

Deloitte.

Fast50 Club
Hızlılar buluşuyor



25 Eylül 2009, İstanbul

Toplantı Programı

- 14:00 - 14:30 Karşılama ve Kayıt
- 14:30 – 14:40 Açılış Konuşması
Oktay Aktolun – Deloitte Türkiye TMT Lideri
- 14:40 – 15:10 Türk Bilişim Firmaları nasıl dünya markası olur?
Uğur Süel – Deloitte Türkiye Danışmanlık Sorumlu Ortağı
- 15:10 – 15:30 Dünyaya açılın: UKTI hizmetleri
Taclan Topal – UKTI Yatırım Müdürü
Sarah Mooney - Başkonsolos Yardımcısı ve Ticaret & Yatırım Ateşesi
- 15:30 – 16:00 Kahve Arası
- 16:00 – 16:30 Türkiye Bilişim Sektörü Güven Araştırması Sonuçları
Oktay Aktolun – Deloitte Türkiye TMT Lideri
- 16:30 – 17:30 Kokteyl



Oktay Aktolun

**Teknoloji, Medya ve
Telekomünikasyon Lideri**

**Kurumsal Risk Hizmetleri
Sorumlu Ortağı**



Uğur Süel

**Danışmanlık Hizmetleri
Sorumlu Ortağı**

Deloitte.

Technology Fast50
Türkiye'deki Teknoloji
Şirketlerinin Markalaşması

Deloitte Danışmanlık
İstanbul, Eylül 2009



Gündem

Marka nedir?

Teknoloji sektöründe marka olmak neden önemlidir?

Markalaşabilmek için kritik başarı faktörleri nelerdir?

Markalaşabilmek için neler yapılması gerekir?

**Marka sadece bir logo, isim ya da reklam değildir.
Bir marka dışarıdan görülen görsel öğelerden çok daha fazlasıdır.**



Marka, bir şirketin müşterileriyle temas ettiği her noktada sunduğu deneyimlerin tamamıdır...



Sektördeki çeşitli başarılı şirketlerin marka vaatleri...



İnsanlara sanat eseri niteliğinde, tasarım odaklı ancak kullanıcı dostu ve faydalı teknoloji sunmaktadır.

Microsoft



Sadece bir yazılım şirketinden öte, sunduğu çözümlerle insanların daha üretken olmalarını sağlamaktadır.



Akıllı çözümleriyle uluslararası faaliyet gösteren şirketlere çözüm ortaklığı sunmaktadır.



İnsanların ve şirketlerin işte, eğitimde, her alanda birbirleriyle güçlü bağlantılar kurmasını sağlamaktadır.



Statükoya meydan okuyarak bir sonraki atılımı geliştirmeye çalışmakta ve teknoloji kanalıyla insanların yaşamını daha iyi, daha zengin ve daha kolay hale getirmeyi vadetmektedir.

































Her türlü bilgiyi organize ederek evrensel olarak erişilebilir, basit ve faydalı hale getirmeyi vadetmektedir.

Marka sadece bir pazarlama ya da iletişim kavramı değildir. Markanın ölçülebilir bir finansal değeri bulunmaktadır.

Markanın ölçülebilir bir finansal değeri bulunmaktadır...

Dünyanın En İyi 100 Global Markası- Interbrand

2009 Rank	2008 Rank	Brand	Country of Origin	Sector	2009 Brand Value (\$m)	Change in Brand Value	
1	1		United States	Beverages	68,734	3%	+
2	2		United States	Computer Services	60,211	2%	+
3	3		United States	Computer Software	56,647	-4%	+
4	4		United States	Diversified	47,777	-10%	+
5	5		Finland	Consumer Electronics	34,864	-3%	+
6	8		United States	Restaurants	32,275	4%	+
7	10		United States	Internet Services	31,980	25%	+
8	6		Japan	Automotive	31,330	-8%	+
9	7		United States	Computer Hardware	30,636	-2%	+
10	9		United States	Media	28,447	-3%	+
11	12		United States	Computer Hardware	24,096	2%	+
12	11		Germany	Automotive	23,867	-7%	+
13	14		United States	Personal Care	22,841	4%	+
14	17		United States	Computer Services	22,030	3%	+
15	13		Germany	Automotive	21,671	-7%	+

16	16		France	Luxury	21,120	-2%	+
17	18		United States	Tobacco	19,010	-11%	+
18	20		Japan	Automotive	17,803	-7%	+
19	21		Republic of Korea	Consumer Electronics	17,518	-1%	+
20	24		United States	Computer Hardware	15,433	12%	+
21	22		Sweden	Apparel	15,375	11%	+
22	15		United States	Financial Services	14,971	-32%	+
23	26		United States	Beverages	13,706	3%	+
24	23		United States	Computer Software	13,699	-1%	+
25	28		Switzerland	Beverages	13,317	2%	+
26	29		United States	Sporting Goods	13,179	4%	+
27	31		Germany	Computer Software	12,106	-1%	+
28	35		Sweden	Home Furnishings	12,004	10%	+
29	25		Japan	Consumer Electronics	11,953	-12%	+
30	33		United States	Alcohol	11,833	3%	+

Teknoloji şirketleri için marka olmak neden önem taşımaktadır?

- Ürünlerin “commodity” haline gelmesi ve ürünler arasındaki farkların giderek azalması
- Ürün yaşam döngülerinin kısalması ve bunun getirdiği karmaşıklık
- “Güven” duygusuna duyulan ihtiyaç
- AR-GE, üretim, teknoloji desteği, pazarlama, araştırma gibi faaliyetlerin düşük maliyetli ülkelere kaydırılması ile kurumlar için tek bir algı yaratmanın zorluğu
- İnsan kaynağı çekmenin zorluğu

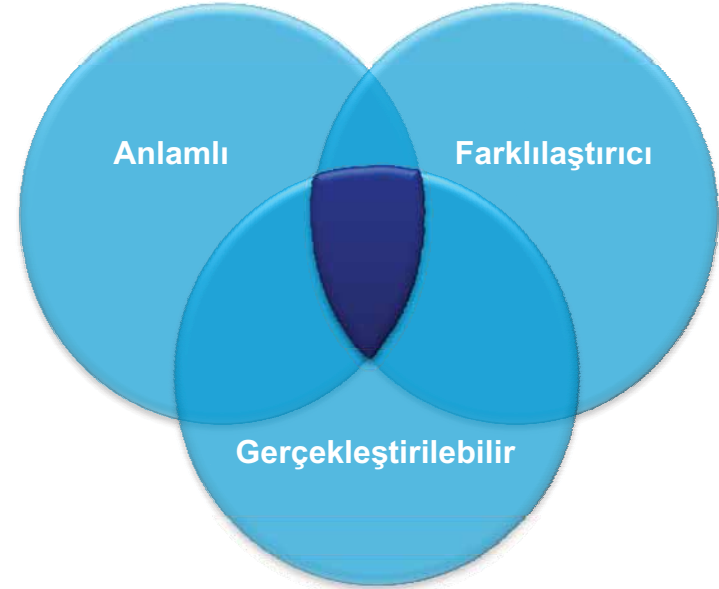
Güçlü bir marka yaratırken dikkat edilmesi gereken kritik başarı faktörleri nelerdir?

- Ürün ve teknoloji odaklılıktan marka, müşteri ve değer odaklı anlayışa geçiş
- Marka vaadini destekleyen inovasyona odaklanma
- Marka stratejisi ve vizyonunun kanal ortaklarıyla paylaşılması ve içselleştirilmesi
- Uzun vadeli bakış açısı ve kararlılık

Peki nasıl bir teknoloji markası oluştururuz?

1. Faaliyet gösterilen pazarlara uygun doğru fikrin bulunması ve marka stratejisinin geliştirilmesi:

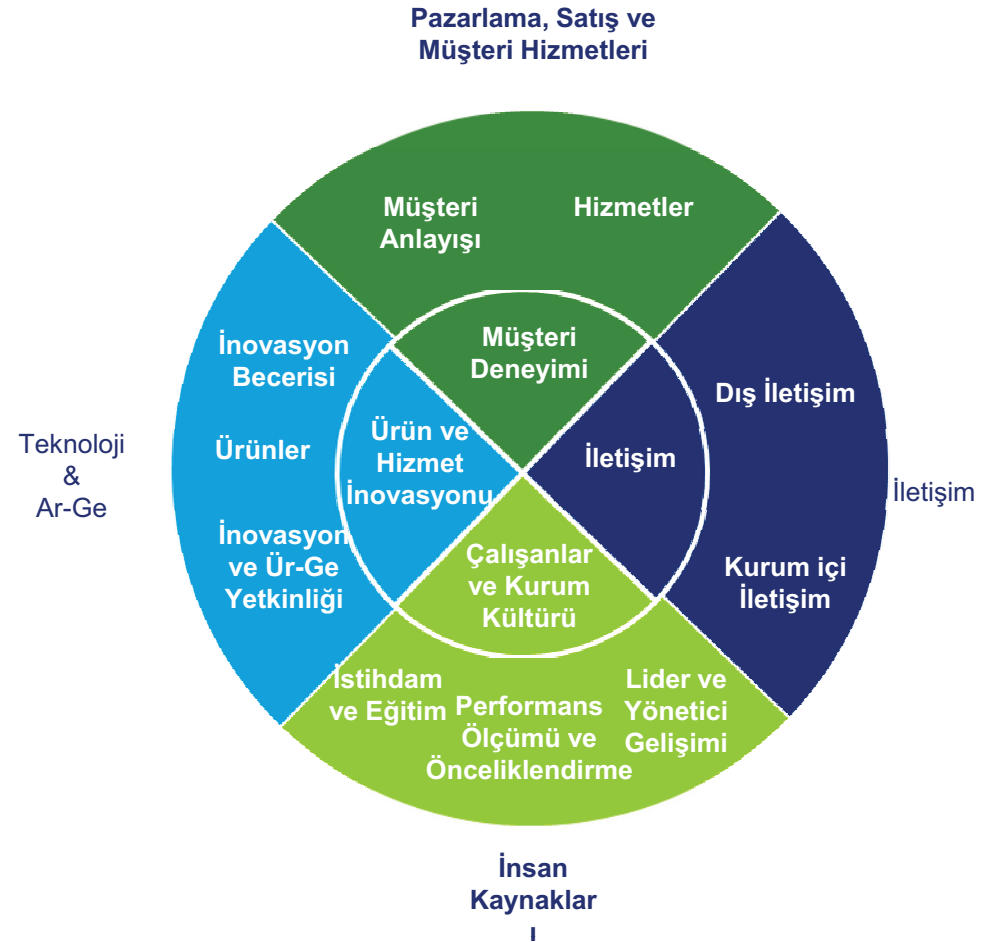
- Uygun: Faaliyet gösterdiğimiz pazarlarda müşteri ihtiyaç ve beklentileri, satın alma kriterleri nelerdir?
- Farklılaştırıcı: Rakiplerimiz ne vadetmektedir? Bizi ne farklılaştırabilir?
- Gerçekleştirilebilir: Uzun vadede sürdürülebilir firma yetkinliklerimiz nelerdir?



Peki nasıl bir teknoloji markası oluştururuz?

2. Markanın tüm operasyonlarla içeriden desteklenmesi:

- Markanın İçselleştirilmesi: Kurum çalışanlarının ve kanal ortaklarının markaya uygun hareket etmelerini ve marka imajımızı desteklemelerini nasıl sağlayabiliriz?
- Marka Yönetim Organizasyonu: Alınan stratejik kararlarda marka odaklı nasıl olabiliriz? Markanın çıkarlarını nasıl gözetebiliriz? Tüm ülkelerde markanın tutarlı biçimde hayata geçirilebilmesini nasıl sağlarız?
- Marka Performans Yönetimi Sistemi: Markamızın gelişimini nasıl takip edebiliriz? Kurumdaki herkesi markadan sorumlu hale nasıl getirebiliriz?



Güçlü bir marka olmak kısa bir sürede olamamaktadır.

Firma olarak kararlı ve sabırlı olmak ve marka vaadini gözetip tek bir yöne doğru odaklanmak başarılı olmada kritik önem taşımaktadır.

Deloitte.

UK
TRADE &
INVESTMENT





İŞİNİZİ İNGİLTERE'DE KURMAK

DELOITTE FAST 50 CLUB
İNGİLTERE BASKONSOLOSLUGU
25 Eylül 2009

Taçlan Topal
İngiltere Başkonsolosluğu
Yatırım Müdürü

BİZ KİMİZ?

- İngiltere Başkonsolosluğu Ticaret ve Yatırım Bölümü bünyesinde, bütün İngiltere'yi yatırım destinasyonu olarak tanıtmaya ve destekleme amacıyla kurulmuş Yatırım Departmanı.
- Coğrafi ayırım yapmadan tüm Türkiye'de faaliyet gösteren firmalara hizmet vermekteyiz.

FAALİYETLERİMİZ

- İngiltere’de yatırımın teşvik edilmesi, mevcut yatırımların desteklenmesi ve katma değer sağlanması
 - İngiltere’de yatırım yapacak Türk firmalara hızlı, güvenilir, ücretsiz bilgi temini
 - Türk firmalara İngiltere’de vergilendirme, işgücü maliyetleri vb. konularını içeren ücretsiz rapor temini
-

FAALİYETLERİMİZ

- Firma kurulumunun her aşamasında (emlak temini, işgücü temini, finansal kaynaklara ulaşım) destek
- İngiltere’de firma kurulumunu takiben düzenli ziyaretler aracılığıyla firmanın planlarının yeniden gözden geçirilmesi

ŞİRKETLER NEDEN YURTDIŞINDA YATIRIM YAPARLAR?

- Ekonomik büyüme ve daha fazla kar elde etmek
- Yeni müşteriler bulmak/Mevcut müşterilerine daha yakın olmak
- Bilgi ve inovasyon kaynaklarına rahat erişim

ŞİRKETLER NEDEN YURTDIŞINDA YATIRIM YAPARLAR?

- Yeni pazarlara giriş esnasında marka, teknoloji ve pazarlama konularındaki karşılaştırmalı üstünlüklerini korumak
- Kendi ülkelerindeki dönemsel ekonomik dalgalanmalara karşı firmalarını korumak
- Tüm bunlar daha önce olmadığı kadar kolay!

NEDEN İNGİLTERE?

- Kalite
- Politik istikrar
- Dünya çapında iş merkezi
- Güçlü girişimcilik kültürü
- 450 milyonluk Avrupa pazarına kolay erişim imkanı
- Rekabete açık, kısıtlamasız iş ortamı

NEDEN İNGİLTERE?

- Avrupa'nın her yerine kusursuz ve kolay ulaşım bağlantıları(Heathrow-Atatürk Havaalanı sadece 3,5 saat)
- Avrupa'daki en düşük kurumlar vergisi oranları
- Kalifiye, yüksek eğitimli işgücü
- Güçlü araştırma ve geliştirme temeli
- Avrupa'daki en ucuz uluslararası telefon görüşmesi ücreti

NEDEN İNGİLTERE?

- 30 dan fazla etnik grup
- Dünya kalitesinde finansal ve iş destek hizmetleri
- Londra- Avrupa'nın finans başkenti
- Firma kurulması ve işgücü istihdamının kolaylığı
- Şeffaflık ve sınırlı bürokrasinin getirdiği iş yapma kolaylığı

NEDEN İNGİLTERE?

- 2012 Londra Olimpiyatları
- 6 ay- 1 sene arası ücretsiz ofis hizmeti
- İngilteredeki sektörel networklere erişim hizmeti
- İngiltere'de firma kuruluşu sonrasında da destek

İNGİLTEREDE OLMANIN FAYDALARI

- Daha fazla iş hacmi!
- Fikri Mülkiyetin korunması
- Avrupa Birliği ve Amerika pazarlarına sıçrama taşı
- Kariyer olanakları
- Mevcut müşterilere daha iyi hizmet



İNGİLTERE'DE İŞ KURMAYI DÜŞÜNÜYORSANIZ,

NE YAPABİLİRSİNİZ?

1. ADIM

www.uktradeinvest.gov.uk

- Firmanızın faaliyet gösterdiği sektörün İngiltere'deki durumu hakkında bilgi
- İngiltere ekonomisi, vergi, işgücü maliyetleri, vize prosedürleri vs konular hakkında bilgi

2. ADIM

Bizimle temasa geçin

- Firmanızı ziyaret ederek yatırım ihtiyaçlarınız konusunda destek verebiliriz
- Firma Bilgi Formu
- Ücretsiz rapor-yerleşmeyi düşündüğünüz bölge hakkında bilgi, uygun gayrimenkuller,olası maliyetler (işgücü ,elektrik vs)

3. ADIM

Rapor sonrasında İngiltere'yi ziyaretiniz için program ayarlayabiliriz

Böylelikle;

- Olası ofis binalarını ziyaret edebilir
- Avukatlar, vergi uzmanları, bankalar, gümrük müşavirleri, insan kaynakları firmaları ile görüşebilir
- İngiltere Sanayi Bakanlığı uzmanları ile görüşebilirsiniz.

4. ADIM

Sadece iki günde firmanızı kurabilirsiniz.

Sorularınız için;

Taçlan Topal / Sinan Akkaya
İngiltere Başkonsolosluğu
Ticaret ve Yatırım Bölümü

Tel: 0212 334 6441
Fax: 0212 334 6405

UK
TRADE &
INVESTMENT



Kahve arası





Oktay Aktolun

**Teknoloji, Medya ve
Telekomünikasyon Lideri**

**Kurumsal Risk Hizmetleri
Sorumlu Ortağı**



Bilişim Sektörü Güven Araştırması

Oktay Aktolun
Teknoloji, Medya ve Telekomünikasyon Lideri
25 Eylül 2009, İstanbul



Ajanda

Araştırma hakkında

Temel bulgular

Mevcut durum

Beklentiler

Sonuç

Araştırma hakkında

Araştırma hakkında...

Bilişim Sektörü Güven Araştırması, Deloitte'un sektörel ve bölgesel olarak gerçekleştirmeye başladığı "Güven Anketleri Programı"nın bir parçasıdır. Deloitte'un bu araştırmayı gerçekleştirmekteki amacı bilişim sektöründeki firmaların yaşadıkları sıkıntıları, şu anki durumlarını ve gelecek 12 aydan beklentilerini paylaşıp firmaların karar mekanizmalarına yol göstermektir.

Bilişim Sektörü Güven Araştırması'nda mevcut durum;

- iş ortamı,
- şirketlerin durumu
- hükümetin performansı başlıkları altında;

beklentiler ise;

- iş ortamı,
- şirket beklentileri,
- döviz kuru,
- enflasyon ve ekonomiye tehditler başlıkları altında incelenmiştir.

Bu araştırma Haziran 2009'da Teknoloji sektörünün önde gelen firmalarının katılımıyla online olarak gerçekleştirilmiştir. Anketi her 6 ayda bir tekrarlayarak bilişim sektöründeki gelişmeleri, kıyaslamalı olarak bilişim sektöründeki yöneticilere sunma fırsatı yakalayabileceğimizi düşünüyoruz.

Temel bulgular

Temel bulgular

İş ortamı

- Bilişim Sektörü Güven Araştırması'nda çoğu şirketin zorlu bir dönemden geçtiği açıkça görülmektedir. Katılımcılar mevcut iş ortamını büyük bir oranda, geçmiş seneye göre “daha kötü” olarak değerlendirmişlerdir.
- Araştırma bilişim sektörünün diğer sektörlerden ayrılmayıp ekonomi ve güven ortamı hususlarında, geçen seneye göre daha sıkıntılı bir süreçten geçtiğini ortaya koymuş ve %78'inin, ortamı daha kötü olarak değerlendirmesi oldukça karamsar bir tablo ortaya çıkarmıştır.
- Katılımcıların büyük bir kısmı (%50 oranında) krizin 2010 yılının ikinci yarısında sona ermesini beklediklerini belirtmiştir.

Temel bulgular

Şirketler: Mevcut durum ve ilerisi

- Hizmet ve ürünlere talebin %58 oranında düştüğünü ancak bu durumun stokları etkilemediği ve stokların büyük oranda aynı kaldığını ortaya koymuştur.
- Ürünlere talebin düşmesiyle paralel olarak araştırma sonucunda firmaların en çok düşüş gözlenen unsurların tüketicilerin alım gücü ve şirketin karlılığı olduğu belirtilmiştir. Bu düşüşlerin yanı sıra katılan firmaların finansman ihtiyacı da artmıştır.
- Çoğu alanda yer alan olumsuzluklara karşın, şirketlerin üretim kapasiteleri, çalışan sayısı ve çalışanların ücretleri gibi alanlardaki artışlar şirket yapısında denge kurmayı sağlamıştır.
- Katılımcılar, 2010 yılında çalışanların ücretleri, üretim kapasitesi, şirket satışları ve Ar-GE yatırımları gibi alanlarda gelişmeler beklediklerini belirtmişlerdir.

Temel bulgular

Döviz kuru, enflasyon ve Türk ekonomisine tehditler

- Katılımcılar Haziran 2009 itibariyle önümüzdeki 12 ay süresince enflasyonda büyük bir düşüş olmasını beklemediklerini belirtmiştir. Merkez Bankası'nın %6 oranındaki enflasyon beklentisine karşın katılımcıların sadece %30'u %7'nin altında bir değer olacağını ön görmüştür. Geri kalanların ise %30'u 7-8 bandına, %16'sı 8-9 bandına ve geri kalan %42'si de 9 ve üzerine işaret koymuşlardır.
- 2009 yılı sonu için katılımcıların sadece %4'ü 1.50'den az, %31'i 1.50 ve 1.59 arasında ve %33'ü ise 1.60-1.69 arasında bir döviz kuru (ABD doları bazında) bekledikleri ortaya çıkmıştır.
- Bilişim Sektörü Güven Araştırması'na katılan teknoloji firmaları Türkiye'nin ekonomik istikrarına yönelik en büyük tehditleri Batı dünyasındaki ekonomik resesyonun devamı, finans ortamındaki aşırı güvensizlik ve politik belirsizlik olarak değerlendirmişlerdir.

Temel bulgular

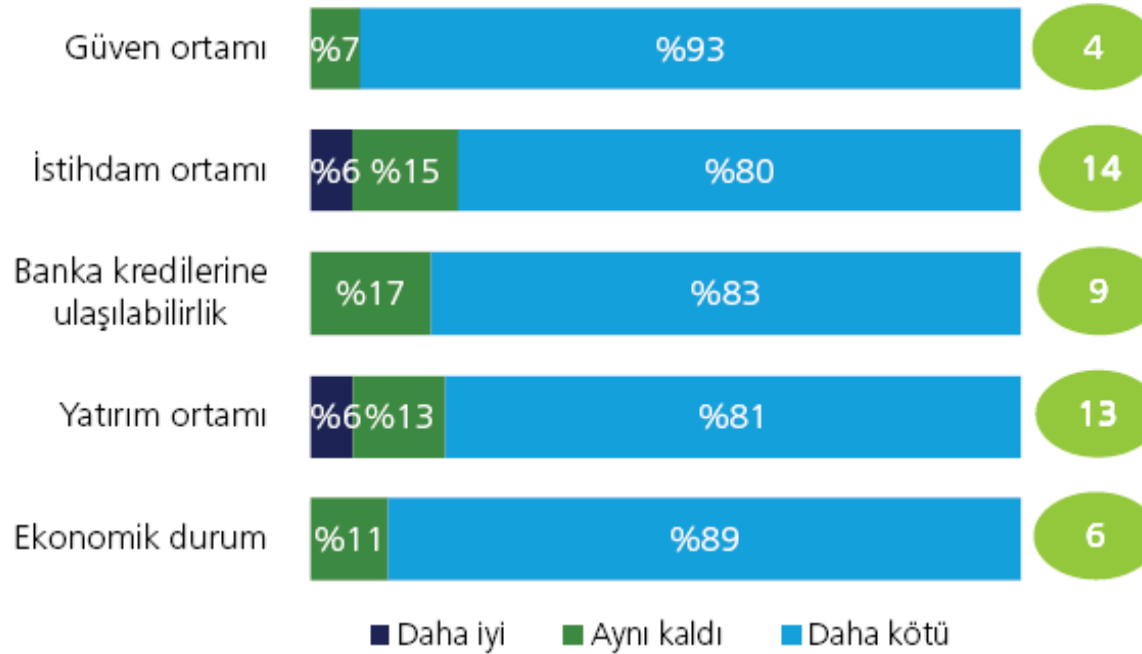
Hükümet performansı

- Bilişim Sektörü Güven Araştırması katılımcıları Haziran 2009 itibari ile %73 gibi bir oranla enflasyonun kontrol altında tutulması konusunda Hükümet'in performansını kapsamlı bulmadıklarını belirtmiştir.
- Bunun yanı sıra, işsizlik ile mücadele, yeni yatırımlar ve AB müzakereleri alanlarında Hükümet'in aldığı önlemler yetersiz bulunmuş ancak enflasyonu kontrol altında tutmak, bilişim alanındaki teşvikler ve Türkiye'nin uluslararası arenada daha etkin olması gibi alanlarda alınan önlemler, başarılı olarak değerlendirilmiştir.

Mevcut durum

İş ortamı

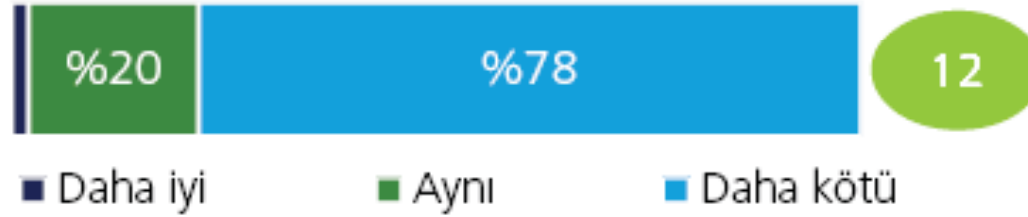
Geçtiğimiz yıl ile karşılaştığınızda, günümüz iş ortamını nasıl değerlendiriyorsunuz?



İş ortamına ait 5 unsur (güven ortamı, istihdam ortamı, banka kredilerine ulaşılabilirlik, yatırım ortamı, ekonomik durum) ayrı ayrı formülümüze göre puanlanmış ve puanlar sırası ile 4/14/9/13 ve 6 çıkmıştır. Verilen puanları değerlendirecek olursak, bilişim sektöründe yer alan firmaların mevcut iş ortamı ile ilgili görüşlerini oldukça karamsar olarak değerlendirebiliriz. Bu karamsarlığı ise mevcut kriz dönemine bağlayabiliriz.

İş ortamı

Genel iş ortamını geçtiğimiz yıl ile kıyasladığınızda nasıl bir görünüm ortaya çıkmaktadır?



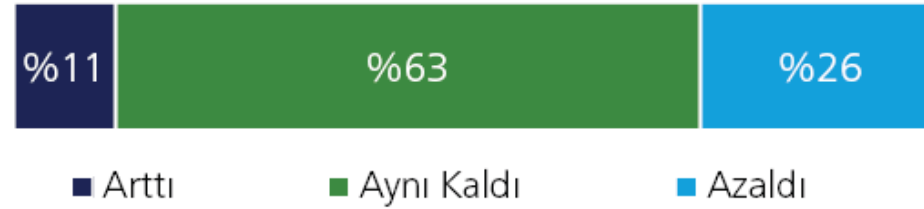
Geçtiğimiz yıl ile karşılaştırıldığında, çıkan sonuçlara göre katılımcılar, genel iş ortamını %78 oranında daha kötü olarak değerlendirmişlerdir (12 puan).

Şirketlerin durumu

Şirketinizin sunduğu hizmet ve ürünlere olan talep...



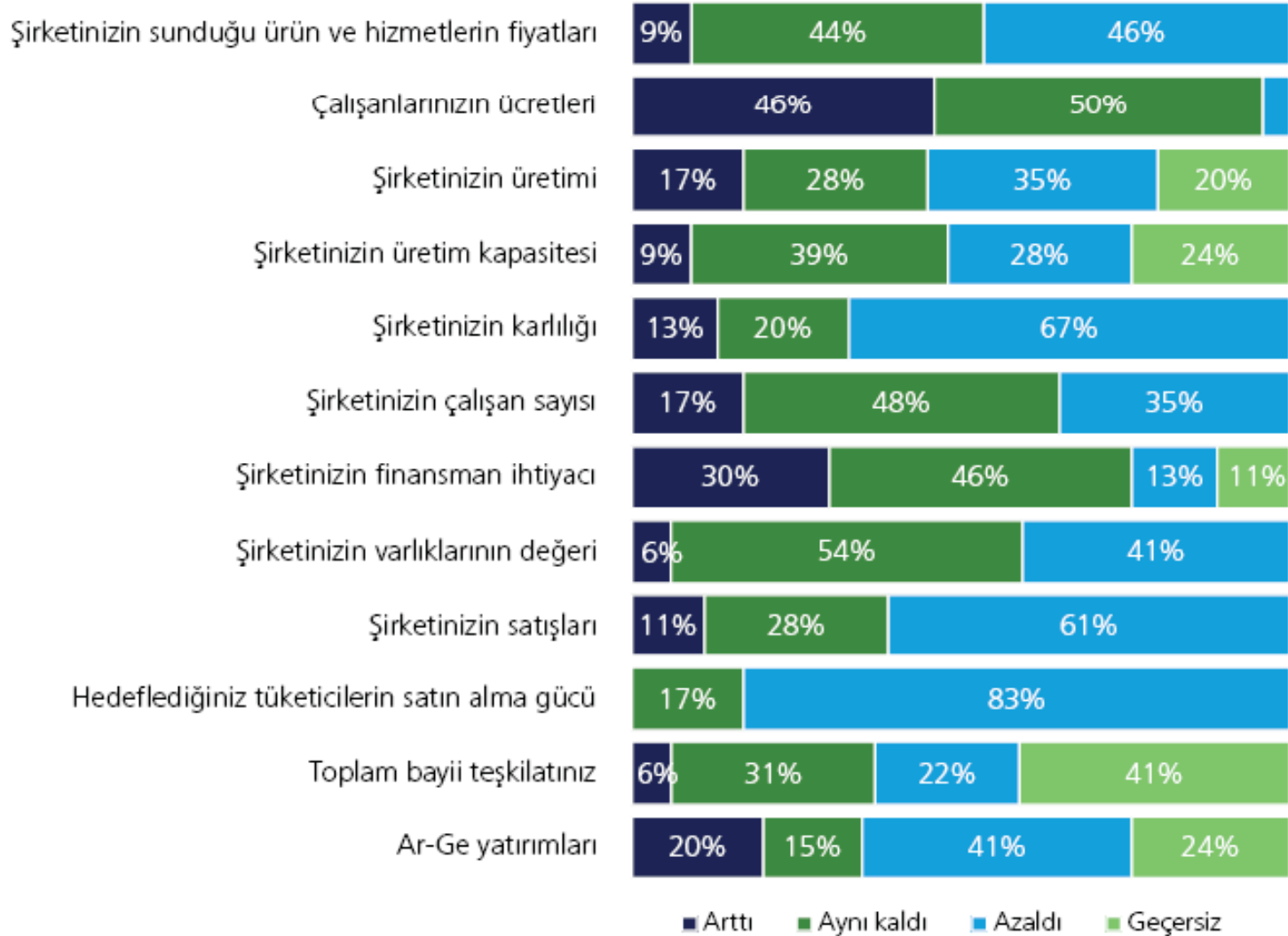
Stoklarınız...



Haziran 2009 itibari ile Bilişim Sektörü Güven Araştırması katılımcılarının %50'sinden fazlası şirketlerinin sundukları hizmet ve ürünlere olan taleplerde azalma olduğunu ve envanter seviyelerinde de, ne aşırı bir artış ne de aşırı bir azalış yaşamadıklarını ifade etmişlerdir.

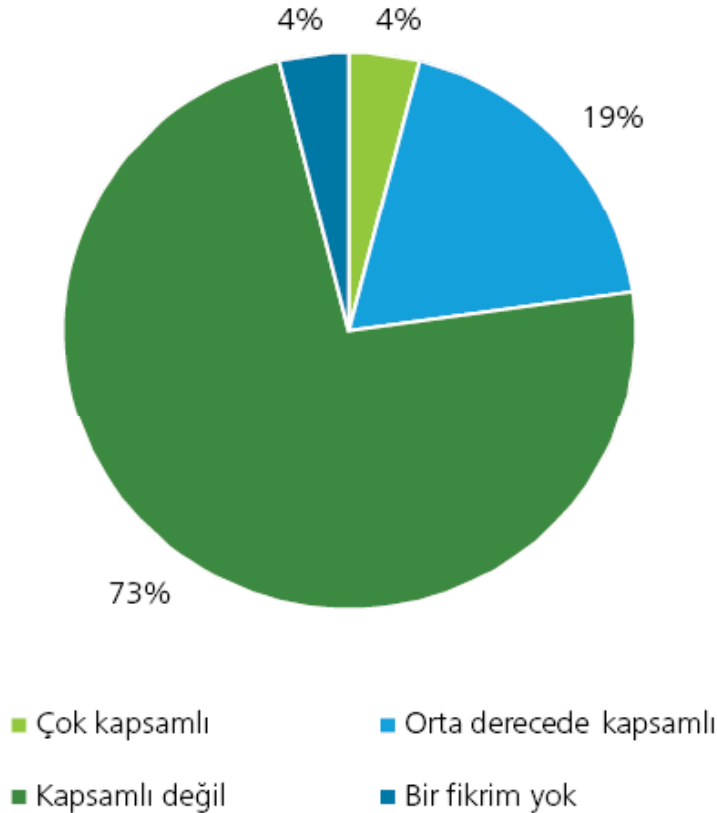
Şirketlerin durumu

Geçtiğimiz yıl ile karşılaştığınızda...



Hükümetin performansı

Yerel seçimler öncesinde hükümetin açıkladığı bir dizi önlem paketinin kapsamını nasıl değerlendiriyorsunuz?



Dünya ekonomisini etkileyen kriz ortamında gerek Kıta Avrupası'nda gerekse Kuzey Amerika'da hükümetlerin bir takım tedbirler aldıkları gözlemekteyiz. Bu tedbirlerin arasında likidite ve işsizlik gibi gündemde yer alan sorunların çözülmesi ve güven ortamının şirketlere yeniden kazandırılması gibi unsurlar ön plandadır.

Bilişim Sektörü Güven Araştırması'na katılan firmalar geçtiğimiz dönem zarfında ülkemizde alınmış tedbirleri %73 oranında kapsamlı bulmadıklarını belirtmişlerdir.

Hükümetin performansı

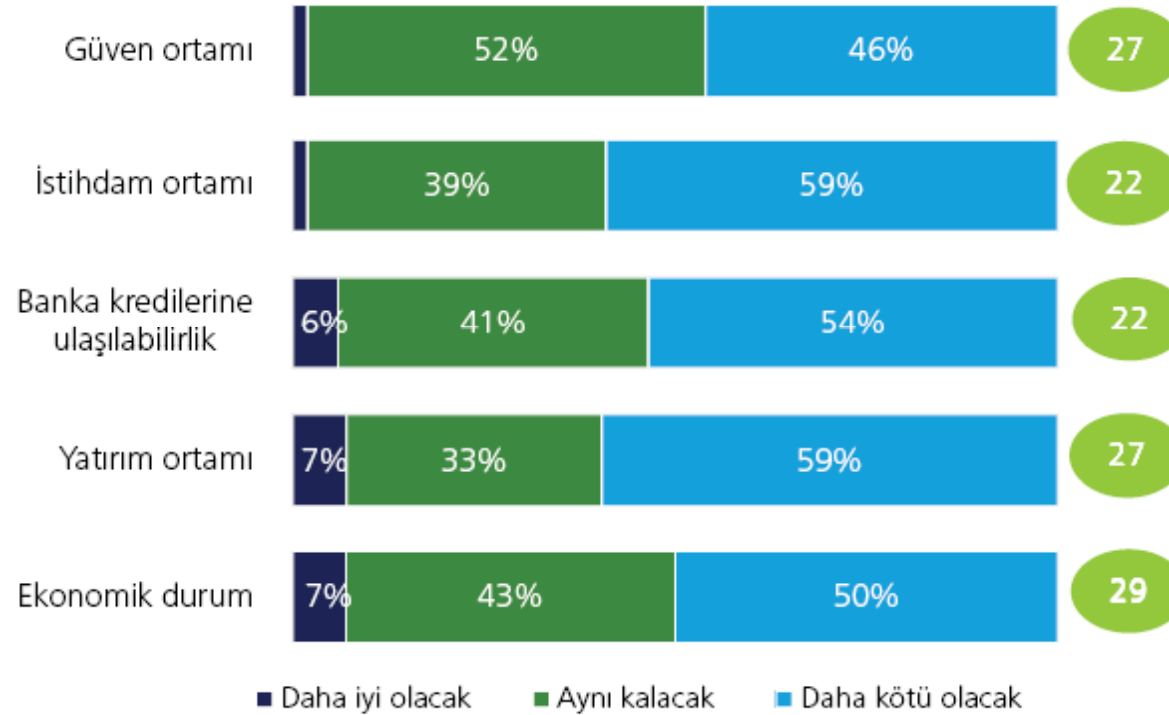
Hükümetin aşağıdaki konular ile ilgili aldığı önlemleri değerlendiriniz	Puan
Enflasyonu kontrol altında tutma	49
Bilişim alanındaki teşvikler (Ar-Ge ve Teknokent gibi)	42
Türkiye'nin uluslararası arenada etkinliğini artırmak	39
Bilişim alanındaki teşvikler (KDV gibi)	38
Altyapı yatırımlarını artırmak	37
IMF ile yapılan Stand-by görüşmeleri	30
Bilişim alanındaki fikri mülkiyeti haklarındaki gelişmeler	30
Güven ortamını artırmak	29
Bilişim hukuku alanındaki düzenlemeler	25
Yoksulluk ile mücadele	22
Eğitim sistemini iyileştirmek	21
Rekabeti arttırıcı düzenlemeler	21
Ekonomik büyüme	19
AB müzakereleri	18
Yeni yatırımlar	17
İşsizlik ile mücadele	16

100: Çok iyi
0: Çok kötü

Beklentiler

İş ortamı

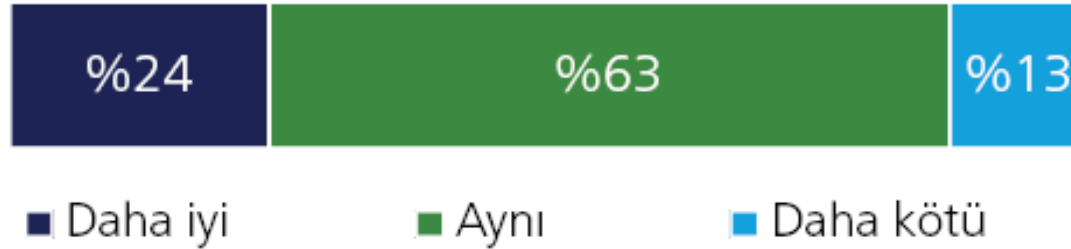
2009 yılı için aşağıdaki konular hakkında beklentileriniz nelerdir?



Haziran 2009 itibari ile ankete katılan firmalar önümüzdeki 12 ay içerisinde iş ortamında hemen hemen tüm unsurlar için önemli olumlu gelişmeler beklediklerini ifade etmişlerdir. Formülümüz doğrultusunda gelen cevapları puana çevirdiğimizde ileriye dönük olarak; güven ortamının 28 puana, istihdam ortamının 22 puana, banka kredilerine olan ulaşımın 27 puana, yatırım ortamının 24 puana ve ekonomik durumun 29 puana ulaşması beklenmektedir.

Şirket beklentileri

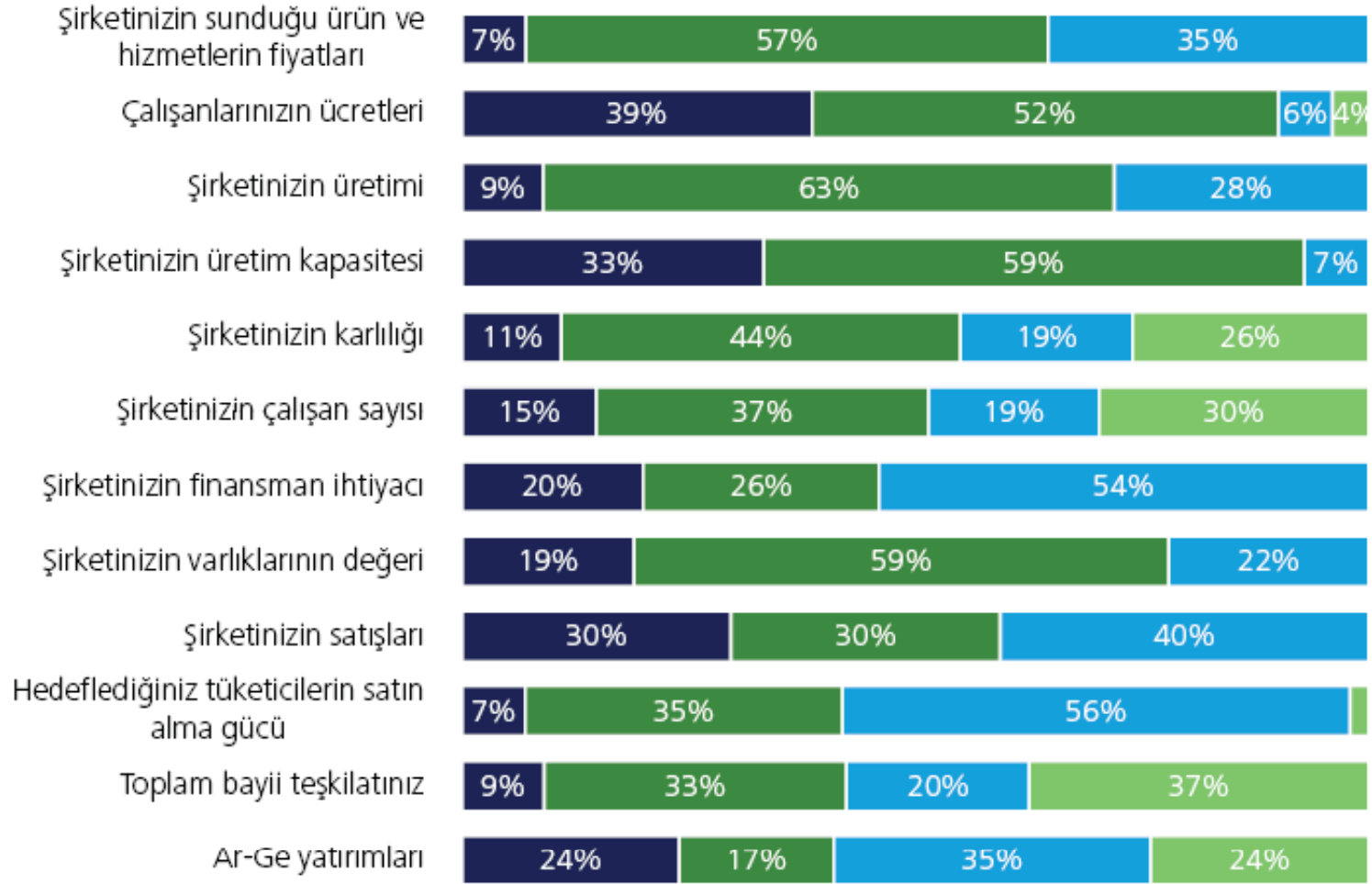
Şirketinizin, önümüzdeki 12 ay için genel durumu ile ilgili beklentileriniz...



Haziran 2009 itibarı ile katılımcılarımızın çoğunluğu (%63) önümüzdeki 12 ay için şirketlerin genel durumunun aynı kalacağını düşünürken, %24'ü daha iyi bir dönem beklemekte. Bu konuda olumsuz görüş beyan edenler ise sadece %13'te kalmıştır.

Şirket beklentileri

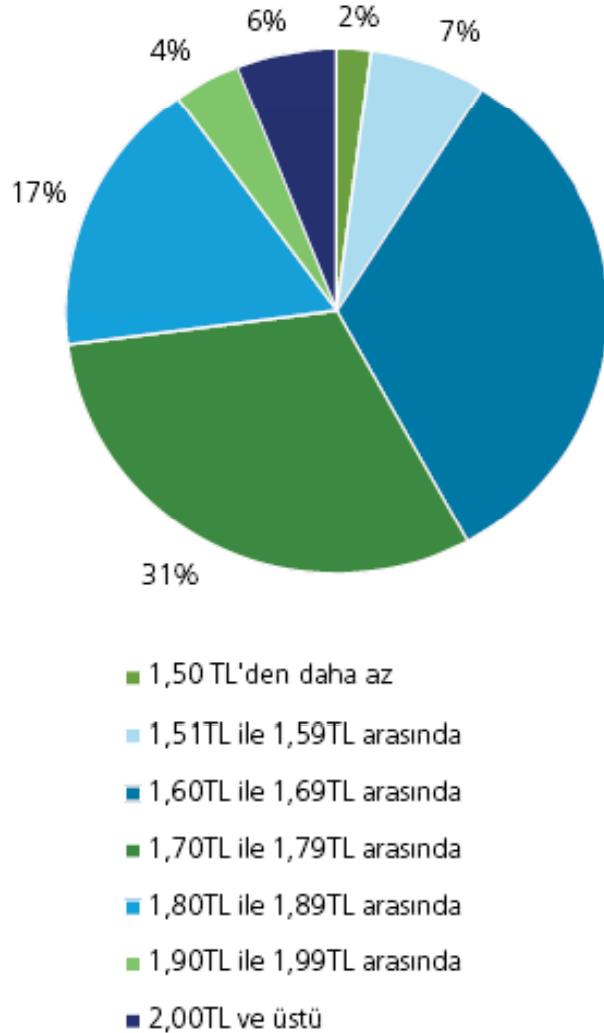
Önümüzdeki 12 ay için beklentileriniz...



■ Artacak ■ Aynı kalacak ■ Azalacak ■ Geçersiz

Döviz kuru ve enflasyon

2009 yıl sonu ABD Doları / TL döviz kuru beklentisi...

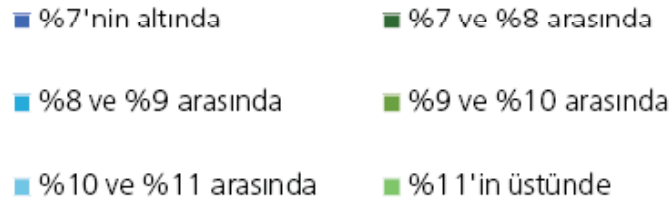
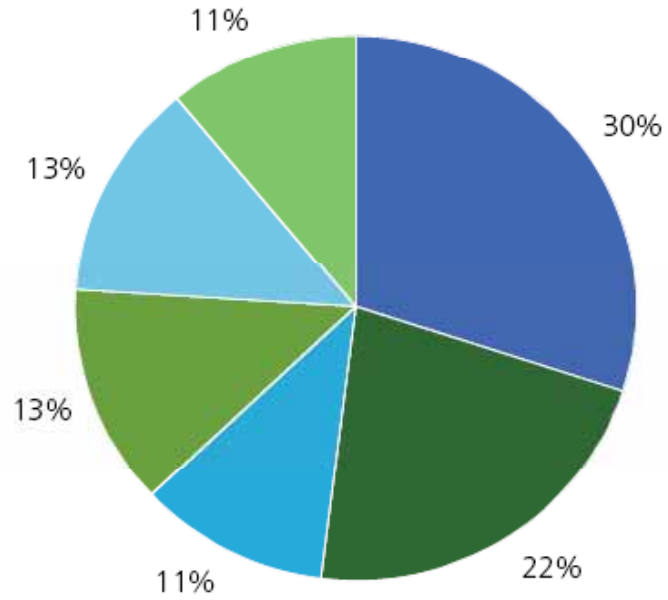


Bilişim Sektörü Güven Araştırması katılımcılarının enflasyon beklentileri Merkez Bankası (MB) beklentilerinin üstünde dolaşmaktadır. MB'nin %6'lık beklentisine karşın ankete katılanların ancak %30'u %7'nin altında bir değeri öngörürken, 2010 yılı için de enflasyon değerinde önemli bir düşüş beklemedikleri ifade edilmiştir.

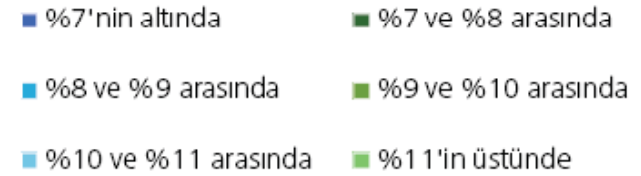
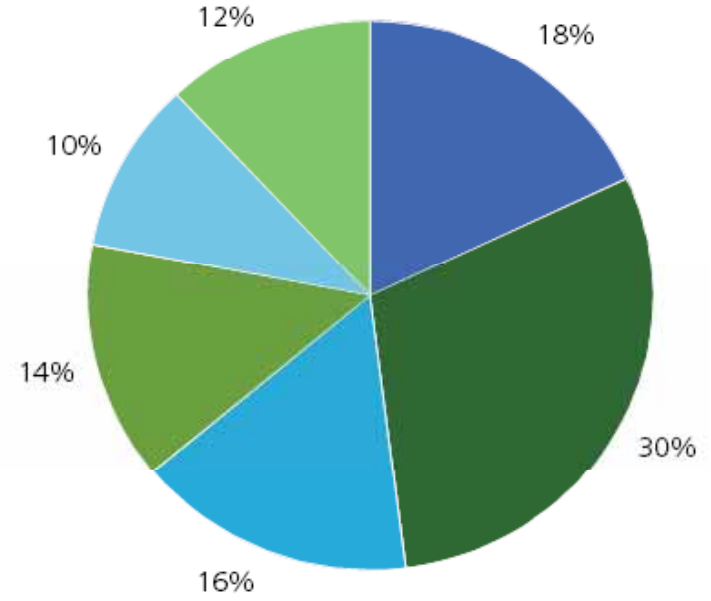
Döviz cephesinde ise, Haziran 2009 itibari ile ekonomi hakkında olumsuz görüşlerine karşın Dolar/TL değerlerinde aynı ölçüde olumsuzluk ifade etmemişlerdir. Katılımcıların %33'ü dolar/TL paritesinin mevcut aralığı koruyacağını (1,6-1,69) düşünürken, katılımcıların %31'i ise (1,7-1,79) bandında gerçekleşebileceğini öngörmüşlerdir.

Döviz kuru ve enflasyon

2009 yıl sonu enflasyon beklentisi...



2010 yıl sonu enflasyon beklentisi...



Ekonomiye tehditler

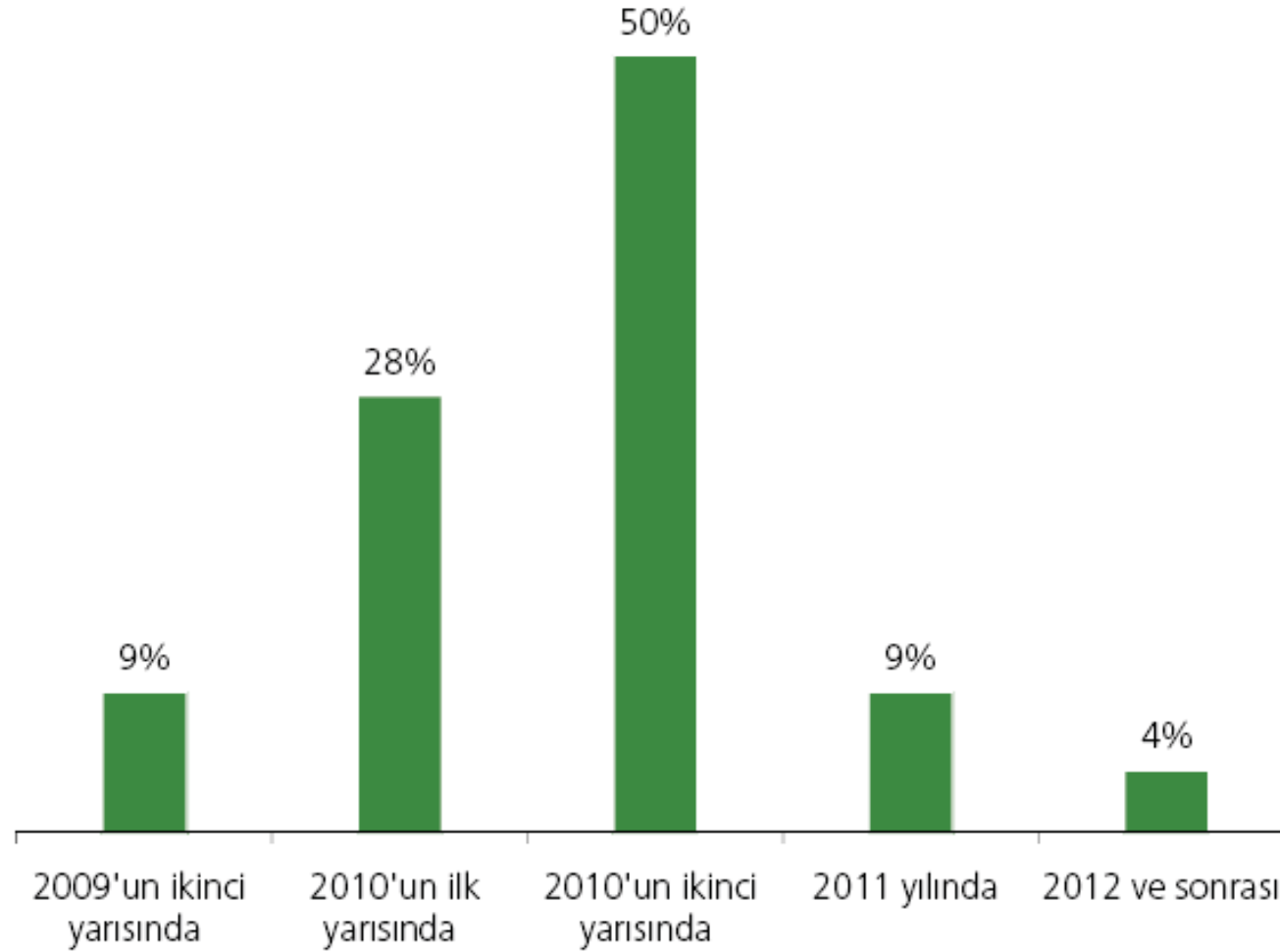
Aşağıdaki faktörler arasından hangisinin Türkiye'nin ekonomik istikrarını bozmaya yönelik en önemli tehdit olduğunu düşünüyorsunuz?

Tehditler	Puan	Yüzde oranları (%)
Batı dünyasındaki ekonomik resesyonun devamı	22	%56
Finans ortamındaki aşırı güvensizlik	18	%35
Politik belirsizlik	17	%33
Geo-politik istikrarsızlık	15	%26
Petrol fiyatlarındaki aşırı artış	11	%13
Enflasyonda aşırı artış	10	%18
Enflasyonda aşırı düşüş	7	%13
Toplam	100	

Bilişim Sektörü Güven Araştırması Katılımcıları batı dünyasındaki ekonomik Resesyonun devamının ülkemiz ekonomisine en büyük tehdidi oluşturacağı konusunda hemfikir durumdadır. Katılımcılarımız ikinci olarak finans ortamındaki aşırı güvensizliğin ve kredi imkanlarına ulaşımında yaşanabilecek olası Krizleri ekonominin kilitlenmesi konusunda önemli birer tehdid olarak değerlendirmişlerdir.

Ekonomiye tehditler

Ekonomide toparlanmanın ne zaman gerçekleşebileceğini düşünüyorsunuz?



Sonuç

Sonuç

Anket,

2010 yılının daha iyi geçeceği ve özellikle 2. yarıda iyileşmenin görüleceği yönünde beklentinin yüksek olduğunu,

Finansal güven firmalar için en önemli konu olduğunu,

Dünyanın içinden geçmekte olduğu bu sıkıntılı dönem ülkemiz ekonomisini yakından ilgilendirirken hükümetin uygulamalarının krizin etkilerini azaltmakta kritik bir rol oynamakta olduğunu,

göstermektedir.

Kokteyl



Deloitte.