



هر روزتان نوروز، نوروزتان پرنور

پدیده نور

گاهنامه اختصاصی داخلی شرکت فراتر گستر جنوب - شماره دوم

خسته نباشی پهلوان خدا حافظ پرنور



معیارهای انتخاب لامپ LED

عوامل تأثیرگذار در انتخاب لامپهای LED

نورپردازی بناها

تعاریف مختلف نورپردازی در فضاهای عمومی و داخلی

آلودگی نوری

تعریف آلودگی نوری و راههای شناسایی آن

واحد تولیدی نمونه کیفی استاندارد سالهای ۹۲ و ۹۴

تولیدکننده محصولات روشنایی
لامپهای فوق کم مصرف و کم مصرف
پروژکتورهای فوق کم مصرف
فیوزهای مینیاتوری و کلیدهای محافظ جان
و بالاست های الکترونیکی



گواهینامه
تحقیق و توسعه



گواهینامه
مدیریت کیفیت



گواهینامه
واحد نمونه کیفیت استاندارد



گواهینامه
مدیریت زیست محیطی



عضو
انجمن صنفی کارفرمایی
تولیدکنندگان لامپ



گواهینامه
حمایت از حقوق مصرف کننده



گواهینامه
تأیید کیفیت صنایع نفت

■ پیام مدیرعامل

سال نو با نسیم جان نواز بهاری، دست عنایت خداست که دیگر بار دل و جان ما را به فردایی روشن نوید می دهد و سال کهنه با یادگارانی از تلاش های ما به گذشته می پیوندد.

سال ۱۳۹۵ برای صنعت روشنایی و شرکت فرانور گستر جنوب سال پر فراز و نشیبی بود، سالی که با تدوین دورنمای فصل جدید فعالیت های شرکت آغاز، حضور در نمایشگاه های بین المللی و استانی و دریافت گواهینامه های معتبر ملی، استانی و بین المللی ادامه و با دعای خیر برای شروع فصلی جدید پایان یافت.

با تبریک فرا رسیدن نوروز باستانی به شما همکاران، نمایندگان و خانواده های معززتان و کلیه دست اندرکاران این صنعت، امیدوارم که با همت و حمایت شما عزیزان در سال جدید نیز برگ های زرین دیگری بر کتاب پرافتخار صنعت روشنایی کشورمان بی افزاییم و به فضل الهی به جایگاه های والاتر و بالاتر دست یابیم.

چشم و دلتان روشن ای اهل زمین...
خبر کی در راه است...
گل چه خشنود نشسته در کمین...
خبر کی در راه است...
که پیوشد درخت نو به ضیافت برود...
و چه زیبا بشود...
خار در همسایگی اش چه با عطوفت بشود...
و چه زیبا بشود...
و چنان پر مهر میشود و میخندد در وس آسمان...
که به شوقش کوچ کنند پرنده گان به آشیان...
این چه شوقیست، چه نوریست، چه امید قشنگیست...
بهار است...
که یکبار ه دهد جان به قلب ها، چه معجون عجیبی است...
بهار است...
دعایم چنین است...
بده نور خدایا به دل ها، شکسته و تاریک و غمگین...
همانطور فرانور دهد نور به خانه و اینک کند شب
در خشان...

ف. فرهادی

۱ نوروزتان پیروز

۲ مدیریت ترديد

۳ معیارهای انتخاب لامپ LED

۴ تعریف شار نور و لوکس

۵ نورپردازی بناها

۹ آلودگی نور

۱۰ بدهکار فراری

۱۱ قله های موفقیت

۱۲ بازاریابی و فروش

۱۳ کلید مینیاتوری
و محافظ جان

۱۵ سهم ما از کل ثروت دنیا...!
معرفی نرم افزار



طراح: س. ریشه‌ری ویراستاران: ف. شریفی و م. مودی

@FNGJGraphicDepartment

badienoor.graphic@gmail.com

■ نوروزتان پیروز

عید نوروز برابر با اول فروردین ماه (تقویم شمسی)، جشن آغاز سال و یکی از کهن ترین جشن های به جامانده از دوران باستان است. خاستگاه عید نوروز در ایران باستان می باشد و هنوز مردم مناطق مختلف فلات ایران عید نوروز را جشن می گیرند. امروزه زمان برگزاری عید نوروز، در آغاز فصل بهار است. عید نوروز در ایران و افغانستان آغاز سال نو محسوب می شود و در برخی دیگر از کشورها تعطیل رسمی است.

تا سال نو عید نوروز را با آسودگی و شادی آغاز کنند.

تازمانی که از ظرف های سفالین چون کاسه و بشقاب و کوزه در خانه استفاده می شد، پس از خانه تکانی، کوزه کهنه ای از پشت بام خانه به کوچه می انداختند؛

کوزه های که در آن آب و چند سکه ریخته بودند. اسفند دود کردن و آجیل خوردن، فال گرفتن، فال گوش (در کوی و گذر به حرف عابران گوش دادن و از مضمون آن ها برای نیت خود تغافل زدن و قاشق زنی (معمولاً زنان روی خود را می پوشانند و با قاشق، یا کلید به خانه ها در می زنند، صاحب خانه شیرینی، میوه و یا پول در ظرف آن ها می گذارد). نیز از باور ها و رسم هایی است که به ویژه در بین نوجوانان، هنوز به کلی فراموش نشده است. و این رسم ها و باور ها در شهر های مختلف با یکدیگر متفاوت هستند.

سبزه کردن گندم، عدس، تره تیزک، ده پانزده روز به عید نوروز مانده در خانه ها صورت می گیرد. در شیراز معمولاً برای این کار از ظرفی استفاده می کنند که از جنس مس یا روی باشد و بعد مقداری دانه ابتدا به سلامتی امام زمان می ریزند و به ترتیب بعد از آن نام اعضای خانواده را می آورند.

در خور یادآوری است که جشن نوروز پیش از جمشید نیز برگزار می شده و ابوریحان نیز با آن که جشن را به جمشید منسوب می کند یاد آور می شود که: «آن روز که روز تازه ای بود جمشید عید گرفت؛ اگر چه پیش از آن هم نوروز بزرگ و معظم بود».

مراسم چهارشنبه سوری قبل از عید نوروز: یکی از آیین های نوروزی امروز - که بایستی آمیزه ای از چند رسم متفاوت باشد، مراسم چهارشنبه سوری است که در برخی از شهر ها آن را چهارشنبه آخر سال گویند.

برگزاری چهارشنبه سوری، که در همه شهر ها و روستاهای ایران سراغ داریم، بدین صورت است که شب آخرین چهارشنبه ای سال (یعنی نزدیک غروب آفتاب روز سه شنبه)، بیرون از خانه، جلودر، در فضایی مناسب، آتشی می افروزند، و اهل خانه، زن و مرد و کودک از روی آتش می پرند و با گفتن زردی من از تو، سرخی تواز من، بیماری ها و ناراحتی ها و نگرانی های سال کهنه را به آتش می سپارند،

جشن نوروز از لحظه اعتدال بهاری آغاز می شود. در دانش ستاره شناسی، اعتدال بهاری یا اعتدال ربیعی در نیم کره شمالی زمین به لحظه ای گفته می شود که خورشید از صفحه استوای زمین می گذرد و به سوی شمال آسمان می رود. این لحظه، لحظه اول برج حمل نامیده می شود، و در تقویم هجری خورشیدی با نخستین روز (هرمز روز یا اورمزد روز) از ماه فروردین برابر است.

در کشور هایی مانند ایران و افغانستان که تقویم هجری شمسی به کار برده می شود، نوروز، روز آغاز سال نو است. مادر کشور های آسیای میانه و قفقاز، تقویم میلادی متداول است و نوروز به عنوان آغاز فصل بهار جشن گرفته می شود و روز آغاز سال محسوب نمی شود.

عید نوروز را به نخستین پادشاهان نسبت می دهند. شاعران و نویسندگان قرن چهارم و پنجم هجری چون فردوسی، عنصری، بیرونی، طبری و بسیاری دیگر که منبع تاریخی و اسطوره ای آنان بی گمان ادبیات پیش از اسلام بوده، نوروز را از زمان پادشاهی جمشید می دانند.





از شخصی پرسیدند خربزه میخوری یا هندوانه، گفت: هر دوانه!

ما ایرانی ها اصولاً نگاه جامع نگر را دوست داریم و می‌خواهیم همه چیز را با هم داشته باشیم. فرهنگ هر دو گانه یا هر دو انسه پسندی در ایرانی ها نهادینه شده است. یعنی هر جا صحبت از انتخاب است ما از آن فرار میکنیم و با این رویکرد که کمی از این و کمی از آن، هم این هم آن و در واقع جامعیت زدگی مسأله را ظاهراً حل میکنیم؛ اما بر خلاف فرهنگ و انتظار ما، استراتژی اصلاً جامع نیست و روی یکی دو مسأله دست می‌گذارد و قرار نیست همه مسائل را نیز جواب بدهد. استراتژی در هر سطح لازم نیست یک سند جامع ۵۰۰ صفحه ای باشد، باید بتوانید آن را در ۲۵ تا ۳۵ کلمه تعریف کنید. اگر نتوانید این کار را انجام دهید استراتژی شما مغشوش و مبهم است.

در سطح سازمانی به عنوان مثال شرکت مایکروسافت دو-سه استراتژی بیشتر ندارد. یکی از استراتژی های محدود این شرکت این است که در همه پلتفرم ها حضور داشته باشد. مایکروسافت میگوید من نمیخواهم خودم را به گوشی های با پلتفرم ویندوز محدود کنم، میخواهم نرم افزارهایی که برای مشتریان طراحی میکنم هم با اندروید کار کند، هم با اپل و هم با ویندوز. میخواهم هر جا مشتری هست من هم حضور داشته باشم. میگوید این استراتژی من است. مایکروسافت هزار مسأله دیگر هم دارد، اما تمرکزش را میگذارد بر یک یا چند محور کلیدی.

در سطح زندگی فردی، مدیریت سازمان و سیاست گذاری ملی، با مشکل هر دو انگی روبرو هستیم! جسارتا هم خر را می‌خواهیم و هم خرما را! و این بی اولویتی یا بداولویتی در بهترین حالت ما را با کندی بسیار زیاد به اهدافمان میرساند. همانطور که تأکید میشود، استراتژی در تمامی سطوح دارای یک بی رحمی درونی است. بی رحمی برای رهایی از اولویتهای کوچک و ایده های بی فایده چه در سطح ملی و چه در سطح اجتماعی (و یا سازمانی) و چه در سطح فردی.

Flicker چیست؟

نوسان نوری یا Flicker Noise پدیده‌ای است که به سوسوزدن نور لامپ اطلاق میشود و باعث میشود فرد زیر نور لامپ احساس نارضایتی کند. فرد هنگام نگاه کردن به لامپ، متوجه چشمک زدن نور می‌گردد. یا به هنگام عکاسی نوارهای لرزان و یا گاهی سیاه رنگ در تصویر مشاهده می‌نماید. عامل اصلی این پدیده نوسان ولتاژ است و مصرف کننده‌هایی مانند کوره قوس الکتریکی، دستگاه جوشکاری، ادوات الکترونیک قدرت و... که مصرف بالایی دارند میتوانند باعث به وجود آمدن فلیکر شوند. مشاهده فلیکر برای هر شخصی متفاوت است و دلیل آن تفاوت در دستگاه عصبی افراد است و اینکه امکان دارد فردی متوجه وجود نوسانات لامپ بشود یا نشود. فرکانس فلیکرهایی که رخ میدهد در حد چند ده هم فرکانس تولیدی و معمولاً بین ۸ تا ۱۰ هرتز متغیر است.

این نوسان در نور، نتیجه تغییرات در درخشش، شدت و یا رنگ نور است به طوری که چشم بتواند آن را تشخیص دهد.

آیا با وجود ارتینگ مناسب، نیاز به کلید محافظ جان داریم؟

اگر بدنه تجهیزات ارت باشد و آن وسیله نشستی جریان داشته باشد، درست است که جریان نشستی به زمین می‌رود و دفع می‌شود، اما ممکن است بر اثر دست زدن و تماس بدن افراد، تقسیم جریان ایجاد شده و این جریان از آستانه برق گرفتگی بدن (۳۰ میلی آمپر در بیش از بیست میلی ثانیه) بیشتر شده و شخص دچار برق گرفتگی شود.

ضریب توان (Power Factor) چیست؟

نسبت توان حقیقی به توان ظاهری را ضریب توان می‌نامیم و مقدار آن بین ۰ تا ۱ است. توان واقعی در واقع توانایی یک مصرف کننده برای تبدیل انرژی الکتریکی به دیگر شکل های انرژی را بیان میکند در حالی که توان ظاهری در اثر وجود اختلاف بین ولتاژ و جریان به وجود می‌آید. با توجه به نوع بارها و میزان توان راکتیو، توان ظاهری میتواند از توان واقعی بیشتر باشد. در برخی کاربردها به جای اصطلاح ضریب توان از کسینوس فی نیز استفاده میگردد. کم بودن ضریب توان در یک مدار باعث بالا رفتن جریان در مدار و نتیجتاً بالا رفتن تلفات در مدار میشود. در واقع ضریب توان میزان راندمان و کارکرد موثر را نشان می‌دهد. هر چه ضریب توان بالاتر (به یک نزدیکتر) باشد میزان راندمان بالاتری خواهیم داشت. حال هر چه میزان جریان عبوری از کنتور هر چه بیشتر باشد، میدان مغناطیسی قوی تری خواهیم داشت و خلاصه محور مغناطیسی کنتور و شماره انداز سریع تر می‌چرخد. وقتی انرژی راکتیو مصرفی بیش از ۵۰ درصد انرژی اکتیو باشد (یعنی ضریب توان زیر ۰.۹) بابت انرژی راکتیو مصرفی شرکت برق از شما هزینه بیشتری دریافت میکند. پس بهتر است برای کاهش هزینه ها از محصولات الکترونیکی که ضریب توان بالاتر از ۰.۵ دارند، استفاده نمود.

کدام نسل از محصولات روشنایی با محیط زیست سازگارتر است؟

در لامپ های کم مصرف و مهتابی رایج در بازار، یک پوشش فسفوری اشعه ماورای بنفش (UV) ناشی از تحریک گاز درون لامپ را جذب کرده و به صورت نور مرئی تابش می‌کند. در صورت شکسته شدن لامپ، تماس پوست با فسفر یا استنشاق بخار آن برای بدن انسان بسیار خطرناک است.



امروزه در صنعت روشنایی لامپ LED جایگاه بسیار پر اهمیتی بر خوردار است.

شاید زمانی که Nick Holonyak در دهه ۷۰ میلادی توانست اولین نور مرئی را توسط LED ایجاد کند، فکر نمی کرد که نزدیک به چهار دهه طول خواهد کشید تا LED بتواند جایگزینی بلامنازع برای بسیاری از منابع نور سنتی نظیر لامپ های رشته ای، مثال هالید گردد.

با این وجود در دهه ای که در آن زندگی می کنیم تکنولوژی لامپ های LED مانند بسیاری از کالاهای دیگر از سرعت رشد بسیار زیادی برخوردار است. به لطف این سرعت رشد در تجاری سازی تکنولوژی تولید لامپ های LED شاهد این موضوع هستیم که هر روز قیمت تمام شده منابع نوری کاهش می یابد و این موضوع باعث گردیده که در بازار شاهد طیف بسیار وسیعی از قیمت برای لامپ های LED باشیم.

۱. توان نوری (Luminous Efficiency)

توان نوری به میزان نور ساطع شده از لامپ بر اساس توان الکتریکی ورودی به آن می گویند. به عنوان مثال اگر ۲ عدد لامپ ۱۰۰ وات داشته باشیم که یکی ۱۰۰ لومن (لومن: واحد نور) و دیگری ۱۲۰ لومن نور داشته باشد، بدین معنی است که توان نوری لامپ دوم بالاتر و بهتر است؛ زیرا به ازای مصرف توان برابر، نور بیشتری ساطع نموده است.

برای مقایسه انواع مختلف منابع نور از لحاظ توان نوری توجه به چند نکته ضروری است:

* منظور از نور ساطع شده، نور خروجی از منبع نوری است. به عنوان مثال در مورد لامپ های التهابی (رشته ای)، مقداری از نور ساطع شده از تنگستن توسط حباب لامپ جذب می گردد که این خود تاثیر بسزایی در توان نوری لامپ دارد. این موضوع در لامپ های LED بسیار پر اهمیت است و جنس حباب و فلکتور و میزان جذب نور تاثیر زیادی بر روی توان نوری کل لامپ یا چراغ می گذارد.

* به همین شکل باید در نظر داشت که منظور از توان ورودی به منبع نوری، مقدار توانی است که به آن وارد می شود. در منابع نوری که با نوعی مبدل ولتاژ (درایور، بالاست و...) مورد استفاده قرار می گیرند، نظیر لامپ های فلورسنت، لامپ های کم مصرف و لامپ های LED مقدار قابل توجهی از انرژی در خود این مبدل تلف می گردد؛ لذا برای اندازه گیری توان نوری می بایست این موضوع نیز

مد نظر قرار گیرد.

با توجه به مطالب ارائه شده پرواضح است که برای به دست آوردن توان نوری یک لامپ باید همه اجزای آن مورد بررسی قرار بگیرند. حتی در یک نوع منبع روشنایی مثل LED به غیر از خود LED و چیپ های به کار رفته در آن، کیفیت سایر المان های مورد استفاده تاثیر بسیار زیادی بر روی توان نوری کلی می گذارد، اما به طور کلی می توان طبقه بندی زیر را در رابطه با مقایسه توان نوری منابع مختلف روشنایی انجام داد:

میزان نور خروجی		350Lm	500Lm	700Lm	900Lm
	طول عمر ۱۰۰۰ ساعت	30W	40W	60W	80W
	لامپ رشته ای				
	طول عمر ۱۰۰۰۰ ساعت	7W	9W	14W	18W
	لامپ کم مصرف				
	طول عمر ۲۵۰۰۰ ساعت	3.5W	5.5W	7.5W	10W
	لامپ LED				

جدول فوق بیانگر این مطلب است که برای میزان نور خروجی ۹۰۰ لومن باید از یک لامپ ۸۰ وات رشته ای و یا یک لامپ ۱۸ وات کم مصرف و یا یک لامپ ۱۰ وات LED استفاده نمود.

۲. طول عمر لامپ (LifeTime)
در رابطه با طول عمر لامپ های مختلف، مباحث و تحقیقات بسیار زیادی صورت پذیرفته است اما این نکته بدیهی است که علاوه بر انواع منابع روشنایی که دارای طول عمرهای متفاوتی می باشند، کیفیت اجزا و قطعات به کار رفته در هر منبع روشنایی تاثیر بسیار زیادی بر روی طول عمر لامپ خواهد داشت. بدین معنی که به طور مثال نمی توان به طور قطع عنوان نمود که لامپ LED طول عمر بیشتری نسبت به لامپ کم مصرف دارد، زیرا اگر کیفیت قطعات مورد استفاده در لامپ کم مصرف مناسب باشد و قطعات لامپ LED از کیفیت پایینی برخوردار باشند، طول عمر مفید لامپ کم مصرف بیشتر خواهد بود. لذا در رابطه با مقایسه طول عمر انواع منابع روشنایی فقط می توان به این نکته بسنده نمود که طول عمر این منابع شدیداً وابسته به اجزا و قطعاتی است که در ساخت آن به کار رفته است.

به طور مثال در رابطه با لامپ LED علاوه بر اینکه کیفیت و نوع چیپ های به کار رفته در لامپ از اهمیت زیادی برخوردار هستند، سایر المانها مخصوصاً نوع و کیفیت مبدل ولتاژ (Driver)، نحوه طراحی، جنس بدنه و میزان خنک کنندگی آن نیز بسیار با اهمیت هستند و جالب اینجاست که

غالباً کیفیت همین المانها می باشد که عمر نهایی لامپ را تعیین می کنند، زیرا در مقایسه با LED به کار رفته در منبع روشنایی از سطح پایین تری از کیفیت برخوردار هستند.

۳. کیفیت نور خروجی یا شاخص نمودر رنگ (CRI)
توجه به این نکته ضروری است که به مانند سایر مشخصات نمی توان گفت که به عنوان مثال همه لامپ های LED دارای CRI بالای ۹۰ هستند، چرا که به طور مشخص در لامپ LED شاخص نمودر رنگ ارتباط مستقیم با نوع و کیفیت Chip های

مورد استفاده در LED آن دارد.

شایان ذکر است که در مقایسه با لامپ های کم مصرف (CFL) و انواع مهتابی ها، شاخص نمودر رنگ لامپ های LED و هالوژنی بسیار بالاتر

است، لذا در محل های تجاری و Showroom و به طور کل محل های که در آن به نوعی محصولی معرفی می گردد شدیداً توصیه می شود که از لامپ هایی با CRI بالا استفاده شود تا محصول مورد نظر به صورت مناسب و بارنگ واقعی خود به مشتری معرفی گردد. در گذشته این نوع کار بر ددر انحصار لامپهای هالوژنی تا توان مصرفی بسیار بالا بود، اما پیشرفت تکنولوژی تولید LED و ارائه لامپ هایی با CRI > 85 این منبع روشنایی را تبدیل به جایگزینی بلامنازع برای لامپ های هالوژنی نموده است.

۴. قیمت و صرفه اقتصادی
پرواضح است که قیمت تابعی از کیفیت می باشد. بدین معنی که "کالای خوبتر، گرانتر است" اما لزوماً "کالای گرانتر، بهتر نیست"! اما در مورد لامپ وقتی کار به مقایسه قیمت انواع مختلف لامپ می رسد، کار کمی پیچیده می گردد. زیرا علاوه بر تنوع انواع مختلف منابع روشنایی، با کمی جستجو در بازار متوجه خواهیم شد که به طور مثال حتی در مورد یک نوع لامپ LED هم شاهد طیف وسیعی از قیمت ها هستیم. برای بررسی و مقایسه قیمت ها باید به این نکته توجه داشت که اکثر تکنولوژی های جدید تر گران قیمت ترمی باشند، به عنوان مثال لامپ هایی با بالاست الکترونیکی معمولاً گران قیمت تر از بالاست های القایی قدیمی می باشند.

یک لومن یا یک واحد توان نوری (Luminous Flux)، عبارت است از کل نور خارج شده از یک منبع نور در هر ثانیه و یا به عبارتی دیگر کل نور دریافت شده توسط یک جسم در هر ثانیه. که آن را با حرف بر گرفته از زبان یونانی فی [Φ] نشان می دهیم. حال سوال ایجاد شده در ذهن ما این است که کاربرد لومن در کجاست؟ تا به حال برای هر کدام از ما پیش آمده است که برای تعویض لامپ سوخته شده که به وفور هم اتفاق می افتد به الکتریکی مراجعه کنیم و از فروشنده مغازه در خواست کنیم یک لامپ جدید به ما بدهد. نکته ی قابل توجه این است که اگر خریدار اطلاعاتی در مورد روشنائی نداشته باشد به قطع با هزینه کردن چه بسا زیاد، مجدداً لامپی را خریداری خواهیم کرد که یا از کیفیت مطلوب برخوردار نبوده و یا شدت نور لامپ مناسب محل استفاده آن نباشد. در اینجا دانستن کمی اطلاعات در این مورد کمک شایان توجهی به شما خواهد نمود. شار نوری جزو مشخصات یک لامپ است و در کاتالوگ لامپ درج می شود. هر چه لامپ لومن بیشتری داشته باشد یعنی روشنائی بیشتری تولید می نماید.

لوکس (LUX) یکی از مشخصات بسیار مهم مربوط به دور بین می باشد و حساسیت دور بین را به نور نشان می دهد. هر قدر این عدد کوچکتر باشد دور بین در محیط بانور کمتری قادر به دیدن تصاویر می باشد. دور بینهای سیاه و سفید نسبت به دور بینهای رنگی در میزان لوکس کمتری قادر به دریافت تصاویر می باشند. این عدد برای دور بینهای رنگی معمولی ۰.۱ لوکس می باشد، این در حالی است که برای دور بین سیاه و سفید این عدد به ۰.۱ لوکس کاهش می یابد.

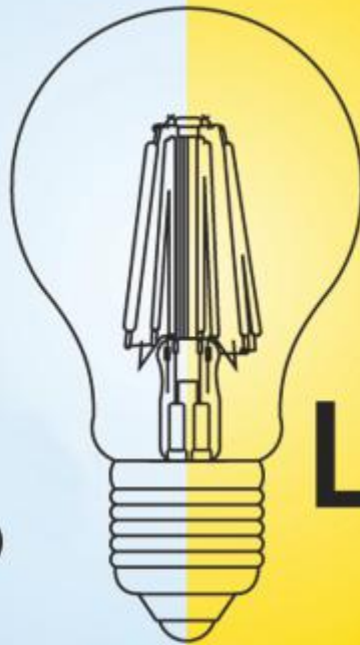
لوکس در استاندارد SI یا International Standard واحد اندازه گیری نور می باشد. طبق تعریف یک لوکس میزان نور حاصل از یک شمع بر روی یک صفحه در فاصله ۱ متری است و لومن (Lumen) واحد اندازه گیری میزان نور در منبع تولید کننده در تمام جهات می باشد. امالو کس شدت نور دریافتی در یک نقطه را نشان می دهد. از لومن زمانی میتوان استفاده کرد که دو منبع نور از یک نوع را با هم مقایسه کنیم امالو کس برای مقایسه نور منابع غیر همگون مناسب است زیرا بر نور دریافتی تأکید دارد.

FCC=Federal Communication Commission
Lux=Lumens Per Square Meter

لومن واحد اندازه گیری کل نور ساطع شده از یک منبع نور است، و لوکس روشنائی یک سطح را اندازه می گیرد. حالا فرض کنید در اطافی هستید به شکل کره و یک لامپ ۱۰۰ لومنی دارید که نورش در همه جهات یکنواخت است (شبیه لامپ فیلامنتی) لامپ را در مرکز این کره قرار می دهید با لوکس متر شدت روشنائی را در یک نقطه از سطح کره اندازه میگیرید. حاصل ضرب شدت روشنائی (لوکس) در مساحت کره (به متر مربع)، برابر لومن لامپ شما خواهد بود.

محیط سر باز	میزان نور بر حسب لوکس
هوای آفتابی	10000-1000000 Lux
آسمان ابری	100-10000 Lux
هوای گرگ و میش	1-10 Lux
آسمان مهتابی	0.1-1 Lux
شب ابری	0.01-0.1 Lux
آسمان با ستاره (بدون ماه)	0.001-0.01 Lux
آسمان با ستاره و ابری	0.0001-0.001 Lux

محیط سر پوشیده	میزان نور بر حسب لوکس
انبار	20-75 Lux
پله های اضطراری	30-75 Lux
راهرو و راه پله	75-200 Lux
فروشگاه	75-300 Lux
اتاق های اداری	300-500 Lux
بانک ها	200-1000 Lux
خطوط مترو	300-1000 Lux



LUX
(LUMINOUS EMITTANCE)

لوکس
(تأثیر شدت و شنایی)

LUMENS
(BRIGHTNESS)

لومن
(شدت روشنائی)



فراتاب (UpLighting)

زمانی که نیاز به توجه بر موضوع خاصی مطرح باشد، از نورپردازی از پایین استفاده می شود. در این حالت، چراغ های نورپردازی نباید در زاویه دید بیننده قرار گیرند. این نوع نورپردازی یکی از روش های موثر و قابل استفاده در نورپردازی فضاهای باز است، وقتی دیوار، درخت یا سکویی جهت استفاده برای نصب پرژکتورها وجود نداشته باشد. نورپردازی از پایین از ناحیه کناری در فضاهای باز زمانی توصیه می شود که نورهای خطی برای چشم مزاحمت ایجاد می کنند.



پوششی (Whashing)

به یک پوششش کامل از نور به روی دیوار WHASHING گفته می شود که در هدف های مختلفی به کار می رود. در فضاهای باز که دیواره ها رنگ شده هستند و بافت خاصی ندارند، پوشش دادن نور می تواند توجه را به رنگ معطوف و فضایی صمیمی ایجاد کند. جهت ایجاد چنین فضایی لازم است نور بتواند کم استفاده گردد، به نحوی که در اطراف پخش شود. از این روش همچنین زمانی استفاده می شود که بخواهیم یک ارتباط چشمی یا پشت صحنه ای مهیانییم یا المان یا مجسمه خاصی را به تنهایی نورپردازی کنیم. این روش نورپردازی ارتباط مستقیم با نوع چراغ دارد به نحوی که چراغ مورد استفاده می بایست دارای منحنی پخش نور نامتقارن باشد.



با توجه به سبک معماری بنا و ویژگی های بصری خاص آن، از روش های متفاوتی جهت نورپردازی آنها استفاده می شود. هر ساختمان هویت مستقل خود را دارد و هدف طراح می تواند از طریق یک روشن سازی خوب و صحیح بیان شود. طراح روش ها را در رابطه با موضوع خود می آزماید و با در نظر گرفتن عوامل تاثیرگذار، بهینه ترین را انتخاب می کند. نورپردازی بناها می تواند با تاباندن نور به نمای ساختمان یا با روشن نمودن فضای داخلی آنها صورت میگیرد، همچنین با ترکیبی از این دو روش نیز امکان پذیر است. تاباندن نور از فاصله نزدیک باعث ایجاد سایه های قوی میشود، حال آنکه با زیاد کردن فاصله سایه کمرنگتر شده و خاصیت سه بعدی نما کمتر مورد توجه قرار می گیرد.

سایه سازی (Shadowing)

سایه درخت یا گیاهی کوچک می تواند روی دیواری که در کنار آن است به تصویر کشیده شود در این روش ساده از چراغی با قدرت کم و زاویه باز که روی زمین ثابت شده است با توان ۲۰-۳۵ وات استفاده می شود فاصله چراغ تا جسمی که به آن نور می تابد بستگی به سایه تصویری دارد که میخواهیم از آن بسازیم.



فروتاب (DownLighting)

در این روش منابع نوری در بالای مکان مورد نظر قرار گرفته و نور به سمت پایین هدایت می شود. این روش زمانی به کار می رود که نیاز به فراهم شدن نوری یکدست بر روی سطوح یا وسایل لازم باشد. مثل فراهم کردن فضایی جهت نشستن یا صرف غذا. این روش جهت نورپردازی گیاهان گلدار مناسب است، زیرا گل ها تمایل دارند رویشان را به طرف بالا بگیرند. در این روش نورپردازی، عموماً از توان های مصرفی پایین استفاده می شود تا از خیرگی در چشم جلوگیری شود.



مقاطع (CrossLighting)

در این روش بیشترین محل قرار گرفتن ابزارهای نورپردازی تعریف می شود تا جلوه های نوری به این معنی که در این روش ابزارهای نورپردازی در کنار موضوع نورپردازی شده قرار می گیرند و در این حالت نور از جسم عبور می کند.



محوطه ای (AreaLighting)

نورپردازی محوطه ای به منظور فراهم کردن نور عمومی کافی برای یک منطقه است برای این کار یک روش اصلی نورپردازی وجود دارد در محل هایی که از آنها برای صرف غذا یا آماده کردن آن استفاده می شود نور مستقیم به کار می رود برای این روش می توان از پوششش نوری (Wall Washing) در زیرپیش آمدگی ساختمان استفاده کرد.



■ نورپردازی بناها

سیل نوری (FloodLighting)

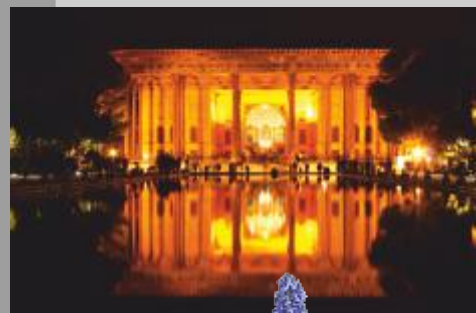
سیل نور در واقع یک روش نهایی از نورپردازی محوطه‌ای است که به گونه‌ای طراحی شده که تقلیدی از نور شدید روز باشد از این روش گاهی اوقات به طور غلط استفاده می‌شود و برای دیگر افراد و نیز اتومبیل‌ها مزاحمت ایجاد می‌کند.



وارونگی (Mirroring)

وقتی یک المان که با فاصله از آب قرار گرفته، توسط یک نور شدید نورپردازی می‌شود، تصویری که در آب تولید می‌کند از یوان مقابل یا خانه یا محل‌های خاص دیده می‌شود بهترین موضوعات برای این نحوه از نورپردازی المان‌هایی هستند که رنگ ملایم دارند و خطوط پیرامونشان واضح است مثل کوزه گل‌دان و اشکال کلاسیکی که انعکاس شکل آن‌ها در آب واضح خواهد بود همچنین انعکاس تصویر در ختان بر روی آب نیز باعث ایجاد تصویر زیبا خواهد شد.

انعکاس پاوارونگی بحثی ساده در هندسه است اگر المانی نورپردازی گردد عکس منعکس شده حاصل از آن در آب در صورت کافی بودن حجم آب کاملاً منطبق با المان اصلی است.



نور افکنی (SpotLighting)

این روش گاهی اوقات با Accent Lighting اشتباه می‌شود و گاهی هر دو در واقع یکی هستند. آن امر بستگی دارد به شرایط نورپردازی، محلی که ادوات نورپردازی نصب می‌گردد و فاصله نصب از موضوع به ویژه زمانی که در بالای موضوع محل مناسبی جهت نصب ادوات وجود ندارد. برای مثال می‌توان نور افکن رادر پیش آمدگی لبه‌ی بام نصب و کانونی را روی سطح زمین نورپردازی کرد یا وقتی می‌خواهیم چتر یک درخت را از روی یک لبه مشجر که با فاصله از بدنه‌ی درخت قرار دارد نورپردازی کنیم. به منظور جلوگیری از ورود به منطقه چمن، نور افکن‌های شدید بازو به تنگ و باریک می‌توانند جهت تنظیم نور یا ایجاد یک حلقه تنگ نورانی روی موضوع، از فاصله دور استفاده شوند.



ضد نور (Silhouetting)

این نمایش زمانی حاصل می‌شود که به وسیله‌ی نورپردازی تصویر یا سایه‌ای سیاه از یک جسم به سطح یک دیوار یا المان عمودی دیگری که در کنار آن است ایجاد گردد در این حالت رنگ و بافت جسم دیده نمی‌شود شکل ساده درختی کوچک و گیاه یا جسمی با خطوط بیرونی مشخص می‌تواند یک نقطه کانونی جالب توجه باشد یک گزینه محلی است که سطوح گیاهان روی یک دیوار بی رنگ ایجاد سایه می‌کنند تا یک پرده نقاشی تولید شود با مبوه‌ها معمولاً موضوع‌های خوبی برای این هدف هستند.



انتشار نور (SpreadLighting)

به این روش در اصطلاح نورپردازی قارچی هم گفته می‌شود. معمولاً از این روش در مسیرهای دسترسی آلاچیق‌ها و کنار برکه‌های آب استفاده می‌شود در این روش نور باولتاژ پایین که خیرگی ندارد به کار می‌رود معمولاً از لامپ‌های هالوژن ۲۰ وات برای این منظور استفاده می‌گردد. در مکان‌هایی که دیواره یا ساختمانی برای قرار دادن ادوات نورپردازی وجود ندارد روش انتشار نور می‌تواند مفید باشد.



تشدید نور (AccentLighting)

این نور زمانی به کار می‌رود که بخواهیم روی یک موضوع خاص تاکید داشته باشیم. به طور مثال، زمانی که بخواهیم یک گیاه نقاط کانونی یا المان‌های دیگری را که در معرض دید قرار دارند، مجزا از صفحات پشتی یا دیوار همجوار نورپردازی نماییم.

بانورپردازی از بالا، نورپردازی از پایین، نورپردازی از کنار و از تمامی نقاط می‌توان نور ثابت تاباند چه در زیر آب، روی درخت، روی زمین یا از روی ساختمان‌های اطراف. نتیجه زمانی حاصل می‌رود که نور با شدت زیاد روی موضوع متمرکز گردد، اما باید مکان‌های مناسب نصب با دقت انتخاب شوند تا از ایجاد نورهای مزاحم پرهیز گردد.



لایت نور

BADIE



لایت نور تازه
بدیع نور

دنیا ساز رنگ

پروژکتورهای RGB
فوق کم مصرف
۲۰ و ۳۰ وات



@faranoorgostarjonub

لایت نور
BADIE

FPL
۳۰ وات

1 877 FOR T





۱. **خیرگی:** ناتوانی چشم انسان در تطابق با تفاوت زیاد روشنایی بخشهای تاریک و روشن محدوددهد بدمنجر به بروز پدیده خیرگی می شود. خیرگی ناراحت کنند (Discomfort Clare) بصورت مستقیم دارای خطر نبوده و تنها موجب آزار ناراحتی چشم انسان می شود. باین وجود قرار داشتن در معرض آن برای مدت طولانی می تواند موجب آسیبهای جبران ناپذیر بر دید انسان گردد.

۲. **گنبد نوری:** آلودگی نوری برای ساکنین حومه شهرهای بزرگ معمولاً بصورت گنبد نوری این شهر هادر محدوده افق شهر دیده می شود تا جائیکه گنبد نوری گاهی تا محدوده ۲۰۰ کیلومتری شهر نیز مشاهده می شود بصورتی که معمولاً ارتفاعات بالاتر آسمان در محدوده افق شهر روشن تر از ارتفاعات پایین دیده می شود.

۳. **اضافه روشنایی (Over Illumination):** به معنای استفاده بیش از حد از روشنایی است که منجر به ایجاد هزینه های بسیار زیادی می شود و معمولاً از دیدگاه صرفه جویی انرژی مورد بررسی قرار می گیرد. مباحث مربوط به اضافه روشنایی معمولاً در بخش روشنایی معابر مورد مباحثه قرار می گیرد، باین وجود هر نور مصنوعی که در محلی داخل یا خارج از ساختمان وجود داشته باشد که نیازی به حضور آن نباشد، در مبحث اضافه روشنایی قرار می گیرد.

۴. **تجاوز نور:** عبور نور به محدوده ای خارج از محدوده مورد نظر روشنایی را تجاوز نور می نامند مانند روشن شدن حیاط یا داخل ساختمان بدلیل نور خیابان یا نوری مزاحم از ساختمانهای مجاور.

وجود یک سیستم روشنایی داخلی یا خارجی با طراحی مناسب نه تنها از لحاظ مصرف انرژی می تواند اثرات مثبتی داشته باشد، بلکه مزایای بسیار مهمی نظیر امنیت عمومی، کاهش امکان جنایت، ایجاد آسایش جسمی و روانی، و بطور کلی ایجاد حس خوب در جامعه را به همراه خواهد داشت. بالعکس، پدیده «آلودگی نوری» می تواند بر خلاف آن عمل نماید. بطور کلی آلودگی نوری به نور اضافی یا مزاحمی گفته می شود که توسط انسان بوجود آمده باشد و به بیان دیگر، نور اضافی یا مزاحمی که به دلیل طراحی یا اجرای بدی سیستم روشنایی و ایجاد نوری فراتر از حد انتظار روشنایی بوجود آمده باشد. از آنجائیکه این پدیده دارای اثرات منفی بسیاری شامل اثرات زیست محیطی بر جانوران و گیاهان و بطور کلی اکوسیستم حیات وحش، تاثیر بر ستاره شناسی، تلفات انرژی، ایجاد یا تشدید بیماریها، مبهم بودن ستارگان در آسمان شب و... می باشد، مطالعه و بررسی آن همانطور که در سایر کشورهای توسعه یافته نیز چنین پنداشته شده دارای اهمیت فراوان بوده و مقابله با آن می تواند تبعات مثبت فراوانی در پی داشته باشد.

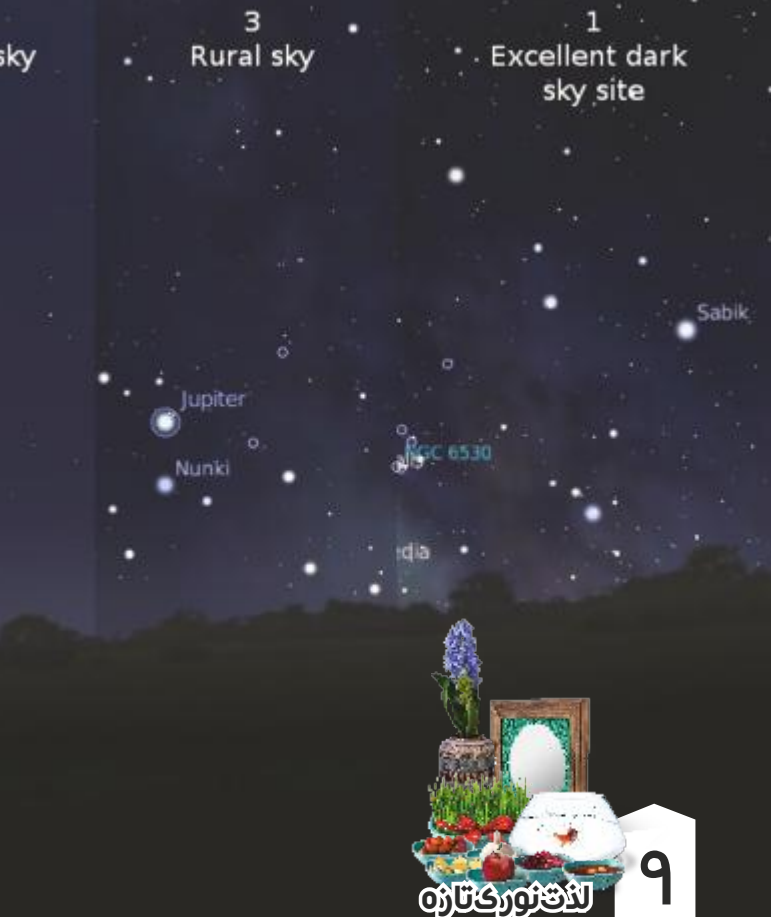
در این راستا، سازمان بهره روری ایران (سابا) طی قراردادی تحت عنوان انجام مطالعات در خصوص آلودگی نوری را واگذار نموده است. مدیر پروژه آقای مهندس محمد علی عباسی ورده بوده است. در این پروژه تلاش شده تا با بررسی دقیق و موشکافانه پدیده آلودگی نوری، بتوان راهکارهایی برای مقابله با آن که علاوه بر تبعات منفی محیطی، از مصادیق بارز تلفات انرژی نیز می باشد ارائه نمود.

9 Inner City sky 7 Suburban/urban transition 5 Suburban sky 3 Rural sky 1 Excellent dark sky site

۵. **سوسوزدن (Flicker):** روشن و خاموش شدن متناوب نور که معمولاً بصورت تعمدی بمنظور تبلیغات یا جلب توجه بکار می رود، می تواند موجب آزار گشته و ماندن خیرگی موجب کاهش دید، ناراحتی و اضطراب شود. این پدیده بسته به شدت، رنگ و فرکانس خاموش و روشن شدن، باعث افزایش حملات عصبی و سردرد در اشخاص مبتلا به بیماریهایی نظیر میگرن می شود.

۶. **ناهنجاری نوری (Clutter):** عبارت است از گروه بزرگی از منابع نور که می توانند موجب سردرگمی و پرت شدن حواس از هدف شده و موجب تصادف و خسارت گردد. ناهنجاری بویژه در معابر و جاده ها دیده شده و می تواند ناشی از نصب نامناسب تجهیزات سیستم روشنایی معبر و یا نور شدید تبلیغات محیط اطراف باشد.

۷. **حضور نور (Light Presence):** عبارت تست از دیده شدن نور ساطع شده از یک منبع روشنایی یا نور منعکس شده از سطحی نظیر یک ساختمان در منطقه ای خارج از محدوده آن. این پدیده تنها در برخی موارد باعث ناراحتی می شود و دولی هیچگاه به محدوده آسیب رسانی وارد نمی شود.



■ بدهکاری فراری

سوال مخاطب وکیل آنلاین در رابطه با دریافت طلب از بدهکاری فراری به شرح زیر است:

با سلام و خسته نباشید. من دو ساله از یک نفر ۱۰ میلیون سفته دارم یکبار نیز برای این موضوع به بازداشتگاه رفت و نهایتاً واخواهی داد و بیرون آمد. بعد از آن از شهر خارج شد به شهر دیگر رفت. متأسفانه دو ساله هیچ آدرسی ازش ندارم ولی دوتا خط تلفن دارد که هر دو روشن است و بعضی اوقات به من پیام میدهد که نمی‌تونم پیدام کنی دیگه یا مثلاً ماه دیگه پولتو می‌دهم. چطور می‌توانم خطش رو ردیابی کنم پیداش کنم؟ یا راه دیگه‌ای هست به طوری به پولم برسم؟

پاسخ کارشناسان وکیل آنلاین:

به طور کلی و مطابق ماده یک قانون نحوه اجرای محکومیت‌های مالی، هر کس به موجب حکم دادگاه به دادن هر نوع مالی به دیگری محکوم شود و از اجرای حکم خودداری کند، هرگاه محکوم به عین معین باشد آن مال اخذ و به محکوم له تسلیم می‌شود و در صورتی که رد عین ممکن نباشد یا محکوم به عین معین نباشد، اموال محکوم علیه با رعایت مستثنیات دین و مطابق قانون اجرای احکام مدنی و سایر مقررات مربوط، توقیف و از محل آن حسب مورد محکوم به یا مثل یا قیمت آن استیفاء می‌شود.

از طرفی دیگر ماده دو از همان قانون بیان میدارد، مرجع اجراءکننده رأی، اعم از قسمت اجرای دادگاه صادرکننده اجرائیه یا مجری نیابت، مکلف است به تقاضای محکوم له از طرق پیش‌بینی شده در این قانون و نیز به هر نحو دیگر که قانوناً ممکن باشد، نسبت به شناسایی اموال محکوم علیه و توقیف آن به میزان محکوم به اقدام کند.

همچنین مطابق ماده ۳ از قانون مذکور، اگر استیفاء محکوم به از طرق مذکور در این قانون ممکن نگردد محکوم علیه به تقاضای محکوم له تا زمان اجرای حکم یا پذیرفته شدن ادعای اعسار او یا جلب رضایت محکوم له حبس می‌شود. چنانچه محکوم علیه تا سی روز پس از ابلاغ اجرائیه، ضمن ارائه صورت کلیه اموال خود، دعوای اعسار خویش را اقامه کرده باشد حبس نمی‌شود، مگر اینکه دعوای اعسار مسترد یا به موجب حکم قطعی رد شود.

تبصره ۱ - چنانچه محکوم علیه خارج از مهلت مقرر در این ماده، ضمن ارائه صورت کلیه اموال خود، دعوای اعسار خود را اقامه کند، هرگاه محکوم له آزادی وی را بدون اخذ تأمین بپذیرد یا محکوم علیه به تشخیص دادگاه کفیل یا وثیقه معتبر و معادل محکوم به ارائه نماید، دادگاه با صدور قرار قبولی وثیقه یا کفیل تا روشن شدن وضعیت اعسار از حبس محکوم علیه خودداری و در صورت حبس، او را آزاد می‌کند.

در صورت رد دعوای اعسار به موجب حکم قطعی، به کفیل یا وثیقه‌گذار ابلاغ می‌شود که ظرف مهلت بیست روز پس از ابلاغ واقعی نسبت به تسلیم محکوم علیه اقدام کند. در صورت عدم تسلیم ظرف مهلت مذکور حسب مورد به دستور دادستان یا رئیس دادگاهی که حکم تحت نظر آن اجراء می‌شود نسبت به استیفاء محکوم به و هزینه‌های اجرایی از محل وثیقه یا وجه الکفاله اقدام می‌شود. در این مورد دستور دادگاه ظرف مهلت ده روز پس از ابلاغ واقعی قابل اعتراض در دادگاه تجدیدنظر است. نحوه صدور قرارهای تأمینی مزبور، مقررات اعتراض نسبت به دستور دادستان و سایر مقررات مربوط به این دستورها تابع قانون آیین دادرسی کیفری است.



قله‌های موفقیت...!

Google

بامیزان ۴۴ درصد از کل آمار جستجو در آمریکای شمالی، گوگل همچنان غول جستجو است؛ اگر چه این میزان نسبت به سال گذشته ۳۱ درصد کاهش داشته. گوگل به طور کلی نسبت به سال پیش رتبه پایین تری کسب کرده و اگر پروژه هایشان پشت سر هم به آخر و عاقبت گوگل گلس دچار شوند، هیچ بعید نیست که سالهای پیش رو جایگاه‌های بدتری داشته باشند.

Coca-Cola

برند پرچم دار کوکا کولا در سالی که گذشت، مجموعاً ۰۱ درصد افزایش درآمد داشته اما نوشابه‌های رژیمی با ۶۶ درصد کاهش فروش، اندکی جایگاه شرکت را متزلزل کرده‌اند. وارن بافت، سرمایه‌گذار شهیر آمریکایی، ۹۳ درصد از سهام این شرکت را در اختیار دارد.

IBM

میزان فروش آی‌بی‌ام تقریباً ۱۲ درصد کاهش یافته و تغییر جهت فعالیت کمپانی تاثیر بسیار در میزان درآمدی آن‌ها داشته. کلاد کامپیو تینگ ۶۰ درصد رشد داشته و بیش از نیمی از درآمد شرکت مربوط به کشورهای خارجی است.

Apple

برند اپل از نزدیک‌ترین رقبیش که مایکروسافت باشد، حداقل دوبرابر ارزش بیش‌تر دارد. از انتهای لیست بخواهید در نظر بگیرید، شاید اپل به اندازه ۶ یا ۷ کمپانی سرمایه داشته باشد. این شرکت طی سه ماهه اخیر موفق به فروش ۷۴۸ میلیون تلفن همراه در سراسر جهان شده است. میزان فروش تلفن‌های شرکت ۴۹ درصد پیشرفت داشته و اپل ۱۸ میلیارد دلار سود خالص از فروش محصولاتش کسب کرده. این اولین فصلی است که اپل تیم کوک توانسته از سامسونگ تعداد تلفن‌های بیشتری بفروشد.

Microsoft

پس از چندین و چند سال تحقیر کاربران، مایکروسافت با مدیریت ساتیانادلا دوباره به دورانی بازگشته که می‌توان به آن امیدوار بود. طی سال گذشته، مایکروسافت ۱۱ میلیون دلار در بخش توسعه و توسعه محصولات جدید خود سرمایه‌گذاری کرد و تابستان پیش رونیزویندوز ۱۰، به عنوان یک سرویس‌ونه محصول، قرار است به بازار عرضه شود. رد موندی‌ها امید دارند تا سال ۲۰۱۸، بیش از یک میلیارد کاربر از ویندوز ۱۰ استفاده کنند.

سال ۲۰۱۱ زمانی که استیو جابز به علت بیماری اش از مدیرعاملی اپل کناره‌گرفت و تیم کوک جای وی را پر کرد، کمتر کسی باور داشت که اپل بتواند دوباره در اوج قرار گرفته و با فاصله بسیار، نه تنها ارزشمندترین برند حوزه تکنولوژی، بلکه ارزشمندترین برند دنیا باشد. هوشمندی کوک در اتصال و تامین زنجیره‌ها و جهانی کردن برند اپل سبب شد که این شرکت امسال ارزشمندترین شرکت دنیا باشد. نسبت به سال گذشته، جایگاه شرکت‌ها تغییراتی جدی داشته. برخی از آن‌ها از لیست ده شرکت برتر خارج شده و برخی هم جایگاه خود را مستحکم تر از سال پیش نموده‌اند. نکته جالبی که در این لیست می‌توانید مشاهده کنید، تغییر ساختار مدیریتی است. دیدگاه مدیران جدید گاه مخرب و گاه موثر بوده.



■ بازاریابی و فروش

در حالت عادی مادوواژه "بازاریابی" و "فروش" را بجای یکدیگر مورد استفاده قرار می دهیم، در عمل تفاوت بسیار زیادی بین این دو قرار دارد. یک مدیر بازاریابی موفق به خوبی باید تفاوت موجود بین این دو موضوع را باید بداند. کلمه فروش تمرکزی بر حیطه فروش دارد و به طور ویژه باتولید و تولید کننده در ارتباط است و... به عبارت دیگر بخش عملی بازاریابی است و هدف کوتاه مدت دستیابی به سهم از بازار را دنبال می کند. تأکید در آن بر تنوع و تفاوت قیمت برای نهایی کردن فروش است. این هدف کوتاه مدت دستیابی به برنامه ریزی بافکرو توأم با دوراندیشی برای برنده شدن بر ندر بازار و به دست آوردن مزیت رقابتی را در بین گروه زیادی از مشـترکان مدنظر قرار نمی دهد. هدف نهایی هر فروشی به حداکثر رساندن میزان سودآوری از طریق حداکثر کردن میزان فروش است.

زمانی که تأکید و تمرکز بر فروش باشد، فرد فروشنده تصـور می کند که مر احو بعد از تولید با خاتمه یافتن فروش به پایان رسیده اند. همچنین می توان این گونه گفت که وظیفه بخش فروش، فروختن هر آن چیزی است که بخش تولید، تولید کرده است. روش های تهاجمی فروش برای دستیابی به این هدف توجیه می شوند و نیاز و رضایت مشتری یک موضوع بدیهی در نظر گرفته می شود که همیشه وجود دارد. بازاریابی به عنوان یک رویکرد و مفهوم بسیار گسترده تر از فروش است و همچنین در ذات خود دینامیک است، چرا که تمرکز در آن بجای محصول بر مشتری است. در حالی که فروش حول منفعت بازاریاب و یا تولید کننده می چرخد، بازاریابی در حول محور منفعت مصرف کننده قرار دارد. در مجموع کل فرایند بازاریابی به دنبال بر آوردن و کسب رضایت مصرف کننده هست.

بازاریابی شامل تمامی فعالیت هایی می شود که مرتبط با برنامه ریزی محصول، قیمت گذاری، ترویج محصول و توزیع محصول و خدمات است. این وظایف و فرایندها شناسایی نیازهای مصرف کننده آغاز می شود و پایان نمی پذیرد تا اینکه باز خورد مصرف کننده نسبت به رضایت وی از مصرف محصول یا خدمات دریافت شود. به طور کلی بازاریابی زنجیره گسسته شده ای از فعالیت هاست که شامل تولید، بسته بندی، ترویج، قیمت گذاری، توزیع و فروش می شود. نیازهای مصرف کننده همانند راهنمایی در پی تمامی این فعالیت ها قرار دارند. در این بین سودآوری نادیده گرفته نمی شود، اما در طی یک فرایند طولانی به دست می آید. در فرایند بازاریابی سهم از ذهن و فکر مصرف کننده بسیار مهم تر از سهم از بازار است.

به اعتقاد پروفیسور لویت Levitt تفاوت بین دو واژه بازاریابی و فروش بسیار فراتر از مفهوم معنایی آن هاست. یک شرکت با ذهنیت درستی از بازاریابی باید سعی در تهیه محصولات و کالاهایی کند که ایجاد کننده ارزش باشند که مصرف کننده ها اقدام به خرید آنها بکنند. چیزی که برای فروش عرضه می شود، توسط فروشنده تعیین نمی شود، بلکه این خریدار است که کالای عرضه شده برای فروش را تعیین می کند. فروشنده اشاره ها و نشانه هایی را از طرف خریدار دریافت می کند و محصول نتیجه فعالیت بازاریابی است که به محصول مطلوب تبدیل می شود و این فرایند در هیچ شرایطی به صورت عکس طی نمی شود. فروش تنها در رابطه با استفاده از روش هایی است که منجر به مبادله کردن پول نقد با محصول و کالا از طرف مشتری می شود و هیچ گونه ارتباطی با بر آورده کردن نیازهای مصرف کننده و کسب رضایت وی ندارد. در حالی که بازاریابی در نقطه مقابل، کل فرایند کسب و کار را شامل مجموعه فعالیت های به هم پیچیده و فشرده از کشف، ایجاد و تحریک و ارضاء نیازهای مشتری در نظر می گیرد.

■ اجزای تشکیل دهنده

بازاریابی:

- ۱- تأکید بر نیاز ها و خواسته های مصرف کننده دارد.
- ۲- شرکت ابتدا نیاز ها و خواسته ها مشتری و مصرف کننده را در نظر می گیرد و سپس در پی این بر می آید که محصولی برای برآورده ساختن این نیاز ها و خواسته ها به بازار عرضه کند.
- ۳- مدیریت سود محور است.
- ۴- برنامه ریزی به صورت بلند مدت در رابطه با محصولات امروز و در قالب محصولات جدید، و بازار ها و روش های جدید در آینده هست.
- ۵- نیاز ها و خواسته های خریداران را بیان می کند.
- ۶- کسب و کار را به عنوان فرایندی برای تولید مصرف کننده و ارضا، نیاز های وی در نظر دارد.
- ۷- در بازاریابی تأکید بر نوآوری از طریق هر فن آوری موجود و ایجاد بهترین هزینه ها نسبت به ارزش دریافت شده از طریق به کار گیری بهترین فن آوری هست.
- ۸- مصرف کننده قیمت را تعیین می کند و قیمت هم هزینه را تعیین می کند.
- ۹- بازاریابی مشتری را در حلقه کسب و کار به عنوان آخرین حلقه و هدف نهایی کسب و کار در نظر می گیرد.

فروش:

- ۱- تأکید بر محصول دارد.
- ۲- شرکت در ابتدا محصول را تولید می کند.
- ۳- مدیریت فروش محور است.
- ۴- برنامه ریزی کوتاه مدت بوده و در قالب محصولات و بازار های امروز است.
- ۵- نیاز های فروشنده را بیان می دارد.
- ۶- به کسب و کار به عنوان یک فرایند تولید محصول می نگرد.
- ۷- تأکید بر حفظ فن آوری موجود و کاهش هزینه ها دارد.
- ۸- هزینه ها قیمت را تعیین می کنند.
- ۹- فروش مشتری را به عنوان حلقه آخر از زنجیره کسب و کار در نظر می گیرد.

■ محافظ جان

کلید حفاظت جان یا Residual Current Circuit Breaker، به کلیدی گفته میشود که برای کنترل جریان نشتی از آن استفاده میشود.

نوع دیگر این کلید که RCD نامیده میشود (به معنی RCCB+MCB)، ترکیبی از محافظ جان و اتصال کوتاه است. این کلیدها از اجزاء زیر تشکیل شده اند:



۱. پوسته
۲. مگنت
۳. دستگیره کلید
۴. بیمتال
۵. جرقه گیر
۶. فرها و اتصالات
۷. ترمینالهای ورودی

هشدار! باید توجه داشت که از کلیدهای AC هیچ زمانی در مدارهای DC نمیتوان استفاده کرد. در صورت استفاده از این کلیدها با خطراتی چون عدم قطع در زمان اتصال کوتاه (ناشی از جوش خوردن کنتاکتها) مواجه خواهیم شد. همچنین این امر در اضافه بارها باعث سوختن تدریجی کنتاکت و در نتیجه اتصال نامناسب کنتاکت ثابت و متحرک و ایجاد حرارت میشود.

کلیدهای مینیاتوری جریان مستقیم، علاوه بر داشتن مگنت طبیعی دارای رله مگنتیک مخصوص جهت کار در جریان مستقیم هستند، بنابراین میتوان از کلیدهای DC در مدارهای AC نیز استفاده کرد.

نوع	کاربرد	جریان اضافه بار جهت قطع مدار	زمان قطع	توضیحات
B	خانگی و روشنایی	بین ۳ تا ۵۵ نامی برابر جریان نامی	بین ۰.۱ تا ۰.۰۴ ثانیه در کلیدهای زیر ۳۲ آمپر بین ۰.۱ تا ۰.۰۹ ثانیه در کلیدهای بالای ۳۲ آمپر	معروف به کلید مینیاتوری تندکار مورد استفاده در بارهای اهمی
C	صنعتی و موتوری	بین ۵ تا ۱۰ نامی برابر جریان نامی	بین ۰.۱ تا ۰.۰۱۵ ثانیه در کلیدهای زیر ۳۲ آمپر بین ۰.۱ تا ۰.۰۳ ثانیه در کلیدهای بالای ۳۲ آمپر	زمان قطع بیشتر از تیپ B معروف به کلید مینیاتوری کندکار مورد استفاده در بارهای معمولی مثل پریز
D	ترانسفورماتوری	بین ۱۰ تا ۲۰ نامی برابر جریان نامی	بین ۰.۱ تا ۰.۰۴ ثانیه در کلیدهای زیر ۳۲ آمپر بین ۰.۱ تا ۰.۰۸ ثانیه در کلیدهای بالای ۳۲ آمپر	زمان قطع بیشتر از تمام تیپها استفاده جهت مصارف صنعتی خاص مثل مولدهای اشعه X-Ray و باترانسفورماتورها
K	قدرت	قطع سریع مدار هنگام بوجود آمدن اضافه بار	منحنی قطع بین تیپهای D و C	محافظ مدارات قدرت، ترانسفورماتورها و... محدوده قطع اضافه بار کمتر از سایر تیپها

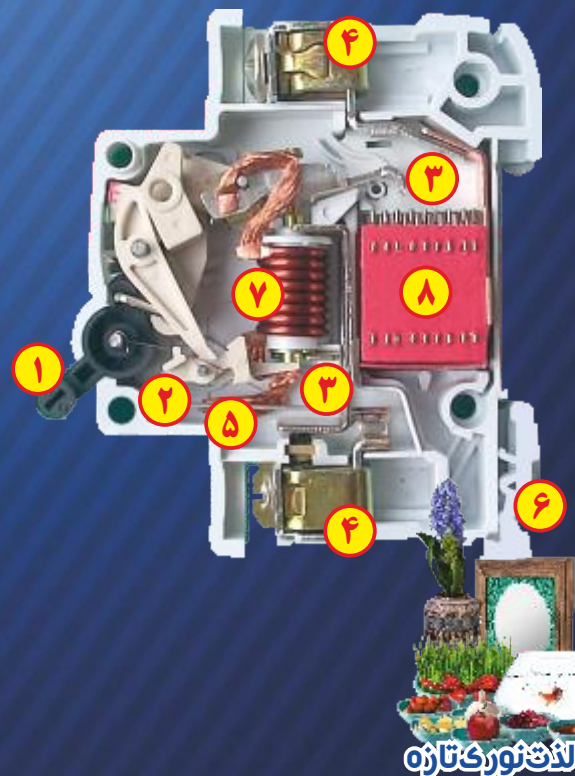
■ کلید مینیاتوری



فیوز مینیاتوری یا کلید مینیاتوری یا Miniature Circuit Breaker که اختصاراً MCB نامیده میشود: تجهیزات الکتریکی خانگی و صنعتی را در برابر اتصال کوتاه و اضافه بار (عبور جریان غیر مجاز) محافظت میکند. به عبارت ساده میتوان گفت کلید مینیاتوری (که عامیانه فیوز نامیده میشود) یک وسیله حفاظتی

است که در تجهیزات و مدارات الکتریکی به کار برده میشود تا در مواقعی که جریان بیشتر از حد انتظار از وسیله عبور میکند مدار قطع شود تا سایر تجهیزات آسیبی نبینند. فیوز مینیاتوری از دو مکانیزم برای عملکرد خود استفاده میکند: ۱. عملکرد بیمتالی برای حفاظت اضافه بار و ۲. عملکرد مغناطیسی جهت حفاظت از اتصال کوتاه. به عبارت دیگر، تشخیص جریان اضافه به عهده یک فلز (بیمتال) میباشد که بوسیله عبور جریان مدت دار بیش از جریان نامی، گرم شده و بر اثر خم شدن باعث عمل کنتاکت فیوز مینیاتوری شده و مدار را قطع میکند. همچنین جریان اتصال کوتاه بوسیله سیم پیچ که دارای تعداد دور کم و قطر زیاد میباشد بصورت مغناطیسی تشخیص داده شده و فیوز مینیاتوری عمل میکند.

۱. کلید قطع و وصل جریان
۲. سیستم محرک
۳. کنتاکت اصلی
۴. ترمینال ورود جریان
۵. بیمتال
۶. قفل نگه دارنده
۷. سیم پیچ
۸. قطع کننده





۶۵۴۱۹۰۱۹۳۶

✓ ضمانت مطمئن

✓ کیفیت ماندگار



■ سهم ما از کل ثروت دنیا...!

۱. بر طبق گزارش اکتبر ۲۰۱۵ موسسه تحقیقاتی، Credit Suisse کل ثروت موجود در جهان شامل تمام داراییهای مالی (شامل پول نقد، فلزات گرانبها، سهام بورس) و اموال غیر مالی (شامل منازل مسکونی و تجاری وزمین، ماشین آلات و هر آنچه که بتوان بر روی آن قیمت گذاشت) حدود ۲۵۰ تریلیون دلار میباشد.

۲. از کل ثروت جهان حدود ۸۶ تریلیون آن یعنی معادل ۳۴,۳ درصد آن فقط در کشور آمریکا میباشد. بعد از آن کشور چین با حدود ۲۳ تریلیون دلار یعنی حدود ۹٪ در جایگاه دوم قرار دارد. ژاپن با ۲۰ تریلیون ثروت در ردیف سوم و بعد از آن انگلیس با ۱۵,۶ تریلیون دلار. فرانسه با ۱۲,۶، آلمان با ۱۲، ایتالیا با ۱۰، کانادا با ۷، استرالیا با ۴، تایوان با ۳,۵، و کره جنوبی نیز با ۳,۵ تریلیون دلار ثروت ملی در جایگاه های بعدی قرار دارند.

۳. با توجه به این گزارش بیش از ۹۰٪ کل ثروت دنیا به ۳۰ کشور اول این لیست تعلق دارد و بقیه کشورهای دنیا در مجموع کمتر از ۱۰ درصد از ثروت جهان را در اختیار دارند.

۴. ایران با داشتن حدود ۱٪ از جمعیت جهان فقط حدود یک دهم درصد از ثروت دنیا را در اختیار دارد و جز کشورهای با درآمد متوسط رو به پایین محسوب میشود و مهمترین علت این جایگاه این است که مادر هیچ دوره ای در تاریخ طولانی کشور تولید کننده ثروت نبوده ایم و در بهترین دوره های مدیریتی کشور فقط

از ثروت های خدادادی موجود در کشور بصورت بهینه استفاده کرده ایم.



■ معرفی نرم افزار

بعضی از ما، دلایل مشکلات مالی خود را وضعیت اقتصادی جامعه و کمبود شغل می دانیم. در حالی که میتوانیم با داشتن یک برنامه ریزی درست، منابع مالی و اقتصادی خود را مدیریت می کنیم. برای داشتن برنامه ریزی اقتصادی، نیاز به دانستن تعریف درستی از مدیریت منابع مالی داریم.

مدیریت مالی یک سیستم است که نیاز به ورودی و فرآیند قابل قبولی دارد تا خروجی مناسبی به ما بدهد.

برای داشتن بهترین خروجی باید مراحل زیر را طی کنیم. اول باید هزینه ها را طبقه بندی کنیم، پس از آن الویت بندی هزینه ها بسیار حائز اهمیت است.

سپس هزینه های ما را به دو بخش ضروری و اختیاری تقسیم می کنیم. برای هر کدام از گروه های مالی بودجه ای مشخص، اختصاص دهیم. کل هزینه ها را جمع کرده تا مبلغ خرج ماهیانه معین شود. اگر بتوانیم هر ماه هزینه هایمان را کمتر از درآمدمان کنیم می توانیم ماهیانه مبلغی به عنوان پس انداز کنار بگذاریم.

اگر این مراحل را به درستی هر ماه انجام دهیم می توانیم موانع مالی پیش رویشان را پشت سر گذاشته و وضعیت مالی و اقتصادی خود و خانواده را بهبود ببخشیم.

با استفاده از نیو، بدون نیاز به دانش حسابداری، به راحتی

می توانید درآمدها و هزینه های تان را بررسی کنید، برای آنها بودجه بندی کنید، برون سپار و هزینه های تان را مدیریت کنید. بدهی های تان را با یادآورهای هوشمند اطلاع پیدا کنید.



لذت ثروت تازه





مار ادنبال کنید
نرم افزار Android & iOS
و کانال تلگرام
فرانورگستر جنوب

www.badienoor.ir
sale@badienoor.ir
www.badienoorshop.ir
[@faranoorgostarjonub](https://t.me/faranoorgostarjonub)
سامانه پیامکی ارتباط با مشتری: ۰۲۳ ۴۵۵۳۱۰۷۷۰۰۰

خانواده اک بی همتا



دارنده تندیس
حمایت از حقوق
مصرف کننده



دارنده تندیس
واحد نمونه استاندارد
سال ۱۳۹۴



دارنده تندیس
واحد نمونه استاندارد
سال ۱۳۹۴

@faranoorgostarjonub

سامانه پیامکی ارتباط یا مشتری: ۰۲۳ ۱۴۵۵۳۱۰۰۰۷۷۱