



שופינג.קום: 12,669% ב-5 שנים

תחרות ה-Fast 50 של דלויט: שופינג.קום במקום הראשון, ורסמד במקום השני וצ'ק פוינט במקום ה-42

טל פמסון

7/11/2004

המנצחת הגדולה של תחרות Fast 50 של חברת הייעוץ דלויט היא חברת האינטרנט הישראלית שופינג.קום (Shopping.com). על פי דירוג דלויט צמחו הכנסות שופינג, שהנפיקה לפני כשבועיים בנאסדק, בשיעור של 12,669% בין השנים 1999-2003. זוהי גם חברת האינטרנט היחידה שבין חמישים החברות המצויות במדד של דלויט.

במקום השני בדירוג נמצאת חברת הסטארט אפ ורסמד, עם גידול של 9174% בהכנסות בשנים האחרונות. במקום השלישי ממוקמת חברת סכמה עם שיעור צמיחה של 7619%. בין החברות הוותיקות יותר נמצאות בדירוג חברת רדוור במקום ה-22, למקום השלישים הגיעה חברת ליפמן עם גידול של 198% בהכנסות, טבע במקום 35 עם צמיחה של 155% וצ'ק פוינט הגיעה למקום ה-42 עם גידול של 97% בהכנסות בחמש השנים האחרונות.

אלישע ינאי, מנכ"ל מוטורולה ישראל וסגן נשיא במוטורולה העולמית, אמר בכנס: "אנחנו הישראלים יותר טובים. אבל אני מודאג שיצוא ההיי-טק עומד על 13 מיליארד דולר והוא מהווה חלק קטן מהתל"ג של המדינה, לעומת היצוא של ארה"ב שעומד על 142 מיליארד דולר ומהווה את החלק הגדול ביותר מהתל"ג".

ינאי הוסיף כי ה-13 מיליארד דולר יצוא יכולים בקלות לרדת ל-11 מיליארד דולר כפי שארע במשבר. "צריך לשים לב כי סין והודו מאוד מתוחכמים: הם מייבאים מהנדסים אמריקאים ופותחים את השוק", הוסיף ינאי. "יש לנו את האמצעים, וצריך למצוא את הדרך להקיף את ה-13 מיליארד דולר למעלה כדי להצליח".