

آمازون از اپل پیشی گرفت

شرکت آمازون با وجود کاهش ۱۵ درصدی ارزش خود در سال جاری میلادی، جایگاه خود را به عنوان با ارزش ترین برند جهان پس گرفت.

به گزارش سایت خبری پرسون، به نقل از راشاتودی، بر اساس گزارش سالانه رتبه بندی برندهای برتر جهان موسوم به Brand Finance Global ۵۰۰ که شامل ۴۸ شرکت فناوری می‌شود، آمازون با وجود کاهش ۱۵ درصدی ارزش خود در سال جاری میلادی، جایگاه خود را به عنوان با ارزش ترین برند جهان بازیافته است.

بر اساس این ارزیابی، اگرچه آمازون رتبه اول را پس گرفت، ارزش برند آن در سال جاری بیش از ۵۰ میلیارد دلار کاهش یافت و از ۳۵۰.۳ میلیارد دلار به ۲۹۹.۳ میلیارد دلار رسید.

رتبه این شرکت از AAA+ به AAA رسید چرا که مصرف کنندگان آن را "در دنیای پس از همه گیری بدتر ارزیابی می کنند".

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که با طولانی‌تر شدن زمان تحویل کالاها و کاهش احتمال اینکه مصرف کنندگان آمازون را به دیگران توصیه کنند، احساسات مثبت درباره خدمات این شرکت به مشتریان کاهش یافت.

در این گزارش آمده است: همزمان با پایان محدودیت‌های همه‌گیری، مردم به خرید حضوری بازمی‌گردند، که این امر کمی نیاز به خرده‌فروشی آنلاین را کاهش می‌دهد.

بر اساس این گزارش، اپل با کاهش ۱۶ درصدی ارزش برند خود از ۳۵۵.۱ میلیارد دلار به ۲۹۷.۹ میلیارد دلار به جایگاه دوم سقوط کرد.

به گفته برند فاینانس، سقوط امسال این شرکت به دلیل پیش‌بینی درآمد کمتر بود چرا که انتظار می‌رود اختلالات زنجیره تامین و بازار کار محدود، تأمین محصولات سخت‌افزاری آن را محدود کند.

با این حال، اپل همچنان با ارزش ترین شرکت جهان باقی مانده است چرا که ارزش بازار آن تا ۱۸ ژانویه به ۲.۱۶۳ تریلیون دلار رسیده است، در حالی که ارزش بازار آمازون ۹۷۹.۸ میلیارد دلار بوده است.