

Deloitte.

Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi 2015

Türkiye Yönetici Özeti

Mayıs 2016, İstanbul



Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Global Mobil Kullanıcı Anketi (GMCS) Deloitte tarafından 2012 yılından bu yana her yıl birçok ülkenin katılımı ile yapılmakta olan bir anket çalışmasıdır.

Çalışmada mobil telefon kullanıcı tercihlerinin çeşitli sorular ile analiz edilmesiyle bu alandaki hizmet sağlayıcılarına önemli bilgiler sunulmaktadır.



Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi (GMCS) 2015



30 ülke



49.000 katılımcı



İnternet üzerinden



18 – 75 yaş grubu

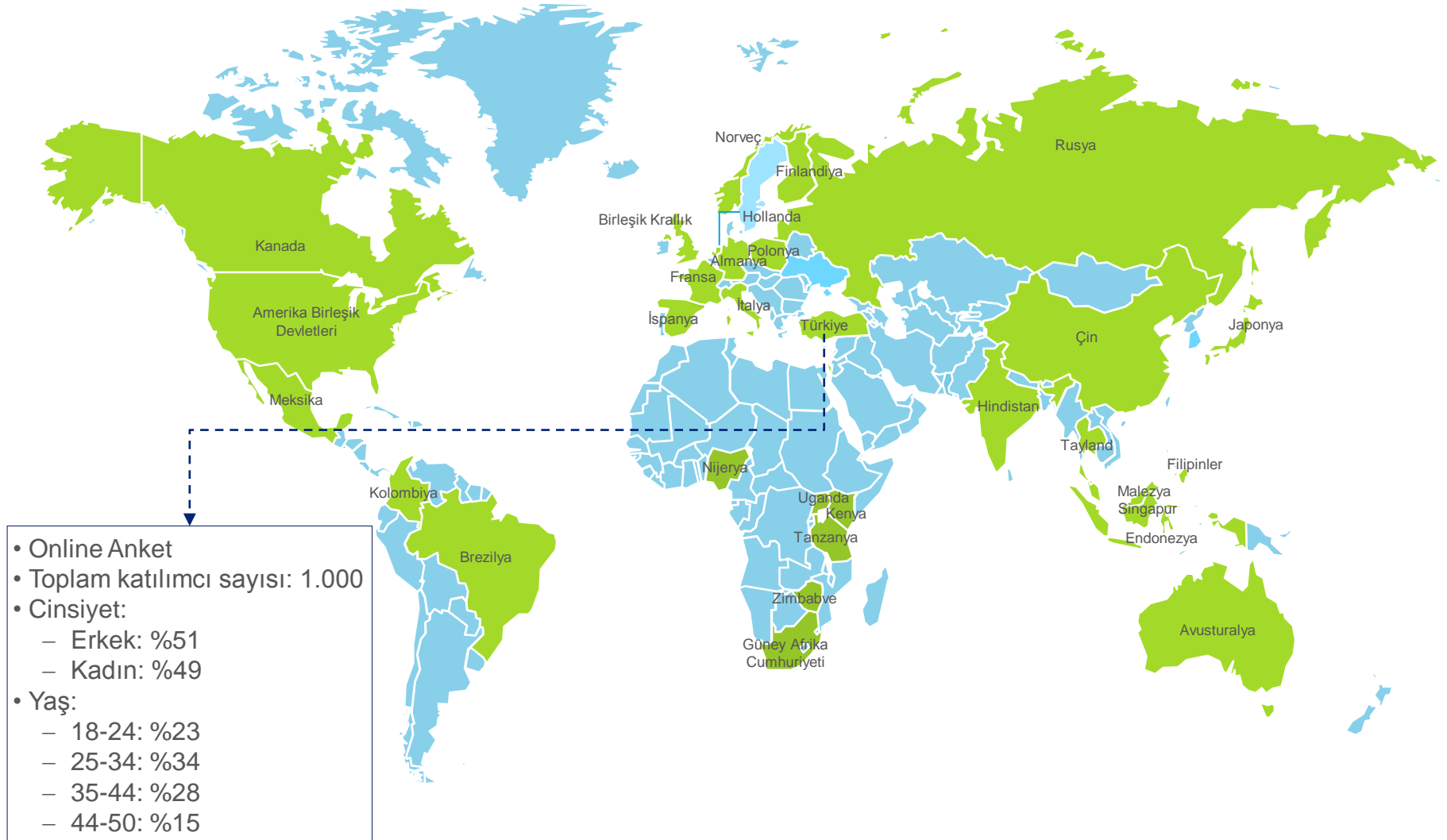
1.000 katılımcı

İnternet üzerinden

18 – 50 yaş grubu

Deloitte'un Global Mobil Kullanıcı Anketi soruları katılımcılara ana dillerinde sorulmuş olup, ülkeleri özelinde örnekler ile desteklenmiştir. Harcamalar ile ilgili sorular yerel para birimi gözetilerek sorulmuştur. Bazı anket sorularının içinde geçen karşılaştırmalı para aralıkları çalışmanın yapıldığı ülkenin satın alma gücü göz önünde bulundurularak belirlenmiştir.

Global Mobil Kullanıcı Anketi 2015: 6 Kıta, 30 ülke ve 49.000 katılımcı



Yönetici Özeti

- Türkiye, dinamik genç nüfusu nedeniyle dünyada cep telefonu bağımlılığının en yüksek olduğu ülkelerden birisi olarak öne çıkmaktadır. Akıllı telefon sahipliğinin artması ile bağımlılığın gelecekte daha da artacağı öngörülmektedir.
 - Türkiye’de kullanıcılar, cep telefonlarını günde ortalama 70 kere kontrol etmektedirler. Bu, uyanık kalınan zaman zarfında yaklaşık her 15 dakikada 1’e denk gelmektedir.
- Diğer ülkelere kıyasla Türk kullanıcıların görsel medya içeriklerini (video ve fotoğraf gibi) daha sık tükettikleri görülmektedir.
- Tüketiciler iletişim uygulamalarına ek olarak alışveriş sırasında bilgi almak için telefonlarını sıklıkla kullanmaktadır. Bu trend, ilerleyen yıllarda mobil ticaretin ve mobil ödemenin daha da yaygınlaşacağına işaret etmektedir.
- Video içeriklere olan talebin ve sosyal medyada fotoğraf paylaşma alışkanlığının yüksek olması nedeniyle Türkiye pazarı, mobil operatörler için fırsatlara açık bir pazar olarak öne çıkmaktadır.
- 4.5G teknolojisinin pazara girmesi ve yaygınlaşması ile canlı TV/Video, görüntülü konuşma ve VoLTE gibi hizmetlerin kullanımının artması beklenmektedir.

Yönetici Özeti

- Türk kullanıcılar diğer ülkelere kıyasla fotoğraf çekmeye ve paylaşmaya çok yatkın bir kullanıcı grubu olarak öne çıkmaktadır. Tüketicilerin yarısından fazlası (%53) günlük olarak fotoğraf çekmekte ve bunu sosyal medyada paylaşmaktadır.
- Telefonun günlük hayatta yoğun kullanımı yaşam alanlarında çatışma yaratma riskini artırmaktadır. Tüketicilerin yaklaşık %20'si karşıdan karşıya geçerken ve araç kullanırken telefonunu kullandığını belirtmiştir.
- Bir diğer sosyal risk faktörü ise yaş grupları arasında sosyal alanlarda telefon kullanım sıklığı arasında farklılıklar olmasıdır.
 - Örneğin; aile ile birlikte geçirilen zamanlarda 18-25 yaş grubu 45-50 yaş grubuna göre iki kat daha fazla telefon kullanmaktadır.
- Yüksek telefon kullanımı ve genç kullanıcıların farklı uygulamalara hızlı uyum sağlaması, Bilgi Toplumu'na geçiş aşamasında yeni giriş fırsat alanları olarak değerlendirilmelidir.
- Tercih edilen iletişim aracı olarak anlık mesajlaşma kullanımı her geçen gün artmaktadır; buna karşın SMS ve sesli konuşma kullanımı düşmektedir

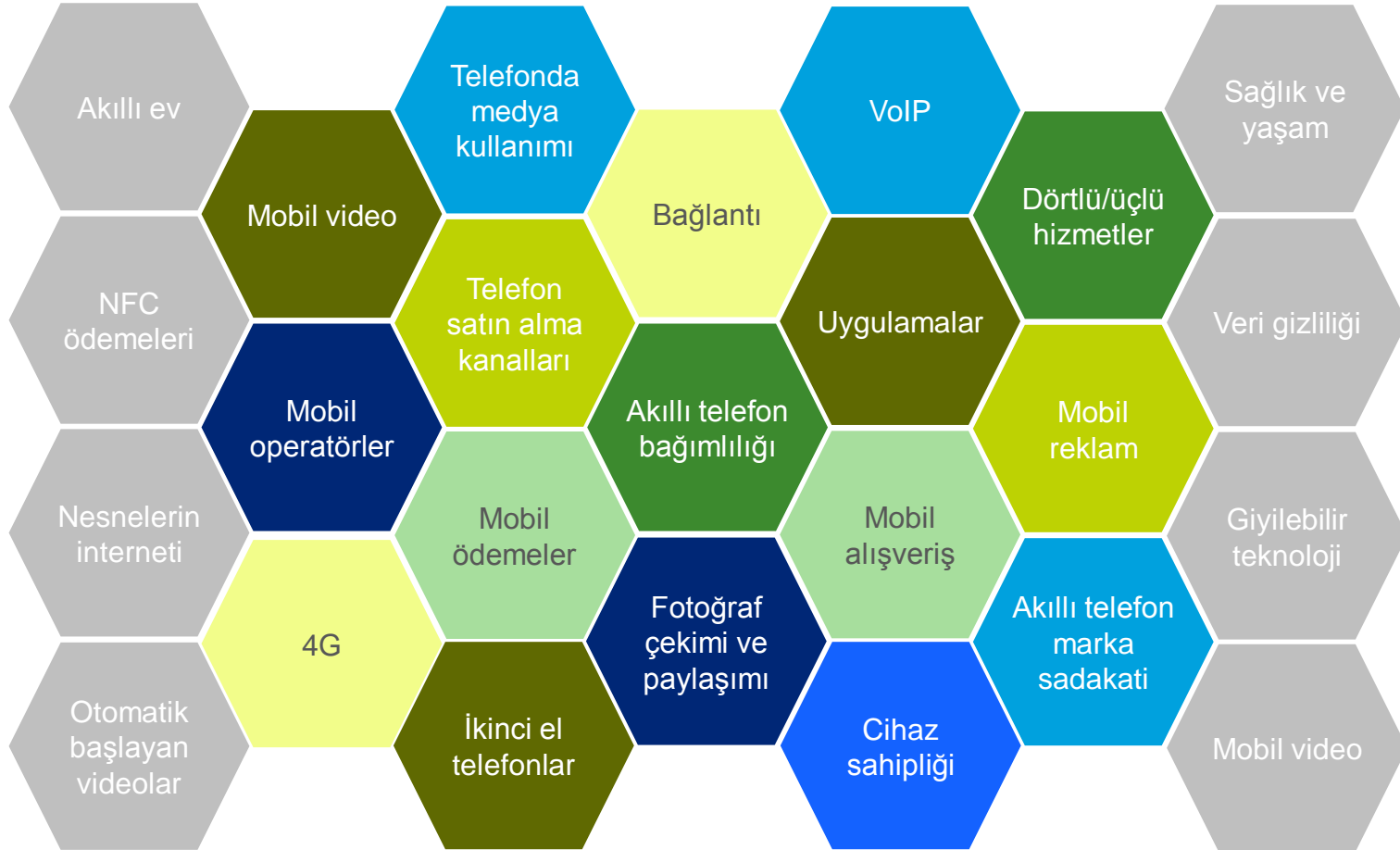
Yönetici Özeti

- Kullanıcıların cihaz harcama planları incelendiğinde 2014 yılına paralel şekilde gelecek yıl içerisinde de akıllı telefona yönelen yüksek talebin devam edeceği görülmektedir.
- Türk tüketicilerin telefon değiştirme hızı yüksek olan bir tüketici kitlesidir; tüketicilerin %80'i 3 yaşından küçük telefon kullanmaktadır.
- Akıllı telefonlar için en çok kullanılan kanal %60 ile mağaza kanalıdır. İnternet kanalının payı ise %2 olan perakende geneline göre çok yüksek bir oranla %16'dır. Satın alma kanalında bir diğer veri ise bedelsiz alım oranıdır.
 - Türkiye'de her 2 telefonda 1'i biri el değiştirmektedir. Bu telefonların %70'i akrabalar ve arkadaşlar arasında el değiştiriyor, gerisi internet üzerinden satılıyor ya da yenisi alınırken takas yapılıyor. Yedek olarak saklanıp kullanılmayan telefonların oranı %37
- Müşterilerin mobil operatörlerden, internet hizmeti sağlayıcılardan ve içerik sağlayıcılardan farklı beklentileri bulunmaktadır:
 - **Mobil Operatörler:** İnternet erişim hızı
 - **İnternet hizmetleri:** Kablosuz internet erişim alanı ve kalitesi
 - **İçerik sağlayanlar:** Müşteri hizmetleri kalitesi

Yönetici Özeti

- Türk kullanıcıların internete bağlanırken en sık tercih ettiği yöntem WiFi'dır. Son yıllar içerisinde 3G yaygınlığının artışı ile beraber WiFi tercih edilme oranları düşmüştür. 4.5G'nin yaygınlaşması ve veri paketlerinin ücretlerinin düşmesi ile WiFi'nın payının düşmeye devam etmesi öngörülmektedir.
- Akıl telefon sahipliğinin artışına paralel olarak mobil reklam, mobil ticaret ve mobil ödeme Türkiye'de yaygınlaşmaktadır:
 - **Mobil reklam/video reklam:** Türk tüketicilerin en çok hatırladıkları ve tepki verdikleri video reklamlar bir video izlemeden önce yayınlanan reklamlardır.
 - **Mobil ticaret:** Kullanıcıların %85'i alışveriş sitelerine telefonları üzerinden erişmektedirler. %19'u ise diğer cihazlar yerine alışveriş yapmak için telefonunu tercih etmektedir.
 - **Mobil ödeme:** Mobil ödeme yapan kullanıcıların payı Türkiye'de %17'dir. İlerleyen dönemlerde iyi uygulamalar ve tüketicilerin güveninin artması ile beraber artmaya devam edeceği öngörülmektedir.

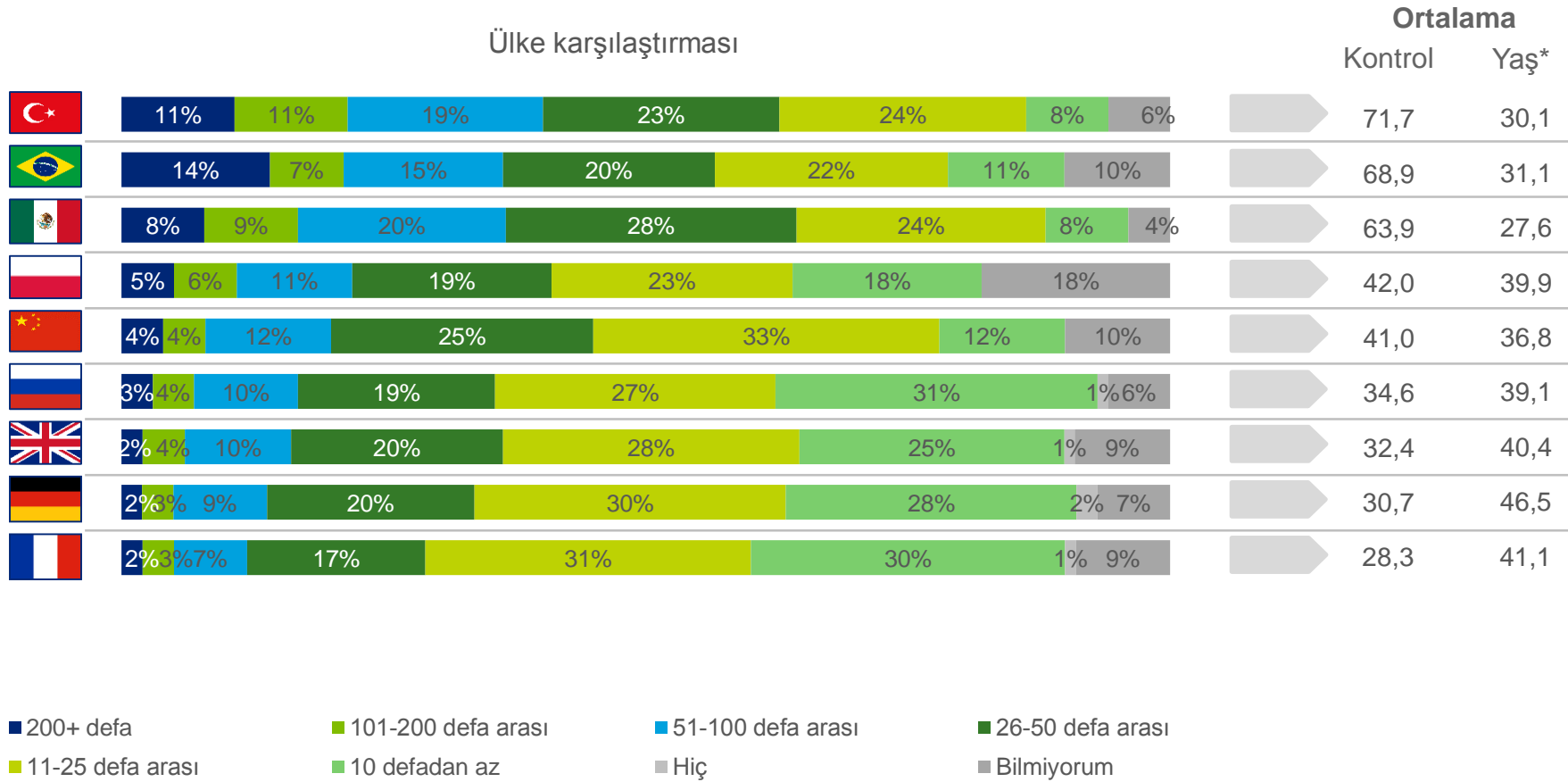
Global Mobil Kullanıcı Anketi Türkiye verisi kapsamı



Bu özet sunum kapsamı dışında bırakılmış konular

Ülkelerin akıllı telefona olan bağımlılıkları karşılaştırıldığında, ortalama ve üzeri bağımlılık seviyesi (gün içinde 50 defadan fazla kontrol etme) en yüksek olan ülke Türkiye'dir

S. Bir günde yaklaşık olarak kaç defa telefonunuza bakarsınız?

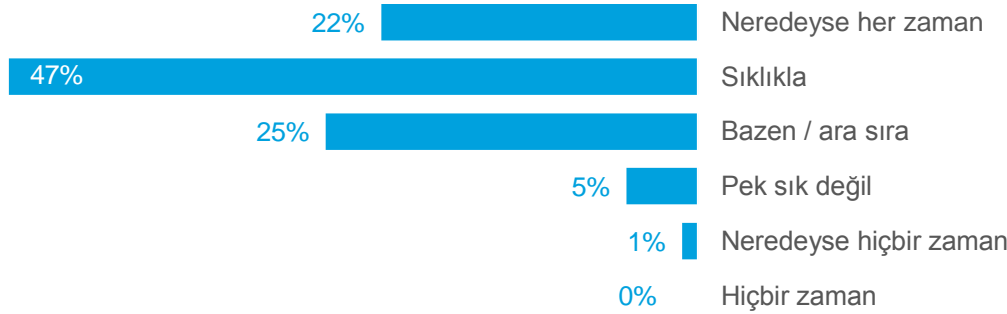


Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi, Seçilmiş ülkeler, Mayıs-Haziran 2015, CIA (* 2015 yılına ait tahmini ülke medyanları)
 Ülkeler telefona bakma sıklıklarına göre sıralanmıştır.

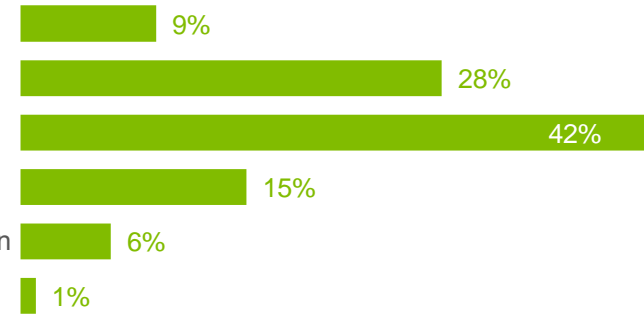
Akıllı telefonlar gündelik hayatın birçok noktasında kendine yer edinmiş durumda; katılımcıların %80'inden fazlası ortalama ve üzeri bağımlılık seviyesine sahiptir



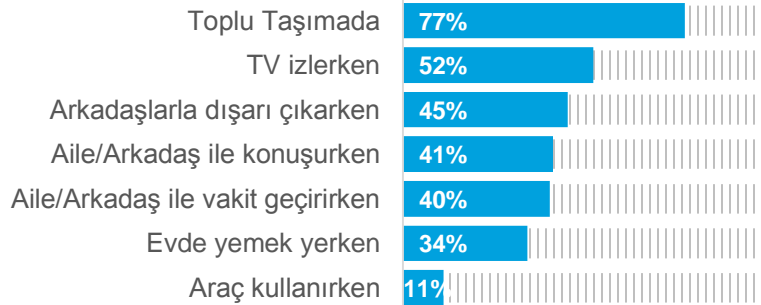
Günde 100 defadan fazla kontrol eden: **Bağımlı kullanıcı**



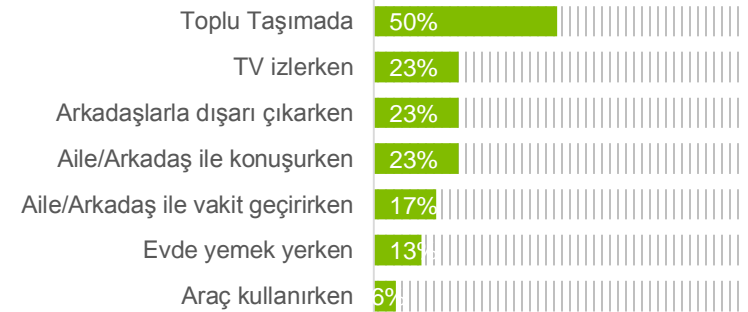
Günde 50 defadan az kontrol eden: **Ortalama kullanıcı**



Her zaman/sıklıkla akıllı telefon kullanır:



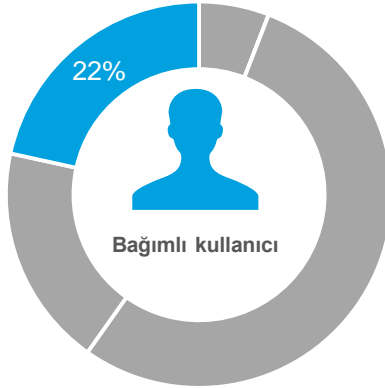
Her zaman/sıklıkla akıllı telefon kullanır:



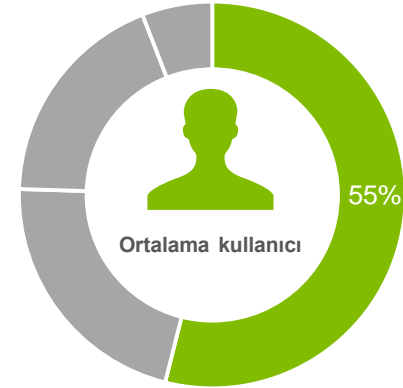
Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Akıllı telefona olan bağımlılık 18-24 yaş arası katılımcı grubunda zirve yapmaktadır; bu durum indirilen uygulama sayıları ve yapılan harcamalara yansımaktadır

Akıllı telefon bağımlısı



Ortalama kullanıcı



Ortalama sahip olunan cihaz sayısı	4,9
Ortalama yaş	30,0
Cinsiyet	%49'ü erkek
İş durumu	%59'ü çalışıyor
Ortalama uygulama harcaması (TL)	7.5
Ortalama indirilen uygulama sayısı	4.1

Ort. sahip olunan cihaz sayısı	4.4
Ortalama yaş	34,9
Cinsiyet	%49'u erkek
İş durumu	%59'u çalışıyor
Ort. uygulama harcaması (TL)	5.0
Ort. İndirilen uygulama sayısı	2.0

Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

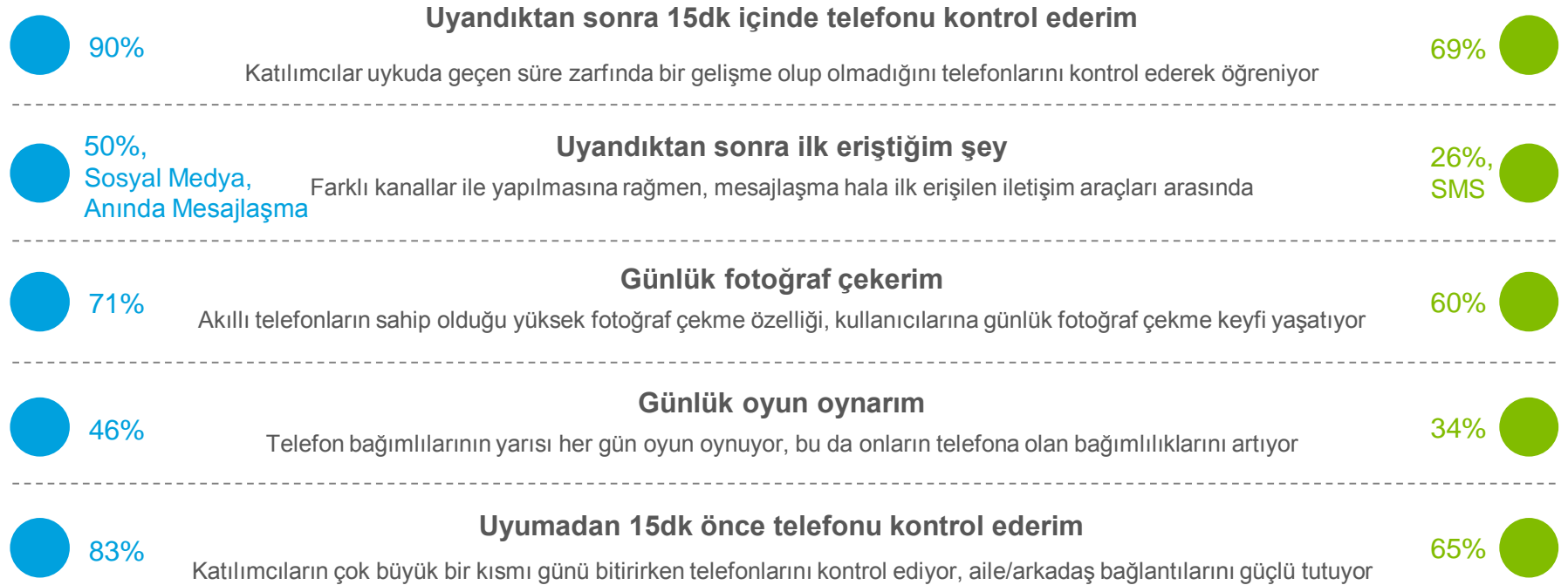
Katılımcıların büyük bir kısmı güne başlarken ve yatmadan önce kontrol amaçlı akıllı telefonlarına bakmaktadır



Bağımlı kullanıcı



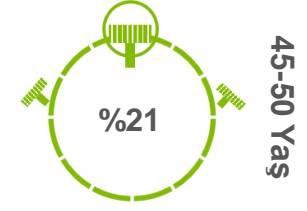
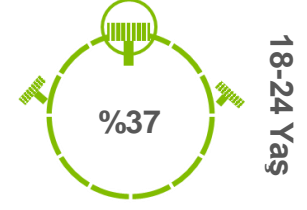
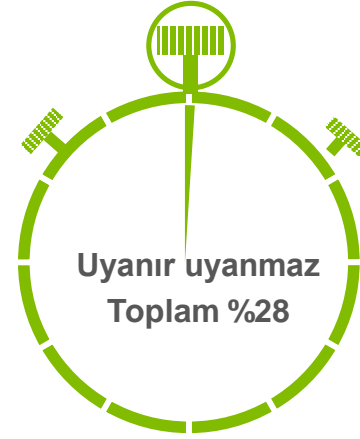
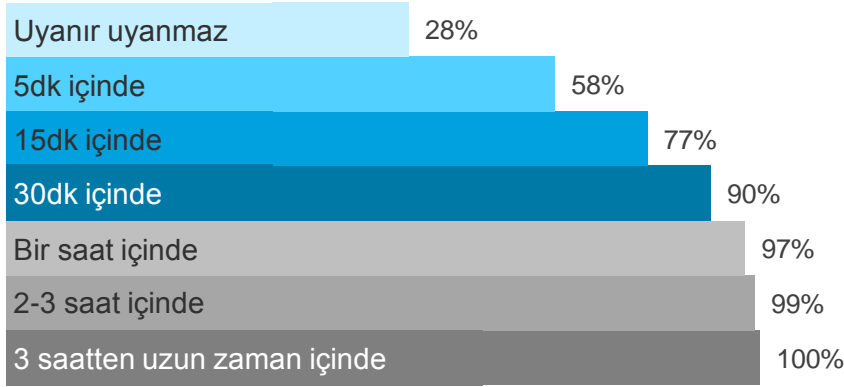
Ortalama kullanıcı



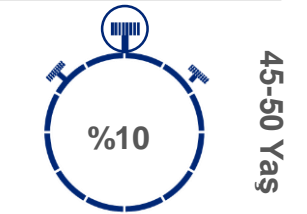
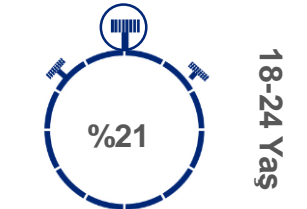
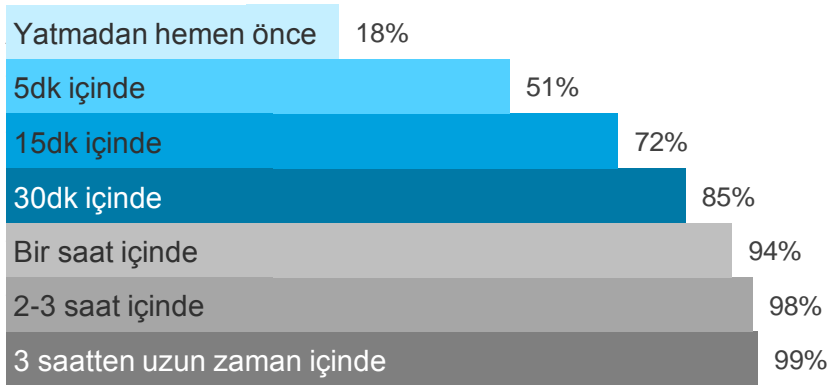
Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Her 3 kişiden 1'i uyandıktan sonra 5 dakika içinde telefonuna bakmaktadır; bu oran 18-24 yaş grubunda en yüksek seviyesine ulaşmaktadır

S. Uyandıığınız an ile telefonunuza ilk baktığınız an arasında ne kadar zaman vardır? (toplam)



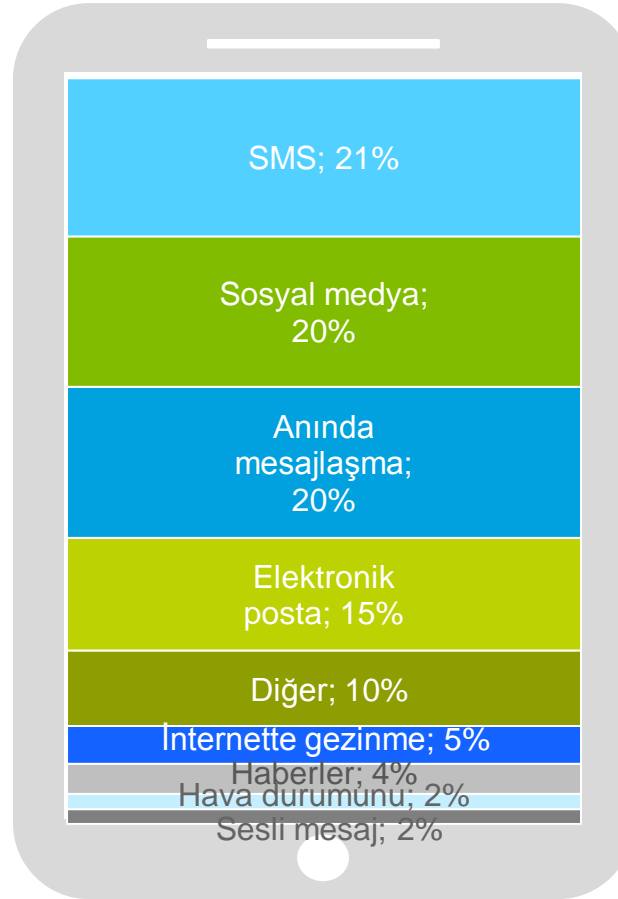
S. Uykuya hazırlanırken/uyumadan önce telefonunuza en son ne zaman bakarsınız? (toplam)



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Her 10 kişiden yaklaşık 8'i haberlerden önce kendi sosyal medya ya da mesajlarını (anında mesajlaşma, e-posta, ve SMS) kontrol etmektedir

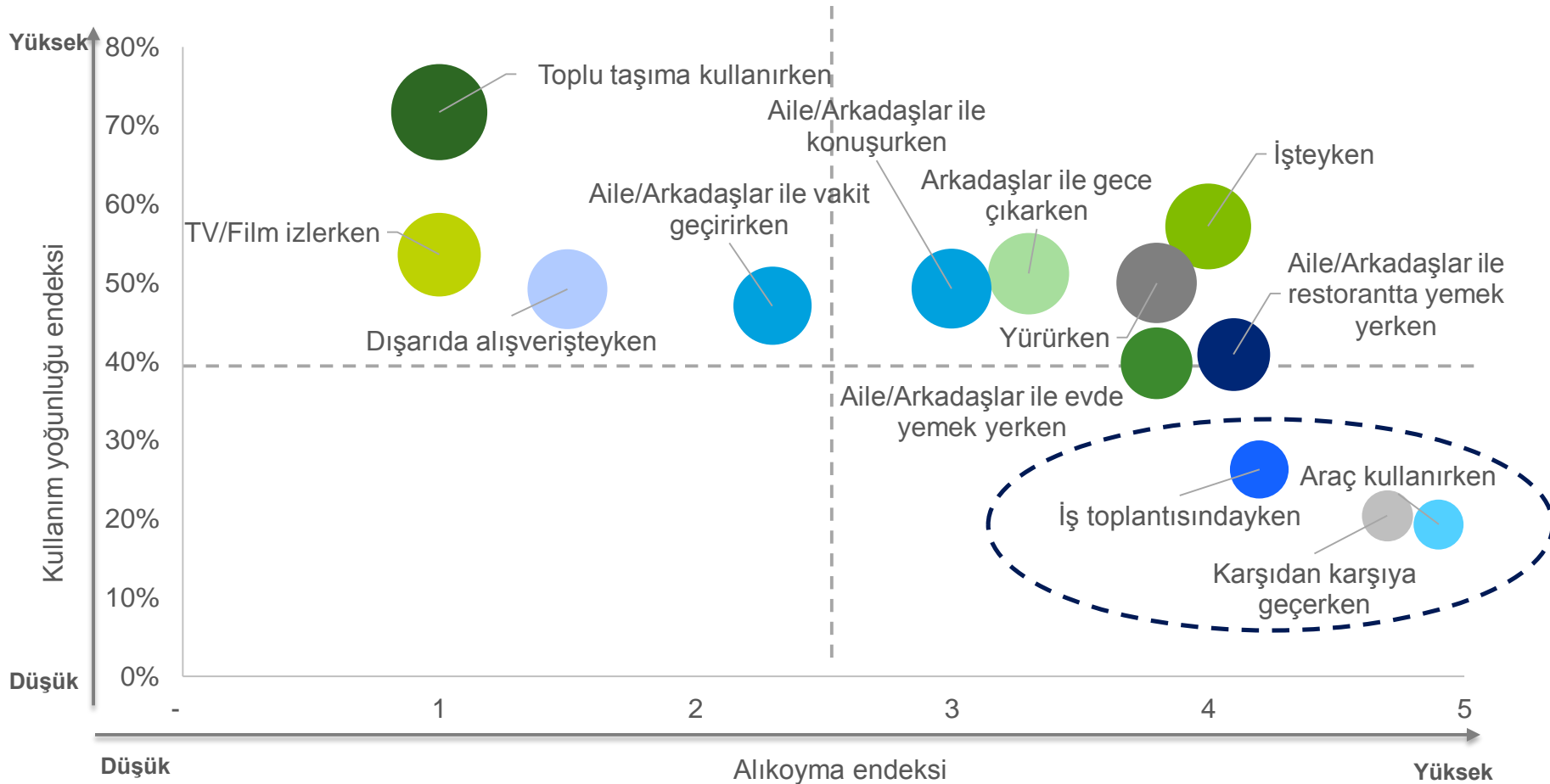
S. Günlük olarak telefonunuzda yaptığınız ilk şey nedir?



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Akıllı telefonlar yadsınamaz şekilde hayatımızın bir parçası haline gelmiştir; alışveriş, seyahat, sosyalleşme gibi durumlar bir yana, akıllı telefonları çok riskli durumlarda bile kullanmaktayız

S. Aşağıdakiler ile meşgulken hangi sıklıkla cep telefonunuzu kullanıyorsunuz?

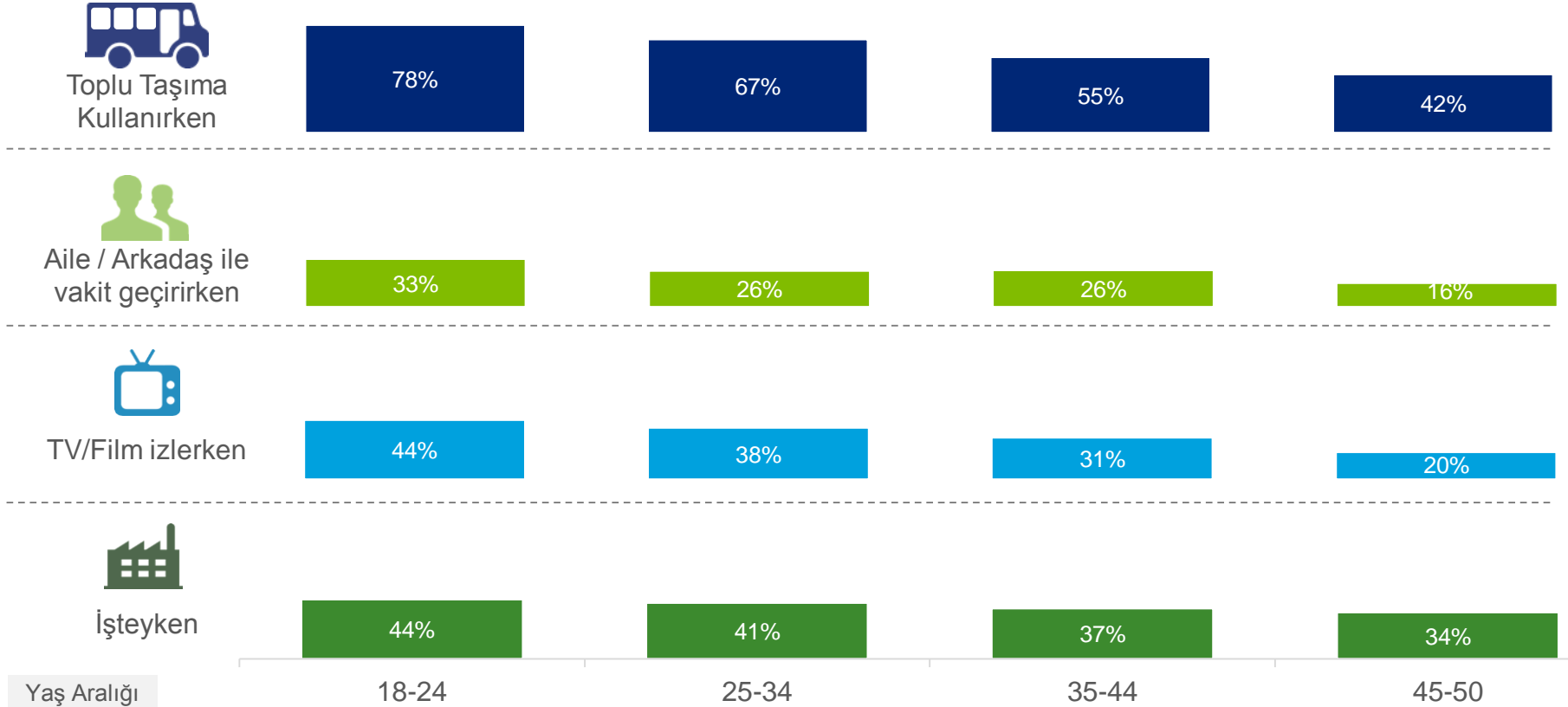


Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Not: Kullanım yoğunluğu eksenini ve topların büyüklüğü, kullanım sıklığı endeksinin ağırlıklı ortalaması alınarak hesaplanmıştır. Bu hesaplama yapılırken «Her zaman» diyen katılımcılar 1, «Hiçbir zaman» diyen katılımcılar 0 ile belirtilmiştir. «Alıkoyma» eksenini ise her bir faaliyetin telefon kullanırken yapılmasının kişiyi ne derece alıkoyduğunu göstermektedir.

Akıllı telefonların hayatımızdaki yeri:

S. Aşağıdakiler ile meşgulken hangi sıklıkla cep telefonunuzu kullanıyorsunuz? (Neredeyse sürekli & Çok sık)



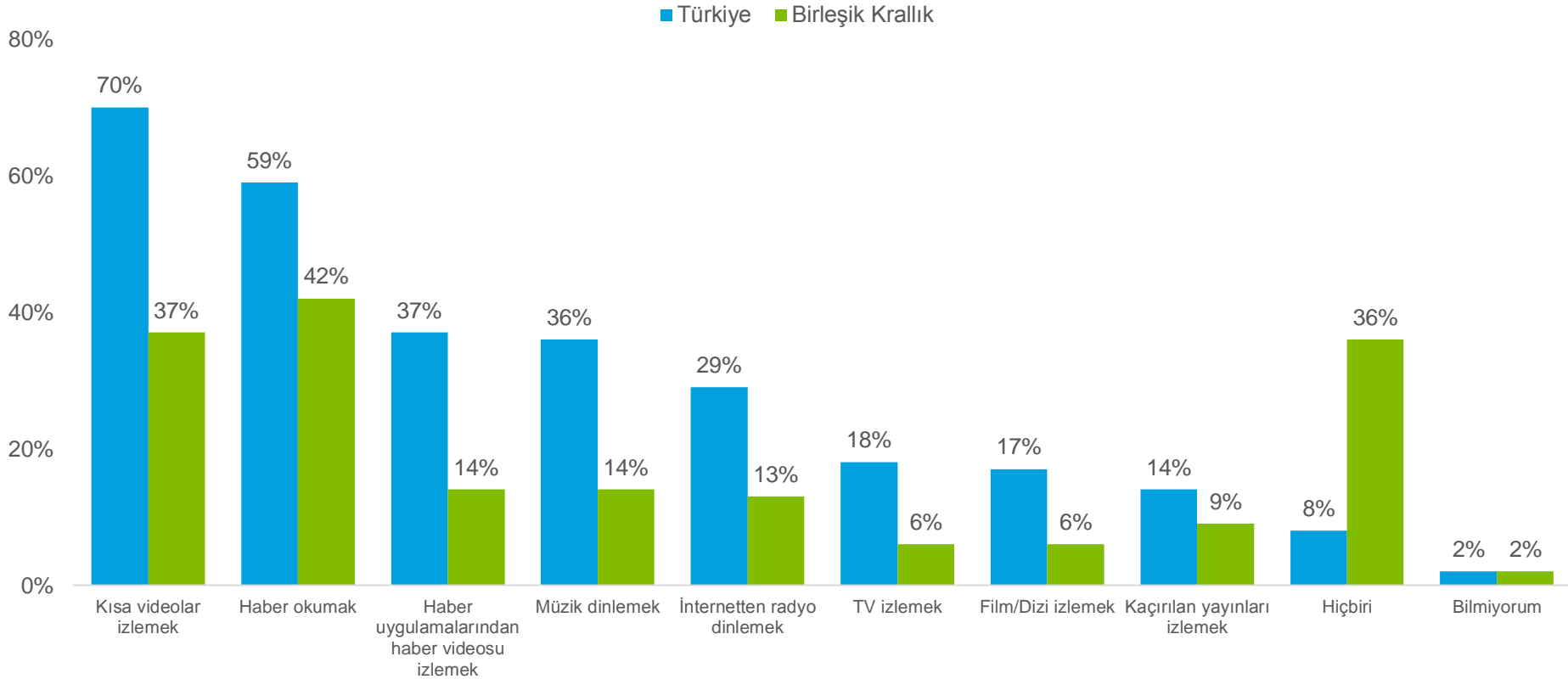
Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Not: Uygulanabilir olmayan ve «Bilmiyorum» cevabı verenler bu analize dahil edilmemiştir. «Daha sık» cevabı «neredeyse sürekli» ve «çok sık» kısmına dahil edilmiştir; «Daha az sıklıkla» cevabı ise «çok sık değil» ve «neredeyse hiç» cevaplarına dahil edilmiştir.

Türk kullanıcılar gelişmiş ülkelere kıyasla video ve müzik gibi zengin içerikleri akıllı telefonları ile tüketmeye daha yatkındır

S. Akıllı telefonunuzu aşağıdakilerden hangileri için kullanırsınız?

Tüm yaş grupları (Akıllı telefon kullanıcıları)



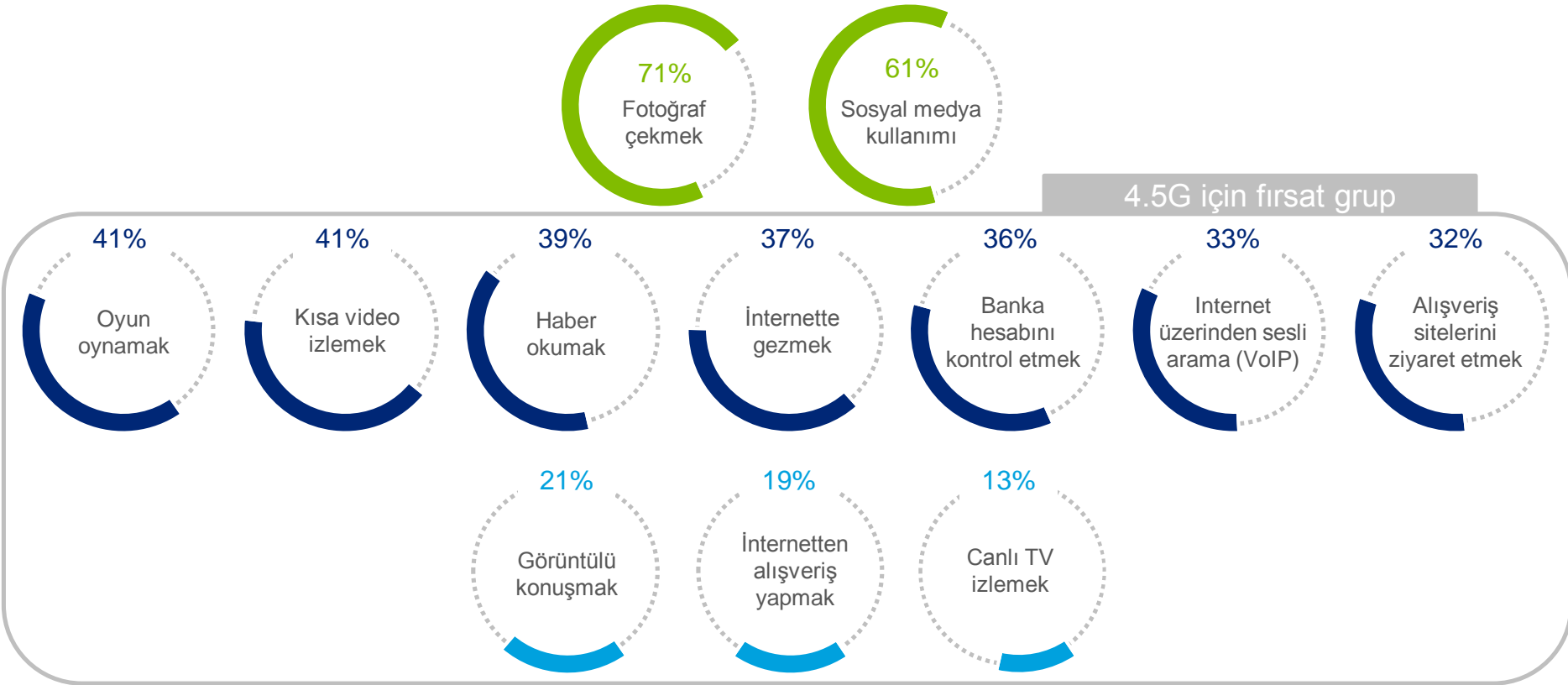
Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi
Not: Kısa videolara örnek: YouTube ve Facebook

Yoğun telefon kullanımına rağmen bazı katma değerli hizmetlerin kullanımını sınırlıdır; 4.5G teknolojisi ile bu alanların kullanımının artması beklenmektedir

4G

Telefonda
medya
kullanımı

S. Telefonunuzu diğer cihazları (Laptop, TV, tablet veya oyun konsolu) kullanmak yerine aşağıdakilerden hangileri için kullanırsınız?



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

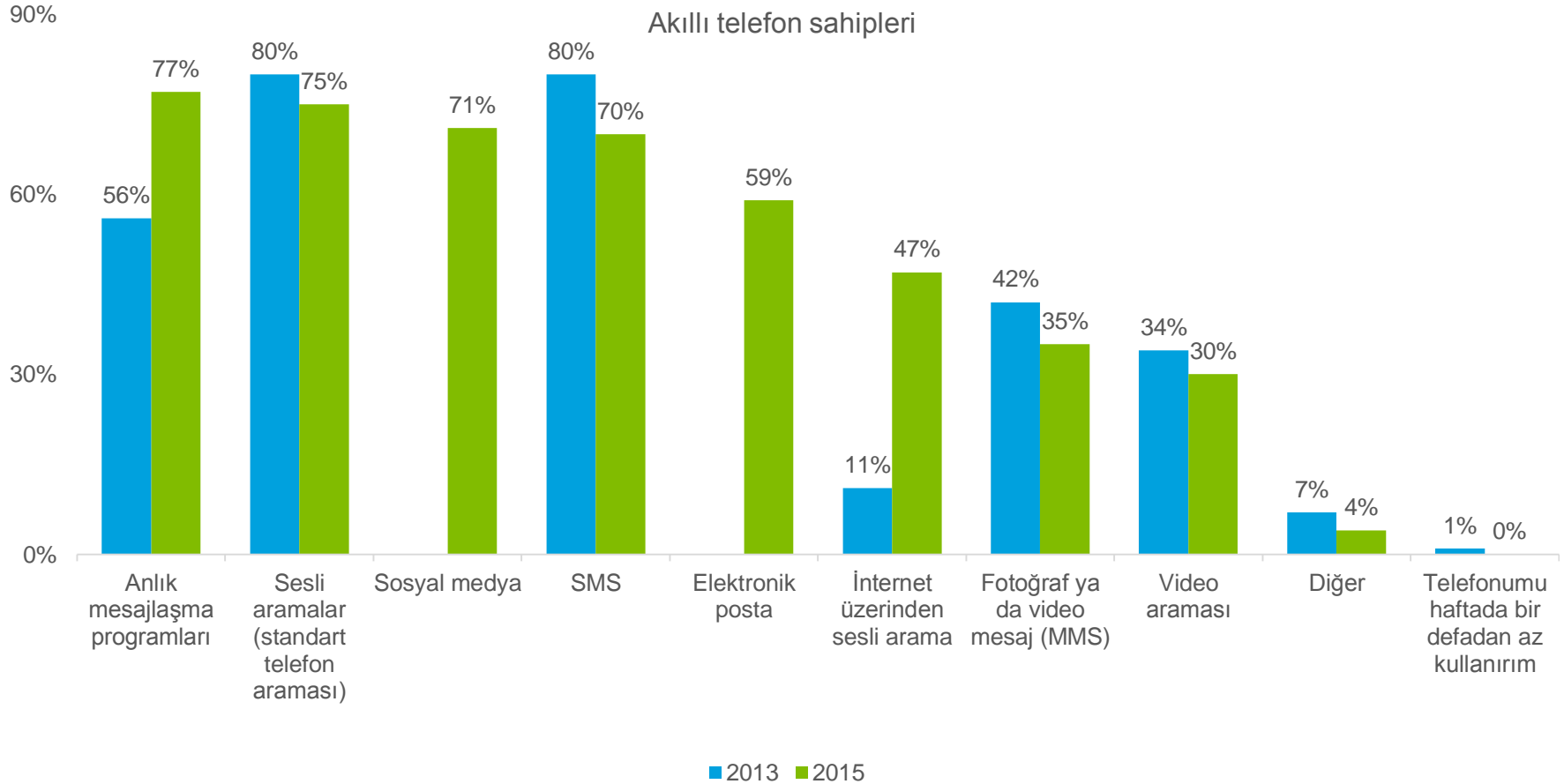
Mobil Baskın

Mobilleşen

Düşük Mobil Grubu

Tercih edilen iletişim aracı olarak anlık mesajlaşma kullanımı her geçen gün artmaktadır; buna karşın SMS ve sesli konuşma kullanımı düşmektedir

S. Son 7 gün içinde başkalarıyla haberleşmek için aşağıdaki yollardan hangilerini kullandınız? (Akıllı telefon sahipleri)

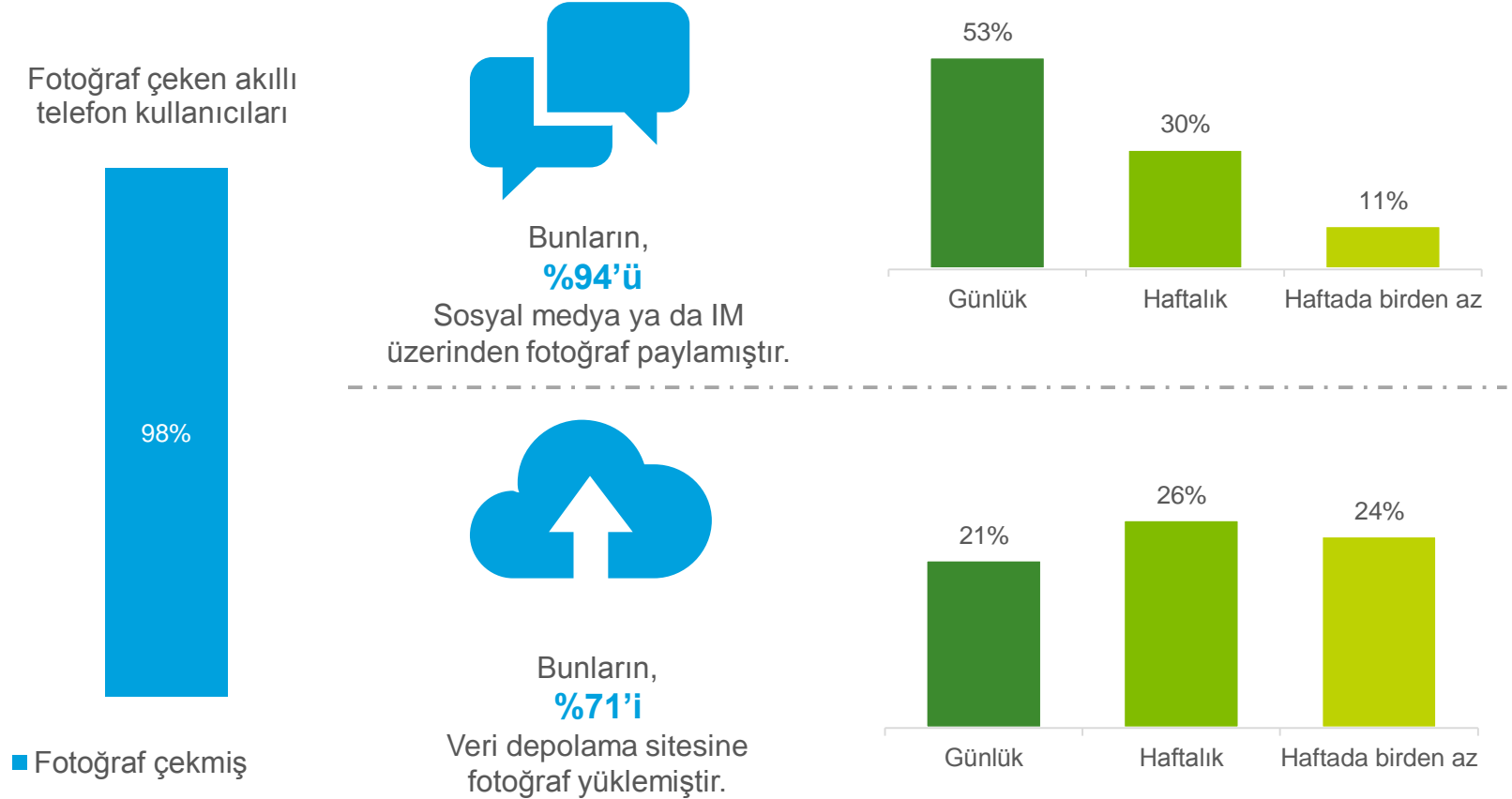


Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Not: «Elektronik posta» ve «Sosyal medya» seçenekleri 2013 yılına ait soru setinde mevcut değildir.

Her iki kullanıcıdan biri çektiği fotoğrafları günlük olarak sosyal medyada paylaşmaktadır

S. Aşağıdakileri hangi sıklıkla akıllı telefonunuzu kullanarak yapmaktasınız? (fotoğraf çekme, sosyal medya aracılığıyla resim yükleme/paylaşma, veri depolama sitelerine fotoğraf yükleme)

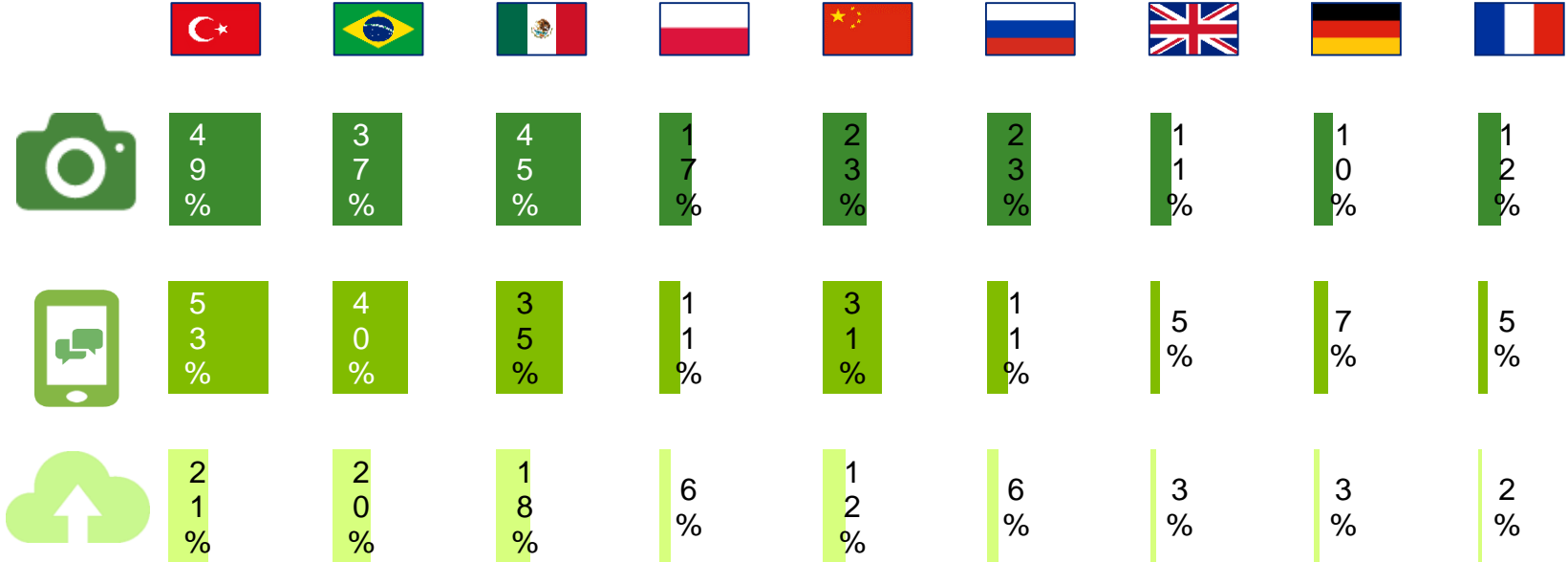


Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Günlük fotoğraf çekme ve paylaşma alışkanlıkları incelendiğinde gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkeler arasında ciddi farklılıklar ortaya çıkmaktadır

S. Aşağıdakileri hangi sıklıkla akıllı telefonunuzu kullanarak yapmaktasınız? (sırası ile: fotoğraf çekme, sosyal medya aracılığıyla resim yükleme/paylaşma, veri depolama sitelerine fotoğraf yükleme)

Günlük kullanım

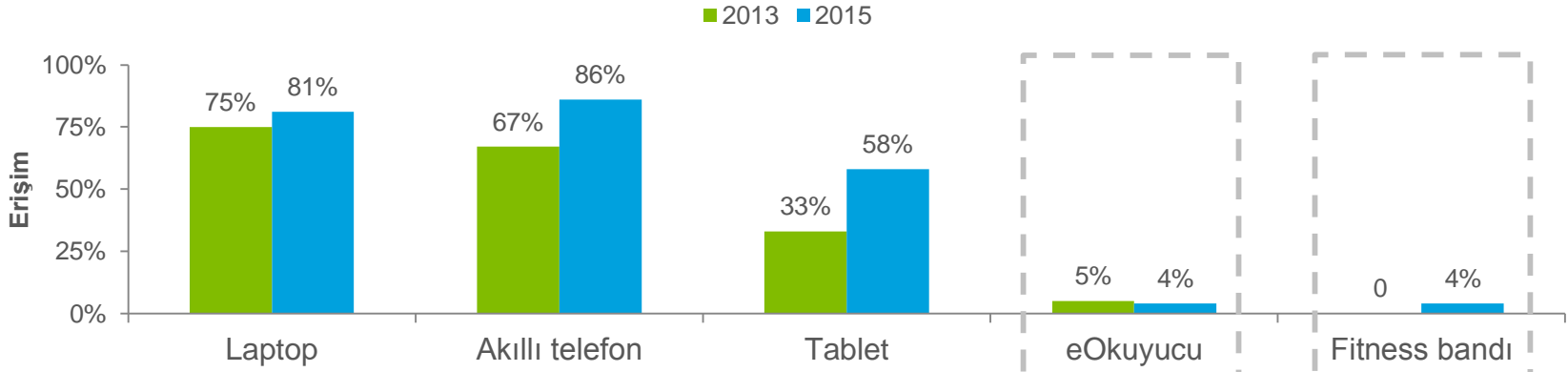


Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

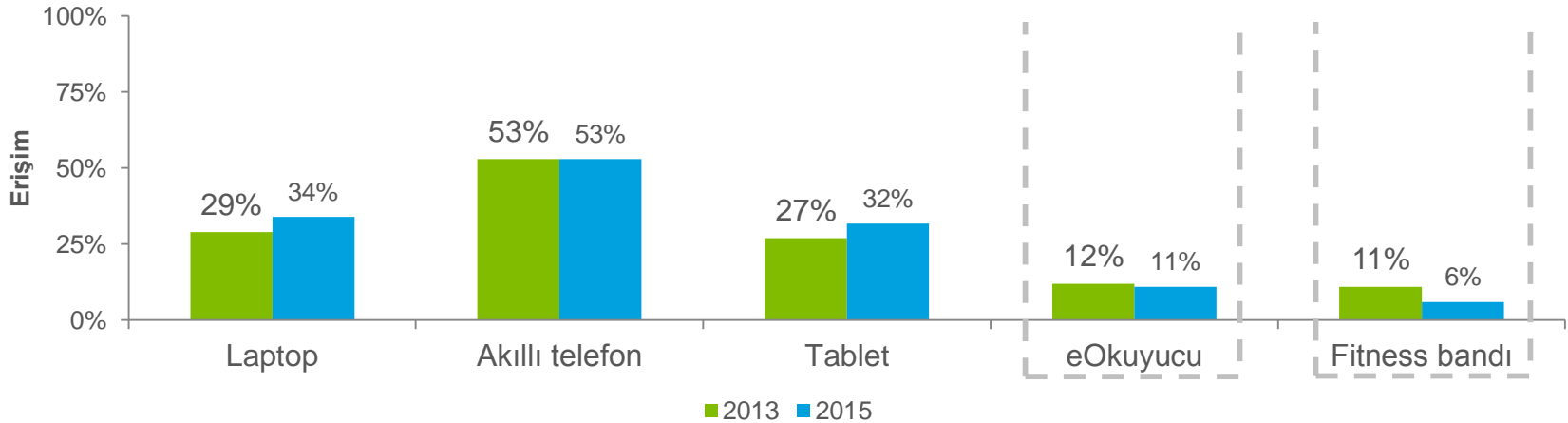
Not: Ülkeler telefona bakma sıklıklarına göre sıralanmıştır.

Akıllı telefon penetrasyonunun %45-50 seviyelerinde olmasının yanında, katılımcıların %86'sı akıllı telefona erişimlerinin olduğunu belirtmiştir

S. Aşağıdaki cihazların hangilerine sahipsiniz ya da cihaza erişim imkanınız var?



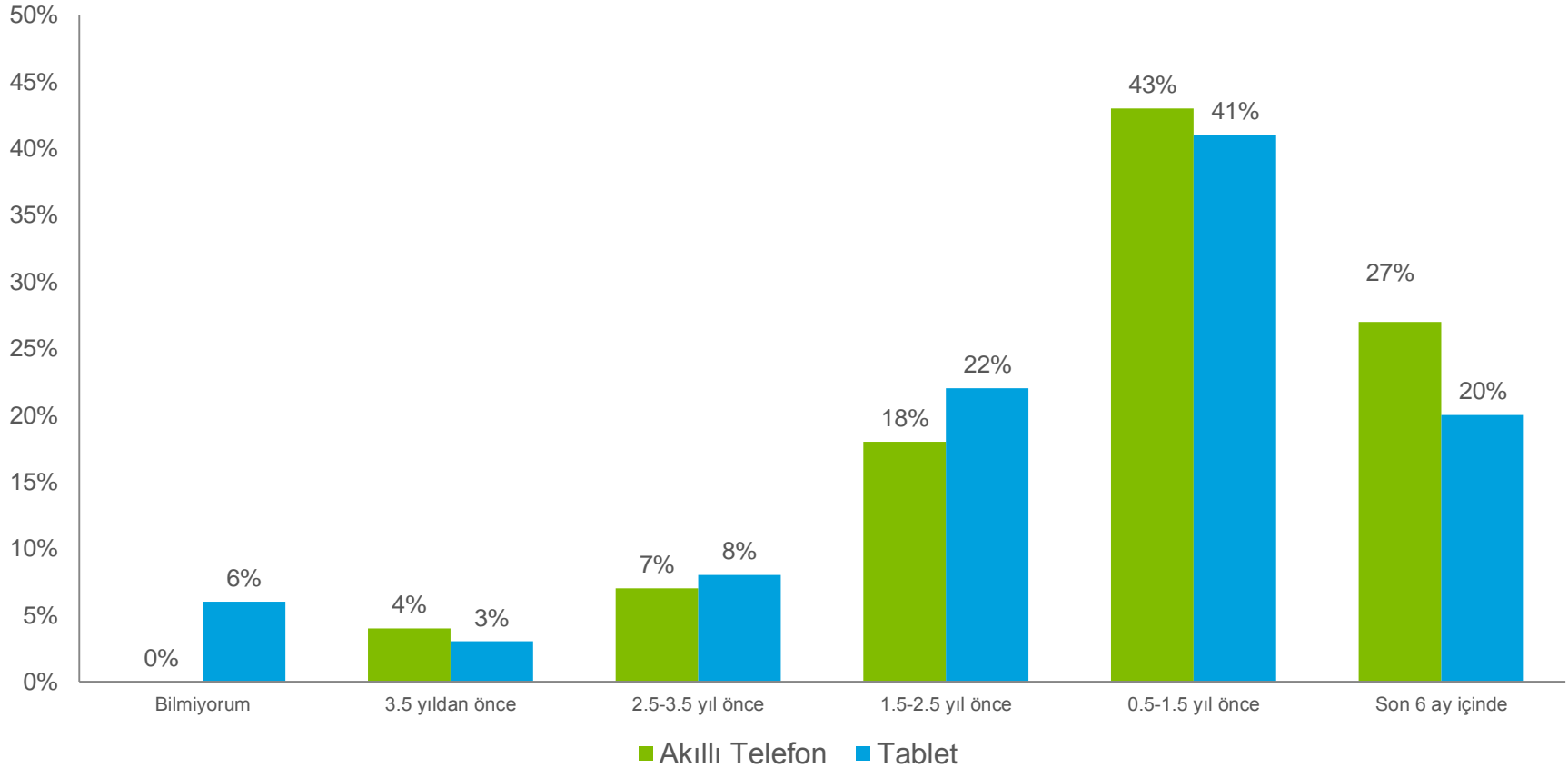
S. Aşağıdaki cihazlardan hangilerini önümüzdeki 12 ay içerisinde almayı planlıyorsunuz?



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Katılımcıların %80'i 3 yaşından küçük telefona/tablete sahiptir

S. Mevcut telefonunuzu ne zaman satın aldınız? Kullanmakta olduğunuz tableti ne zaman aldınız?



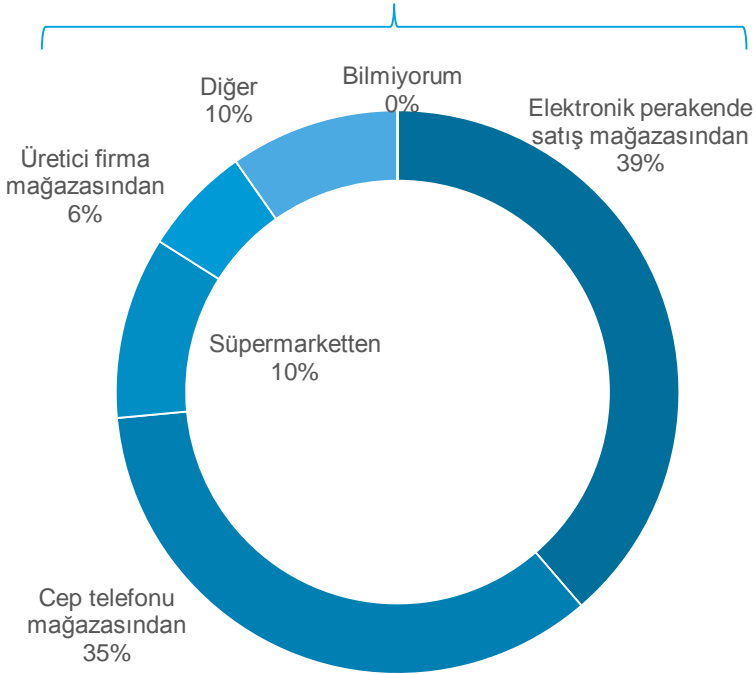
Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Cep telefonları genel olarak mağazalardan satın alınmasına rağmen, her 5 telefondan 1'i internet üzerinden satın alınmıştır

S. Mevcut telefonunuzu nasıl satın aldınız? Mevcut telefonunuzu internet üzerinden/mağazadan satın aldığınızı belirttiniz, bunu aşağılardaki kanalların hangisi ile yaptınız?

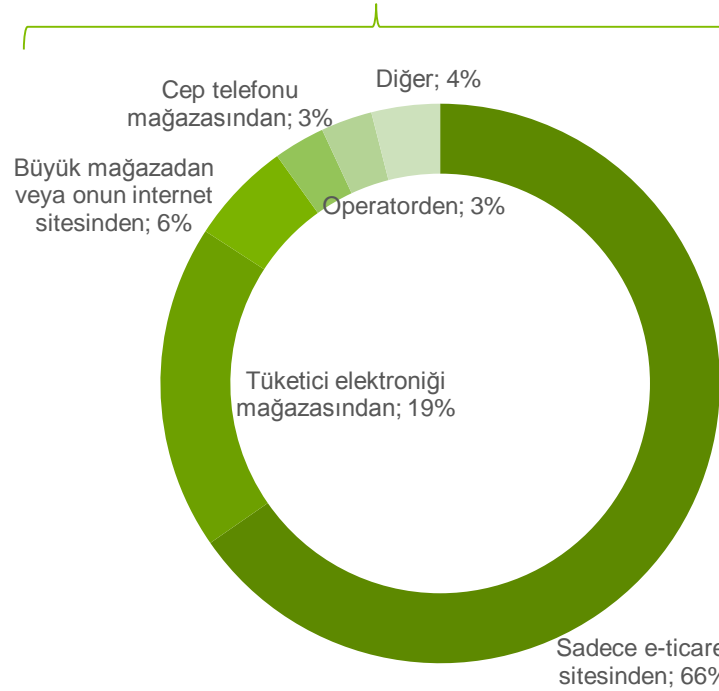
Akıllı telefon sahiplerinin
%60'ı

telefonunu mağazalardan satın alıyor

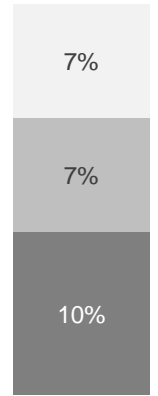


Akıllı telefon sahiplerinin
%16'sı

telefonunu internet üzerinden satın alıyor



Diğer
24%



Diğer
Telepazarlama ile
Satın Almadım

Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Not: Akıllı telefon sahiplerinin %7'si telefonunu telefonda satış kanalı ile, %6'sı diğer yöntemler ile satın almıştır. %10'luk kesim ise telefonunu satın almamıştır.

Kullanıcıların yaklaşık yarısı eski telefonlarını bir daha kullanılmamak üzere saklamakta ya da elden çıkarmaktadır

Q. En son yeni bir cep telefonu aldığınızda, eskisi ile ne yaptınız?



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

iPhone marka telefonların tekrar kullanıma alınma oranı (aileye/arkadaşa verme, satma) Samsung'a göre daha yüksektir

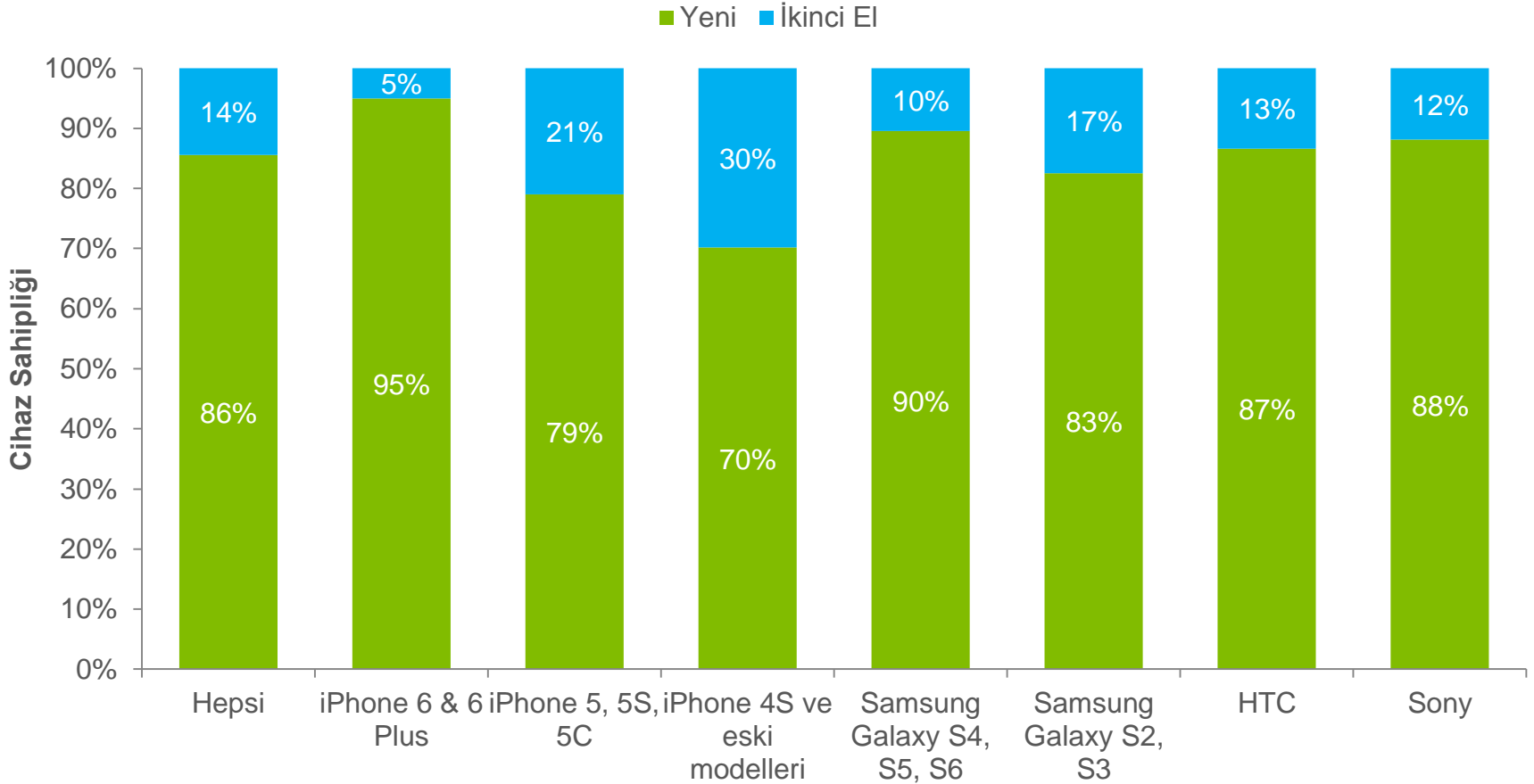
S. En son yeni bir cep telefonu aldığınızda, eskisi ile ne yaptınız? Lütfen yalnızca bir yanıt seçin.



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Çoğu kullanıcı akıllı telefonunu sıfır aldığını belirtmiştir. Sadece %14'lük kesim kullanılmış telefona sahiptir.

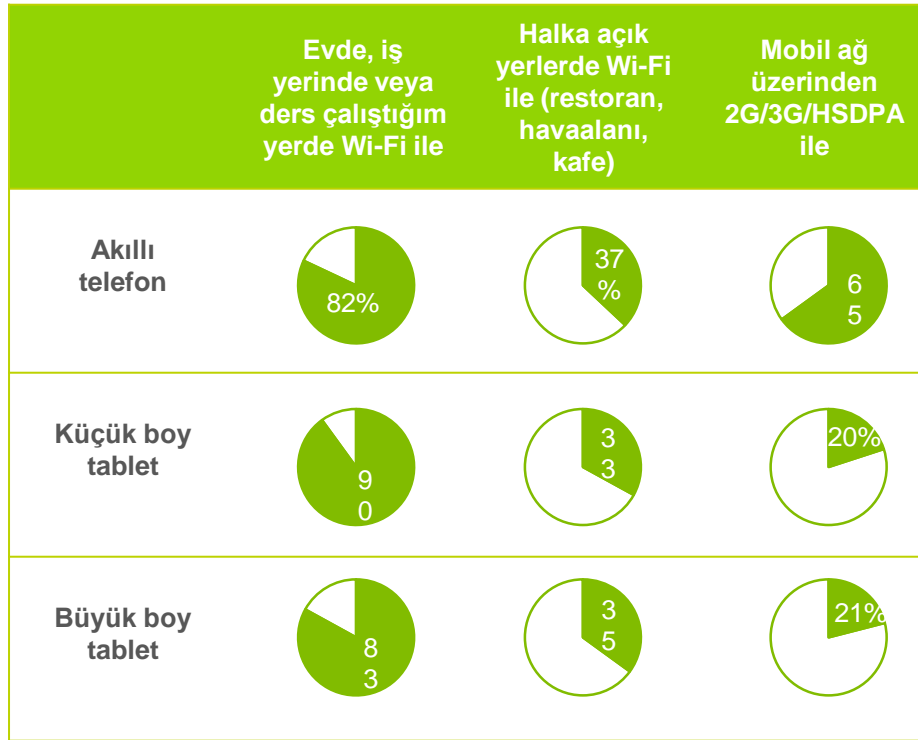
S. Şu an kullandığınız telefonunuz kullanılmış bir telefon muydu yoksa yeni bir telefon mu aldınız?



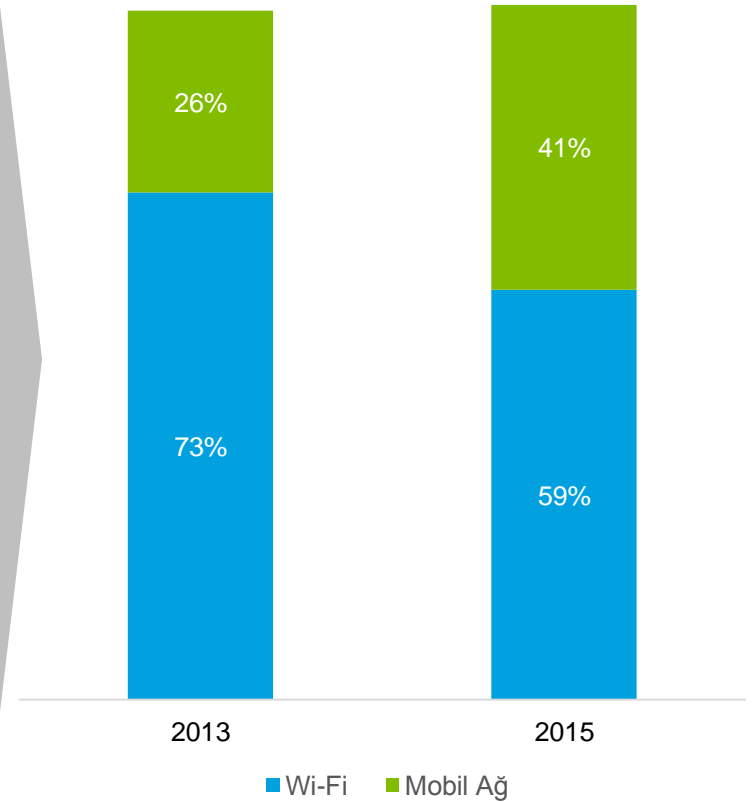
Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Kullanıcıların çoğu internete ev ve iş yerlerindeki kablosuz internet ağı üzerinde bağlanmaktadır. Ayrıca tabletlerden mobil ağ ile internete bağlanma oranı oldukça düşüktür

S. Cihaz(lar)ınızdan her birini İnternete nasıl bağlıyorsunuz? Lütfen uygun olan tüm şıkları seçin.



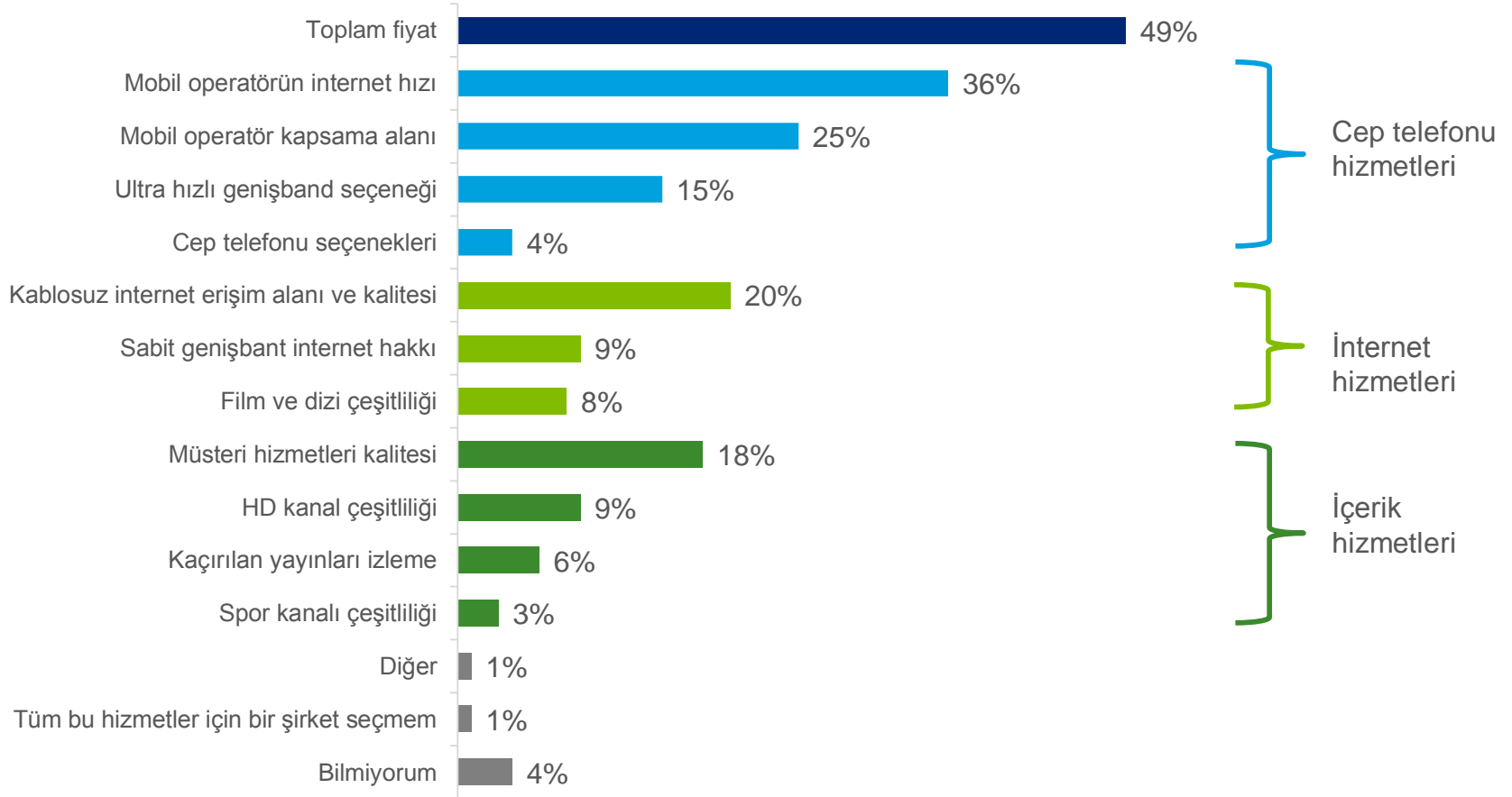
S. Cihazlarınızı İnternete nasıl bağladığınızı düşündüğünüzde, varsa, aşağıda yer alan hangi tür bağlantıyı en sık kullanıyorsunuz?



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Servis sağlayıcısını seçerken fiyattan hemen sonra temel mobil hizmetler hala en önemli faktörlerden biridir

S. Size bir şirket tarafından cep telefonu hattı, sabit internet ve TV hizmetlerini içeren bir kontrat önerilse, aşağıdakilerden hangileri şirket seçme sürecinizde en önemli etkiye sahiptir?



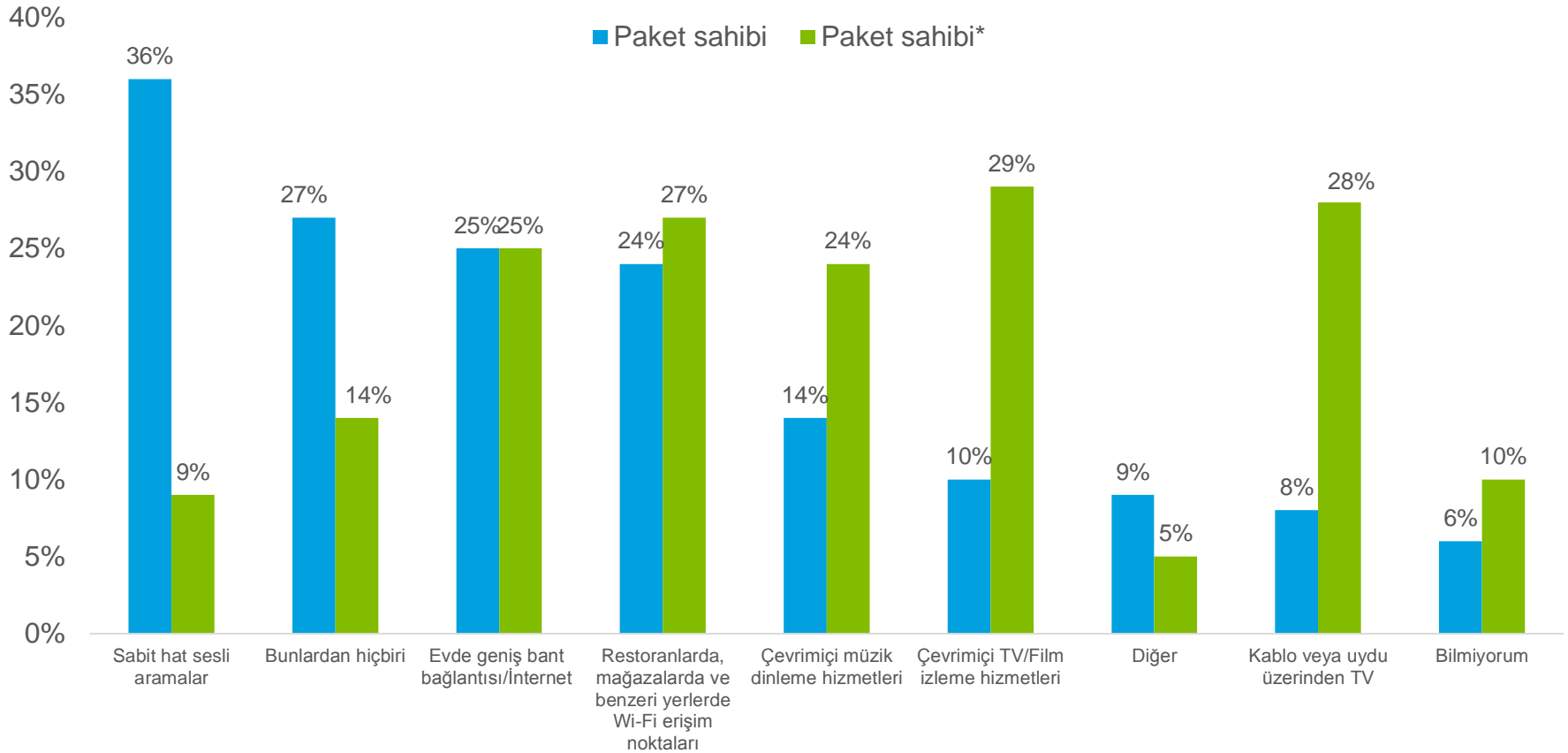
Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Mobil paket sahipleri arasında operatör tarafından sunulabilen hizmetleri ekleme isteği ön plana çıkarken, paket sahibi olmak isteyenlerde ise yan hizmetleri ön plandadır

Dörtlü/üçlü Hizmetler

Mobil Operatörler

S. GSM operatörünüzden temin ettiğiniz pakete, varsa, aşağıdakilerden hangilerini eklemek isterdiniz?



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

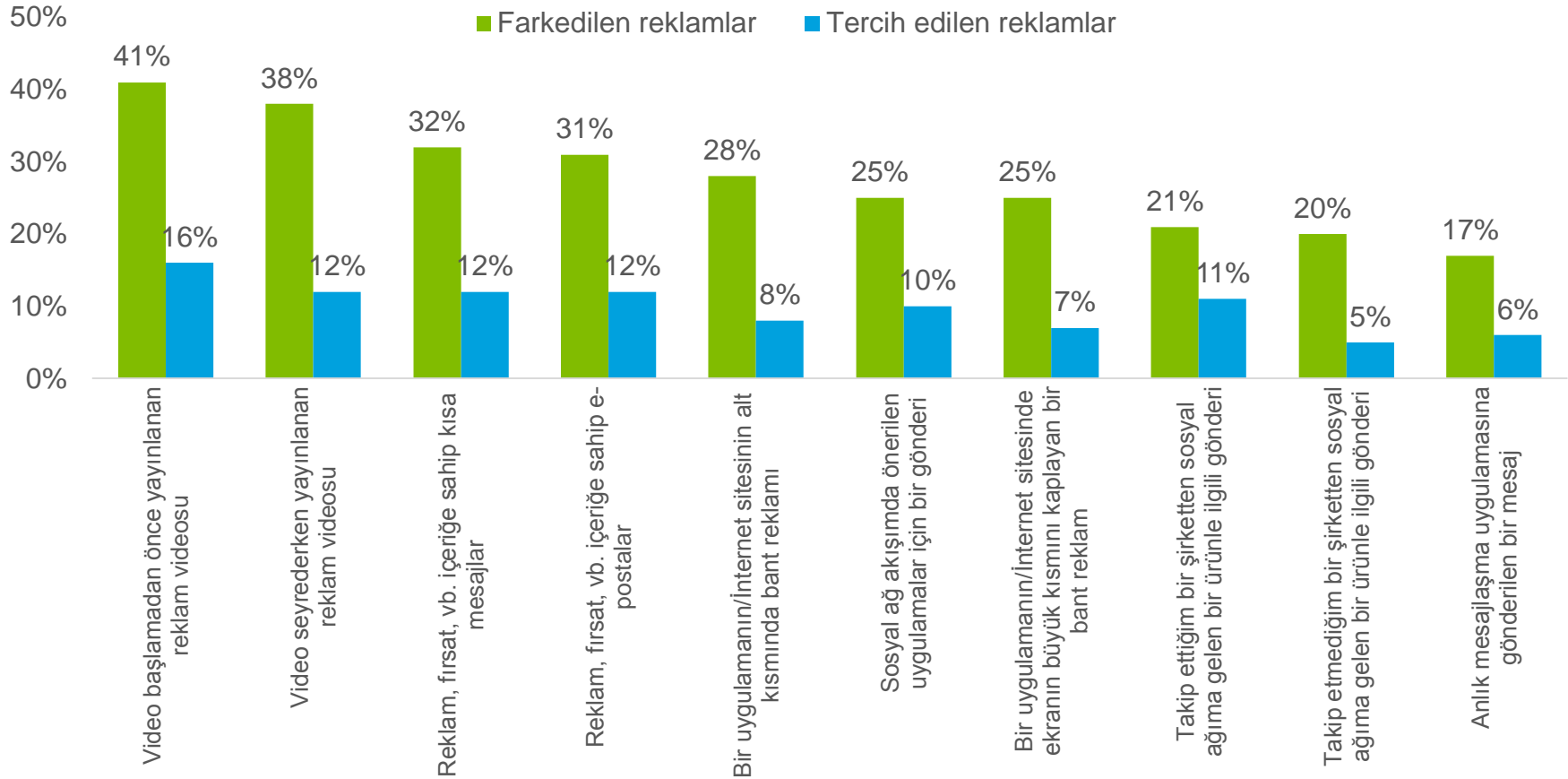
*: Mobil operatörleri belirtilen hizmetleri sunmasa dahi talep edenler

Video öncesi/esnasında yayınlanan reklamların kullanıcılar tarafından yüksek fark edilme oranı yüksektir. Buna karşın sosyal medya reklamlarında ise bu oran oldukça düşüktür

Mobil Video

Mobil Reklam

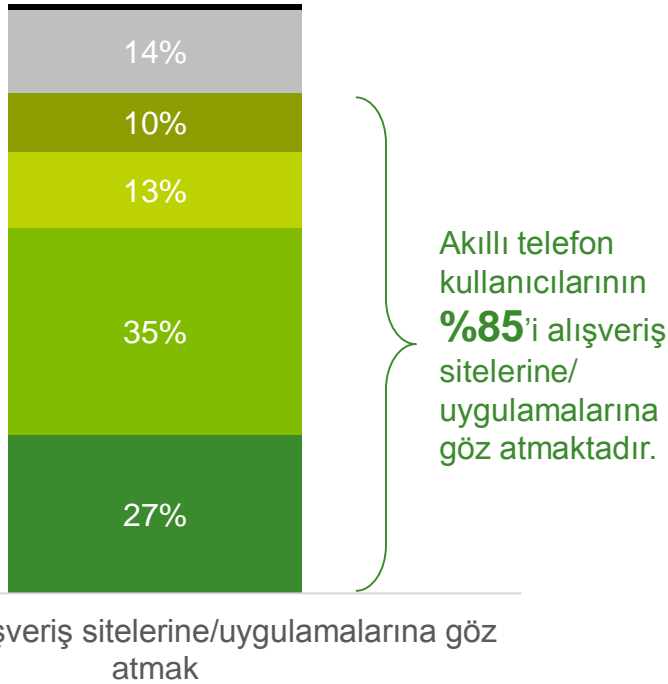
S. Telefonunuzu kullanırken, eğer karşınıza çıktıysa, aşağıdaki reklam şekillerinden hangilerini fark ettiniz? / Aşağıdaki mobil reklam şekillerinden hangileri sizi daha fazla etkiliyor?



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Kullanıcıların %85'i akıllı telefonlarını alışveriş sitelerine/ uygulamalarına göz atmak için kullanırken, sadece %32'i bu işlemi yapmak için akıllı telefonunu diğer cihazlara tercih etmektedir

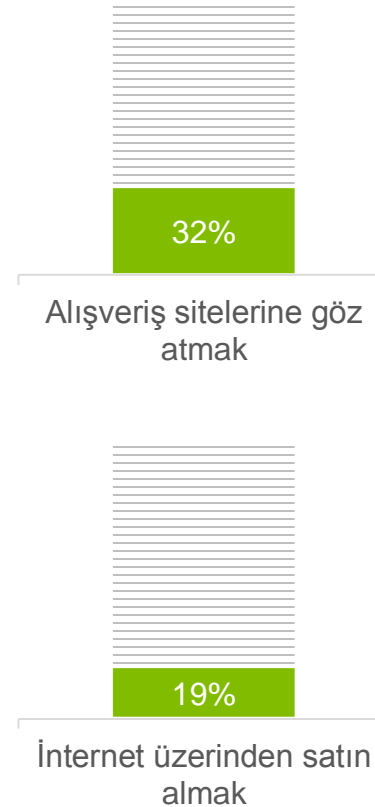
S. Kullanmanız durumunda, telefonunuzu aşağıdaki işlemleri yerine getirmek üzere hangi sıklıkla kullanırsınız?



- Bilmiyorum
- Hiçbir zaman
- Toplamda ya bir ya da iki kez
- Haftada birden az

Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

S. Aşağıdakilerden hangilerini yaparken dizüstü bilgisayar, TV, tablet veya oyun konsolu gibi diğer cihazlar yerine genellikle telefonunuzu kullanırsınız?

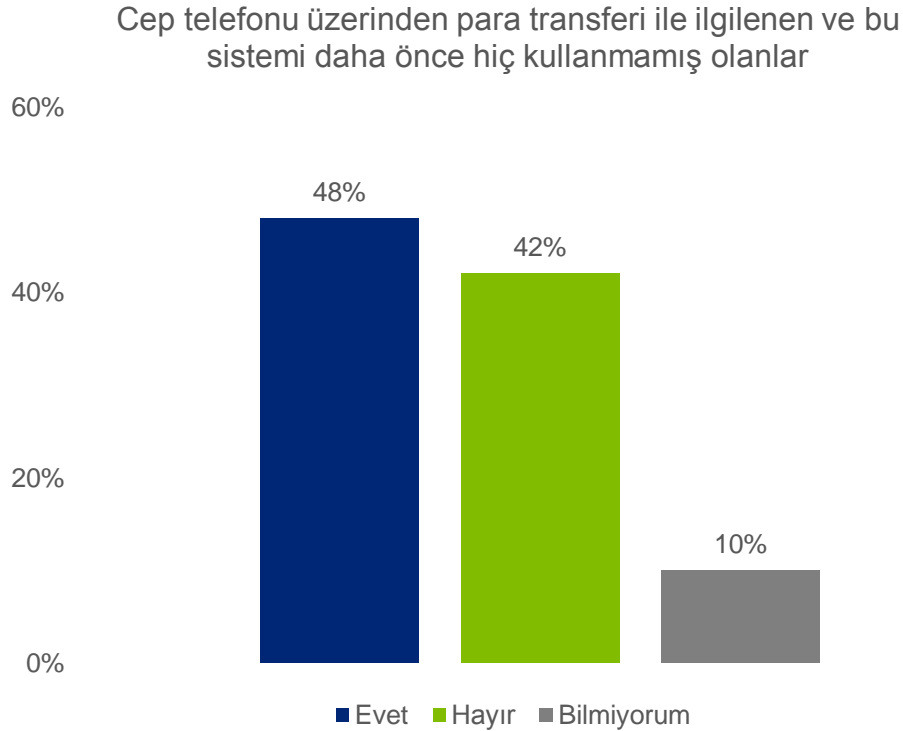


Kullanıcıların sadece %32'si alışveriş sitelerine göz atmak için diğer cihazlar yerine akıllı telefonlarını kullanıyor.

Kullanıcıların sadece %19'u internet üzerinden alışveriş yapmak için diğer cihazlar yerine akıllı telefonlarını kullanıyor.

Daha önce telefonu ile para transferi yapmamış %83'lük kesim içindeki her iki kişiden biri daha önce hiç kullanmamış olduğu bu özelliği denemek istediğini belirtmiştir

S. Genel olarak, telefonunuzu arkadaşlarınıza/ailenize para transferi yapmak için kullanmak ister miydiniz?



Daha önce telefonunuz ile para transferi yaptınız mı? (Evet)

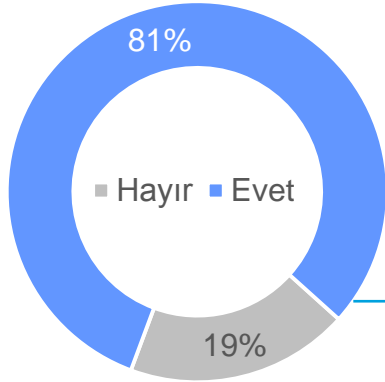
2015
17%

Telefon kullanıcılarının hala ciddi bir kısmı (%47) telefonunu kullanarak ödeme yapmayı düşünmüyor

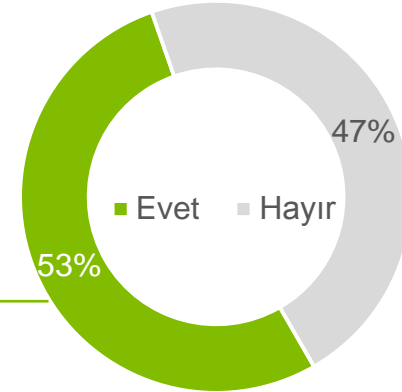
S. Kasada mobil ödeme çözümü sunulmuş olsaydı bunu kullanmak ister miydiniz?

S. Genel olarak, telefonunuzu arkadaşlarınıza/ailenize para transferi yapmak için kullanmak ister miydiniz?

Kasada mobil ödemeye ilgilenenler

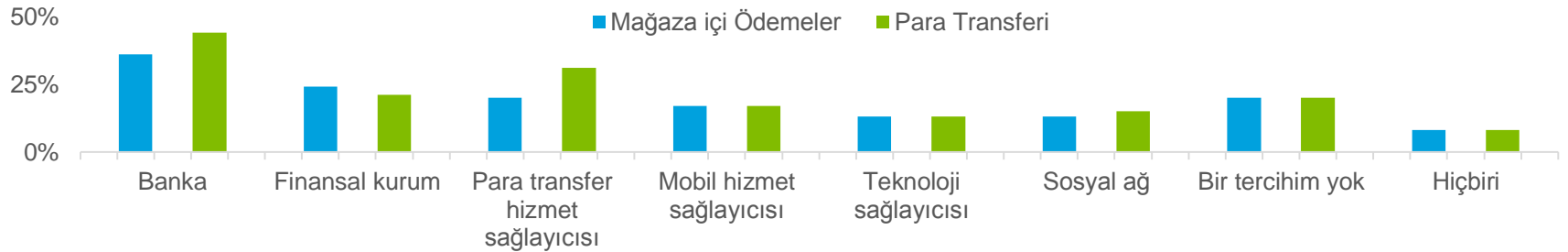


Mobil para transferiyle ilgilenenler



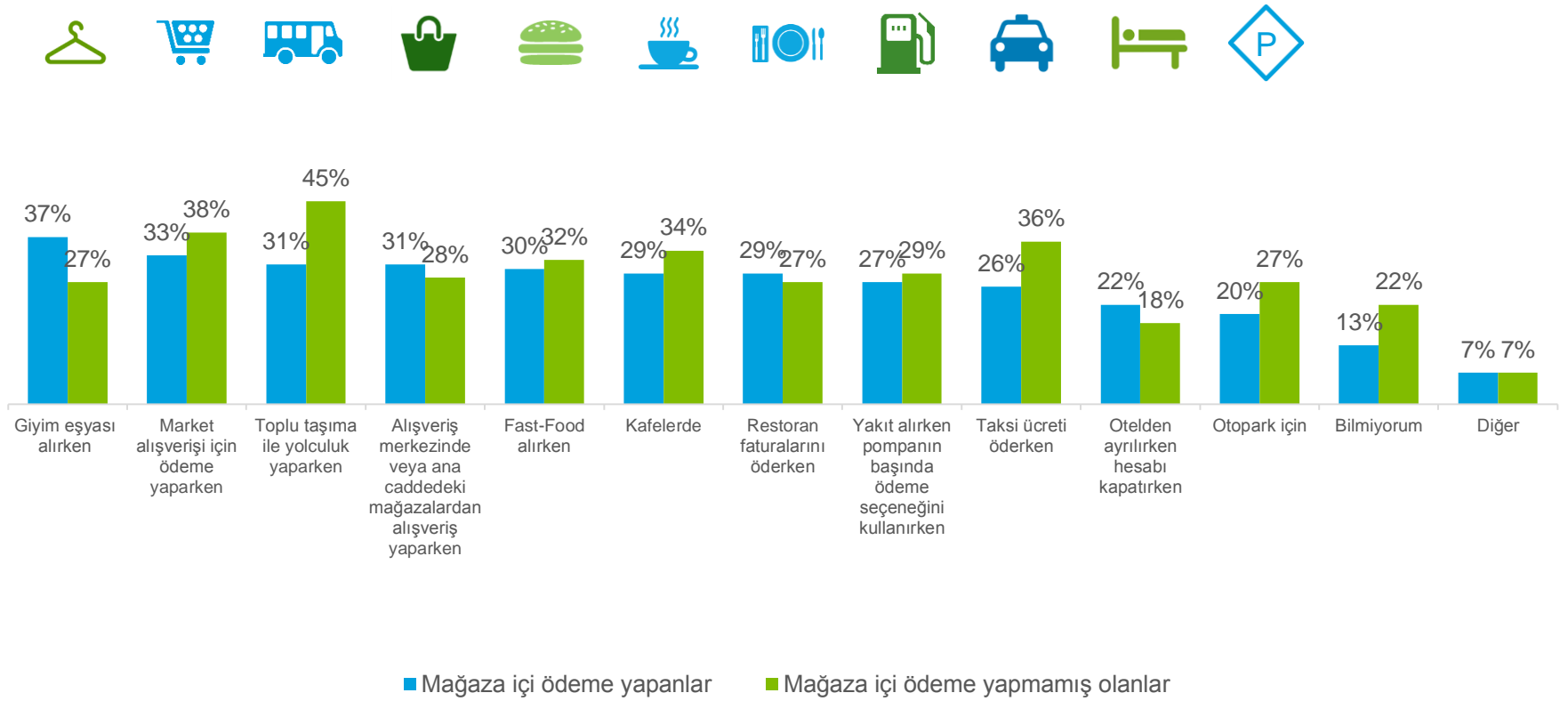
Bu işlemleri tercih edenler

S. Mağaza içi ödeme ve para transferi hangi kurumlarda kullanmak isterdiniz ?



Ulaşım ve perakende sektörlerinin mobil ödeme ile entegre olması akıllı telefon kullanıcılarına büyük fayda sağlayacaktır

S. Aşağıdaki senaryolardan hangisinde cep telefonunuzla ödemeyi faydalı bulurdunuz?



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi

Güvenlik korkusu ve bilgi eksikliği telefon ile mağaza içi ödeme yapılması önündeki en büyük engellerdir

S. Kasada cep telefonunuzu kullanarak ödeme yapmamanızın ana nedenleri nelerdir?



Kaynak: Deloitte Global Mobil Kullanıcı Anketi



Deloitte; İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL") şirketini, üye firma ağındaki şirketlerden ve ilişkili tüzel kişiliklerden bir veya birden fazlasını ifade etmektedir. DTTL ve üye firmalarının her biri ayrı ve bağımsız birer tüzel kişiliktir. DTTL ("Deloitte Global" olarak da anılmaktadır) müşterilere hizmet sunmamaktadır. DTTL ve üye firmalarının yasal yapısının detaylı açıklaması www.deloitte.com/about adresinde yer almaktadır.

Deloitte, denetim, danışmanlık, finansal danışmanlık, risk yönetimi, vergi ve ilgili alanlarda, birçok farklı endüstride faaliyet gösteren özel ve kamu sektörü müşterilerine hizmet sunmaktadır. Dünya çapında farklı bölgelerde 150'den fazla ülkede yer alan global üye firma ağı ile Deloitte, müşterilerinin iş dünyasında karşılaştıkları zorlukları aşmalarına destek olmak ve başarılarına katkıda bulunmak amacıyla dünya standartlarında yüksek kaliteli hizmetler sunmaktadır. Deloitte, 225.000'i aşan uzman kadrosu ile kendini iz bırakan bir etki yaratmaya adanmıştır. Deloitte, her 5 Fortune Global 500® şirketinden 4'üne hizmet vermektedir.

Bu belgede yer alan bilgiler sadece genel bilgilendirme amaçlıdır ve Deloitte Touche Tohmatsu Limited, onun üye firmaları veya ilişkili kuruluşları (birlikte, "Deloitte Network" olarak anılacaktır) tarafından profesyonel bağlamda herhangi bir tavsiye veya hizmet sunmayı amaçlamamaktadır. Şirketinizi, işinizi, finansmanınızı ya da mali durumunuzu etkileyecek herhangi bir karar ya da aksiyon almadan, yetkin bir profesyonel uzmana danışın. Deloitte Network bünyesinde bulunan hiçbir kuruluş, bu belgede yer alan bilgilerin üçüncü kişiler tarafından kullanılması sonucunda ortaya çıkabilecek zarar veya ziyandan sorumlu değildir.