها در نقطه مطلوب عمل نمی کنند. با هدایت تقاضا و عرضه به چند سرویس استاندارد که به صورت خودکار با نیازهای کاربر در فواصل زمانی منظم سازگاری شوند، در نظر گرفته می شوند.^۱

۱۶- فعالیت انفرادی^۲

افرادی که به صورت تک نفره با قراردادهای کوتاه مدت به صورت ساعتی، روزانه، بیعانه ای، درصدی، شراکتی و یا پروژه ای، کاری را انجام می دهند و به ازای آن دستمزد دریافت می کنند. این نوع کسب و کارهای یک نفره می تواند بسیار خوب یا بسیار بد باشد. عملکرد فریلنسرها با هم بسیار متفاوت است. بعضی از آنها از مشتری می خواهند تا قرارداد امضا کند در حالی که بعضی دیگر کار را با یک موافقتنامه های شفاهی شروع می کنند. بعضی از فریلنسرها ممکن است هزینه کل پروژه را تخمین زده و بیعانه درخواست کنند. برخی از این کسب و کارهای تک نفره بسیار خوش قول، منظم، معتبر و حرفه ای هستند و برخی دیگر بسیار بد عمل می کنند تا جایی که با ایجاد ذهنیت های منفی در ذهن مشتریان موجب فرار همیشگی آنها از قراردادهای انفرادی می شوند. اصطلاح فریلنسر اولین بار در قرن هجدهم توسط «سروالترا سکا» در رمان مشهور ایوانهو به کار برده شد و اشاره به سربازهایی داشت که در جنگهای قرون وسطایی به صورت مزدور و البته بدون التزام و تعهد به اربابی خاص، می جنگیدند یا اصطلاحاً نیزه می زدند. بعدها واژه فریلنسر شکلهای دیگری هم به خود گرفت و کم کم تبدیل شد به اصطلاحی رایج. امروز به معنای کسی است که با گرفتن مزد، به صورت پاره وقت یا ساعتی پروژه ای را انجام می دهد. فریلنسر کسی است که خدمات تخصصی را به مشتریان یا کارفرمایان، بدون داشتن قرارداد بلند مدت ارائه می کند. او یک فرد آزاد با کسب و کاری خویش فرماست که خدمات یا محصولات را به طور همزمان به چندین کارفرما یا مشتری ارائه می کند. وی به عنوان رئیس خود فعالیت می کند، قیمت ها و سبد محصولات و خدمات و حتی بازار هدفش را خودش تعیین می کند. هزینه کمتر برای پروژه،

1. <https://doi.org/10.1016/j.future.2012.06.007> Creating standardized products for electronic markets

2. freelance

انتخاب مجری پروژه بر اساس موفقیت در پروژه های قبلی، ارتباط نزدیک تر با مجری پروژه از مزایای انتخاب یک فریلنسر است. ممکن است فریلنسرها دفتر کار داشته باشند و ممکن است در منزل فعالیت نمایند. بطور کلی فریلنسرها از تنوع کاری زیادی نسبت به کارمندان برخوردار هستند. بدون در نظر گرفتن به نیاز به یک درآمد ثابت معمولاً آزادی عمل بیشتری برای انتخاب زمان و مکان کار خود دارند. تجربه کارهای متفاوت مشخصه های آنها را می سازد و در نتیجه شبکه ای از مشتریان برای خود تشکیل می دهند. افراد می توانند همزمان با شغل پاره وقت یا تمام وقتشان، به عنوان شغل دوم به صورت فریلنسینگ کار کنند. برخی از فریلنسرها از دوستان خود که به صورت استخدامی فعالیت می کنند درآمد بیشتری دارند. با التفات به گزارش های صنعت کارمزدی، زنان و مردان بنا به دلایل گوناگونی کار با شرایط کارمزدی را به الباقی روش ها ترجیح می دهند؛ پاسخ های دریافت شده طی نظرسنجی از زنان در باب شیوه مزبور حاکی از آن است که اغلب آنها به دلیل اعمال اختیارات بیشتر در برنامه ریزی و همچنین انعطاف پذیری شیوه مذکور ترجیح می دهند به صورت تیمی، استخدامی و سازمانی کار کنند. این در حالی است که پاسخ های مربوط به نظرسنجی مردان، بیشتر نشان دهنده آن است که آنها بنا بر شور و احساسات شخصی کار کردن به صورت آزادانه و خویش فرما را ترجیح می دهند. البته این مطلب هم باید در انگاه داشت که، فعالیت های آزاد و فریلنسری، ممکن است افراد را منزوی نماید. ساعات و روزهای کاری، تعطیلات، اولویت ها و هر چیز مرتبط با کار و پروژه توسط فریلنسر برنامه ریزی می شود. پروژه های فریلنسری سریع و راحت شروع می شوند، ممکن است سریع و راحت هم تمام شوند و ممکن است هیچ وقت هم تمام نشوند، تداوم داشته باشند و یا با شکست مواجه شوند. این نوع پروژه ها برای مشتریان مقرون به صرفه و برای فریلنسرها یک مدل درآمدی زود بازده هستند. در حال حاضر نیاز به فریلنسرها بسیار بیشتر از نیاز به کارمندان حرفه ای استخدامی احساس می شود. البته برای برخی از تخصص ها ممکن است پیدا کردن مشتری یا فریلنسر بسیار دشوار باشد. در ایران نیز بسیاری از افراد در زمینه های موسیقی، چاپ، نویسندگی، برنامه نویسی، طراحی سایت، کارهای گرافیکی، روزنامه نگاری، ارایشگری، ویراستاری، مشاوره، راهمای تور گردشگری و برخی از کارهای مهندسی به صورت تک نفره فعالیت دارند. کسب و کارهایی هم به صورت واسطه ای

ایجاد شده اند که از طریق معرفی کارفرما و فریلنسرها درآمد زایی همیشگی دارند.^۱ پونیشا^۲، تله جاب^۳، پارسکدرز^۴ و کسب و کارهای دیگری در ایران و فریلنسر^۵، فریلنس^۶، آپ ورک^۷، توآگو^۸، ایلنس^۹، اودسک^{۱۰} به صورت بین المللی فریلنسرهایی را جذب می کنند که دوست دارند کار کنند اما استخدام نباشند.

پونیشا

دسته بندی ها چطور کار می کند

برای پروژه خود
نیروی متخصص استخدام کنید

هزاران فریلنسر در پونیشا آماده کار برای شما هستند

همین امروز شروع کنید

چطور کار می کند >

twago upwork iFreelance freelancer freelance

۱۷- کارمزد^{۱۱}

یکی از مدل های درآمدی با سابقه حق العمل، حق الزحمه یا کارمزد انجام یک فعالیت می باشد. این مدل درآمدی شامل مدل های دیگری نیز می شود:

(۱) کارمزد تراکنش^{۱۲}: پرداخت به ازای هر تراکنش بانکی، بین بانکی و غیر بانکی

1. <https://fa.wikipedia.org>
2. <https://ponisha.ir>
3. <http://www.telejob.ir>
4. <https://parscoders.com>
5. <https://www.freelance.com/en>
6. <https://www.freelancer.com>
7. <https://www.ifreelance.com>
8. <https://www.upwork.com/i/ofac>
9. <https://www.twago.com>
10. Elance
11. Elance
12. Fees
13. Transaction fees

- ۲) کارمزد میزبانی^۱: دریافت وجه برای میزبانی نرم افزارها، سایت ها، فایل ها، سرورها
- ۳) کارمزد مراجعه^۲: پرداخت کارمزد به ازای معرفی کسب و کار، خدمت یا محصول
- ۴) کارمزد کارآیی^۳: پرداخت به ازای عملیات درست، راندمان و صحت کارآیی
- ۵) کارمزد پرداختی خرد^۴: دریافت کارمزدهای معاملاتی بسیار اندک به تعداد بسیار زیاد
- ۶) انواع کارمزدهای دیگر

این هزینه ها می تواند در ازای خدمات بسیاری پرداخت شوند؛ مانند تعمیر یک وسیله الکترونیکی و یا دریافت خدمات تسهیلات بانکی، کارمزد ثبت نام، پرداخت قبض، انتقال وجه، ضمانت نامه بانکی، چک، حواله، بروات بانکی، تنظیم شکایت، تنظیم قرارداد، باشد. کارگرانی، کارشناسان و تکنسین هایی که در شرکت های حمل و نقل، تعمیرات ساختمانی، دکوراسیون، لوله کشی، برق کشی، دوربین های مدار بسته، برق اضطراری، شبکه های کامپیوتری و غیره فعالیت می کنند؛ با این مدل درآمدی ارتزاق می نمایند. البته این مدل شامل انواع مختلف و ترکیبی فراوانی است که نیاز به مطالعه و بررسی بیشتر دارد.

۱۸- حق امتیاز، صدور مجوز یا لایسنس^۵

مدل درآمدی حق امتیاز^۶ یکی از روش های کسب درآمد برای شرکت هایی است که سرمایه فکری^۷، مالکیت معنوی^۸ و یا کپی رایت^۹ محصول تولید شده را به نام خود ثبت نموده اند. ممکن است این حق امتیاز یک فرمول، یک اختراع و یا یک محصول خاص باشد. حق امتیاز استفاده از فرمول تولید نوشابه یا یک ماده خوراکی یا غذایی پرطرفدار، حق امتیاز نمایندگی یک برند مشهور، حق امتیاز استفاده از یک محصول امنیتی، آنتی ویروس، فایروال، نرم افزار، سیستم عامل و ...

1. Hosting fees
2. Referral Fees
3. Pay-per-performance
4. Micropayment
5. License
6. <https://en.wikipedia.org/wiki/License>
7. Intellectual capital
8. Intellectual property
9. CopyRight

می تواند مدل درآمدی یک کسب و کار متوسط یا بزرگ باشد. با رشد تکنولوژی و فراگیر شدن آن در سطح بین المللی شرکت های بزرگی با ظهور خود توانستند سهم بسیار گسترده ای از بازار را از آن خود کنند. حق امتیاز یا لایسنس های مربوط به محصولات مایکروسافت، اپل، دکتروپ، بیت دیفندر، ای ست، اویرا، پاندا، وین رر، ای اسکن، تراست پورت، کسپراسکی، جی دیتا، اس تیم، سیسکو، ای وی جی، مال ویربایتز، اف سکیور، دانلود منیجر، بول گارد، پرشین گارد و ... سالیانه تراکنش های بانکی سنگینی را از مشتریان به سمت حساب های بانکی شرکت های تولید کننده سرازیر می کند. این مدل درآمدی اگر چه ممکن است گاهی به کام مشتری شیرین نیاید اما وی را به محصول یا خدماتی که استفاده می کند مطمئن می سازد. مشتری که روزانه ده ها و صدها تراکنش بانکی میلیونی دارد جهت تامین امنیت و پایدار بودن وضعیت کسب و کار خود نیازمند استفاده از محصولات و خدماتی است که حق امتیاز آن ها پرداخت شده است.

یک خرید و فروش برد برد که حاصل رعایت کپی رایت توسط همگان است می تواند مدل درآمدی و یک بسته حمایتی مناسب برای شرکت های تولید کننده و اطمینان خاطری برای مشتریان حساس باشد. پرداخت حق امتیاز استفاده از سوئیچ ها، بردها، فایروال های امنیتی، یک های نرم افزاری صنعتی، ارتباطی، خطایابی، مسیریابی، نقشه برداری، عمرانی، طراحی، سیستم های مجازی سازی و بسیاری از این موارد روز به روز در حال گسترش و ترکیب با مدل های درآمدی مختلف در کسب و کارهای گوناگون می باشد.



برای مثال شرکت های فورتی نت، دی لینک، سایبروم، سیسکو، دل، جونپیر، سوفوس، واتچ گارد، استورم شیلد، گیت پروتکت، هیل استون، هواوی و بسیاری از شرکت های دیگر این روزها از این مدل درآمدی استفاده فراوان می کنند.



۱۹- سفارش تک کلیک^۱

از جمله مدل های درآمدی بسیار رایج و مجرب مدل درآمدی سفارش تک کلیک می باشد؛ که مورد توجه شرکت های کوچک و متوسط قرار گرفته است. نکته جالبی که در این مدل درآمدی حائز اهمیت است چند برند مطرح از شرکت های بزرگ دنیا است که قبلاً سابقه ای در فضای آفلاین نداشته اند. شرکت آمازون وای بی، وال مارت، بای دات کام، علی بابا، اتسی، راکوتن، مارکت پلات، دیجیکالا، زنبیل، چاره، ۵۰۴۰ و قاصدک، فینال، دیجیک، آدینه بوک و بسیاری از فروشگاه های آنلاین می کوشند که سفارش تک کلیک ثبت کنند.



فروش محصولات دسته بندی شده، جدید ترین ها، پر فروش ها، پیشنهادات کسب و کار، محصولات ویژه، محصولات فصلی، محصولات با تخفیف ویژه، محصولات دسته بندی شده و با قیمت درج شده در وب سایت ها توجه بسیاری از کاربران حرفه ای اینترنت را به خود جلب کرده است. اما آن چه که مشتریان بیشتری را برای ما به ارمغان می آورد سادگی در خرید و پرهیز از پیچیدگی های سیستمی و نرم افزاری است. در واقع مشتری باید با یک نگاه در سایت محصول مورد نیاز خود را یافته و با محصولات مشابه دیگر مقایسه کند، اطلاعات لازم در مورد محصولات

را با یک نگاه کسب کرده و به سادگی خرید و پرداخت کند. هرچه تعداد کلیک هایی که مشتری می کند کمتر باشد؛ کسب و کار ما موفق تر خواهد بود. از این رو فروشگاه های اینترنتی باید سعی کنند سبد خرید مشتری را با یک کلیک پر کنند.

سایت چیلیوری برای سفارش تک کلیک غذا مجموعه ای از بهترین و مناسب ترین رستوران های تهران را کنار هم جمع کرده و منوی به روز و متنوعشان را با تصویر غذاها به شما نشان می دهد؛ و شما کافی است انتخاب کرده و با تک کلیک سفارش دهید. تنها تفاوت چیلیوری با دیگر سفارش های تک کلیک استفاده از مدل ترکیبی درآمدی وابستگی-همکاری و مدل سفارش تک کلیک است. و محدودیت اصلی آن نیز فعالیت محدود در استان تهران می باشد.



۲۰- پرداخت به ازای کلیک^۱

پس از ظهور اینترنت و نفوذ آن به دورترین نقاط دنیا بسیار از کسب و کارها برای افزایش نمودار فروش، بازاریابی چیریکی، تسریع در شهرت اینترنتی و اهدافی از این قبیل تمایل دارند از سایت های پربازدید یا انجمن های تخصصی استفاده نمایند. تبلیغات بدهند و هزینه های خود را از همان محل تبلیغات تامین نمایند. لذا مجبور به پرداخت هزینه هایی به ازای نتیجه (کلیک) یا نمایش تبلیغات مد نظر خود شدند. سایت هایی که از این طریق کسب درآمد می کنند در واقع از مدل درآمدی پرداخت به ازای کلیک استفاده می کنند. رنکینگ این سایت ها فوق العاده بالا بوده و روزانه میهمان هزاران و بلکه میلیون ها کاربر فعال اینترنتی هستند. این امتیازات پیش نیاز مدل درآمدی پرداخت به ازای کلیک می باشد. این روش به علت استفاده زیاد به PPC شهرت یافته است.

1. Pay-per-click / cost-per-click

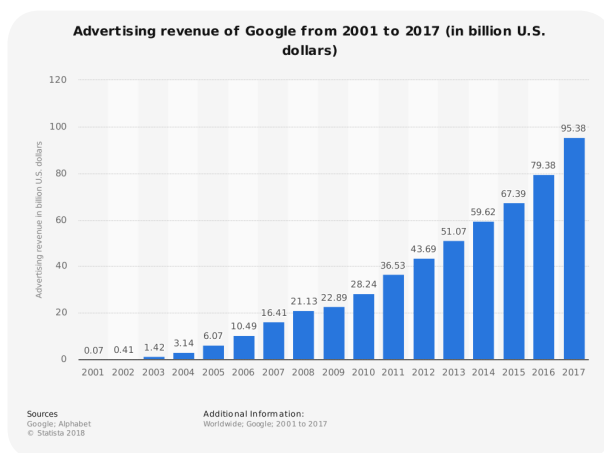


تغییر نتایج جستجو در گوگل و یاهو، تبلیغات در سایت های پربازدید مثل ورزش ۳^۱، بلاگفا و ... درآمدهای این چینی را برای صاحبان آن ها به همراه دارد. حجم درآمدهای سایت های پربازدید آنچنان وسوسه انگیز است که گاه محتوای سایت ها را نیز تحت تاثیر قرار می دهد. سایت ورزش جزء ده سایت پربازدید ایران می باشد. با توجه به بازدیدکنندگان فراوان این سایت ملاحظه می شود که حجم و قیمت تبلیغات این سایت فوق العاده با سایت های دیگر متفاوت است تا جایی که جایگاه محتوای اصلی این سایت پس از نمایش تبلیغات قرار دارد. و جالب تر این که نوع محتوای این سایت باعث شده که هر قدر هم تبلیغات صفحه اول سایت زیاد باشد بازدید کنندگان آن کاهش نیابند. مطالعات و بررسی ها نشان می دهند که نوع و نحوه نمایش تبلیغات و بخصوص محتوای به روز، دقیق و خاص این سایت دلایل اصلی جلوگیری از کاهش بازدیدکنندگان آن و موفقیت سایت ورزش سه در بکارگیری مدل درآمدی پرداخت به ازای کلیک و نمایش می باشد. شرکت های گوگل، مایکروسافت و یاهو در پروژه های گوگل ایوآردز^۲، مایکروسافت ای دی سنتر^۳ و یاهو سرچ مارکتینگ^۴ از این مدل بهره می برند. سال ۱۹۹۶ (میلادی) در نرم افزاری به نام پلنت اواسیس^۵ از این مدل پرداخت، برای کلیک هایی که شرکت ها در دایرکتوری نرم افزار دریافت می کردند استفاده شد. در ابتدا شرکت ها کمی محتاطانه با این مدل

1. <http://www.varzesh3.com/>
2. Google Adwords
3. Microsoft adCenter
4. Yahoo! Search Marketing
5. Planet Oasis

برخورد کردند اما در انتهای ۱۹۹۷ (میلادی) بیش از ۴۰۰ برند مشهور از این مدل استقبال کردند. گوگل در دسامبر ۱۹۹۹ تبلیغات جستجوگر خود را آغاز کرد و در اکتبر ۲۰۰۰ محصول تبلیغاتی خود را با نام تجاری گوگل ایواردز به بازار عرضه کرد. اما تا سال ۲۰۰۲ که مدل پرداخت به ازای کلیک معرفی شد کماکان از مدل پرداخت به ازای تعداد نمایش استفاده می کرد. هم اکنون ۹۶ درصد درآمد شرکت گوگل از تبلیغات ناشی می شود.^۱

درآمد حاصل از تبلیغات برای گوگل از سال ۲۰۰۱ با حدود بیش از یک بیلیون دلار آغاز و در سال ۲۰۱۷ حدود نود و پنج بیلیون دلار گزارش شده است.^۲



۲۱- پرداخت به ازای نمایش^۳

در مدل درآمدی قبل هر پرداخت به ازای یک کلیک محاسبه می شود؛ اما در پرداخت به ازای نمایش هر پرداخت با نمایش یک رویداد، مسابقه، کانال، سایت، فیلم، تبلیغ، صفحه، خبر، مجموعه ای از اطلاعات، تصویر، بخشی از داده ها، دسترسی به یک بخش خاص و یا مشاهده یک پیام انجام می شود. چندی است سایت هایی جهت کسب درآمد خود صفحاتی را بدون اجازه کاربر باز و نمایش می دهند که ممکن است به هیچ وجه کاربر تمایل به دیدن آن

1. http://web.archive.org/web/20120812231731/http://investor.google.com/pdf/2011_Google_Annual_Report.pdf
2. <https://www.statista.com/statistics/266249/advertising-revenue-of-google/>
3. Pay-per-view / PPV

نداشته باشد. در باز شدن این صفحات بدون اجازه کاربر از بدترین روش های استفاده از مدل درآمدی پرداخت به ازای نمایش می باشد. نوع دیگر این مدل درآمدی در سایت های رنگ بالا و پربازدید است که برای هر کادر در مکان های مختلف سایت صرفه نظر از تعداد نمایش و کلیک هزینه ثابتی را دریافت می کنند.



سایت مرجع متخصصین ایران^۱ با نمایش اطلاعات استخدامی ویژه متخصصین، جذب تبلیغات و نمایش آن در یک محدوده تاریخی مشخص طبق تعرفه های خاص هزینه های متفاوتی را دریافت می کند. در واقع برای سنجش اثربخشی تبلیغات در این سایت حتما باید یک یا چند بار آن را تجربه کرد. لازم به ذکر است که تبلیغات بیش از حد می تواند از کاربران فعال سایت بکاهد. همان طور که در شکل فوق ملاحظه می شود از بیش از دویست هزار کاربر سایت فقط ۷۹ کاربر آنلاین می باشند. نمایش تبلیغات غیر مرتبط و غیر هدفمند برای کاربرانی که تمایل به دیدن آن ندارند می تواند یکی از معایب این مدل درآمدی باشد. اما استفاده از فرصت ها در برنامه بازاریابی نمایش تبلیغات مرتبط با هر تخصص را در این مدل درآمدی گوش زد می کند. لذا پیشنهاد می شود برای استفاده از مدل درآمدی پرداخت به ازای نمایش هرگز هدفگیری و ارتباطات تخصصی نادیده گرفته نشوند. نمایش یک رویداد غیر رایگان از گذشته های دور مرسوم بود. نمونه هایی مثل شهر فرنگ، تئاتر، سینما، مسابقات ورزشی و مواردی از این قبیل. سرسو اولین سیستم تماشای پولی بود که در آمریکا تست شد. این سیستم که در سال ۱۹۵۱ توسعه

1. <http://www.irexpert.ir/>

یافته بود، از طریق تلفن سفارش ها را دریافت و سیگنال های تلویزیونی را ارسال می کرد. این تست ۹۰ روزه در شیکاگو و ایلینوی صورت گرفت و سیستم به خوبی جواب داد. اما کمیسیون ارتباطات فدرال این طرح را رد کرد.^۱ این سیستم بعدها مجدداً بر روی تلویزیون های کابلی ارائه و مورد تأیید قرار گرفت. پخش برنامه های بوکس برای اولین بار توسط سیستم های تماشای پولی توسط برنامه تریلا این مانیا^۲ صورت گرفت؛ این برنامه مسابقه بین محمد علی کلی و جوفریزیرا در سپتامبر ۱۹۷۵ پخش می کرد. در سال ۱۹۸۰ نیز یک مسابقه بوکس دیگر بین روبرتو دوران^۳ و شوگرری لئونارد^۴ به صورت تماشای پولی پخش شد. به گزارش شبکه های کابلی این مسابقه به قسمت ۱۰ دلار فروخته می شد و دارای ۱۵۵۰۰۰ بیننده بود.^۵

How to order pay per view



یکی از مدل های درآمدی یوتیوب^۶ نیز پرداخت به ازای هر نمایش می باشد. کلیپ ها و فیلم هایی که طرفداران خاص خود را دارند برای یوتیوب درآمد بسیار مناسبی دارد.

1. FCC Squares Off to Face Subscription TV Dilemma», Broadcasting-Telecasting, November 15, 1954, p31-32

2. «TOPICS: The Thrilla in Manila». ESPN. December 5, 2012.

3. Pepe, Phil (November 26, 1980). «Roberto Duran quits in 8th, says «No mas» in 1980 fight vs. Sugar Ray Leonard». New York Daily News. Retrieved August 22, 2016.

4. Nagler, Barney. «Boxing»s Bad Boy: Sugar Ray Robinson». SPORT Magazine. October 1947.

5. Money in Boxing: The Pay-Per-View Craze. Ca.askmen.com. Retrieved Mar 06, 2015.

6. Youtube



۲۲- فروش های مبتنی بر درآمد صفر یا رایگان^۱

بسیاری از کسب و کارها جذب مشتریان خود را با پیشنهادهای رایگان و مجانی انجام می دهند. آن ها معتقدند که هزینه جذب مشتریانی را که هیچ پولی پرداخت نمی کنند را از بخش های دیگر یا مشتریان دیگر و یا خریدهای بعدی همان مشتری ها جبران خواهند کرد. البته ممکن است برخی از این مشتریان هیچ وقت به مشتریان واقعی که برای دریافت خدمات یا محصولات پول پرداخت میکنند تبدیل نشوند. اما نکته حائز اهمیت این است که حیات برخی از کسب و کارها وابستگی شدیدی به وجود این مشتریان رایگان دارد. چه از جهت تبلیغاتی و برندینگ و چه از نظر هزینه های جذب مشتری. گاهی برندینگ و مطرح شدن ارزش های بسیار بالاتری از هزینه های کم جذب یک یا چند مشتری دارد. اسکایپ، دراپ باکس، گوگل، یاهو و شرکت های بسیار بزرگ بین المللی دیگری از این مدل درآمدی استفاده می کنند و در کنار آن به درآمدهای هنگفت دیگری می پردازند. البته باید دقت کرد که تمام پیشنهادهای در یک کسب و کار باید حساب شده و با برنامه ریزی دقیق باشند.

۲۳- نرم افزارهای اشتراکی^۲

در این مدل کاربران تشویق می شوند تا یک محصول نرم افزاری را ایجاد و به اشتراک بگذارند و یا به اشتراک یک نرم افزار تولید شده کمک کنند. پرداخت نرم افزارهایی که کاملاً رایگان و

1. Free In, Free Out, Freemium
2. Shareware

نامحدود هستند؛ ممکن است بر اساس حسن نیت مشتری، حمایتی^۱ و یا انجام امور خیر صورت پذیرد. در این روش پرداخت به هیچ وجه اجباری نبوده و فقط با اختیار کاربران گاه گاه یادآوری^۲ می شود. ممکن است نرم افزار تولید شده یک نسخه با قابلیت های محدود ارائه شود.^۳ برخی از نرم افزارها به صورت آزمایشی^۴ یا دمو^۵ ارائه می شوند و در برخی از نرم افزارها ویژگی های کلیدی غیرقابل دسترس خواهد بود.^۶ در واقع تا عدم پرداخت نرم افزار فلج محسوب می شود و ممکن است حتی امکان خروجی گرفتن هم نداشته باشد.^۷

۲۳-۱- طعمه و شکار^۸

نظر بسیاری از مشتریان به سختی جلب می شود؛ لذا باید برای ایجاد انگیزه خرید و حتی بازدید از محصولات باید طعمه هایی را همراه آن ها قرار داد تا نظرشان را شکار کرد. ممکن است به پیشنهاد تخفیف، یک محصول ارزان، یک قیمت استثنائی برای یک محصول پر طرفدار، یک قیمت باور نکردنی برای یک پکیج خاص، یک محصول رایگان و هر چیز وسوسه کننده دیگری استفاده شود تا مشتری را برای خرید در همان لحظه یا حتی خرید در زمان های دیگر تشویق گردد. در برخی از کشورها قیمت خودرو بسیار مناسب و وسوسه انگیز است؛ اما تجهیزات جانبی بسیار گران قیمتی دارند و حتی قیمت سوخت آن ها نیز بسیار بالاست. قبل قیمت سیم کارت ها بسیار بالا بود. اما در حال حاضر قیمت سیم کارت ها بسیار پایین است و در ازای این قیمت وسوسه انگیز هزینه های مکالمه، پیامک و اینترنت درآمد بسیار بالایی را برای اپراتورها به ارمغان می آورد. همچنین با نگاهی گذرا به تبلیغات شهری، تلوزیونی، رادیویی، اینترنتی، پیامکی، ایمیلی، وب سایت ها، شبکه های مجازی و سایر تبلیغات به سادگی متوجه خواهیم شد

1. Donationware: <https://en.wikipedia.org/wiki/Donationware>

2. Nagware: <https://en.wikipedia.org/wiki/Nagware>

3. Freemium

4. Trialware

5. Demoware

6. Crippleware

7. <https://en.wikipedia.org/wiki/Crippleware>

8. Prey

که این روزها همه می خواهند به ما جایزه بدهند، تخفیف بدهند و خلاصه به نحوی ما را از جمله مشتریان خود قرار دهند. بانک ها، فرش ها، مواد شوینده، خوراکی ها، فروشگاه های زنجیره ای، فروشگاه های الکترونیکی، شرکت ها، کارخانه ها و خلاصه هر صنعتی در حال برگزاری یک قرعه کشی، اهدای جوایز، تخفیف ویژه و از این قبیل تبلیغات برای جذب مشتریان جدید هستند. این مدل درآمدی را بدون هیچ کم و کاستی طعمه و شکارمی نامند.



۲۳-۲- رانسام^۱ یا رانسام (پرداخت به ازای بخش های غیر رایگان)

ارائه خدمات رایگان در کسب و کارهای گوناگونی مرسوم شده است. بسیاری از سایت ها اطلاعات رایگان در اختیار کاربران قرار می دهند. برخی از کتاب فروشی های آنلاین قسمتی از کتاب هایشان را به رایگان در اختیار مشتری قرار می دهند. بسیاری از پایگاه های علمی بخشی از مقالات، جزوات، کتب و اسناد پژوهشی را به رایگان در اختیار علاقمندان قرار می دهند. در این موارد اگر کاربر تمایل به مطالعه یا استفاده سایر بخش ها را داشته باشد می بایست هزینه پرداخت نماید. در واقع رانسام یک مدل درآمدی پرداخت به ازای بخش های غیر رایگان است. ارائه بخشی از خدمات به صورت رایگان پیش نیاز راه اندازی مدل درآمدی رانسام می باشد. کتاب فروشی اینترنتی قاصدک^۲ برای استفاده از این مدل درآمدی و جذب مشتری بخشی از قسمت های کتاب

1. Ransom: Freeman Briley (F.B.) Ransom, 1880-1947

<http://www.indianahistory.org/our-collections/collection-guides/ransom-family-papers.pdf>

2. <http://qps.ir/ProductDetail/7921/>

را به صورت کاملاً رایگان در اختیار علاقمندان می‌گذارد؛ تا در صورت تطابق با نظر مشتری مورد خرید قرار گیرند. بسیاری از فیلم‌ها، سریال‌ها، نرم افزارها، مجلات، اخبار و رویدادها برای جذب مشتری از این مدل درآمدی استفاده می‌کنند. بخش رایگان وسوسه‌ای برای خرید بخش غیر رایگان به شمار می‌آید.



۲۳-۳- فریمیوم^۱

در انسام و فریمیوم بخش عمده‌ای از خدمات رایگان ارائه می‌شود تا انگیزه لازم برای مشتری و عادت کردن وی به خدمات کسب و کار ایجاد گردد. ممکن است خدمات رایگان به صورت نرم افزار، محتوا، بازی، سرویس‌های وب و خدمات الکترونیکی از این قبیل باشد. شناسایی یک مشتری گاهی از درآمد زایی اولویت بیشتری پیدا می‌کند. تا جایی که در برخی از کسب و کارها هر چه نسبت خدمات رایگان به خدمات غیر رایگان بیشتر باشد جذب مشتری بیشتر خواهد بود. یک نرم افزار اطلاعات موسیقی و شعر و ادب پارسی بصورت رایگان ارائه می‌شود؛ اما یکی از مدل‌های بسیار مناسب کسب درآمد برای این نرم افزار می‌تواند غیر رایگان بودن دسترسی به بخشی از اطلاعات آن به شمار آید. فریمیوم ترکیبی از دو کلمه رایگان و حق العمل است. ۳.

1. Freemium
2. <https://en.wikipedia.org/wiki/Freemium>
3. «freemium» = “free” + “premium”



۲۳-۴- محصول رایگان و پشتیبانی غیر رایگان

بسیاری از محصولات نرم افزاری، طرح های گرافیکی، نقشه ها و معماری ها، فرمول ها، اسناد، داده ها و اطلاعات می توانند به صورت رایگان به مشتریان ارائه شوند و پس از اعتیاد مشتریان به این محصولات و نیاز آن ها به پشتیبانی، سفارشی سازی و سایر تغییرات اختصاصی موجب درآمد زایی صاحب اصلی محصولات شوند. قالب های جوملا، وردپرس، دروپال، دات نیوک، پی اچ پی نیوک، وی بولتن و سایر سیستم های مدیریت محتوا، انجمن، فروشگاه و... در فضای وب مثال های خوبی برای این مدل درآمدی هستند. طراحان با ارائه رایگان طرح های گرافیکی و قالب های خود اعتبار و شهرتی را کسب می کنند که مشتریان برای پشتیبانی و سفارشی سازی های بعدی به آن ها مراجعه مجدد می نمایند.

۲۳-۵- بدون درآمد^۱ (درآمد صفر یا پوشش درآمد اصلی)

بسیاری از کسب و کارها به ظاهر هیچ درآمدی ندارند. هدف اصلی آن ها به صورت واضح مشخص نیست. آن ها خدمات، داده ها و اطلاعاتی را به صورت کاملاً رایگان در اختیار کاربران، مشتریان، همکاران، رقبا و کسب و کارهای دیگر قرار می دهند؛ بدون این که هیچ پرداختی

1. No-income

صورت پذیرد. این کسب و کارها اهداف دیگری همچون برندینگ، نگهداری و افزایش طول عمر مشتری، حفظ سهم بازار، استفاده از ناخودآگاه اذهان عمومی، تصویرسازی، افزایش بازدید کننده، رنکینگ، افزایش اعتبار، ایجاد مزیت های رقابتی پایدار، ایجاد مانعی برای ورود تازه واردان (یکی از تهدیدات پنج گانه پورتر) و موارد بسیار پیچیده و اسرارآمیز دیگر دارند.

مثال های بین المللی زیادی وجود دارند که با مدل درآمدی صفر یا بدون درآمد فعالیت می کنند و البته بزرگترین برندهای دنیا هستند.



بسیاری از نرم افزارها به صورت کاملاً رایگان در سطح بین المللی به صورت کاملاً رایگان فعالیت دارند و حال آن که درآمدهای آنها ممکن است از تبلیغات، حذف تبلیغات، پرداخت به ازای دسترسی، پرداخت به ازای میزان استفاده، فروش، خدمات، رانسام، تک کلیک، دوبار کلیک و مدل های درآمدی دیگر باشد.



۲۴- پوشش^۱ هدف (پوشش درآمد اصلی)

برخی از کسب و کارها با یک نام مشخص، محصول یا خدمت مشخص، به ظاهر یک مدل درآمدی دارند که همه افراد آن کسب و کار را به همان نام و برند و محصول می شناسند؛ و این در حالی است که درآمدهای متعدد دیگری مرتبط یا غیر مرتبط با کسب و کار مشهور خود دارند. تا جایی که ممکن است درآمد اصلی این کسب و کارها همان درآمدهای پنهانی باشد که با درآمد مشهورشان پوشش داده شده است. برخی از افراد معتقدند که گوگل^۲ به صورت رایگان برای آن ها بهترین نتایج جستجو را به ارمغان می آورد. برخی دیگر معتقدند که مدل درآمدی اصلی گوگل ترکیبی از انواع مدل های درآمدی تبلیغات و مزایده ای است و هر کلید واژه ای که برایش هزینه بیشتری پرداخت شده باشد اشاره به نتیجه خاص دارد. برخی دیگر معتقدند که مدل درآمدی گوگل مبتنی بر داده های کاربران، تحلیل داده های حجیم و ترکیب سایر مدل های درآمدی مثل عضویت، اجاره، تبلیغات، فریمیوم و مدل های درآمدی دیگر است. جالب است بدانیم شعارهای گوگل از سال ۱۹۹۸ تا سه سال پیش که شرکت آلفابت^۳ تاسیس شد با اهداف بلندی تغییر می کنند و اگر به این شعارها، اهداف و مفاهیم مورد توجه گوگل دقت کنیم؛ متوجه خواهیم شد که نوعی درآمد زایی مرموز در هر شعار نهفته است:^۴

(۱) سازماندهی کردن اطلاعات دنیا و دسترس پذیر کردن آن ها برای عموم^۵

(۲) شرور نباشید.^۶

(۳) یک عدد یک و صد صفر جلوی آن

(۴) شما می توانید بدون شرارت پول به دست آورید.^۷

(۵) توجه به کاربران، هرچیز که دنبال آن هستند و علاقمندی های ایشان^۸

1. Cover

2. google

3. Alphabet Inc

4. Our Philosophy: <http://www.webcitation.org/67QvkBn8a>

5. Google Corporate Information.

6. Don't Be Evil

7. You can make money without doing evil.

8. Focus on the user and all else will follow.

(۶) بهتر است یک چیز را واقعا، واقعا خوب انجام دهیم.^۱

(۷) سریع بودن بهتر از آهسته بودن است.^۲

(۸) دموکراسی در وب کار می کند.^۳

(۹) نیازی به صبر کردن نیست وقتی نیاز به یک جواب دارید.^۴

(۱۰) همیشه اطلاعات بیشتری وجود دارند.^۵

(۱۱) شما می توانید بدون کت و شلوار هم جدی باشید.^۶

(۱۲) فقط عالی بودن به اندازه کافی خوب نیست.^۷

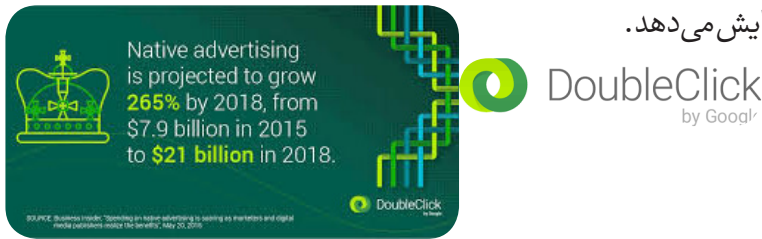
ادسنس برای کسب درآمد از اینترنت به وجود آمد که توسط شرکت گوگل در سال ۲۰۰۳ راه اندازی شده است. در ادسنس اگر از یک وبگاه بازدید روزانه بالای ۱۰۰۰۰ وجود داشته باشید می توان روزانه حداقل ۱۰ دلار کسب کرد، که البته این حداقل درآمد است. برای هر کلیک از ۰٫۰۱ تا ۱۰ دلار وجود دارد. بسته به میزان ترافیک وبگاه و موضوع وبگاه و کیفیت مطالب آن دارد و می تواند از ماهی چند دلار تا چندین هزار دلار متغیر باشد.^۸



دبل کلیک^۹ سرویس دیگر تبلیغاتی است که گوگل در ۱۳ آوریل ۲۰۰۷ خبر خرید آن را به مبلغ ۳٫۱ میلیارد دلار داد. این خرید بزرگ ترین خرید تاریخ گوگل به حساب می آمد. در این وبگاه تبلیغات در کنار محتوایی قرار می گیرد که ارتباط بسیار نزدیکی به آن دارد. برای مثال صاحب یک

1. It's best to do one thing really, really well.
2. Fast is better than slow.
3. Democracy on the web works.
4. You don't need to be at your desk to need an answer.
5. There's always more information out there.
6. You can be serious without a suit.
7. Great just isn't good enough.
8. <https://wikipedia.org/>
9. Double Click

فروشگاه لوازم ورزشی، تبلیغات را در شبکه گوگل تنها در کنار مطالبی که به لوازم ورزشی مربوط هستند نمایش می دهد.



۲۵- کمک های مردمی^۱

برخی از کسب و کارها فعالیت هایی با درک مسئولیت های اجتماعی خود در راستای کمک های بشردوستانه دارند و همه اهداف آن ها مالی نیستند. این کسب و کارها با توجه به محبوبیت و شهرتی که دارند خدمات رایگانی را برای مدت موقت یا به صورت دائم به همگان ارائه می دهند؛ که البته برای ارائه این خدمات رایگان از کمک های مردمی استفاده می کنند. یکی از معروف ترین این کسب و کارها در ایران دونیت^۲ است که در حال حاضر یک پلتفرم جذب سرمایه جمعی^۳ بر روی تامین سرمایه پروژه هایی که تاثیرات اجتماعی دارند، تمرکز دارد. حمایت های مالی یکی از مدل های درآمدی و منابع رایج تامین مالی موسسات و سازمان های غیرانتفاعی، پروژه ها، طرح ها و ایده های رایگان و عام المنفعه می باشد. حمایت های مالی و کمک های مردمی در برخی از این موسسات مانند دونیت برای پروژه ها، طرح ها و موسسات دیگر و در برخی دیگر مانند صدانت^۴، دادحساب^۵ برای خود موسسه هزینه می شود.



1. Donations
2. <https://2nate.com>
3. Crowdfunding
4. <http://3danet.ir>
5. <http://dadhesab.ir>

برخی از موسسات دولتی نیز برای ارائه خدمات رایگان به محققین و پژوهشگران مراکز دانشگاهی و غیر دانشگاهی از این مدل درآمدی استفاده می نمایند. برای مثال به متن مرکز ابر رایانش ملی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ایران دقت بفرمائید: «اعنایت به این نکته که بسیاری از محققین و پژوهشگران کشور خصوصاً در مراکز دانشگاهی ممکن است که بودجه‌ی لازم برای استفاده از خدمات مرکز ابررایانش ملی را هر چند کم هم در اختیار نداشته باشند، این مرکز تلاش می نماید که با هماهنگی با ارگان‌ها و سازمان‌های مختلف دولتی و خصوصی مبادرت به جذب بودجه‌های حمایتی بنماید. بدین صورت که بودجه‌های حمایتی جذب شده در اختیار کاربران واجد شرایط قرار گرفته تا صرفاً برای پرداخت هزینه‌های استفاده از خدمات مرکز مورد استفاده قرار گیرند. کاربران و مشترکینی که مایل به استفاده از این تسهیلات می باشند، بایستی به هنگام پرمودن فرم درخواست اشتراک، گزینه‌ی «متقاضی درخواست تسهیلات و حمایت مالی» را انتخاب نموده و در قسمت «شرح مختصر پروژه و محاسبات مورد نظر»، توضیحات و ادله خود را برای استفاده از تسهیلات مالی بیان نمایند.»

همچنین برخی دیگر از شرکت‌ها نیز برای حمایت و خدمت رسانی به جامعه و البته به صورت نامحسوس برای جلب اطمینان مشتریان، برندینگ، افزایش اعتبار اجتماعی و اهدافی از این قبیل اقدام به حمایت مالی در خصوص سلامت، تندرستی، آموزش جوانان، محیط زیست، اشتغال زایی و ... می نمایند. اگر چه ممکن است برخی از این موارد فقط یک نمایش از درک مسئولیت اجتماعی باشد؛ اما به هر حال تاثیر مثبت خود را در جامعه خواهد گذاشت.

سپ ۱۳۹۶:

■ حمایتی از سازماندهی نمایشگاه بین المللی اکامپ و نکام فارس (شیراز)

سازماندهی نمایشگاه بین المللی اکامپ و نکام شیراز با حمایت و حضور رایتل از ۱۷ الی ۲۰ مرداد ۹۶ در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی شیراز برگزار گرد.

رایتل
RightTel

در صورتی که ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ ارائه درخواست خود پاسخی دریافت نکردید، با عرض پوزش آن را برابر با عدم پذیرش تلقی نمایید



مسئولیت اجتماعی در همراه اول

کمیته ها

آخرین اقدامات

دستاوردها

مسئولیت اجتماعی در همراه اول

جدیدترین و آخرین اقدامات انجام شده توسط همراه اول در زمینه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکتی بدین شرح است:



کنگره موبایل ایران
نمایشگاه بین المللی تهران
۲۹ بهمن لغایت ۲ اسفند، سالن ۲۲ غرفه تالیا

IRAN MOBILE CONGRESS
TEHRAN INTERNATIONAL EXHIBITION
FEBRUARY 2013

www.taliya.ir
www.IranMobileCongress.com



۲۶- خیریه^۱

هر سازمان و کسب و کاری نیازمند درآمد زایی بوده و بدون آن زنده ماندن امان پذیر نیست. حتی با گنج قارون هم نمی توان هزینه های یک کسب و کار واقعی را تا همیشه تامین نمود و وجود چنین منابعی نیز روزی به پایان خواهد رسید. برخی از افراد در راستای مسئولیت اجتماعی خود اقدام به احداث خیریه کرده و از منابع مالی افراد جامع استفاده می کنند. تصویب قوانین و سیاست هایی به نفع افراد نیازمند در راستای تامین هزینه خوراک، پوشاک، آموزش و حتی مسکن در سازمان های غیرانتفاعی و ارگان های دولتی. فروش محصولات که درآمد آن به نفع معلولین هزینه خواهد شد. اختصاص درآمد حاصل از بازیافت زباله به افراد نیازمند. جمع آوری اجناس و کالاهای دست دوم به صورت مستقیم یا غیر مستقیم (دیوار مهربانی، اختصاص کالا به افراد نیازمند، اختصاص درآمد حاصل از فروش یا فرآیند تعمیر، فروش یا بازیافت به افراد نیازمند). ایجاد وب سایت، نرم افزار، شبکه اجتماعی با عناوین ساده جهت کمک به افرادی که سطح درآمدی پایین دارند در نهایت رعایت محرمانگی و حفظ آبرو (نرم افزاری با عنوان دیوار مهربانی، وب سیتی با عنوان نیاز نداری بذار نیاز داری بردار). ایجاد مراکزی در راستای تربیت و اصلاح کودکان، بازپروری مجرمان، زندانیان، معتادان و ...). استفاده از پرداخت های الکترونیکی یا صندوق های سنتی به نفع افراد نیازمند. احداث فروشگاه های خیریه ای^۲، فروشگاه های زنجیره ای که بخش عمده ای از سود آن ها به افراد سرطانی و یا بیماران خاص تعلق دارد. احداث کسب و کارهای خیریه ای برای پوشش ایتام، فرزندان و زنان بی سرپرست یا بدسرپرست^۳ و گاهی استفاده از همان افراد و فروش محصولات با عنوان حمایت. اندیشه های سازمان یافته و غیر سازمان یافته فراوانی برای جذب کمک خیرین وجود دارد.



1. charity
2. fardayesabz.sharif.ir/ خیریه -برکت/
3. <https://www.sharifngo.com/>



محمد مهدی جان
متأسفانه پدر آقا
محمدمهدی از کار
افتاده است و توانایی
انجام کار را ندارند و
برادر
بزرگش
(بیشتر...)



ملیکاای عزیز
متأسفانه پدر و مادر
ملیکا خانم از هم جدا
شده اند و مادرش هم
کار می کند. ملیکا خانم
(بیشتر...)

برای مثال برخی سوپر مارکت ها در کنار ترازوی خود یک صندوق کوچک برای کمک به افراد نیازمند دارند و مشتریان می توانند پول خورد اضافی خرید خود را در صندوق بیاندازند. یک فروشگاه بزرگ الکترونیکی می تواند در کنار قیمت هر محصول، باقیمانده قیمت آن را تارند شدن به عنوان یک امر خیر به مشتری خود پیشنهاد کرده و علاوه بر القاء حس خوب به مشتری، با فروش هر محصول یک کار خیر انجام دهد. برخی از سازمان ها به ازای خدمات رایگان و غیر رایگان خود به افراد از آن ها کمک مالی دریافت می کنند. برخی از شرکت ها به ازای کمک های خیرین امتیازاتی را به آن ها ارائه می کنند. این امتیازات مشوق هایی در راستای جذب و افزایش انگیزه هستند. در برخی کشورهایی که شرط بندی آزاد است؛ یک بخش کوچک یا کل مبالغ شرط بندی به خیریه ها تعلق می گیرد. در برخی کشورها خدمات اجتماعی ارگان های دولتی به افراد نیازمند ارائه می شود. در برخی موارد حتی می توان چند درصد تخفیف اختیاری برای مشتری گذاشت اگر مشتری دوست دارد از تخفیف استفاده کند؛ و در صورت تمایل این تخفیف را به یک موسسه خیریه اهدا نماید. این امر حتی برای فروشنده نیز می تواند مفید باشد. چرا که تسویه با خیریه ها می تواند طی یک زمان مشخص انجام شود (روزانه، هفتگی، ماهیانه و حتی سالیانه) بسته به توافق با هیئت مدیره و خیریه. استفاده از مبالغی که برای خیریه های در نظر گرفته شده طبق توافقات انجام شده تا یک تاریخ مشخص می تواند برای فروشگاه ها ایجاد انگیزه نماید. توجه به انگیزه و احساسات خیرین، تصمیم گیرندگان و مشارکت کنندگان برای جذب منابع مالی در مدل درآمدی خیریه بسیار مهم و ضروری است. باید دقت کنیم که خیرین ممکن است مشتریان ما باشند و دسترسی به آن ها به سادگی امکان پذیر باشد اما افزایش انگیزه و درگیر کردن فکر و ذهن و احساس آن ها در راستای مشارکت بیشتر اهمیت فراوانی دارد. همچنین باید در نظر

بگیریم که افراد نیازمند مشتریان ما نیستند. اگر هر کسب و کار علاوه بر توجه به فعالیت ها و کسب درآمدهای خویش به افزایش ایجاد ارتباط و جذب کمک ها و هدایای مردمی و امور خیریه ای بپردازد علاوه بر نفع شخصی خود به جامعه نیز کمک فراونی خواهد نمود. گاهی برای ایجاد یک رابطه احساسی می توان یک عنوان خوب در کنار کسب و کار خود ایجاد کنیم. برای مثال دفترچه ای در کنار درب ورودی برای انتقادات و پیشنهادات داریم و بخشی از آن را با عنوان «یک آرزو کن»^۱ و بخش دیگری را با عنوان «یک آرزو برآورده کن» راه اندازی کنیم. این امر علاوه بر کمک به نیازمندان، به مشتریان ما یک حس خوب می دهد تا جایی که خرید از فروشگاه ما را به عنوان یک خاطره خوب و گاهی به عنوان یک اخلاق یا عادت مثبت و اگر خیلی خوب عمل کرده باشیم به عنوان یک وظیفه اجتماعی به خاطر خود خواهند سپرد. اگر کمی بزرگ تر فکر کنیم می توانیم این فعالیت را در یک کسب و کار الکترونیکی بزرگ تر در سطح محله، شهرستان، استان و حتی در سطح ملی و بین المللی راه اندازی نمائیم. عناوین خلاقانه می تواند انگیزه های احساسی مناسبی در مشارکت بیشتر مردم در امور خیریه ایجاد نمایند. برخی از فروشگاه های غذا یک تابلو شامل فیش های خرید غذا برای نیازمندان استفاده می کنند تا افراد بتوانند در کنار سفارش غذا برای خود برای نیازمندان نیز سفارش دهند. برخی از سازمان ها با استفاده از یک عنوان زیبا مثل برادران بزرگتر، خواهران بزرگتر^۲ در ایفای نقش مثبت افراد در حق برادران و خواهران خود در سطح جامعه یا یک شبکه ملی استفاده می نمایند.



امروزه بستر اینترنت، شبکه های اجتماعی، وب سایت ها، برنامه های کاربردی و خلاصه تکنولوژی و فناوری اطلاعات به کمک ما خواهند آمد تا علاوه بر کسب درآمد به امور خیریه ای نیز بیاوریم.

1. Make-A-Wish :<http://wish.org/>

2. <http://www.bbbs.org/>



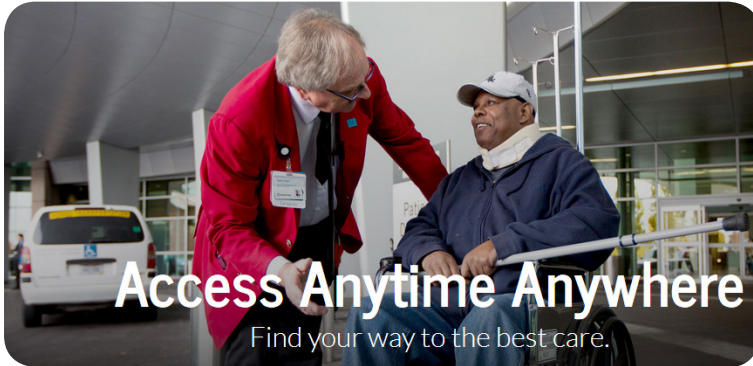
ایجاد روابط ساده و بی آلاش، جلب اعتماد کودکان، خانم‌ها، زوج‌های جوان، پدر و مادرها، دانش‌آموزان و دانشجویان در راستای مشارکت در امور خیریه، کمک به بیماران خاص، حمایت مالی تهیه تجهیزات^۱، کمک‌های درمانی، کودکان سرطانی^۲، سرطان‌های خاص^۳ و اموری از این قبیل بسیار تاثیر گذار خواهد بود. برخی از موسسات برخی از خدمات خود را برای اولین بار به افراد رایگان می‌دهند و برای استفاده‌های بعدی هزینه دریافت می‌کنند.^۴



برخی از سازمان‌ها روی کمک کسانی که قبلاً از خدمات رایگان استفاده کرده‌اند حساب می‌کنند. برخی دیگر از سازمان‌ها کمک خیرین را در ساختمان سازی، بیمارستان سازی، مدرسه سازی، دانشگاه سازی و غیره استفاده می‌کنند و درآمد حاصل از آن را مجدداً در توسعه خدمات

1. <http://www.hemmat110.com/>
2. <https://mahak-charity.org/main/index.php/fa/>
3. <https://ww5.komen.org/>
4. کلینیک کیولند

خیریه ای و کمک به افراد نیازمند استفاده می نمایند.^۱



مسابقه، قرعه کشی، اهداء جوایز و در نهایت تشویق کمک کنندگان^۲ و همراهی که به افزایش انگیزه خیرین می تواند یک حرکت ادامه دار و بزرگ را ایجاد نماید. درگیر کردن اقشار مختلف مردم، ورزشکاران، بازیگران، سلبریتی ها، بازیکنان، تماشاگران و تشکیل تیم های مختلف کمک های مردمی اهمیت فراوانی در ایجاد یک کسب و کار بر پایه مدل درآمدی خیریه خواهد داشت.^۳



برخی از سازمان های مذهبی، فرهنگی، هنری، محیط زیستی فعالیت های انسان دوستانه انجام می دهند.^۴ برخی دیگر به اعطای وام، فروش اقساطی، اعطای بن و یارانه، مهرها و حواله های رایگان، توزیع غذا، دارو، پوشاک، وسائل اولیه زندگی، برای افراد کم بضاعت م پیردازند. و برخی دیگر با انجام کارهای خلاقانه در کنار درآمد زایی خویش به استفاده از درآمد زایی خیریه استفاده می کنند.

1. Cleveland Clinic: <https://my.clevelandclinic.org/>

2. <http://ww5.komen.org/>

3. barakatcharityfoundation.com/

4. <http://saddleback.com/>

۲۷- پشتیبانی و حمایت مالی^۱

برخی معتقدند که درآمدزایی از طریق حامیان مالی از جمله وظایف اصلی روابط عمومی شرکت‌هاست. و برخی دیگر معتقدند که یکی از اصلی ترین وظایف گروه بازاریابی جذب اسپانسرهای قوی است. برخی اسپانسرینگ را با تبلیغات ترکیب می‌کنند. و برخی دیگر شباهتی بین این دو مدل درآمدی قائل نیستند. برخی اعتقاد دارند که در حمایت‌های مالی برندینگ، تشریح فلسفه و مأموریت‌های شرکت حائز اهمیت است. برخی اسپانسرینگ را نوعی تبلیغات و بازاریابی غیرمستقیم می‌دانند. گاهی باید از کمک‌های مالی اطرافیان، نزدیکان، اقوام، دوستان، آشنایان، اساتید، دانشجویان، همکاران و خلاصه افراد خانواده و فامیل و خویش و قوم استفاده کرد تا کسب و کاری را راه اندازی نمود؛ سود داد و سود گرفت. درآمد زایی از این طریق راهی برای ورود به بازار کار خواهد بود. گاهی با حمایت یک کسب و کار دیگر می‌توان به درآمدهای خوبی دست پیدا کرد. طوری که هم برای آن کسب و کار و هم برای حامی نتیجه مورد پسند باشد. برخی از کسب و کارهای جدید مثل اسپانسر یاب^۲، پشتوانه، گروه سینا^۳ با ایجاد یک پلتفرم مناسب محلی برای ارائه ایده و جذب حمایت مالی هستند.



برخی از بنگاه‌های اقتصادی نیز با جذب شرکت‌های کوچک و استارت آپ‌ها توانسته اند پشتیبانی و حمایت مالی مناسبی از آنها داشته باشند تا جایی که کسب کارهای کوچک را به یک کسب و کار بزرگ و گاهی یک برند بسیار پرتعداد تبدیل کرده‌اند. در مدل درآمدی پشتیبانی و حمایت مالی دو درآمد به دست می‌آید یکی برای حامی و یکی برای حمایت شونده. این نتیجه آنقدر حائز اهمیت است که کسب و کارهایی با عنوان شتاب دهنده^۴ و برپایه حمایت مالی از کسب

1. Sponsoring - Sponsorships
2. sponsoryab.ir
3. sinagroup.co.ir
4. Startup accelerator - Seed accelerator

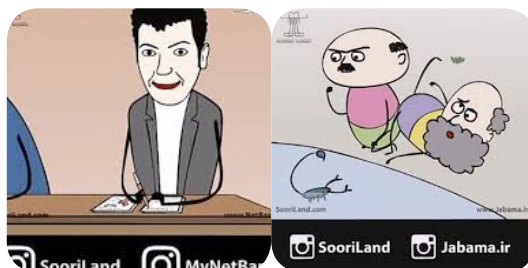
و کارهای نوپا^۱ ایجاد شده‌اند. شتاب دهنده‌ها در ازای حمایت مالی، تجهیزاتی، منابع انسانی و مشارکت در تولید، فروش، مسائل حقوقی، مشاوره و خدمات مربی‌گری ایده‌های استارت‌آپی درصدی از مالکیت آن را در صاحب می‌شوند. آواتک، مپس، دیموند، تریگ آپ، شریف، اکسل، نوپایار، سیمرغ، بردیا، تک، فینوا، تکنوویژن، پرش، مشاهیر مخابرات، شفق، آی چیتا، شزان، پیشگامان، سمک، منش، نسیم ارتباطات هزاره سوم، شهر آراز، قزوین، کمان، بامبو، نوتک، تترا، امید، ثریا، سپرهون، کاتالیزور، فردوسی، تیک، هم پیوند، فارابی، هاست ایران، طرفه نگار، جاویدان، پیشران، امیرکبیر، تاب تک، پرسپس ژن، جهش، شریف، سینتک، تیج، نوین تک، پویش، راه روشن، یاس، آواگیمز، شمال غرب، سریر، دیموند، سان وی، دانشگاه شیراز، هایتک استارز، نهال و ... از جمله شتاب دهندگان داخلی ایران هستند.^۲ این مدل درآمدی آنقدر اهمیت دارد که بسیاری از شرکت‌های خارجی نیز در حال فعالیت به عنوان شتاب دهندگان شرکت‌های ایرانی فعال شده‌اند. در ایران درصد قابل توجهی (بین ۵ تا ۳ درصد) از سهام اصلی شرکت‌های نوپا از آن شرکت‌های حامی می‌شود. هرچند که برخی از شرکت‌ها بجای شراکت درصدی از سهام به درصد شراکت از سود می‌اندیشند.

شرکت ایرانسل با حمایت مالی شرکت گروه اینترنت ایران حامی راهبرد کلان این شرکت در راه اندازی کسب و کارهای جدید در بازار پر فرصت دیجیتال کشور با هدف گسترش اشتغال و توسعه کسب و کارهای اینترنتی و نیز تحقق دولت الکترونیک در راستای نیل به اهداف اقتصاد مقاومتی است. کسب و کارهای جوانی مانند اسنپ^۳، بامیلو^۴، زودفود^۵، پین تاپین^۶ و اسکانو^۷ نیاز به پشتیبانی و حمایت مالی دارند تا بتوانند به یک کسب و کار بزرگ تبدیل شوند.

1. StartUp
2. isfahanplus.ir
3. Snapp.ir
4. bamilo.com
5. Zoodfood.ir
6. Pintapin.com
7. Skano.com



اسپانسرینگ تیم های فوتبال، زمین های بازی، پیراهن های ورزشی، گروه های ورزش و سلامت و غیره هم برای رشد دوجانبه کسب و کارها رواج یافته است. پشتیبانی و حمایت مالی میدان رقابتی بسیار پیچیده ای است و برندهای بزرگ موفقیت خود در اسپانسر شدن یک رویداد یا تیم ورزشی را مانند فتح یک بازار جدید تبلیغ می دانند. حمایت شونده ها، رویدادها، مسابقات ورزشی، محصولات هنری، نمایشگاه ها و رویدادهای علمی فکر می کنند که به حامیان خود فضای تبلیغاتی می فروشند. اما اسپانسرها باید دانست کمک مالی به شما در تمام منافع مرتبط با آن رویداد، به جز منافع مالی شریک هستند. در حقیقت حامی مالی، با سرمایه گذاری روی یک رویداد، اثر، ایده، شرکت نوپا یا فرد، در منافع حاصل از سرمایه های فکری، منافع علمی، منافع اعتباری و حتی سرمایه های مالی حاصل از آن سرمایه گذاری شراکت می کند. هواپیمایی قطر، به اندازه کل عمر تجاری خود روی اسپانسر شدن تیم فوتبال بارسلونا تبلیغ کرد. شرکت چینی علی بابا قبل از اسپانسر شدن خود تبلیغات گسترده ای به راه انداخت. همانطور که گفته شد برخی از کسب و کارها برپایه پشتیبانی و حمایت های مالی دیگر شرکت ها استوار هستند. همانگونه که یک شرکت می تواند به صورت مسوولیت محدود باشد، تاريسک سرمایه گذاری آن تنها بردوش یک نفر نباشد، اسپانسرینگ هم میتواند توسط چند فرد یا مجموعه صورت گیرد تا هم ريسک، و هم منافع آن در بین سرمایه گذاران تقسیم شود. برای مثال ادامه حیات برای درین درین^۱ بدون پشتیبانی حامیان مالی خود امکان پذیر نیست. علی بابا^۲، جاباما^۳ و نت برگ^۴ برای افزایش شهرت و جایگاه بهتر برندینگ خود اسپانسر کسب و کارهای کوچک می شود.



1. dirindirin.com
2. Alibaba.ir
3. Jabama.ir
4. Netbarg.com

سهام داران تک:

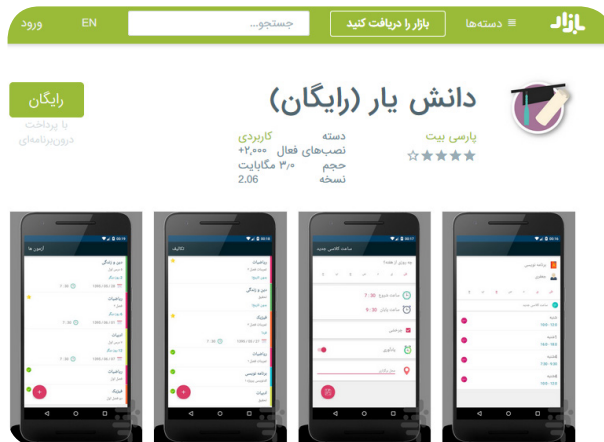
شتابدهنده تک توسط بخش خصوصی برای توسعه اقتصاد بخش خصوصی راه اندازی شده است:



۲۸- پرداخت به ازای دسترسی^۱

با توجه به گسترش تکنولوژی و نفوذ اینترنت و فراگیر شدن لپ تاپ، تبلت و بخصوص موبایل بین اقشار مختلف جامعه، استفاده از نرم افزارهای رایگان و غیررایگان به سرعت رایج شده است. از این رو کسب و کارهای هوشمند بسیاری زیادی از این فرصت ها جهت افزایش سهم کیف پول^۲ خود از جیب مشتریان استفاده می کنند. یکی دیگر از مدل های درآمدی قابل توجه ارائه نرم افزارهایی با محتوای مفید و رایگان می باشد که علاقمندان به خود را سریعاً جذب و به مشتری تبدیل می کند. در کافه بازار نرم افزارهای بسیاری رویت می شوند که بصورت رایگان عرضه می شوند اما برای دسترسی به اطلاعات یا بخش های مفید آن می بایست پرداخت درون برنامه ای انجام داد. دانش یاریک برنامه رایگان مدیریت مسائل آموزشی و تحصیلی برای دانش آموزان و دانشجویان است. پس از نصب این برنامه کاربران به آن عادت کرده و برای دسترسی به امکانات بیشتر پرداخت درون برنامه ای انجام می دهند این روش شباهت بسیاری با مدل رانسام دارد.

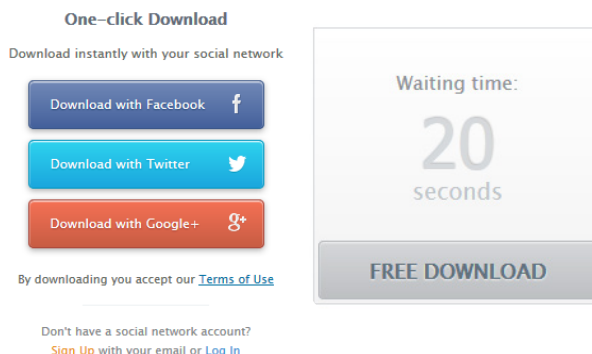
1. Pay-per-access
2. Share of wallet



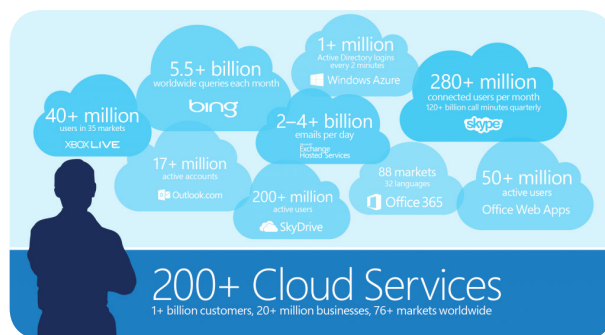
جزئیات تفاوت های روش پرداخت به ازای دسترسی و رانسام نیاز به مطالعه و بررسی بیشتر دارد. اما نکته مهم در هر دو مدل درآمدی ارائه رایگان بخشی از خدمات و جذب و جلب نظر مشتری برای ارائه بخش های غیررایگان دسترسی به ابزارها و اطلاعات می باشد.



مثال های فراوانی برای این مدل درآمدی قابل تحلیل و بررسی می باشد. سایت های دانلود رایگان برای کاربرانی که دانلود رایگان انجام می دهند سیاست های خاصی دارند. از جمله انتظار برای دانلود، پهنای باند پایین و اشتراکی و نیز مشاهده تبلیغاتی که یکی از مدل های درآمدی این سایت ها می باشد. اما مدلی که در این مثال مورد بررسی قرار می گیرد پرداخت به ازای دسترسی کاربران جهت دانلود سریع از سرورهای اختصاصی می باشد.



جالب است بدانیم بر اساس سرویس های ابری در دنیا، میلیون ها کسب و کار بر اساس مدل درآمدی پرداخت به ازای دسترسی راه اندازی و میلیون ها مشتری را شامل شده است. مایکروسافت ۱ به تنهایی کسب و کارهایی مانند اسکایپ ۲، ویندوز آزور ۳، بینگ ۴، ایکس باکس لیو ۵، اوت لوک ۶، اسکای درایو ۷، آفیس ۸۳۶۵، آفیس وب اپز ۹ و سرویس هاس هاست اکسچنج ۱۰ را راه اندازی کرده است.



1. Microsoft
2. Skype
3. Windows Azure
4. bing
5. XBOXLIVE
6. Outlook
7. SkyDrive
8. Office 365
9. Office Web Apps
10. Microsoft Exchange Hosted Services

۲۹- پرداخت به ازای هر استفاده^۱

چندی است شهرداری ها از جمله شهرداری تهران در راستای ترویج دوچرخه سواری در میان شهروندان، طرحی با نام دوچرخه راه اندازی کرده است. شهروندان تهرانی می توانند پس از ثبت نام در این طرح و برای هر بار استفاده از دوچرخه های شهرداری که بصورت امانی در اختیار عموم قرار می گیرد مبلغی پرداخت می شود و دوچرخه در موعد مقرر شده به هر یک از ایستگاه های داخل شهر تحویل می شوند. در پارک، استخر، باشگاه، کلپ و بسیاری از مکان های تفریحی ورزشی برای هر بار استفاده از وسائل بازی یا ورزشی می بایست هزینه ای پرداخت گردد. هر بار استفاده از اتوبوس شهری و بین شهری، قطار شهری، مترو، قطارهای بین شهری و هواپیما نیز پرداخت به ازای هر استفاده انجام می گیرد. پرداخت برای شرکت در کنسرت، حضور در تئاتر و سینما، همایش، کنفرانس و سمینارها نیز از جمله مثال های این مدل درآمدی می باشد. مدل درآمدی پرداخت به ازای هر استفاده برای جذب مشتریانی که توان یا علاقه مالکیت محصولی را ندارند بسیار موثر و درآمد زاست. به ازای هر استفاده ای که مشتری انجام می دهد می بایست پول پرداخت کند. این مورد برای محصولات و خدمات قابل اجراست. شرکت های مخابراتی همراه اول، مخابرات ایران، ایرانسل، رایتل و تالیا براساس هر بار ارسال پیامک مشتریان هزینه دریافت می کنند. شرکت های پیمانکاری که به ازای هر بار عبور از بزرگراه از رانندگان عوارض دریافت می کنند نیز نمونه دیگری از این مدل درآمدی هستند.



1. Pay-per-use

یکی از مدل های درآمدی سایت تیکت هشت^۱ با فروش بلیط های تئاتر، کنسرت، سینما، نمایش کمدی، نمایش کودک و کارگاه آموزشی مدل پرداخت به ازای هر استفاده می باشد.

۳۰- پرداخت بر اساس میزان رضایت

برخی از کسب و کارها می توانند بر اساس قیمت طوری پویا طراحی شوند که مشتری هر قدر از انجام کار رضایت داشته باشد پرداخت نماید. خدمات تعمیر، خدمات خاص اشیاء با ارزش و قدیمی، ایده پردازی، مشاوره، طراحی گرافیکی، عکاسی، دکوراسیون، فروش یا سرویس های مربوط به کالاهای زینتی، کلکسیونی و گران قیمت می تواند بدون قیمت گذاری و بر اساس میزان رضایت مشتری انجام شود. در این مدل درآمدی کیفیت خدمات و محصولات فوق العاده مهم است چرا که در اولین برخورد باید مشتری را چنان جذب کند تا علاوه بر جلب اعتماد یک عدد مناسب و قابل توجه در ذهن مشتری شکل دهد. شعار کسب و کارهایی با این مدل درآمدی می تواند این گونه طرح شود: خدمات از ما قیمت از شما

۳۱- پرداخت بر اساس میزان استفاده^۲

یکی از مدل های درآمدی شناخته شده و کاربردی که در کسب و کارهای کوچک، متوسط و بزرگ استفاده می شود پرداخت بر اساس میزان استفاده محصولات و خدمات^۳ می باشد. شرکت های ارائه دهنده خدمات اینترنتی بر اساس میزان استفاده (ترافیک) از مشتریان هزینه دریافت می کنند. شرکت های توزیع آب، برق و گاز نیز بر اساس میزان مصرف آب، انرژی برق و سوخت گاز هزینه دریافت می کنند. پمپ های بنزین و گاز بر اساس میزان سوختی که مشتری نیاز دارد هزینه دریافت می کنند. در دهه اخیر بسیاری از تاکسی های گردشی نیز جهت تعیین نرخ میزان استفاده به دستگاهی به نام تاکسیمتر مجهز شدند که میزان پرداخت کرایه هر مسافر را بر اساس کیلومتر طی شده مشخص می کنند. در بسیاری از موارد این مدل درآمدی را مدل درآمدی کرایه یا کرایه ای نیز می نامند.

1. <http://tik8.com>

2. Utility-on-demand

3. Fee-for-service



۳۲- پرداخت به ازای زمان استفاده خدمات^۱ یا محصولات

این مدل درآمدی بسیار شناخته شده و دارای قدمت می باشد. از کسب و کارهای سنتی مانند آژانس های کرایه اتومبیل، ظروف کرایه، میز و صندلی سائروسائل برگزاری مجالس، لباس عروس، تجهیزات نورپردازی و صوتی، قایق های کرایه ای، کتاب و کتابخانه ای تا کسب و کارهای مدرن مانند شرکت های ارائه دهنده بسته های اینترنتی و خدمات زمان دار همه و همه نمونه های برای این مدل درآمدی هستند. بسیاری از کسب و کارهای نوپا با خرید وسائل لوکس و گران قیمت و دریافت هزینه به ازای مدت زمان، مناسبت های خاص، ایام هفته و حتی روز و شب از هر مشتری چندین برابر مبلغی را که برای خرید آن کالا پرداخت کرده اند را به دست می آورند. این مدل درآمدی برای بسیاری از کالاهایی که خرید آنها برای هر شخص فقط چند بار در زندگی اتفاق می افتاد امکان پذیر است و می تواند یک روش کسب درآمد به شمار آید. در بسیاری از موارد این مدل درآمدی را مدل درآمدی کرایه یا کرایه ای نیز می نامند.

1. Fee-for-service

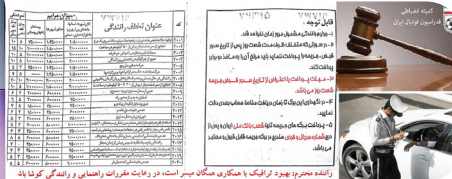


اتو استایل
سامانه اجاره خودرو



۳۳- پرداخت به ازای عدم رعایت قوانین

برای مدیریت جوامع بزرگ قوانینی وضع می شود که یکی از اهرم های اجرای آن پرداخت مبلغی با عنوان جریمه نقدی می باشد. ارتکاب هرگونه تخلف و نقض قوانین موجب نهادهینه شدن بی انضباطی در جامعه می شود. سازمان هایی مانند نیروی انتظامی، راهنمایی و رانندگی، شهرداری ها، استانداری ها، شرکت های توزیع آب، برق، گاز و بسیاری از نهادهای دولتی و غیر دولتی جهت اداره امور، برقراری نظم، تامین بودجه های کنترل و نظارت، اجرای قانون و اهدافی از این قبیل، اقدام به اعمال جرائم می نمایند.



۳۴- پرداخت به ازای خرابی (جریمه خرابی)

مدل های درآمدی که مبنای آن ها امانت یا اجاره دادن اشیاء فیزیکی می باشد؛ می توانند به ازای خراب شدن کالا نیز درآمدزایی کنند و نگرانی ناشی از مفقود شدن، خرابی، شکستگی و هر گونه آسیب را با این مدل درآمدی برطرف سازند.

۳۵- پرداخت به ازای تاخیر (جریمه تاخیر)

از آنجا که برخی از مشتریان به زمان تحویل توجه زیادی ندارند؛ مدل درآمدی جریمه تاخیر می تواند یادآور و زنگ خطر خوبی برای مشتریان بد حساب یا بی توجه به زمان باشد. این مدل درآمدی برای کتابخانه، کلوپ، گیم نت و کسب و کارهایی از این قبیل مرسوم است.



۳۶- پرداخت به ازای تقلب (جریمه عدم رعایت کپی رایت)

درآمد بسیاری از برندهای مطرح جستجوی شرکت ها و کارخانجاتی است که محصول آن ها را بدون اجازه تولید کرده و به فروش می رسانند. این شرکت ها با استفاده از وکلای فعال خود در محدوده جغرافیایی وسیع و اقدامات قانونی جریمه های کلانی را به ازای تقلب و عدم رعایت کپی رایت اخذ می نمایند.



۳۷- پرداخت به ازای هر ابزار

در حال حاضر کسب و کارهای فراوانی به مشتری حق انتخاب محصولات و خدمات با امکانات مورد نیاز را می دهند. یک رایانه شخصی با تجهیزات انتخابی، یک نرم افزار با ابزارها و

امکانات انتخابی مثال های خوبی برای این مدل درآمدی هستند. برندهای مطرح تولید خودرو با ارائه خودروهایی با ظاهر یکسان و امکانات متفاوت انواع مشتریان را جذب و رضایت آن ها را کسب می کنند.

قیمت	قابل نصب بر روی بسته های						زیر بسته ها	کد
	۶	۵	۴	۳	۲	۱		
۱,۵۰۰,۰۰۰			✓	✓			تولیدی	۱
۷۵۰,۰۰۰	✓		✓	✓		✓	تولید و چاپ پارکد	۲
۱,۵۰۰,۰۰۰			✓	✓		✓	حقوق و دستمزد ساده	۳
۲,۵۰۰,۰۰۰			✓	✓		✓	حقوق و دستمزد پیشرفته	۴
۱,۰۰۰,۰۰۰			✓	✓	✓	✓	پایه رسا استاندارد	۵
۱,۵۰۰,۰۰۰			✓	✓	✓	✓	پایه رسا حرفه ای	۶
۱,۰۰۰,۰۰۰	✓	✓	✓	✓		✓	سند اتومات	۷

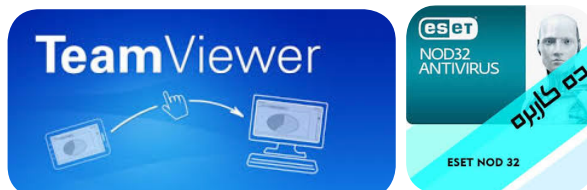
۳۸- پرداخت به ازای کاربر^۱

سالن و تالارهای برگزاری مراسم و جشن ها بر اساس تعداد میهمانان هزینه دریافت می کنند و یا نرم افزارهایی که بر اساس تعداد کاربران قیمت های متفاوتی برای فروش و پشتیبانی دارند مثال های این مدل درآمدی به شمار می آیند. برخی از کسب و کارها به ازای برگزاری جشن های شادی و غم و پذیرایی آن ها و به ازای هر میهمان کارمزد دریافت می کنند. برای مثال اگر یک سالن متوسط ماهیانه بیست و پنج مراسم پانصد نفره را مدیریت کند و به ازاء هر نفر هشتاد هزار تومان هزینه دریافت کند؛ ماهیانه یک میلیارد تومان درآمد خواهد داشت و در صورتی که هفتاد درصد این درآمد را برای تبلیغات و کیفیت مراسم هزینه کند؛ سود خالص ماهیانه این سالن سیصد میلیون تومان در ماه خواهد بود.

1. Pay-per-user



آنتی ویروس ها، نرم افزارهای حسابداری، اتوماسیون های اداری و سایر نرم افزارهای تخصصی تحت شبکه که بایک بار خرید می توانند به توانایی ارائه خدمات و پاسخ گویی همزمان به چندین کاربر همزمان را دارند از جمله مثال هایی برای این مدل درآمدی به شمار می آیند.



امکانات مازاد		
۱	کلاینت شبکه (به ازای هر کلاینت)	%۳۰ مبلغ نرم افزار (بدون کاربران شبکه)
۲	کلاینت داخلی (به ازای هر کلاینت)	%۲۰ مبلغ نرم افزار
۳	تمدید پشتیبانی	%۲۰ مبلغ نرم افزار
۴	تعویض قفل خراب	۲۵۰.۰۰۰
۵	خطوط اینترنتی پیامک رسان	استعلام
۶	خطوط اینترنتی پیامک رسان (۸ رقمی)	استعلام
۷	طراحی فاکتور و طراحی گزارش	استعلام

۳۹- پرداخت به ازای تماس^۱

شرکت های مخابراتی همراه اول، مخابرات ایران، ایرانسل، رایتل و تالیا بر اساس میزان مکالمه مشتریان هزینه دریافت می کنند. برای مثال اگر روزانه چهل میلیون مشترک روزانه سه دقیقه مکالمه تلفن ثابت به همراه داشته باشند؛ درآمد اپراتور روزانه هفت و نیم میلیارد تومان خواهد بود و در صورتی که پنجاه درصد این درآمد برای تبلیغات و هزینه های ارتباطی مصرف شود؛ سود خالص روزانه اپراتور بیش از سه و نیم میلیارد تومان خواهد بود.

1. Pay-per-call

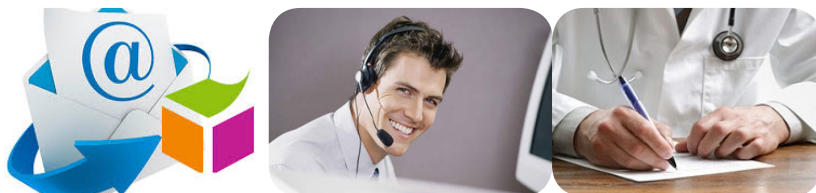
عنوان	سقف تعرفه (ریال)
هر دقیقه مکالمه تلفن ثابت به ثابت داخل استانی	۴۵
هر دقیقه مکالمه تلفن ثابت به ثابت بین استانی	۳۳۰
هر دقیقه مکالمه تلفن ثابت به همراه شرکت ارتباطات سیار	۶۲۵
هر دقیقه مکالمه تلفن ثابت به سایر اپراتورهای تلفن همراه	۶۲۵

نوع خدمات	هزینه
تماس داخل شبکه ایرانسل (از خط ایرانسل به خط ایرانسل دیگر)	۱/۱۱۵ تومان/ثانیه (۶۶/۹ تومان/دقیقه)
تماس خارج شبکه ایرانسل (از خط ایرانسل به خط ثابت)	۱/۳۳۱ تومان/ثانیه (۷۹/۹ تومان/دقیقه)
تماس خارج شبکه ایرانسل (از خط ایرانسل به دیگر خطوط تلفن همراه)	۱/۵۴۸ تومان/ثانیه (۹۲/۹ تومان/دقیقه)

۴۰- پرداخت به ازای پاسخ^۱

در این مدل درآمدی به ازای پاسخ های تلفنی، ایمیلی، پیامکی و ... به پیمانکار پشتیبان خدمات هزینه پرداخت می شود. در واقع پیمانکارانی که پاسخگوی مشتریان در راستای آموزش، گزارش و رفع خرابی های خدماتی مانند آب، برق، گاز، تلفن، اینترنت و ... از مدل درآمدی پرداخت به ازای پاسخ استفاده می کنند. در این مواقع هر چه میزان خرابی یا ناآگاهی مشتریان بیشتر باشد درآمد پشتیبان بیشتر خواهد بود. شرکت مخابرات ایران برای مدیریت هزینه های خود جهت پشتیبانی از خدمات اینترنتی شرکت های پیمانکاری را برای این مهم مامور کرده اند و به ازای دقایق و تعداد پاسخگویی ها هزینه پرداخت می کند. این مدل درآمدی برای ویزیت پزشک، مشاوره، آموزش و پشتیبانی و خدماتی از این قبیل استفاده می گردد.

1. Pay-per-response

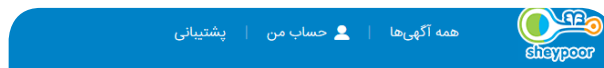


۴۱- پرداخت به ازای شنیدن

برخی از شرکت ها با استفاده از خدماتی که مخابرات با خطوط ۹۰۹ ارائه می کند اقدام به راه اندازی مسابقه، قصه گوئی، فال حافظ و سرگرمی های ویژه ای برای کودکان، نوجوانان و خانم ها نموده است. درآمد این شرکت ها به این ترتیب حاصل می شود که مشتری با تلفن ثابت یا همراه خود با شماره مخصوص این کسب و کارها تماس حاصل می کند و در ابتدای تماس به او اعلام می شود که هر دقیقه تماس به عنوان مثال دو هزار تومان می باشد. در صورتی که روزانه یک میلیون نفر فقط حدود سه دقیقه از خدمات صوتی این شرکت ها را شنود کنند. روزانه شش میلیارد تومان درآمد این شرکت ها خواهد بود. و در صورتی که پنجاه درصد این درآمد هزینه تبلیغات و خطوط مخابراتی شود؛ سود خالص این کسب و کارها در روز حدود سه میلیارد تومان خواهد بود.

۴۲- پرداخت به ازای فروش محصول به مشتری

برخی از شرکت ها با توجه به توانایی های خود بازاریابی محصولات و خدمات شرکت های دیگر را انجام می دهند. یکی از راه های کسب درآمد این شرکت ها استفاده از مدل درآمدی پرداخت به ازای فروش محصول به مشتری است. در واقع این شرکت ها در نوعی از قراردادهای خود جهت جلب اعتماد کسب و کارها هزینه های خود را مشروط به فروش نهایی به مشتری تعیین می کنند. درصدی از سود یا مبلغ کلی کالا (بسته به قرارداد) مبلغی است که به ازای هر فروش محصول به مشتری می بایست به شرکت بازاریاب و فروشنده توسط شرکت تولید کننده پرداخت گردد.

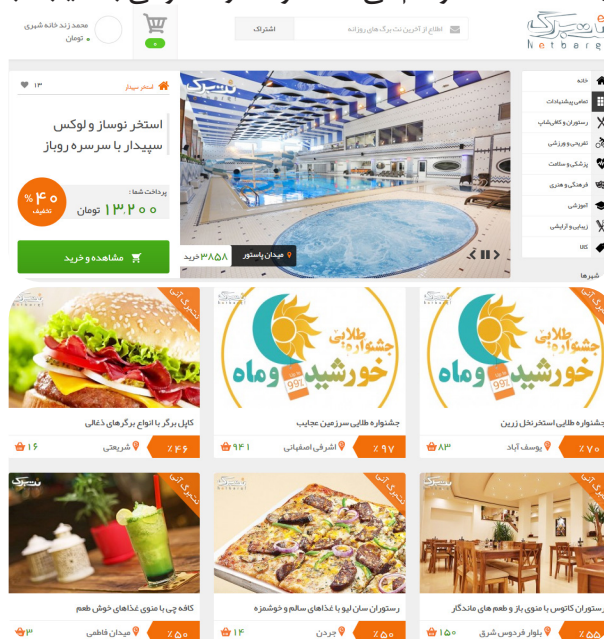


ما محصولات شما را در کمترین زمان به فروش می رسانیم

۵ روز پیش، اصفهان، خیابان میر

ما شما را در کوتاهترین زمان معرفی و برند می کنیم
فروش محصولات خود را به تیم تحصیل کرده و آموزش دیده بازرگانی شرکت ارمغان طبیعت بسپارید
ما محصولات کارخانه و شرکت شما را با قیمت مناسب و در کوتاهترین زمان در استان اصفهان به فروش می
رسانیم
با ما تماس بگیرید

نت برگ به ازای هر محصولی که به فروش می رساند هزینه دریافت می کند. در واقع مدل درآمدی نت برگ از طریق دریافت درصدی از مبلغ نت برگ های به فروش رسیده می باشد. این مدل درآمدی مزایای فراوانی دارد. برای تبلیغات، از قبل هزینه ای پرداخت نمی کنید. به این معنی که اول می فروشید و بعد هزینه را به ازای هر فروش پرداخت می کنید. فروش محصول از طریق شرکت هایی که این مدل درآمدی را به کار می برند دسترسی به بازار گسترده و مشتریان بسیار زیادی را برای خدمات شما فراهم می کند. سرعت و دسترسی به نتیجه بسیار زیاد است.



مدل درآمدی پرداخت به ازای فروش محصول به مشتری می تواند برای کسانی که تمایل به

ریسک ندارند بسیار مفید و نتیجه بخش باشد. همان طور که در تصویر فوق ملاحظه می شود دو طرح جشنواره طلایی یکی با ۸۳ خرید و دیگری با ۹۴۱ خرید مواجه شده است. طبیعتاً پرداخت به ازای هر خرید به نت برگ برای هر دو تبلیغ، مناسب تر خواهد بود. سفارش دهندگان تبلیغات در این سایت ورزش سه و نت برگ با نتایج مثبت و تضمینی روبرو هستند. و دلایل این موفقیت همچنان نیاز به مطالعه، بررسی و تقویت دارد.

۴۳- تبلیغات^۱

یکی از معروف ترین و پرتعدادترین مدل های درآمدی و البته پیچیده و دشوار مدل درآمدی تبلیغات می باشد. هر جا تجمع، ترافیک، عبور و مرور، صف و جمعیت زیادی از افراد وجود دارد؛ امکان دیده شدن، فروش و جذب مشتری نیز بیشتر است. مطمئناً تبلیغات خیابانی، جاده ای، تبلیغات داخل اتوبوس ها، قطارهای شهری، ایستگاه ها، تراکت های پخش شده، پوسترها و تابلوهای روی در و دیوار شهر، بنر خودروهای پخش و توزیع کارخانجات تولیدی، هدایای تبلیغاتی، انواع پاکت ها، اشیاء تبلیغاتی بیلوردهای خلاقانه، ماکت های جذاب، مجسمه ها و سایر تبلیغات محیطی را ملاحظه کرده اید.



برای این تبلیغات هزینه های فراوانی انجام می شود که گاه ممکن است فقط چند ثانیه آگاهانه یا ناخودآگاه بیننده ای را به خود جذب کند. شرکت های فراوانی برای پوشش و مدیریت این گونه تبلیغات به وجود آمده اند؛ که البته درآمد فوق العاده عالی و خوبی دارند.



این تبلیغات ممکن است دیده شوند یا مورد بی توجهی قرار گیرند. اما آنچه که روشن است پرداخت هزینه های قابل توجه شرکت ها و صاحبان کسب و کار برای رقابت در محل تجمع و عبور و مرور مشتریان احتمالی است. همین نوع کسب درآمد در فضای مجازی نیز به گزینه مناسبی برای کسب و کارهای علاقمند به انجام تبلیغات تبدیل شده است. تبلیغات در سایت های پر بازدید، افزایش بازدید کننده، افزایش رنکیگ، کلیپ، انیمیشن، فیلم، آهنگ، بنر، لینک و آگهی های تبلیغاتی مواردی هستند که در سایت ها، کانال ها، وبلاگ ها، صفحات شخصی و عمومی به کثرت رویت می شوند. هزینه این تبلیغات بر اساس رنکینگ و بازدیدهای هر سایت متفاوت است.



نوع دیگر تبلیغات که بسیار مورد توجه قرار گرفته است لینک، کلیپ و تصاویری است که در صفحات و کانال های شبکه های اجتماعی منتشر می شود.

۴۳-۱- تبلیغات رتبه بندی حمایتی^۱

یکی از انواع مدل درآمدی تبلیغات است که با استفاده از ارزیابی هایی که عمدتاً موتورهای جستجو مانند گوگل و یا سایت های ارزیاب مانند الکسا انجام می دهند صورت می پذیرد. برای تغییر در نتایج جستجو در صفحات موتورهای جستجو معمولاً به ازای هر کلیک باید هزینه پرداخت شود. ممکن است به ازای هر بازدید و یا به صورت عضویت یا اشتراک ماهیانه و سالیانه

1. Sponsored ranking Advertising

هزینه هایی پرداخت شود. برخی از سایت های رنگ بالا نیز از همین مدل درآمدی ارتزاق می کنند.

۴۴- پرداخت به ازای حذف تبلیغات^۱

این مدل درآمدی زیاد مرسوم نشده است حال آن که در شبکه های اطلاع رسانه، نرم افزارهای پیام رسان، محصولات رایگان دارای تبلیغات، وب سایت ها و پنل های شخصی افراد و هر آنجایی که تبلیغات یکی از مدل های اصلی درآمدی است برای جلب رضایت مشتریان، کاربران یا اعضا ویژه می توان با دریافت هزینه اندکی تبلیغات را حذف نمود. فرض کنید شما یک بانک اطلاعاتی بزرگ دارید و کاربران این بانک اطلاعاتی از امکانات مختلف پنل کاربری و وب سایت شما استفاده می کنند. در این بانک اطلاعاتی بخشی از هزینه ها را تبلیغات صفحه اول و بخش دیگری را تبلیغات هدفمند داخل پنل افراد بسته به علاقه ها و تخصص هاشان تامین می کند. پس از زیاد شدن تبلیغات در این صفحات مطمئناً درخواست هایی خواهید داشت در راستای کاهش یا عدم نمایش تبلیغات. به هر حال این کاربران شما هستند که به دلیل بازدیدشان از بانک اطلاعاتی شما موجب افزایش رنکینگ و جایگاه ویژه وب سایت شما جهت تبلیغات شده اند. از آنجا که مشتری در هر صورت تاج سر بوده و رضایت او باید در صدر اهداف باشد؛ و همچنین با توجه به این که نگهداری بانک اطلاعاتی هزینه های بسیار بالایی دارد؛ باید چاره ای اندیشید. بهترین راه چاره هنگامی که تبلیغات درآمد خوبی برای شما دارد؛ دریافت هزینه های اندک از هر کاربر در راستای کاهش تبلیغات، حذف برخی از تبلیغات و یا حذف کامل تبلیغات می باشد. که البته نیاز به مطالعه، برنامه ریزی و بررسی های بسیار دقیق است. برای مثال در صورتی که صد میلیون کاربر یک نرم افزار رایگان بین المللی ماهانه یک دلار بابت استفاده از نرم افزار بدون دیدن تبلیغات را هزینه کنند؛ ماهیانه صد میلیون دلار فقط از حذف تبلیغات برای یک برنامه رایگان کسب درآمد صورت خواهد گرفت؛ چیزی حدود چهارصد و پنجاه میلیارد تومان.

1. Pay-for-remove-advertise

بروزرسانی: شنبه ۲۱ بهمن - ۱۵:۵۰

نمونه‌ای از حذف تبلیغات صفحه اول وب سایت:

وبسایت
۲۶ آبان ۱۳۹۵
روزه

پوشش روزانه ویدیویی جشنواره موسیقی

در صورتی که عضو هستید برای عدم
نمایش تبلیغات کلیک کنید. هزینه حذف همه
تبلیغات ماهیانه 4500 تومان می باشد.

صفحه اصلی | جدول لیگها | روزنامه | ویدئو | جام جهانی | تصاویر بازیکنان | نقل و انتقالات | نتایج زنده

نمونه‌ای از حذف تبلیغات داخل پنل کاربری:

The screenshot shows the user profile page of IrExpert.ir. The page is titled 'www.irexperts.ir/Webforms/UserProfile/Profile.aspx'. The header includes the site logo and navigation links. The main content area displays a user profile for 'محمد' (Mohammad) with details like location (Tehran), education (MSc in Computer Science), and skills (Network+, MCITP, etc.). Below the profile, there are several banners and ads, including one for 'پارسا' (Parsa) and another for 'حذف این تبلیغ ماهیانه' (Remove this monthly ad). The bottom of the page features a footer with contact information and a sidebar with various service links.

اگرچه هزینه‌ها بسیار پایین هستند؛ اما نکته اول در این خصوص این است که موجب جلب رضایت کاربران ویژه و فعال می‌شود. و نکته دوم این است که فرضاً اگر از چهارصد هزار کاربر فقط چهل هزار کاربر ماهیانه چهارصد و پنجاه تومان بپردازند؛ ماهیانه هیجده میلیون تومان درآمد فقط از حذف تبلیغات خواهیم داشت. حتی در بدترین شرایط اگر از بین همه کاربران سایت فقط ده هزار کاربر ماهیانه چهارصد و پنجاه تومان بپردازند سالیانه پنجاه و چهار میلیون تومان درآمد حذف تبلیغات خواهد بود.

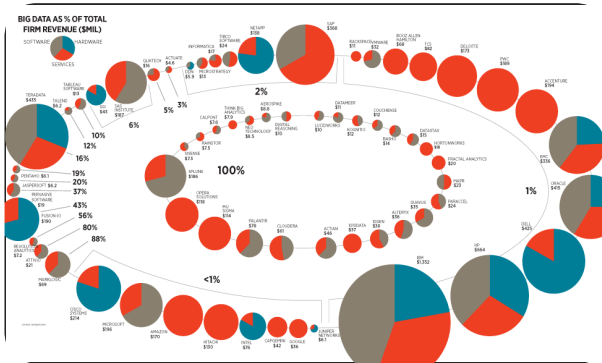
۴۵- درآمدهای مبتنی بر داده‌ها، اطلاعات، داده‌های حجیم^۱

رایج ترین مدل درآمدی شبکه‌های اجتماعی و سیستم‌های هوش تجاری درآمدهای حاصل از تحلیل داده‌ها، اطلاعات و داده‌های حجیم است. رفتارشناسی مشتری، نیازسنجی بازارهای منطقه‌ای، شناسایی نیازهای افراد مختلف با سن و جنس و سطح تحصیلی و سطح فرهنگی و سطح درآمدی و شغل و منطقه جغرافیایی در مناسبت‌ها، فصل‌ها و ایام خاص با اهداف خاص گاهی میلیاردها دلار ارزش دارد. مخصوصاً هنگامی که پیش بینی فروش یک فیلم سینمایی بزرگ، شبیه سازی فروش یک محصول از یک برند خاص در مناطق جغرافیای خاص، ایده‌ای برای خلق یک محصول جدید و یا راه‌هایی برای رسیدن به بازارهای مخفی برای برندها و شرکت‌های بزرگ، بازخورد از تاثیر یک دارو، یک ترکیب شیمیایی، یک محصول، یک رفتار یا یک الگوی خاص باشد. گاهی تحلیل داده‌های حجیم می‌تواند برای دولت‌ها موجب پیش بینی تاثیر گرانی یک خدمت یا محصول خاص داشته باشد و یا راهنمای خوبی برای تنظیم مالیات بر درآمد یا مالیات بر ارزش افزوده باشد. همچنین با تحلیل داده‌های حجیم می‌توان راهکارهای صرفه جویی در تولید، مصرف، خرید و بهینه سازی فرآیندها، استخدام و بکارگیری نیروها و راه حل‌های هوشمندانه و تاثیرگذاری را به شرکت‌ها و دولت‌ها فروخت. شاید ساده ترین نوع درآمد زایی مبتنی بر داده‌ها شناسایی مشتریان بالقوه کسب و کارها و ارسال تبلیغات موثر بسته به سلیقه هر مشتری از طریق پیامک، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی، تلفن گویا، نرم افزارهای پیام رسان، پست، هدایای تبلیغاتی، کاتالوگ، نمایشگاه و... باشد.



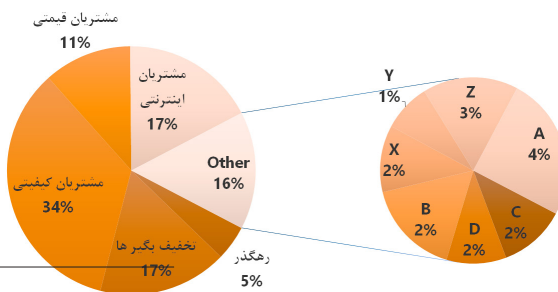
1. Data, Information, Big Data

طریق تحلیل داده‌ها و داده‌های حجمی است.



۴۵-۱- دوبار کلیک^۱ یا داده محوری^۲

برخلاف آنچه که تصور می‌شود؛ دوبار کلیک، یک روش فروش کالا یا ثبت سفارش نیست. روش دوبار کلیک یک مدل درآمدی برای شرکت‌هایی است که از طریق فروش اطلاعات ارزشمند طبقه‌بندی شده کسب درآمد می‌کنند. این اطلاعات معمولاً با صرف زمانی طولانی و تجارب، مطالعات، داده‌کاوی، تحلیل و عملیات خاص به دست آمده باشد. در برنامه‌های بازاریابی پس از بخش‌بندی مشتریان یک یا چند بازار هدف تعیین می‌شود و تمام فرآیندهای بازاریابی بر اساس آن برنامه ریزی می‌شود. گاهی تهیه بانک اطلاعاتی^۳ بازار هدف چندین برابر از تجهیزات و هزینه پرسنل ارزشمند خواهد بود. بنگاه‌های معامله‌گری اطلاعات با تکیه بر داده‌ها و اطلاعات خود (داده‌محوری) با دریافت هزینه‌هایی این داده‌ها را در اختیار کسب و کارها می‌گذارند.



1. Double Click
2. Infomediary
3. Cool Saving, Double Click

وب جهان گستر^۱ یکی از بزرگ ترین کانال های انتشار داده ها و اطلاعات در سراسر دنیا است. این فضا حداقل حدود ده درصد در ماه رشد می کند.^۲ این در حالی است که در ایران برخی از کسب و کارها هنوز هم از استراتژی آجر و ملات^۳ استفاده می کنند و توجه کمی به روش های مدرن درآمدزایی دارند. در حال حاضر، افزایش فشارهای رقابتی و فناوری های جدید به عنوان یک منبع داده ای، باعث می شود که مدیران کسب و کار از استراتژی های جدید استفاده کنند. بسیاری از شرکت های کوچک و متوسط^۴ در وب سایت های خود سرمایه گذاری کرده اند تا حضور آنلاین خود را ارتقا دهند. با این حال، قدرت اخیر واسطه های داده ای و اطلاعاتی، شرکت ها را برای جذب مصرف کنندگان صرفاً از طریق صفحات وب خود با مشکل مواجه می سازد. در نتیجه، شرکت ها مجبور به استراتژی های آنلاین خود برای تسریع جذب مشتری می شوند؛ استفاده مناسب از لینک ها و خبرنامه های می تواند این را در هزینه های نسبتاً پایین انجام دهد.^۵ برخی از صاحبان کسب و کار بر این باورند که با داشتن داده ها و اطلاعات در مورد محصولات، مشتریان، تامین کنندگان، فرمول ها، ساختارها، اسرار کاری، توزیع کنندگان، رویدادها، پیش بینی های اقتصادی و بازاری، اطلاعات بازاریابی و اطلاعاتی از این قبیل می توانند درآمد کسب کنند. گاهی اطلاعات و داده ها را به صورت رایگان در اختیار کاربران می گذارند و با افزایش بازدید کنندگان، کاربران، متخصصین، مشتریان، مصرف کنندگان و وبگردها، رنکینگ سایت خود را افزایش می دهند و به صورت غیر مستقیم از داده ها درآمد زایی می کنند. ممکن است این درآمد زایی با ترکیب سایر مدل های درآمدی همراه باشد و بسیار خلاقانه و کاربرپسند باشد. و گاهی به صورت مستقیم داده ها به فروش می رسند. گاهی ارزش افزوده داده ها و گاهی جذب و همکاری کسب و کارهای مرتبط با داده ها موجب درآمد زایی می شوند. داده های مشتریان و عادات مصرف آن ها بسیار ارزشمند است. به ویژه اگر این داده ها به شکل دقیق و آنالیز شده باشد. ممکن است اطلاعات و مشخصات

1. World Wide Web

2. [https://doi.org/10.1016/S0167-9236\(03\)00078-2](https://doi.org/10.1016/S0167-9236(03)00078-2) Intelligent infomediary for web financial information

3. brick-and-mortar

4. SME

5. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.006> Click-and-Mortar SMEs: Attracting customers to your website

تماس مشتریان و مصرف کنندگان، نحوه انتخاب، تاریخ خرید، تعداد خرید، انتخاب های دیگر در کنار محصول خریداری شده و هر داده و اطلاعاتی که بتواند صاحب داده ها و یا سایر کسب و کارها مفید باشد می تواند درآمدزا باشد. برخی از افراد معتقدند که درآمد زایی از نوع داده محوری صرفا به اطلاعات و تحلیل داده های حاصل از رفتار مشتری نیست و می توان با تولید اطلاعات مورد نیاز مشتریان نیز درآمدزایی کرد.

برای مثال اگر موسسه آموزشی به بانک اطلاعاتی خود شامل دویست هزار نفر روزانه سه ایمیل هدفمند ارسال کند و بازار هدف این ایمیل ها با توجه به تحلیل ها و داده کاوی های انجام شده حدودا ده هزار ایمیل باشد. در واقع ده هزار نفر روزانه سه ایمیل هدفمند دریافت می کنند. در صورتی که هزینه ارسال هر ایمیل به صورت هدفمند پانصد و برای کل اعضا سیصد تومان باشد. روزانه پانزده میلیون تومان هزینه ارسال ایمیل هدفمند از مشتریان دریافت خواهد شد. و در صورتی که با تبلیغات گسترده تر بتوان این تعداد ایمیل را به صد عدد افزایش داد و نیمی از درآمد حاصله را برای تبلیغات هزینه کرد. روزانه پانصد میلیون درآمد تولید خواهد شد که دویست و پنجاه میلیون تومان آن سود خالص روزانه است.

۴۵-۲- داده فروشی^۱

برخی از شرکت ها داده های خام، برخی دیگر داده های تحلیل شده و برخی دیگر نتیجه تحلیل داده ها را به فروش می رسانند. اطلاعات تحلیلی و تلفیقی بورس و اوراق بهادار در ایالات متحده امریکا منبع اصلی درآمد زایی برای برخی از شرکت ها و افراد بوده است.^۲ در ایران نیز برخی از افراد با ارائه یا فروش اطلاعاتی در مورد بورس، سود و ضررها، پیشبینی ها، افزایش و کاهش قیمت سهام و اطلاعاتی از این قبیل به صورت مستقیم و غیر مستقیم درآمد زایی می کنند. برخی از افراد داده های خام و اطلاعات کسب و کار خود را به فروش می گذارند. و برخی دیگر با جمع آوری اطلاعات از فضای وب و طبقه بندی و بخش بندی آن ها بر اساس شهرها، تخصص ها و اطلاعات مشاغل و افراد اقدام به کسب درآمد از داده های موجود می نمایند. برخی از کسب و کارها

1. Sales data

2. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2015.10.002> Equity trading and the allocation of market data revenue

با استفاده از داده های تولید شده توسط کاربران خود به درآمد زایی می پردازند، ممکن است این داده ها شامل تصاویر، اخبار، فیلم ها و کلیپ ها، فایل های آموزشی، جمع آوری داده های طبقه بندی شده، صوت ها، آهنگ ها و داده های شنیداری، گفتاری، متنی، دیداری و ... باشد. بازار داده فروشی در همه کشورها داغ است.



۴۵-۳- فروش اطلاعات مشتری^۱

هنگامی که اطلاعات چند صدهزار مشتری بالقوه را داریم می توانیم از طریق فروش این اطلاعات برای یک یا چند بار به درآمد خوبی برسیم. اگرچه این کار عاقلانه و اخلاقی نیست اما به هر حال در بسیاری از شرکت های داخلی و خارجی رایج شده است. اطلاعات مشترکین تلفن ثابت، تلفن همراه، داوطلبین کنکور، خریداران خودرو، اعضای انجمن ها، بیمه ها، کارگزاری ها و خلاصه هر اطلاعاتی که در شرکت ها، موسسات، سازمان ها و نهادهای ثبت می شود به فروش می رسد. این عمل در اروپا ممنوع است اما در آمریکای شمالی یک مدل درآمدی کاملاً متداول به شمار می رود. در ایران هم با وجود تذکرها، آئین نامه ها، بخشنامه ها، شکایات، تذکرها و اخطارها هنوز هم به صورت مخفیانه و گاهی آشکار اطلاعات مشتریان به فروش می رسد و این مدل درآمدی یک مدل بسیار رایج است. حتی گاهی اطلاعات مربوط به بازاریابی و تولید شرک ها، پرونده های قضایی و حقوقی، اخبار و اطلاعات محرمانه دولت ها و اطلاعاتی از این قبیل به فروش می رسد. تا جایی که برخی از شرکت ها، موسسات، افراد و دولت ها برای به دست آوردن اطلاعات مورد نیاز خود از جاسوس ها استفاده می کنند. این جاسوس ها حتماً اشخاص نیستند و ممکن است نرم افزارهای جاسوسی بایند شده به نرم افزارهای کاربردی باشند که به صورت کاملاً نامحسوس اطلاعات رقبا را استخراج و ارسال می کنند.

1. Sale of customer data



بانک اطلاعات اصناف و مشاغل کل کشور



۴۶- ارسال پیام به مشتریان^۱

عده‌ای به فروش اطلاعات اصلی مشتریان اعتقاد ندارند. آنها معتقدند که مرغ را نباید فروخت و باید از تخم مرغ درآمد حاصل کرد. بنا بر این با ارسال پیام‌های تبلیغاتی به صورت هدفمند به مشتریان طبقه بندی شده و البته با رضایت آنان اقدام به کسب درآمد می‌کنند. برای مثال انجمن متخصصین ایران^۲ برای آن دسته از مشتریانی که نیاز به ارسال آگهی‌های استخدامی و یا تبلیغات آموزشی برای رشته‌ها و افراد خاص هستند این امکان را فراهم آورده است که با انتخاب سن، جنس، رشته، منطقه جغرافیایی و اطلاعاتی مانند علاقمندی به استخدام یا رشته‌های خاص به صورت هدفمند هزینه کنند. ارسال پیامک، ایمیل، پیام در شبکه‌های اجتماعی و ... فرض کنید یک برنامه تلویزیونی یک مسابقه پیامکی بین هواداران سه تیم برگزار کند و از آنها بخواهد برای حمایت از تیم خود در خدمات ارزش افزوده پیامکی نیز شرکت کنند. اگر این برنامه تلویزیونی با تبلیغات گسترده خود بتواند از هر تیم فقط دو میلیون نفر را جذب این طرح پیامکی نماید. در صورتی که مبلغ هر پیامک سیصد تومان و تعداد پیامک‌های ارسالی در روز سه عدد باشد، درآمد خالص روزانه این برنامه بیش از پنج میلیارد تومان خواهد بود. و در صورتی که نصف این هزینه را برای هزینه‌های مخابراتی و تبلیغاتی مصرف کند روزانه دو و نیم میلیارد تومان فقط

1. Send a message to customers
2. Irexperts.ir

از طریق پیامک جذب خواهد نمود.



۴۷- پشتیبانی آنلاین^۱

یکی از مدل های درآمدی پشتیبانی از راه دور سیستم ها، نرم افزارها، خدمات، تجهیزات، ابزارها، برای شرکت ها، موسسات، نهادها و سازمان هاست. برخی از متخصصین پس از اتمام یک دوره تحصیلی یا کسب مهارت حین مطالعات، تحقیقات، پژوهش ها، تحصیلات و گذراندن دوره های دیگر از طریق این مدل درآمدی ارتزاق می کنند. در بسیاری از شرکت ها یک نیروی متخصص منتظر تلفن های تماس یا وظایف احتمالی خود می ماند و مجبور است باقیمانده وقت خود را در انتظار تماس ها بماند. این گونه شرکت ها معمولاً سعی می کنند در ایام شلوغ کاری از چندین پشتیبان استفاده کنند و در ایام خلوت تر افراد کمتری را به کار بگیرند. حال آن که می توان با یک برنامه ریزی درست چندین کار مرتبط را از راه دور پشتیبانی کنند.



برای مثال اگر شرکتی باده هزار مشتری بتواند پشتیبانی آنلاین هزار مشتری را با هزینه سالیانه سه میلیون تومان متقبل شود؛ سالیانه سه میلیارد تومان درآمد فقط از این مدل درآمدی کسب خواهد نمود.

۴۸- پاسخ آفلاین^۱

برخی از کسب و کارها خدمات جذابی را به صورت آفلاین ارائه می دهند اما نمود اصلی آن به صورت آفلاین خواهد بود. برای مثال ممکن است مشاوره، ارائه اطلاعات تخصصی، بانک های سوال و بسیاری از خدمات به صورت آنلاین باشد اما پاسخ اصلی به صورت آفلاین ارائه شود. از ترکیب این مدل درآمدی با سایر مدل ها می توان کسب و کارهای خلاقانه ای را ایجاد نمود. برگزاری کلاس های آموزشی، دوره های تخصصی، همایش ها و سمینارها، ارجاع مشتری به آزمایشگاه، کارگاه، فروشگاه، کلینیک و فضاهای فیزیکی با استفاده از دریافت درخواست های آنلاین و پاسخ در فضای آفلاین درآمدهای بسیار ویژه ای به همراه خواهد داشت.

وب سایت شخصی استاد حورایی

www.hooraei.com/ ▼ Translate this page

وب سایت شخصی، دست نوشته، استاد حورایی، سید مجتبی حورایی، دوره NLP، موفقیت، کسب و کار موفق، اعتماد به نفس از نواح موفق، خانواده موفق.

گالری صوت و فیلم - تئویم کل برنامه ها - پرسش و پاسخ - کلاس ها و دوره ها

You've visited this page many times. Last visit: 12/23/17

برخی از اساتید، مشاوران، متخصصین و افراد حرفه ای با استفاده از فعالیت های خود در فضای آنلاین به جذب مشتریان برای فعالیت هایی در فضای آفلاین می پردازند. پرسش و پاسخ روی سایت شخصی، ارائه مقالات جذاب در ژورنال ها با ذکر آدرس های تماس، تبلیغات در وب سایت های پربازدید، مشاوره آنلاین، حضور در شبکه های اجتماعی، پخش آنلاین بخشی از دروس، فایل های داندودی صوتی، تصویری و کلیپ ها و پک های آموزشی که تبلیغات منحصر به فرد و جذابی برای جلب نظر مخاطبین و ایجاد انگیزه شرکت در دوره ها، کلاس ها، همایش ها، نمایشگاه ها و حضور و خرید در فضای واقعی می باشند؛ نمودی از مدل درآمدی پاسخ آفلاین هستند. راه اندازی این مدل درآمدی برای بسیاری از افراد که دارای تخصص یا دانش خاصی

1. Offline customer response

هستند بسیار کارآمد بود. کافی است هفته‌ای چند ساعت دروب سایت خود فعالیت کرده و درخواست‌های آنلاین مخاطبین را به پاسخ‌های آفلاین خود ارجاع دهند. علاوه بر افزایش رنکینگ، بازدیدها و مخاطبین، به ارائه خدمات الکترونیکی بیشتر، تبلیغات حرفه‌ای و هدفمند و خلاصه برندینگ شخصی خود بپردازند.^۱

Q

جستجو

30008854 سامانه پیامک

تلفنی یا با

عضویت

پروژه سراسر فرهنگساز راه و توسن
راصد بولیت

صفحه اصلی

ثبت نام اینترنتی کلاس ها

مقالات

خرید محصولات

پرسشی و پاسخ

گالری

درباره من

همه اصلی - ریدانداها - نجوم کل برنامه ها

قویم کل برنامه ها

- 30 روز موفقیت
- تمرکز فکر
- راههای موفقیت یک فرهنگ
- فرستادن های قبل از ازدواج
- روانشناسی تغییر
- شخصیت سالم
- آشنیمشاسی خانواده
- برکت
- فرصت های طلایی
- ریاضت مؤثر و نفوذ به قلب دیگران

عنوان رویداد	مهد اجراء	تاریخ اجراء	مکان برگزاری	اطلاعات بیشتر
همایش استعداد به نفس- تهران	ساعت 15 الی 20	یکشنبه 1395/06/18	تهران- سالن شهامش خواجه نصیر(کانون اعمار)	اطلاعات بیشتر
دوره کسب و کار موفق- تهران	5 روز	یکشنبه 1395/06/07	تهران- سالن شهامش خواجه نصیر(کانون اعمار)	اطلاعات بیشتر
دوره NLP و موفقیت مشهد	10 روز	یکشنبه 1395/05/24	حیابان آنگوه، بین آنگوه 2 و 4، تالار فرهنگی نور	اطلاعات بیشتر
دوره NLP و موفقیت مشهد	10 روز	شنبه 1395/04/26	حیابان آنگوه، بین آنگوه 2 و 4، تالار فرهنگی نور	اطلاعات بیشتر
جلسات عمومی (رایگان) / وزه ماه مبارک	سوی روز- 21:45 الی 23:00	سه شنبه 1395/04/15	مشهد، معلم 71 (سناری 13)- مجتمع آموزشی بخت	اطلاعات بیشتر
دوره تربیت فرزندان تهران	چهار روزه	1395/02/26	تهران- سالن شهامش خواجه نصیر(کانون اعمار)	اطلاعات بیشتر
دوره تربیت فرزندان مشهد	5 روز	دوشنبه 1395/02/20	حیابان آنگوه، بین آنگوه 2 و 4، تالار فرهنگی نور	اطلاعات بیشتر

همه محصولات

پک آموزشی



برکت

۴۰۰۰ تومان

فرهون به سید فرید



شخصیت سالم

۴۰۰۰ تومان

فرهون به سید فرید



نگاهی از منظر روان شناسی به داستان حضرت یوسف(ع)

۴۰۰۰ تومان

فرهون به سید فرید

کتاب



ارتباط مؤثر و نفوذ به قلب دیگران

۸۵۰۰ تومان

فرهون به سید فرید



تمرکز فکر

۸۰۰۰ تومان

فرهون به سید فرید



با خدا همه چیز ممکن است

۷۰۰۰ تومان

فرهون به سید فرید

۴۹- نظارت یا دیدبانی آنلاین^۲

مانیتورینگ، نظارت یا دید بانی آنلاین خدمات الکترونیکی، سرورها و سرویس های آنلاین یکی از مدل های درآمدی است که البته به صورت تخصصی و با استفاده از تجهیزات و تکنولوژی ها خاصی مدیریت می شود. اما ترکیب این مدل درآمدی با کسب و کارهای سنتی ممکن است ایده های خلاقانه ای را در پی داشته باشد. مانیتور کردن موارد ذیل رامی توان با ارسال پیام، ایمیل یا تلفن مشتریان را مطلع ساخت و به ازای هر ماه یا هر سال هزینه ای دریافت کرد.

1. hooraei.com
2. Online-monitoring

- HTTP
- HTTPS
- Mail
- POP3
- IMAP
- SMTP
- DNS
- MYSQL
- ORACLE
- PPTP
- L2TP
- SSTP
- PROXY
- SOCKS
- FTP
- FILE SHARING
- REMOTE DESKTOP
- VNC
- SSH
- TELLNET
- SQL
- Traffic
- Band Width
- CPU

- RAM
- HDD
- Mail
- e-Shop
- e-Payment
- Accounting
- Cloud Services

همچنین می توان به ازای پشتیبانی، عیب یابی و رفع اشکال این سرویس ها نیز هزینه دریافت کرد و یا با پیشنهاد یا ارائه سرویس های بهتر خدمات مشتریان را نیز به سمت کسب و کار خود هدایت نمود.



دربارخی موارد می توان با ارائه یک سیستم مانیتورینگ الکترونیکی، یک نرم افزار مانیتورینگ، ترکیبی از تجهیزات الکترونیکی و یک سامانه عملیاتی و مانیتورینگ خدمات مناسبی را به صورت منحصر به فرد ارائه کرد، نگهداری دیتاسنترها، مراکز اینترنتی، موزه ها، نمایشگاه ها، کارگاه ها، کارخانه ها، پاساژها، مجتمع ها، فروشگاه ها، ساختمان های بزرگ، خودروهای خاص، خودروهای شخصی و سازمانی، قطارهای شهری و بین شهری، هواپیماها، کشتی ها، شهر بازی، خیابان ها، اتوبوس های داخل شهری و بین شهری، تاکسی ها، تاکسی بارها با استفاده از سنسورهای نرم افزاری و سنسورهای دود، دما، نور، لرزش، قطع و وصل جریان، جهت، رطوبت و بسیاری از

سنسورهای دیگر علاوه بر فروش نرم افزار، سنسورها و تجهیزات مانیتورینگ به فروش تجهیزات عملیاتی و پیشگیری از خطرات احتمالی نیز پرداخت. قطع و وصل سیستم ها، رله ها، درب ها، جریان های آب، روغن، بخار، برق و غیره کارهای حساس و دقیقی انجام داد و به ازای آن هزینه دریافت نمود. در واقع با انجام این فعالیت یک مدل ترکیبی از فروش، مانیتورینگ، پشتیبانی آنلاین و ... راه اندازی خواهد شد.

برای مثال در صورتی که یک شرکت با بیست هزار مشتری مانیتورینگ هزار سیستم از مشتریان خود را ماهیانه نود هزار تومان متقبل شود؛ درآمد این شرکت از مانیتورینگ ماهیانه نود میلیون تومان خواهد بود.

۵۰- کسب و کارهای جانبی^۱

گاهی یک دانشگاه، یک شرکت بزرگ، یک موسسه فرهنگی وسیع، یک کارخانه بسیار گسترده، یک مجتمع مسکونی شامل چند ده خانواده و مجتمع های تجاری و غیر تجاری که رفت و آمد مشتریان یا زمان اقامت کارکنان در آن ها زیاد است می توانند با راه اندازی کسب و کارهای جانبی به کسب درآمدهای قابل توجهی بپردازند. برای مثال یک سرویس غذاخوری، آب میوه فروشی، درمانگاه کوچک، سوپرمارکت محلی، تایپ و تکثیر، باشگاه ورزشی داخلی، محلی برای سرگرمی، کافی شاپ دنج، فروشگاه کتاب یا کسب و کارهایی از این قبیل می تواند درآمدهای مخفی و البته مناسبی را به همراه داشته باشد.

۵۱- تولید کنندگی و سازندگی^۲

۵۲- طرفداران

پیگیری هواداران مسابقات و تیم های ورزشی، هنری، فرهنگی، علمی و ... می تواند سالیانه درآمدهای زیادی را به همراه داشته باشد، کانال های اطلاع رسانی و صفحات اجتماعی، کنفرانس های خبری، خبرگزاری های آنلاین، کانال های ویدیویی، برنامه های زنده، لباس ها و

1. SIDE BUSINESSES/BUSINESS INCUBATION

2. Manufacturer

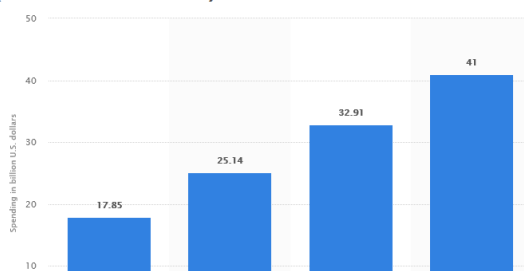
اشیاء تبلیغاتی و تمام آن چه که هواداران را به خود جلب می کند می تواند محلی برای درآمد از طریق آنان باشد.

۵۳- اجتماع^۱

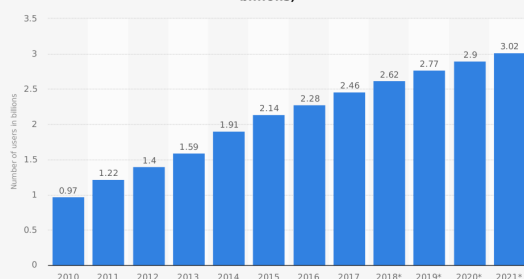
تشکیل جوامع تخصصی، انجمن های علمی، گروه های هنری، تیم های ورزشی، جامعه های مرتبط، اجتماعات خاص، نشست های فرهنگی و خلاصه هر تجمعی که ارتباطات خاص در آن وجود داشته باشد با علم به سایر مدل های درآمدی می تواند درآمدزا باشد. برای مثال تشکیل یک جامعه بازنشستگی میتواند حق عضویت های خاص برای دریافت خدمات و تسهیلات خاص داشته باشد. می تواند اشتراک مجله یا حساب کاربری استفاده از پل های مرتبط با اطلاع رسانی های مرتبط با بازنشستگان را به دنبال داشته باشد. تشکیل تیم های گردشگری، خدمات آموزشی، تفریحی، ورزشی، سرگرمی، دوره های آموزشی، قهوه خانه های دنج، سفرهای زیارتی و سیاحتی و ارائه محصولات و مشاوره های خاص دوران بازنشستگی می تواند بخشی از درآمدزایی های مرتبط با این جامعه باشد. همچنین تشکیل یک جامعه متخصصین دانشگاهی نیز می تواند انواع مدل های درآمدی، آموزشی، تبلیغاتی، تولید، فروش، ارائه خدمات و... را شامل شود. استفاده از فناوری اطلاعات در این مدل درآمدی می تواند تحلیل های بسیار هدفمند و درآمدزا ایجاد نماید. شبکه های اجتماعی، کانال های اطلاع رسانی، نرم افزارهای پیام رسان، استفاده از اطلاع رسانی های چند رسانه ای می تواند مولد درآمدها سرشاری به صورت آنلاین و آفلاین باشد. تولید داده های حجیم از ارتباطات افرادی که در شبکه های اجتماعی فعالیت می کنند؛ آینده مدل های درآمدی را به شدت تحت تاثیر خواهد گذاشت. برای مثال فرض کنید برای برگزاری یک رویداد جالب برای یکی از اجتماعات (بازنشستگان، برنامه نویسان، طراحان وب، گرافیکست ها، حسابداران، مدیران، دانشجویان، عکاسان و گروه های مشابه این چنینی) از بین دویست هزار عضو فقط دو هزار نفر به صورت خاص دعوت می شوند و از بین آن ها فقط هفتصد نفر در این رویداد شرکت کنند. هزینه هر شخص چهارصد هزار تومان خواهد بود. و هزینه پذیرایی و پک های هدیه به افراد به ازای هر نفر یک صد هزار تومان باشد. مبلغ دریافتی از اعضا برای

شرکت در این رویداد دویست و هشتاد میلیون تومان و هزینه ای که برای همه آن ها انجام شده است فقط هفتاد میلیون تومان می باشد. در صورتی که صد میلیون تومان هزینه تبلیغات و دعوت اساتید و هزینه های مازاد غیر قابل پیشبینی باشد. سود خالص این رویداد یکصد و ده میلیون تومان خواهد بود و در صورتی که هر ماه یک رویداد هفتصد نفره برگزار شود؛ بیش از یک میلیارد تومان درآمد خالص فقط از برگزاری رویداد حاصل خواهد شد.

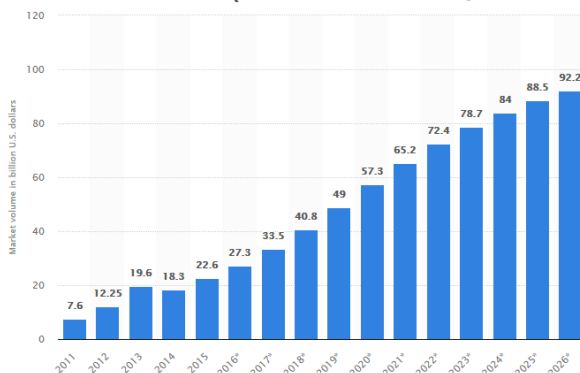
Social network advertising revenue from 2014 to 2017¹
(in billion U.S. dollars)



Number of social network users worldwide from 2010 to 2021 (in billions)



Forecast of Big Data market size, based on revenue, from 2011 to 2026 (in billion U.S. dollars)



۵۴- عضویت^۱

برخی از کسب و کارها با استفاده از مدل درآمدی عضویت، امکانات ویژه‌ای را برای اعضا فراهم می‌کنند. در واقع کاربران به دلیل عضویت خود در یک انجمن، یک گروه یا یک مجموعه هدفمند امکان استفاده از مزایا، محصولات، خدمات و امکانات ویژه اعضا را خواهند داشت. البته صاحبان کسب و کار در کنار عضویت می‌توانند مدل‌های ترکیبی بسیار خلاقانه‌ای را استفاده نمایند. برای مثال حذف تبلیغات برای اعضا، ویژه و یا حذف به ازای دریافت هزینه دریافتی برای اعضا عادی. دسته بندی اعضا و قیمت‌های متنوع برای اعضا با سطوح مختلف، امکانات خاص برای اعضا ویژه، خدمات رایگان و ...

برای مثال در صورتی که از بین همه اعضا فقط دو هزار نفر ماهیانه پانزده هزار تومان هزینه کنند؛ ماهیانه سیصد میلیون تومان درآمد از اعضا حاصل خواهد شد.

۵۵- اشتراک^۲

پرداخت منظم به ازای دسترسی به اطلاعات و خدمات منظم^۳. در این مدل درآمدی مشترکین می‌توانند خدمات خاصی را در مدت زمان اشتراک خود دریافت نمایند. خدمات تلفن همراه، اینترنت، کنترل پل، ژورنال، مقاله، کتاب، فایل، نرم افزار، فضا، مجله، نشریه، روزنامه،

1. Subscription
2. Subscription fees
3. https://en.wikipedia.org/wiki/Subscription_business_model

خبرگزاری، ماهنامه، هفته نامه، سال نامه، مجلات تخصصی، کتابخانه فیزیکی یا دیجیتال، کارت عضویت، خدمات مشترکین، تخفیف های ویژه و... در حال حاضر بسیاری از کسب و کارها علاقمند به ایجاد اشتراک برای مشتریان ثابت خود هستند. رادیو و تلوزیون های آنالین، نشریات، دانش نامه ها، مجلات، ماهنامه ها، آژانس های تاکسی های تلفنی، بیسیم، پیتزا فروشی ها، رستوران ها، پیک موتوری ها و بسیاری از کسب و کارهای این چنینی در حال جذب مشترکین و ارائه خدمات ویژه به آنها هستند.



خرید اشتراک طلایی
magiran.com

اشتراک نسخه چاپی این مجله با ۱۰٪ تخفیف

چاپ فرم اشتراک

معرفی نشریه به دیگران

ثبت در فهرست علاقی

معرفی سایت به دیگران

گزارش اشکال در اطلاعات

اشتراک نشریات دیگر



بانک اطلاعات نشریات کشور

تذکر مهم:

سایت magiran.com تنها منبع به ارسال اطلاعات و وجه پرداختی سفارشهای ثبت شده در این پایگاه به دفتر مجلات است و هیچگونه تعهدی در خصوص ارسال منظم مجلات و نحوه پاسخگویی دفتر مجلات به مشترکان خود ندارد.

به ویژه از مسئولین کتابخانه ها و مراکزی که اقدام به اشتراک مجلات متعدد میکنند درخواست می کنیم به توجه به شرایط خدمات اقدام به ثبت سفارش و پرداخت حق اشتراک نمایند.

خواهشمندیم اگر اولین شماره منتشر شده پس از تأیید اشتراک به دستتان نرسید بلافاصله با ما تماس بگیرید تا از برقراری اشتراک توسط دفتر مجله مطمئن شویم.

هزینه اشتراک ماهنامه تدبیر مطابق جدول زیر اعلام شده است.



تدبیر

مشخصات نشریه

آخرین شماره

آرشیو شماره های گذشته

جستجوی مطالب

سایت اختصاصی

تماس با نشریه

راهنمای اشتراک

شماره جدید این نشریه

با فشردن کنید سفارش بدهید در هر یک از منابع زیر و ثبت درخواست از طریق magiran.com. آن مبلغ با احتساب تخفیف فید شده در سید خرید شما ثبت خواهد شد.

تعرفه اشتراک مجله داخل کشور: (تخفیف در هنگام ثبت سفارش لحاظ می نشود)

نوع اشتراک	مدت / تعداد	با پست عادی	سفارشی
شش ماهه	6 شماره	-	75000 تومان
یک ساله	12 شماره	-	150000 تومان



Modir.ir



انجمن بررسی و مطالعه درد در ایران

عضو رسمی انجمن جهانی مطالعه درد - واشنگتن، آمریکا

پیشگام طب درد در ایران



دانشگاه علوم پزشکی



i-aim



CIVILICA

We Respect the Science



سامانه پیام کوتاه ایران پیامک

IRAN SMS PANEL



جامعه آزمایشگاهیان

بالیستی کشور

برای مثال در صورتی که صد هزار نفر از دانشجویان کشور اشتراک شش ماهه مجله علمی پژوهشی الکترونیکی را به مبلغ هفتاد و پنج هزار تومان پرداخت نمایند، هفت و نیم میلیارد تومان از اشتراک شش ماهه مجله درآمد حاصل خواهد شد و در صورتی که چهار میلیارد تومان برای تبلیغات و تدوین، طراحی و سایر هزینه ها در نظر گرفته شود؛ سه و نیم میلیارد تومان سود خالص شش ماهه از محل اشتراک مجله به دست خواهد آمد.

شرایط عضویت و استفاده از تسهیلات تخفیف و ارسال رایگان

۱. مبلغ اشتراک نظریه بر اساس قیمت پشت جلد اولین شماره مورد اشتراک محاسبه می شود و در صورت افزایش قیمت نظریه در شماره های آتی، بهای اشتراک تا پایان دوره برای مشترکان ثابت باقی خواهد ماند.

۲. در صورتی که اولین شماره روزنامه ها و هفته نامه ها پس از 10 روز از آغاز دوره اشتراک دریافت نشد، می توانید مراتب را از طریق بخش "ایمسی تا ما" به اطلاع سامانه اشتراک برسانید. (تأخیر دوره اشتراک در زمانه انتشاری قابل عذر است.)

۳. سامانه بر حسب این نامه موجود، مبلغ تسهیلات اشتراک را (تا 50 درصد قیمت اشتراک) از کل هزینه کم کرده و مانده را مشترک می پردازد.

۴. واریز وجه (مبلغ مشترک) فقط بصورت استوریت (کارت های عضو شبکه شتاب) از طریق سامانه اشتراک امکان پذیر است.

۵. مشترکین که مشترک، مکانی ظهور ندارند، فقط می توانند نظریات یا دوره انتشار از هفته نامه به بالا را مشترک شود. به عبارت دیگر، در حال حاضر فقط مشترکان مکانی شهر تهران می توانند از طریق این سامانه مشترک روزنامه ها شوند.

۶. در صورت انصراف از دوره اشتراک یک نظریه، مشترک می تواند از طریق سامانه انصراف خود را اعلام نموده تا پس از بررسی نسبت به پرداخت وجه اقدام نمود.

۷. سامانه اشتراک نظریات در قالب عدم انتشار مطبوع شبیه ندارد، اما نظریات موافقت هستند دوره اشتراک خود را تکمیل نمایند. بهمان مثال کسانی که مشترک 12 شماره یک ماهنامه هستند 12 شماره دریافت خواهند کرد حتی اگر به دلیل انتشار یا مناسبت، دوره این 12 شماره، بیش از یکسال طول بکشد و یا 2 شماره در یک جلد انتشار شده باشد.

۸. در صورت قطع اشتراک از سوی نظریه برابری از طریق سامانه نظریات قابل پیگیری بوده و مانده باقی مشترک به حساب وی عودت داده خواهد شد.

۹. هر شونده (تخصصی یا عمومی) می تواند تا 3 نظریه مختلف مشترک شده و از تسهیلات این طرح استفاده نماید.

۱۰. هر که پس از این نامه بقیش از 5 نظریه مشترک داشته باشد.

با خرید اشتراک فیلمو دسترسی پیدا می کنید به:

- ✓ اینترنت رایگان و نامحدود و دوره نامهای فیلم برای مشترکان ایرانسل، همراه اول، سیمپل، همراه پارسی (آی تی)، اینترنت و همراه اول
- ✓ نمایش آفای وی اینکس فیسو (تلفون دیوین برنامهریزی)
- ✓ هزاران ساعت فیلم و سریال

صرفاً با اتصال به اینترنت های وب حجم اینترنت شما (رایگان) خواهد بود.

اشتراک از طریق تلفن ثابت یا تعریف خودکار

قیمت 150,000 ریال

اشتراک 1 ماهه

قیمت 150,000 ریال

اشتراک 3 ماهه

قیمت 330,000 ریال

اشتراک روزانه ایرانسل

قیمت روزانه 500 ریال (انتخاب 10 هزار تومان)

اشتراک روزانه همراه اول

قیمت روزانه 500 ریال (انتخاب 10 هزار تومان)

کارت هدیه فیلمو

وارد کردن کد هدیه

۵۶- حساب کاربری

ایجاد حساب کاربری برای بسیاری از شرکت های بزرگ بین المللی درآمدهای غیرقابل باوری را به ارمغان آورده است. حساب کاربری در شبکه های اجتماعی مانند اینستاگرام، فیسبوک، تلگرام، لاین، گوگل پلاس به صورت بین المللی و حساب های کاربری دیگر در شبکه های اجتماعی بومی هر کشور می تواند اطلاعات بسیار ویژه ای را در اختیار صاحبان کسب و کار قرار دهد. اطلاعات طبقه بندی شده بسیار درآمد زا مانند اطلاعات تماس، تلفن، ایمیل، آدرس شبکه های اجتماعی، آدرس منطقه جغرافیایی، کشور، استان، شهر، آدرس کامل پستی، سن، جنس، علاقمندی ها، تخصص، اطلاعات دانشگاهی، اطلاعات پژوهشی، اطلاعات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، هنری، ورزشی و هر آنچه که فکر کردن به آن ها هم درآمد زا خواهد بود.

موضوع آگهی

اداری و مدیریت

ارسال آگهی در این موضوع رایگان نیست. اطلاعات بیشتر...

انتخاب عکس برای آگهی باعث بیشتر دیده شدن آن می شود.

عکس

آپلود یا حذف عکس

ایمیل

you@yahoo.com

آدرس ایمیل را به دیگران نمایش نده

تلفن

09123456789

حساب کاربری گرگ برابری

با گزین و وارد شوید

وارد شده

ایمیل یا شماره تلفن

رمز

فراموشی رمز عبور؟ | ورود به پلن تریمه ها

به کمک استپ به آسانی درآمد بالا کسب کنید

لطفاً فرم زیر را پر کنید. ما جهت ثبت نام و هماهنگی به زودی با شما تماس می گیریم. فورست دات کام مرکز استپ به تفارک شهرها

شماره همراه (۰۹۰)

نام و نام خانوادگی

تاریخ تولد

شماره کارت

ارسال اطلاعات

داشتن حساب کاربری در بازار، اسنپ و دیوار آنقدر فراگیر شده که کمتر کسی است که روی گوشی هوشمند خود این سه نرم افزار را نصب نکرده باشد. ارائه خدمات خاص به کاربران و البته دریافت اطلاعات شخصی و تحلیل و درآمد زایی از این اطلاعات می تواند یک معامله برد برد برای صاحبان کسب و کار و مشتری به شمار آید.

۵۷- رابطه

ایجاد رابطه با افراد صاحب نفوذ، صاحبان کسب و کار، مدیران سازمان ها و نهادهای خصوصی و دولتی، سیاستمداران، هنرمندان، ورزشکاران، شخصیت های علمی، مسئولین فرهنگی، متخصصین اقتصادی، صاحب نظران، متخصصین حقوق دان، و به طور کلی ایجاد ارتباط با هریک از افرادی که در جامعه نقشی را ایفا می کنند می تواند در درآمد زایی مستقیم و غیر مستقیم شرکت ها تاثیرگذار باشد. بهبود روابط با دولت ها، دانشگاه ها، موسسات و سازمان های بزرگ می تواند علاوه بر افزایش ارزش های خاص، درخواست های فراوانی را که به درآمد منتج می شوند؛ برای یک کسب و کار به ارمغان بیاورد.

۵۸- رویدادها، مناطق، حوادث و منابع طبیعی

حفر چاه های نفت، آب، گاز طبیعی درآمدهای بسیار بسیار بالایی دارند. فروش انرژی و مواد اولیه ای که از نور خورشید، باد، زمین، کوه، جنگل، آب، دریا، رود، اقیانوس، آسمان، ابر، آتش، و غیره تامین می شود. می تواند درآمدهای بسیار بسیار بالایی را به همراه داشته باشد. حتی کاشت، داشت و برداشت و دام پروری های ارگانیک امروزه طرفداران خاص خود را دارد و البته درآمدهای خاص. در برخی از مناطق با تولید برق از باد، نور یا جریان آب، می توان انرژی برق را به شرکت های توزیع و یا به صورت مستقیم فروخت. برخی مناطق طبیعی و بکر در ایران وجود دارند که محصولات کشاورزی و دامی آن ها با قیمت های بسیار بالایی خرید و فروش می شود. برخی دانشجویان خوش ذوق معتقدند از هر چیزی می توان انرژی تولید کرد؛ از حرکت دانش آموزان در مدارس، دانشجویان در دانشگاه ها، مردم در فضای بازارها، افراد در کارخانه ها و از حرکت و راه رفتن و ورزش کردن همه افراد در مکان های عمومی نیز می توان انرژی تولید کرد. شاید یک ایده

این باشد که با ایجاد یک فضای انگیزشی، شاد و مناسب به صورت عمومی و رایگان علاوه به تشویق مردم برای ورزش کردن به تولید انرژی الکتریکی پرداخته شود و درآمد حاصل از آن برای امور خیریه در نظر گرفته شود.

۵۹- مسابقه

برگزاری مسابقات ورزشی، فرهنگی، هنری، علمی، المپیادها و حتی مسابقات سرگرمی برای کودکان، نوجوانان، جوانان و بزرگسالان می تواند درآمد زایی بسیار مناسبی داشته باشد. علاوه بر دریافت هزینه شرکت در مسابقه می توان به برگزاری کلاس های آموزشی و اجاره فضای مسابقات و اجاره یا فروش تجهیزات مرتبط با مسابقه نیز پرداخت و از آن کسب درآمد نمود. برای مثال اگر هنگام عید نوروز مسابقه ای برگزار شود؛ به طوری که ده میلیون نفر به مسابقه دعوت شوند و فقط یک میلیون نفر در مسابقه شرکت کنند؛ و هر شرکت کننده مبلغ سه هزار تومان در مسابقه هزینه کند در پایان مسابقه سه میلیارد تومان به دست خواهد آمد فرض کنید که جایزه سه نفر اول هر کدام یک صد میلیون تومان باشد و تا بیست نفر بعد هم هر کدام یک میلیون تومان دریافت کنند و مبلغ پانصد میلیون هم برای تبلیغات و برگزاری مسابقه هزینه شده باشد. بیش از دو میلیارد تومان سود خالص برگزاری این مسابقه خواهد بود.

۶۰- قرعه کشی

بسیاری از کسب و کارها با انجام یک قرعه کشی دوره ای، روزانه، هفتگی، ماهیانه، فصلی، محدود به تاریخ، محدود به امتیاز و یا با برگزاری یک مسابقه ساده متنی، پیامکی به افزایش خرید خودمی پردازند و برخی دیگر از راه قرعه کشی درآمد زایی مستقیم دارند. طوری که با ارائه یک طرح انگیزشی افرادی را به یک جایزه گران قیمت مانند خودرو لوکس، مسکن و یا پول هایی با حجم بالا دعوت به شرکت در یک مسابقه، قرعه کشی، خرید یک کالا، خرید از فروشگاه و اموری از این قبیل می نمایند. پس از انجام قرعه کشی و اهداء جوایز بین پنج تا ده برابر قیمت هدایا ممکن است باقی بماند که با پرداخت هزینه ها و تبلیغات، این مبلغ سود خالص خواهد بود.

۶۱- کارآموزی و کارورزی

برخی از مدارس، دبیرستان‌ها، دانشگاه‌ها و حتی برخی از شرکت‌ها با استفاده از پتانسیل افراد جوان و البته کم تجربه بدون پرداخت هزینه و گاهی با دریافت هزینه آموزش اقدام به تولید محصولات و یا ارائه خدماتی می‌کنند و بخشی از امور خود را بدون هزینه انجام می‌دهند. درآمدزایی از طریق دانش آموزشان، دانشجویان و به طور کلی کارآموزان می‌تواند منبع مناسبی برای درآمد شرکت‌ها و موسساتی باشد که مسئولیت این کار خطیر را متقبل می‌شوند.

۶۲- نمره

برخی از موسسات آموزشی به ازای آموزش تخصصی و حرفه‌ای که به هنرجویان خود می‌دهند در راستای ارائه گواهینامه پایان دوره و اخذ نمره از هنرجویان خود می‌خواهند که یک محصول خاص و خلاقانه تولید و درآمد حاصل از آن را به موسسه هدیه کنند. از آن جا که بسیاری از دانشجویان و هنرجویان برای اخذ مدرک تحصیلی، آموزشی و یا نمره انگیزه انجام سخت‌ترین کارها را بدست می‌آورند این روش می‌تواند بسیاری از مشکلات را هموار سازد. گاهی در این موسسات گروه‌هایی تشکیل می‌شود که محصولات بسیار خاص و حرفه‌ای تولید می‌کنند و یک درآمدزایی دائمی ایجاد می‌شود. در این گونه موارد علاوه بر کسب درآمد به نفع موسسه دانشجویان نیز شاغل می‌شوند و حقوق ثابت یا درصدی دریافت می‌کنند.

۶۳- بیمه^۱

فروش انواع بیمه می‌تواند درآمد مناسبی را تولید کند؛ اما ایجاد یک شرکت بیمه ای می‌تواند بیش از پنجاه درصد سود خالص داشته باشد.^۲ برای مثال اگر ده میلیون خودرو حدود یک میلیون تومان بیمه بدنه پرداخت کنند بیش از پنج هزار میلیارد تومان سود خالص آید یک شرکت بیمه می‌شود. و این در حالی است که بیمه‌های عمر، تامین اجتماعی، شخص ثالث، آتش سوزی، حوادث، مسئولیت و انواع دیگر بیمه‌ای هم وجود دارند که هر کدام ممکن است حدود

1. Sell insurance

2. <https://www.universitybusiness.com/article/general-revenue>

پنج هزار میلیارد تومان سود خالص را به تنهایی به شرکت هدیه کنند.

۶۴- به اشتراک گذاری درآمد^۱

در کسب و کارهای بزرگ گاهی لازم است چند شریک تجاری جهت رسیدن به منافع و اهداف مشترک در هزینه، سود و ضرر با هم مشارکت داشته باشند. گاهی هم یک کسب و کار بزرگ با رکود اقتصادی مواجه می شود و مالک اصلی شرکت تصمیم می گیرد برای نجات شرکت خود طبق قوانین و توافق نامه هایی با یک یا چند نفر دیگر شراکت نماید. همچنین در راه اندازی برخی از کسب و کارها با ایده های خاص لازم است برای تامین هزینه های اولیه کسب و کار چند نفر در هزینه ها، سود و ضرر شریک شوند. در حال حاضر اکثر کسب و کارهای بزرگ حاصل تلاش شرکای تجاری بوده و نتیجتاً سود و ضرر آن ها نیز شامل همه آن ها می شود. شراکت چند کسب و کار کوچک و یا چند نفر با سرمایه های کم هم می تواند تشکیل یک شرکت بزرگ و موفق را در پی داشته باشد. گاهی مشارکت در ساخت و ساز نیز می تواند به جای داشتن دو یا چند ساختمان کوچک یک مجتمع مسکونی یا تجاری بزرگ را به همراه داشته باشد. برای مثال اگر پنجاه درصد از سهام یک فروشگاه در حال ورشکستگی به هزار نفر به مبلغ دو میلیون تومان فروخته شود. مبلغ دو میلیارد تومان به دست خواهد آمد که این درآمدی تواند در نوع مدیریت فروشگاه تاثیر مستقیم داشته باشد و فروشگاه را از حالت ورشکستگی به سود برساند. (این اشتراک در چندین شهر و برای چندین فروشگاه اتفاق افتاده است.)

۶۵- مالکیت اشتراکی

گاهی می توان یک محصول گران بها را بین چندین مشتری تقسیم نمود. گاهی این اشتراک از نظر زمانی و گاهی از نظر مکانی قابل تمیز خواهد بود. برای مثال فروش اشتراکی یک مجتمع بزرگ تجاری یا مسکونی به چندین نفر که هر یک قسمتی از سهم خود را به صورت فیزیکی در تمام ایام سال در اختیار می گیرد. ممکن است یک ویلا بزرگ و گران قیمت به سه نفر فروخته شود و هر شخص فقط ده روز از هر ماه را حق استفاده داشته باشد. و ممکن است سهام یک شرکت

1. Revenue Sharing

بزرگ به هزاران نفر فروخته شود و سود خالص کل بین سهام داران تقسیم شود.

۶۶- درآمد قبل از هزینه^۱

در صورتی که یک کسب و کار بتواند قبل از تولید، سفارش بگیرد به این ترتیب هزینه تولید و انبار کردن را کاسته و در حقیقت سرمایه در گردش خود را پایین آورده و حتی منفی می کند. بدین صورت قبل از این که هزینه کند به درآمد رسیده است. شرکت نبات شهد بهار^۲ قبل از این که نبات های خود را به صورت عمده تولید کند و به دنبال مشتریان آن بگردد ابتدا سفارشات خاص مشتری را طبق درخواست آن ها به صورت زعفرانی و سفید، چوبی و شاخه ای، بسته بندی معمولی، کریستالی، جعبه ای، صادراتی، تکی، پودری و انواع سفارشی سازی های دیگر دریافت می کند و سپس به تولید آن هами پردازد. به این صورت کمترین هزینه برای انبار کردن و پایین ترین سرمایه در گردش را برای خود به ارمغان می آورد و اصطلاحاً درآمد قبل از هزینه دارد. کتاب فروشی قاصدک^۳ نیز بدون خریدن و انبار کردن تعداد زیادی کتاب ابتدا از مشتریان سفارش های پرداخت شده را دریافت می کند و سپس کتاب ها را با قیمت مناسب خریداری کرده و برای مشتریان ارسال می نماید. اگر چه در این روش سفارشی سازی چندانی به جز نوع بسته بندی و پست وجود ندارد اما به هر حال درآمد قبل از هزینه حاصل می شود. و این مدل درآمدی آرزوی هر کسب و کاری است.



1. Revenue before Cost
2. shahdebahar.com
3. qps.ir

۶۷- مدل های درآمدی نرم افزاری^۱

راه اندازی بسیاری از درآمدها بدون استفاده از نرم افزارها امکان پذیر نیست. مدل درآمدی رایگان، خریدهای درون برنامه ای در بزرگترین فروشگاه های الکترونیکی دنیا تاثیرات بسزائی داشته است و این تاثیرات به عنوان پژوهش های قابل استنادی ارزیابی شده اند.^۲ نرم افزارهای ارائه شده پس از نصب و استفاده مشتریان نیاز به پشتیبانی و ارتقاء دارند و همین ها درآمد مستقیم از نرم افزار محسوب می شوند. برخی از موسسات خصوصی یا دولتی بزرگ که بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات دارند با تولید نرم افزارهای سفارشی خود، علاوه بر رفع نیاز داخلی به فروش نرم افزارهای خود به سایر سازمان ها و شرکت های پردازند.

۶۸- مدل های درآمدی تحت وب

بسیاری از مدل های درآمدی مختص فضای وب هستند. و راه اندازی آن ها بدون داشتن وب سایت امکان پذیر نیست. تمام مدل های درآمدی که نیاز به شکستن حد و مرز جغرافیایی دارند بدون استفاده از فضای وب غیرقابل پیاده سازی هستند. واسطه گری^۳، تبلیغات^۴، داده محوری^۵، تجارت^۶، تولیدی، همکاری، معاشرت و جامعه ای، عضویت، ارائه برنامه های کاربردی و بسیاری از مدل های درآمدی دیگر، تحت وب بسیار کاراتر و حرفه ای تر قابل پیاده سازی هستند. برخی از موسسات خصوصی یا دولتی بزرگ که بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات دارند با تولید سامانه های تحت وب سفارشی خود، علاوه بر رفع نیاز داخلی به اجاره آن در فضای ابری به سایر سازمان ها و شرکت های پردازند.

1. Application and Software Revenue models

2. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2016.04.007>

Revenue models, in-app purchase, and the app performance: Evidence from Apple's App Store and Google Play

3. Brokerage

4. Advertising

5. Infomediary

6. Merchant

۶۹- تجارت الکترونیک^۱

هر یک از مدل های درآمدی که با استفاده از یک رابط کاربری و به صورت آنلاین فعالیت می کنند؛ مدل تجارت الکترونیک نامیده می شوند.^۲ جدول های زمانی، برنامه های کاربردی و تجاری، فرآیندهای کسب و کار، خدمات ابری، فروشگاه های الکترونیکی، شبکه های اجتماعی و بسیاری از موارد دیگر زیر مجموعه تجارت الکترونیک هستند.

۷۰- تلفیقی

ترکیب و تلفیق مدل های درآمدی فوق و البته مدل های درآمدی بسیار زیاد دیگری که در این کتاب لیست نشده است؛ می تواند کسب و کارهای خلاقانه، خاص و غیر قابل تکراری را ایجاد کند. اولین بودن در کسب و کار^۳ را با مطالعه، بررسی، تحقیق، پژوهش، ترکیب و تلفیق مدل های درآمدی می توان تجربه کرد.

مدل های درآمدی بسیاری در دنیا وجود دارد که قابل مطالعه و بررسی می باشد. مثل:

- کرایه
- سمساری
- مالیات
- انواع بهره
- شرط بندی
- گارانتی
- سود، بهره، ربا، مضاربه
- سرمایه گذاری
- بورس
- مثال
- مثال

1. E-commerce
 2. <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>
 3. First Mover

تدوین این کتاب از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۷ به طول انجامیده و مشمول تغییرات بسیار فراوانی شده است؛ از خوانندگان محترم تقاضا می شود مشکلاتی که در کتاب ملاحظه می گردد؛ را از طریق ایمیل expert.zand@gmail.com با ما در میان بگذارند.