

**ALMANYA'DAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLERİ VE SORUNLARININ
BELİRLENMESİ: KUZEY REN VESTFALYA EYALETİNDE BİR
UYGULAMA**

Mehmet SOYDAN

**Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**İşletme Anabilim Dalı
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Eskişehir
Ekim, 2007**

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Mehmet SOYDAN'ın YÜKSEK LİSANS tezi olarak hazırladığı “Almanya'daki Türk Girişimcileri Ve Sorunlarının Belirlenmesi: Kuzey Ren Vestfalya Eyaletinde Bir Uygulama” başlıklı bu çalışma, jürimizce lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Üye

Yrd.Doç.Dr. Nuray GİRGINER (Danışman)

Üye

Yrd.Doç.Dr. Zeki KARTAL

Üye

Yrd.Doç.Dr. Nurullah UÇKUN

Üye

Yrd.Doç.Dr. Özlem UZUN

Üye

Yrd.Doç.Dr. Sıtkı ÇORBACIOĞLU

ONAY
...../...../2007
Prof. Dr. Münevver YILANCI
Enstitü Müdürü

ÖZET

ALMANYA'DAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLERİ VE SORUNLARININ BELİRLENMESİ: KUZEY REN VESTFALYA EYALETİNDE BİR UYGULAMA

SOYDAN, MEHMET
Yüksek Lisans-2007

İşletme

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Nuray GİRGINER

1961 yılında imzalanan işçi göçü anlaşması ile Almanya'ya gelmeye başlayan Türklerin bu ülkede yerleşmeleri yaşam ve iş hayatında yapısal değişiklikleri de beraberinde getirdi. Başlangıçta sadece sınırlı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik girişimcilik faaliyetleri, bu ülkede baş gösteren kitlesel işsizlik Türk girişimciliğinin Almanya'da sayıca artmasını tetikleyen etmenlerden olmuştur.

Bu araştırmanın amacı, Almanya'da bulunan Türk girişimcilerinin bakış açısından yabancı bir ülkedeki girişimciler olarak yaşadıkları sorunların belirlenmesidir. Türk girişimcilerin Türkiye'ye katkılarının artırılması noktasında söylemden eyleme geçilebilmesi için, öncelikle sorunların ortaya konması gerekmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre, Almanya'daki işletmeler, en önemli sorununun hukuk kurallarına uyumla ve pazarlamayla ilgili ortaya çıkan birtakım sorunlar yaşamaktadır.

ABSTRACT**TURKISH ENTREPRENEURS IN GERMANY AND DETERMINING THE ISSUES AND PROBLEMS: THAT THEY ARE FACING: A CASE STUDY FOR THE STATE OF NORTH RHEIN-VESTFALYA IN GERMANY****SOYDAN, MEHMET**
Master Thesis - 2007

Business Administration

Advisor: Nuray GİRGINER, Assistant Professor

With the labour agreement signed in 1961, massive immigration from Turkey to Germany has led to great structural changes in the social and business life of Germany. The massive unemployment experienced in this country has been the important factor which improved Turkish Entrepreneurs' situation even though, at the beginning, they were just aiming to meet the scarce labour needs of Germany.

Contributions of Turkish Entrepreneurs to the Turkish and German economy need to be increased. Also, the problems and issues that these considered entrepreneurs are facing need to be solved. This study attempts to explore the issues and problems that ethnic minority entrepreneurs are facing from the point of view of Turkish Entrepreneurs living in Germany. The findings of the study indicate that the most important issues that Turkish entrepreneurs are facing are to behave accordingly to the law regulations and to have poor understanding of marketing.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
TABLolar DİZİNİ.....	vi
EKLER LİSTESİ.....	viii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	ix
1.BÖLÜM: GİRİŞ.....	1
2.BÖLÜM: ALMANYA'DAKİ TÜRKLERE GENEL BAKIŞ.....	4
2.1. ALMANYA'YA GÖÇ SÜRECİ VE TÜRK İŞ GÜCÜ GÖÇÜ.....	4
2.2. ALMANYA'YA GÖÇÜN TEMEL NEDENLERİ.....	8
2.2.1. Almanya Açısından Göçün Nedenleri.....	9
2.2.2. Türkiye Açısından Göçün Nedenleri.....	11
2.2.3. Göç Edenler Açısından İşgücü Göçünün Nedenleri.....	13
2.3. ALMANYA'DA YAŞAYAN TÜRKLERLE İLGİLİ SAYISAL BİLGİLER	15
2.3.1. Demografik Bilgiler.....	15
2.3.2. İstihdam Bilgileri.....	18
2.3.3. Eğitim Bilgileri.....	23
3.BÖLÜM: ALMANYA'DAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİ.....	26
3.1. ALMANYA'DAKİ TÜRKLERİ GİRİŞİMCİLİĞE ÖZENDİREN NEDENLER	28
3.2. ALMANYA'DAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİNİN ÖNEMİ.....	35
3.2.1. Almanya Açısından Türk Girişimciliğinin Önemi.....	35
3.2.2. Türkiye Açısından Almanya'daki Türk Girişimciliğinin Önemi.....	37
3.3. ALMANYA'DAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİNİN KONUMU VE	
BOYUTLARI.....	38
3.3.1. Almanya'da Türk Girişimcilerin Demografik Yapısı.....	39
3.3.2. Almanya Ekonomisinde Türk Girişimcilerin Payı.....	42
3.3.3. Almanya'daki Türk Girişimcilerin Yatırımlardaki Payı.....	43
3.3.4. Almanya'daki Türk Girişimcilerin İstihdamdaki Payı.....	44
3.3.5. Almanya'daki Türk Girişimcilerin Sektörel Dağılımı.....	45

3.4. ALMANYA'DAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİNİN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ.....	48
3.4.1. Güçlü Yönler.....	48
3.4.2. Zayıf Yönler.....	52
3.5. ALMANYADAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLERİNİN SORUNLARI.....	57
3.5.1. Hukuki Sorunlar.....	60
3.5.2. Kültürel Sorunlar.....	61
3.5.3. Finansal Sorunlar.....	63
3.5.4. Bürokratik Sorunlar	63
3.5.5. Gümrük ve Nakliye Sorunları.....	65
4. BÖLÜM: ALMANYADAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLERİNİN SORUNLARININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA.....	66
4.1.ARAŞTIRMA PROBLEMİ.....	66
4.2. KONUYLA İLGİLİ LİTERATÜR İNCELEMESİ.....	66
4.3 ARAŞTIRMANIN AMACI	69
4.4 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	71
4.3.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme.....	71
4.3.2. Araştırmanın Kısıtlılıkları.....	73
4.3.3. Verilerin Toplanması	73
4.5. VERİLERİN ANALİZİ.....	73
4.5.1. Betimsel İstatistikler.....	75
4.5.2. Faktör Analizi.....	79
4.5.3. Karşılaştırmalı Analizler.....	82
5. BÖLÜM : SONUÇ VE ÖNERİLER.....	87
KAYNAKLAR DİZİNİ.....	90
EK-1 ANKET FORMU.....	101

TABLOLAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 2.1. Almanya'daki Genel, Yabancı ve Türk Nüfus Dağılımı	16
Tablo 2.2. Almanya'daki Türklerin Cinsiyet ve Yaşa Göre Dağılımları	17
Tablo 2.3. Almanya'da Türk Nüfusu (1960-2003) Değişimi	18
Tablo 2.4. Almanya'daki Yabancıların İkamet Süresine Göre Dağılım	19
Tablo 2.5. 1991-2005 Yılları Arasında Almanya'da Çalışabilir Yaştaki Nüfus	20
Tablo 2.6. Almanya'da Çalışan Türklerin Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımı	20
Tablo 2.7. Sigortalı Olarak Çalışan Yabancıların 31.12.1992 Tarihi İtibariyle Sektörlere Göre Dağılımı	21
Tablo 2.8. Alman ve Yabancılar Arasındaki Ücret Farklılıkları	22
Tablo 2.9. Bazı Avrupa Ülkelerindeki Türklerin İşsizlik Oranları ve Bu Ülkelerdeki Genel İşsizlik Oranları	22
Tablo 2.10. Almanya'da Meslek Eğitimi Görenlerin Sayısal Gelişimi	24
Tablo 2.11. Almanya'da Meslek Öğrenimi Görenlerin Sektörlere Göre Dağılımı	25
Tablo 2.12. Almanya'da Meslek Öğrenimi Görenlerin Sektörlere Göre Dağılımı	26
Tablo 3.1. Almanya'daki Türk Girişimcilerine İlişkin Sosyo-Demografik Verilerin Dağılımı	41
Tablo 3.2. Almanya'daki Türk Girişimciliğin Boyutları	42
Tablo 3.3. Federal Almanya'daki Türk Girişimcilerin Sektörel Dağılımı	48
Tablo 4.1. Demografik Bulgular	75
Tablo 4.2. Girişimcilerin Yapılan İşle İlgili Görüşleri	77
Tablo 4.3. Faktör Analizine Göre Araştırma Bulguları	80
Tablo 4.4. Almanya'ya yerleştikten sonraki iş kurma süresi ile Hukuk faktörü arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi sonuçları	82
Tablo 4.5. Hukuk faktörü ile Almanya'ya yerleştikten sonraki iş kurma süreleri arasındaki ilişkiyi gösteren Tukey testi sonuçları	83
Tablo 4.6. Almanya'da işletmenin kuruluş yılı ile pazarlama faktörü arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi sonuçları	83

Tablo 4.7. Pazarlama faktörü ile Almanya'daki Türk işletmelerinin kuruluş yılları arasındaki ilişkiyi gösteren Tukey testi sonuçları	84
Tablo 4.8. Almanya'daki işletmelerin kuruluş yılları ile etnik faktör arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi sonuçları	84
Tablo 4.9. Etnik faktör ile Almanya'daki Türk işletmelerinin kuruluş yılları arasındaki ilişkiyi gösteren Tukey testi sonuçları	85
Tablo 4.10. Almanya'da işletmenin kuruluş yılı ile Hukuk faktörü arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi sonuçları	85
Tablo 4.11. Hukuk faktörü ile Almanya'daki Türk işletmelerinin kuruluş yılları arasındaki ilişkiyi gösteren Tukey testi sonuçları	86

EKLER LİSTESİ

EK-1 : Anket Formu.....	101
--------------------------------	-----

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AB	Avrupa Birliği
ATTM	Alman Türk Ticaret Merkezi
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
İİBK	İş ve İşçi Bulma Kurumu
İKV	İktisadi Kalkınma Vakfı
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KRV	Kuzey Ren Vestfalya Eyaleti
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)
TAM	Türkiye Araştırmalar Merkezi
TİSK	Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu

1. BÖLÜM: GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı'nda işgücü bakımından çok büyük kayıplar veren Avrupa'nın özellikle de Almanya'nın, yaşanan ekonomik büyüme sonucunda yeniden ekonomik gücüne kavuşarak kalkınabilmesi için işgücü açığını kapatması gerekmiştir. Bu nedenle başka ülkelerden işgücü alma ihtiyacı duymuştur. Bu kapsamda Almanya, Türkiye'nin de içinde bulunduğu bazı ülkelerle işgücü anlaşması yapmıştır.

Almanya ile Türkiye arasında 1961'de imzalanan anlaşma sonrası Türkiye'den Almanya'ya işgücü başlamış, köyden kente olan göç hareketi bu kez Almanya'ya yönelmiştir. İşgücü göçünün başladığı 1961'den günümüze binlerce Türk vatandaşı, Berlin Duvarının ayırdığı iki Almanya'nın birleştiği 1990'lı yıllara kadar Almanya olarak anılan ülkeye çalışmak için göç etmiştir. Günümüzde Almanya'da yaklaşık 3 milyon Türk nüfusun yaşadığı bilinmektedir.

Almanya'nın işgücü açığı talebiyle başlayan, Türk hükümetleri tarafından da işsizliğin azaltılması, istihdamın sağlanması, ülkeye döviz kazancının sağlanmasında yardımcı olacağı düşüncesiyle destek gören işgücü göçü, daha sonraki dönemde Türk girişimciliğinin de kendinden söz ettirmeye başladığı dönem olmuştur. Bugün gelinen noktada Almanya'daki Türk girişimcileri, yaptıkları yatırımlar ve cirolarla Almanya'da önemli bir ekonomik güç haline gelmişlerdir.

Almanya'daki Türk girişimciler Almanya ekonomisine önemli ölçüde katma değer sağlamakla kalmayıp, Almanya'nın toplumsal yaşamında da sosyal, kültürel, siyasi bir kısım etkilere yol açmaktadırlar. Almanya'daki Türk girişimcilerin bu ülkede yaptıkları yatırımların olumlu sonuçlar vermesi, istihdamda Türk vatandaşlarını tercih etmeleri ya da buradaki yatırımlardan sağladıklarını, Türkiye'de değerlendirmeleri,

Türkiye'nin ekonomik ve sosyal refahına da önemli katkılar sağlamıştır.

Sonuç itibarıyla işgücü göçünün bir sonucu olarak ortaya çıkan Almanya'daki Türk girişimciliğinin gerek Almanya gerekse Türkiye açısından yadsınamaz bir önemi vardır. Bununla birlikte bu girişimcilerin iki ülkeye yönelik katkılarının artarak sürdürebilmesi için çözümlenmesi gereken hukuki, kültürel, finansal, bürokratik, gümrük ve nakliyeden kaynaklanan çok çeşitli sorunları bulunmaktadır.

Almanya'daki Türk girişimcilerin bu sorunlarının çözümü, Almanya'daki Türk girişimciliğinin gelişmesine, etki alanını giderek artırmasına neden olacaktır. Ayrıca bu sorunların çözüme kavuşturulması, Türk girişimcilerin Almanya ve Türkiye ekonomisine sağladığı katma değeri artıracaktır. Dolayısıyla Almanya'daki Türk girişimcilerinin sorunlarının belirlenmesi ve belirlenen bu sorunlara yönelik çözümler üretilmesi her iki ülke açısından da önemlidir.

Yukarıdaki açıklamalardan da görüldüğü gibi, Almanya'daki Türk girişimciliği gerek siyasi gerekse ekonomik açıdan iki ülkenin ilişkilerinde önemli etki yapmaktadır. Bu girişimcilerin yaşadıkları sorunların belirlenmesi bu etkinin olumlu yönde geliştirilmesinde yardımcı olacaktır. Her ne kadar pek çok dernek kuruluş tarafından Almanya'daki Türk girişimciliği üzerine çalışmalar literatürde yer almakta ve dönem dönem bu çalışmalar yinelenmekteyse de yaşanan sorunların boyutlandırılması ve bunların bazı kurumsal özelliklerle ilişkilendirilmesi; bu konuda geliştirilecek politikalar için önemli bilgiler sunacaktır.

Almanya'daki Türk girişimcilerinin çeşitli bireysel ve kurumsal özellikleri bakımından betimlenerek, sorunlarının boyutlandırıldığı bu araştırma, temelde beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünden sonra ikinci bölümde Türkiye'den Almanya'ya iş gücü göçü, Almanya'daki Türklerin konumu ortaya konmaya çalışılmış, Türkiye'den Almanya'ya göçün nedenleri iki ülke ve göç edenler açısından incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde Almanya'daki Türk girişimciliği; önemi, konumu ve boyutları bakımından ayrıntılı olarak incelenmiş, bu girişimcilerin güçlü ve

zayıf yönleri ile bu konuda daha önce yapılan çalışmalarda ortaya çıkarılan sorunlara yer verilmiştir.

Araştırmanın dördüncü bölümde Almanya'daki Türk girişimcilerinin sorunlarının belirlenmesine yönelik Kuzey Ren Vestfalya eyaletinde yapılan bir uygulamaya yer verilmiştir. Hazırlanmış olduğumuz anket formu ile Almanya'da faaliyet gösteren Türk girişimcilerin sorunları tespit edilmeye çalışılmıştır. Değişkenleri tek bir faktör altında birleştirerek yeni açıklayıcı ortak faktör yapılarına ulaşmak amacı ile ankete faktör analizi uygulanmıştır. Faktörler belirlendikten sonra iki ortalama arasında anlamlı bir fark bulunup bulunmadığını test etmek için t testi, ikiden fazla ortalamanın karşılaştığı durumlarda da anova testi kullanılmıştır.

Araştırmanın sonuç bölümünde konunun genel bir değerlendirilmesi yapılmış, yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular yorumlanarak önerilerde bulunulmuştur.

2. BÖLÜM : ALMANYA'DA TÜRKLERE GENEL BAKIŞ

Türk nüfusun milyonlara ulaştığı Almanya, Türkiye ve Türkler için son derece önemli bir ülke konumundadır. Geçmişte işçi olarak Almanya'ya giden birçok Türk vatandaşı ve onların çocukları, girişimcilik güçlerini göstererek, Almanya ekonomisi içinde önemli bir güç haline gelmişlerdir. Almanya'daki Türk nüfusu yoğunluğu, sadece Türk ekonomisi açısından değil, Almanya ekonomisi açısından da son derece önemli hale gelmiştir. Bu önemi nedeniyle, Almanya'daki Türk girişimciliğini konu alan bu çalışmada, öncelikle Türk işgücü göçü gelişimin incelenmesinin yararlı olacağı düşüncesiyle izleyen alt başlıklarda Almanya'ya Türk işgücü göçü, tarihsel gelişmesi ve etkileri bakımından irdelenmiştir.

2.1. ALMANYA'YA GÖÇ SÜRECİ VE TÜRK İŞGÜCÜ GÖÇÜ

Göç, ekonomik, toplumsal ve siyasal nedenlerle insanların bireysel ve kitlesel olarak yaşadıkları yeri değiştirmesi eylemidir. Yer değiştirme hareketleri çoğu kez aynı toplumsal sistem içinde “iç göç” şeklinde gerçekleşirken, bazen de kendine özgü koşulları nedeniyle toplumsal sistemler arasında “dış göç” şeklinde kendini göstermektedir (Şahin, 2001, 59; Gezgin,1994,15-17). Almanya'ya Türk işgücü göçü de, dış göçün iki ülkeye çeşitli yönlerden en çok etkisinin görüldüğü ve yıllardır üzerinde çeşitli çalışmaların, tartışmaların yapıldığı dış göç olayıdır.

Almanya'ya dış göç, sadece 1950 sonrasında yaşanan, geçmişi yaklaşık 50 yıla dayanan bir olay değildir. Almanya'ya dış göç olayının başlaması, 1800'lü yılların sonuna dayanır. Zira Almanya ilki 1880–1890, ikincisi 1900–1910 yılları arasında olmak üzere işgücü ithal etme yoluyla iki tecrübe yaşamıştır (Sezgin,1992, 47). Almanya'nın yaşadığı üçüncü işgücü ithal olayı ise II. Dünya Savaşı sonrasındadır. (Akdoğan, 1982, 155; Gökdere, 1978, 104; Canatan, 1990, 13). Bu dönemde Almanya başta olmak üzere, Batı Avrupa ülkelerinin karşılaştıkları işgücü darboğazı, 1960 sonrası kendisini daha çok açığa çıkarmıştır. (Akdoğan, 1982, 155; Gökdere, 1978, 104) 1950'den itibaren hızlanan ekonomik gelişme, Almanya ve Avrupa'nın da yeniden

inşası için ek işgücüne olan talebi ortaya çıkarmış, bu talep doğrultusunda da işgücü göçü başlamıştır (Ramandan, 1999, 119). Bu yıllarda Almanya'nın işgücü ihtiyacı özellikle tarım ve inşaat sektörlerinde daha çok açığa çıkmıştır (Şen, Goldberg, 19). Bundan dolayı Almanya, 1954 yılından başlayarak, işgücüne ihtiyaç duyduğu sektör ve sanayi dallarında ihtiyacını karşılayacak işgücünü dışarıdan yabancı işçiler ile sağlama yoluna gitmiştir (Şahin, 2001, 58). Dolayısıyla Almanya'ya göç eden ilk işçilerin genelde öncelikle talebi yüksek olan tarım ve inşaat sektörlerinde; daha sonra yetenek gerektiren, kol gücüne dayanan işlerde istihdam edilmişlerdir (Kaya, Kentel, 2005, 16)

Türkiye'deki göç hareketliliği de 1950'li yıllarda Almanya ve Batı Avrupa'da başlayan göç hareketlerine paralel bir seyir izlemiştir. Özellikle Türk toplumu için önemli değişiklikleri beraberinde getiren çok partili hayatın yaşama geçtiği 1950'den itibaren iç göç hız kazanmıştır. Yüzyıllar boyunca tarıma, toprağa bağlı bir hayat süren Anadolu köylüsü, bu yıllarda kırdan kente akan yoğun bir iç göç yaşamaya başlamıştır (Özdemir, 1992, 7). O güne kadar böyle bir göç olayına yabancı olan Türk toplumu, on yıl sonra gelecekte Türk ekonomisi ve toplumu üzerinde sosyo-ekonomik, kültürel ve siyasi etkileri tartışılacak dış göç kavramıyla karşılaşmıştır.

Almanya'ya ilk Türk işgücü 1960 öncesinde olmasına rağmen, (Akaya, 1992, 39-40;) 1960 sonrası küçük ölçekte başlayan ve daha sonra hız kazanan işgücü göçünün boyutları ve etkileri geçmiş yıllara göre çok farklı boyutlarda olup etkisinin günümüzde de artarak devam etmesi, Almanya'da Türk işgücü göçünün genelde 1960 sonrası ele alınarak analiz edilmesine yol açmıştır (Uslu, 1999, 47). Gerçekten de Türkiye'den Almanya'ya işgücü göçü kitlesel olarak 1960 sonrası başlamıştır. Bunda Berlin Duvarının örülerek Almanya'nın ikiye bölünmesiyle kalifiye işçi akımının önünün kesilmesinin de çok önemli etkisi olmuştur (Zarif, Goldberg vd., 1995, 10; Booth, 1985). Bu gelişme, o dönemlerde Federal Almanya adıyla anılan Almanya'yı Türkiye'nin de içinde bulunduğu başka ülkelerden işgücü talep etmek zorunda bırakmıştır.

Almanya'nın Türkiye'den işçi talebi sonrası yurtdışına işgücü gönderilebilmesi için 1961 Anayasasında, Türk vatandaşlarının dış ülkelerde çalışabilmesini sağlayan düzenlemeler gerçekleştirilmiş, Anayasa'nın 18. maddesiyle Türk vatandaşlarının yurt dışında çalışma hakları anayasal olarak tanınmıştır (Kızıloca, 1996, 12; Türkiye Almanya İşgücü Anlaşması, 1970).

Anayasanın söz konusu bu maddesiyle yasal konuma kavuşan Türkiye'nin Almanya'ya işgücü göç serüvenine bakıldığında, işgücü göçünün 30 Ekim 1961'deki Almanya ile Türkiye arasındaki işgücü anlaşmasına dayandığı görülür. Bu anlaşmayla Türkiye'den Almanya'ya işgücü göçü, başlangıçta iki yıla sınırlı kalacak şekilde planlanarak misafir işçi sıfatıyla gönderilen 2700 işçi ile resmen başlamıştır (Kılıçarslan, 2006, 1; Taşdelen vd., 2000, 3, Aslan, 1996, 4). Bundan dolayı hem Türkler kendilerini hem de Almanlar Türkleri, "geçici işçi" (gastarbeiter) görmüşlerdir (Aslan, 1996, 4). Bu anlaşma kapsamında önceleri, çağrılan kadın ve erkek işçilerin yalnızca bir iki yıl kalıp (rotasyon ilkesi) sonra onların yeni geleceklerin alacağı düşünülmüş olmasına rağmen, zaman içinde bu yöntemin, ekonomik açıdan elverişsiz olduğu görülmüştür. Onun için işçiler, her ne kadar süre kısıtlaması olsa da Almanya'da daha uzun bir süre ikamet etmeyi düşünmüşlerdir. (Spohn, 1996, 125)

Başlangıçta geçici işgücü göçü olarak algılanan olay, 1970'lerin başında bir duraksama gösterse de göçün niteliği 1973'den sonra değişmeye başlamıştır. Yabancılar yasasında yapılan beklenmedik ve plansız düzenlemeler ile aile birleşmelerine izin verilmiştir. Bu gelişme Almanya'ya işgücü göçünün amaç ve boyutunu değiştirmiş, eş ve çocukların yanlarına alınıp yerleşik aile şekline dönüşmenin de önünü açmıştır (Uslu, 17; Cassina, 199, 75; Şen, Akkaya, vd.,1999, 16; Kostaryano, 2000, 27; Perşembe, 2005, 68). Dolayısıyla bir süre çalışıp güvenli bir gelecek için gerekli birikimi oluşturduktan sonra yurda dönmek niyetiyle Almanya'ya giden Türkler, buldukları ülkelerde daha uzun süreler kalmaya ve giderek bu ülkelerde yerleşmeye başlamışlardır. Böylece binlerce geri dönmeyi düşünen Türk vatandaşı, Almanya'da ev ve arsalar alarak, işyerleri açarak kalmışlardır (Yalçın, 2002, 3). Bu gelişme Almanya'daki Türk nüfusun demografik yapısını da hızlı bir biçimde değiştirmiştir. O günlere kadar erkek ağırlıklı olan göç, ailelerin birleşmesiyle birlikte kadın ve çocukların da yoğun olarak

Almanya'ya göç etmelerini sağlamış, kadın ve çocuk nüfusta da çok büyük artış olmuştur (Kızılocak, 1996, 13). Aile birleşmeleriyle birlikte Türk nüfusun hızlı biçimde artması Türkleri, Almanya'da en büyük azınlık konumuna getirmiştir (Şen, Goldberg, 2002, 19). Dayanışma ve çeşitli ihtiyaçlarını rahatça giderebilmek için bir arada yaşama isteği ise, Türklerin yoğun olarak yaşadığı mahalleler ve kentler ayrımını doğurmuş, Türk varlığını daha keskin hatlarla ortaya koymuştur (Yalçın, 2002, 3).

Almanya'da Türkler ile ilgili diğer iki önemli gelişme de, Türk gençlerinin eğitim seviyelerindeki artışın iş tercihlerine yansması ve Almanya kültürüyle yetişen yeni neslin dil sorununu çözmesi olmuştur. Eğitimli ve Alman vatandaşı olan Türk gençleri, Alman bürokrasisinin kapılarını zorlamış, dil sorunu olmadığından kültürel uyumda önemli mesafeler almışlardır. Almanca iletişim, yazma, tiyatro, plastik sanatlar ve müzik ile profesyonel olarak uğraşmaya başlamışlardır (Koçak, 28, Yalçın, 2002, 3).

Almanya'da yerleşerek kalmaları önceleri düşünülmeyen Türklerin, Alman toplumuna uyum sorunları ve kendi kültürlerini devam ettirmeyle ilgili sorunları hemen hemen hiç ele alınmamış ya da yeterince önem verilmemiştir. Ancak geri dönme fikrini belirsiz bir geleceğe erteleyip ailelerini yanlarına almaya başladıklarında sorunları daha da belirginleşmiş, üzerinde durulmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır (Yalçın, 2002, 3).

Türklerin Almanya'da yerleşmeye karar vermesiyle birlikte, sosyal ve politik tutumlarında da belirgin değişiklikler ortaya çıkmasıyla tasarruflarını Almanya'da değerlendirme eğilimi güçlenmiştir. Daha önceki yıllarda Türkiye'de bir konut edinmek Türkler için önemli bir hedefken, değişen anlayış sonucu Almanya'da bir konut satın almak öncelikli hedef olmuş ve yatırımlarını da Almanya'ya yapmaya başlamışlardır. Türklerin yatırımları içerisinde ise girişimcilik önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Girişimci Türklerin sayısındaki artışla birlikte Türklerin Almanya'daki önemi ve vizyonu da değişmeye başlamıştır. Alman vatandaşlığı hakkını da kazanan ikinci ve üçüncü kuşak Türklerin, Almanya'da kalıcı hale gelmeleri ise, bu kuşakların Türkiye'ye olan kültürel ve politik ilgisini azaltmakla kalmayıp maddi bağlarında da önemli bir kopuşa yol açmıştır (Koçak, Kılınç, 1997, 27; Kızılocak, 1996, 16).

2.2. ALMANYA'YA GÖÇÜN TEMEL NEDENLERİ

Göçe yol açan başta ekonomik olmak üzere sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasi çeşitli nedenler söz konusudur. Yakın zamanlarda yaşanan göç olayları ise, toplumların ekonomik yapısı ile yakından ilgilidir (Yasa, 1979, 1). Tarihte büyük ölçekli göçler genellikle savaş gibi siyasal nedenlerden kaynaklanmıştır. II. Dünya savaşından sonra yaşanan göç hareketlerinin altında ise ekonomik nedenler bulunmaktadır (Uslu, 1999, 19; Durugönül, 1996, 95). İşgücü göçü, değişik yaklaşım ve nedenlere bağlı olarak açıklanabildiğinden İşgücü göçünü sadece bir ya da birkaç nedene bağlamak doğru değildir. Aslında bu kuram ve nedenlerin hepsinin iş gücü göçünde payı olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenler işgücü gönderen ülkenin politikasına, işgücü alan ülkenin beklentisine ve işgücü olarak göç eden kişinin düşüncelerine göre farklılık gösterse de bunların tümü, işgücü göçünün nedenlerini oluşturur. İşgücü göçü bazı çalışmalarda, modernleşme, ekonomik, ailevi ve sosyo-politik nedenler şeklinde incelenmekle birlikte, (Gezgin,1994, 17–19; Şahin, 2001, 60-61; Perşembe, 2005, 64; Göksu, 2005, 45) genel olarak göç olayının temelinde şu nedenlerin var olduğu anlaşılmaktadır (Gezgin, 1994, 87-89):

- **İşgücü açığını kapatmak:** İşgücü alan ülkelerin en önemli amacı, ülkelerinde mevcut işgücü eksikliğini gidermek, ekonomilerini atıl kapasiteden kurtarmaktır. Göç alan ülkeler işgücü açıklarını sadece nicelik olarak değil nitelik olarak da kapatmak amacıyla işgücü almaktadırlar.
- **Ucuz işgücü temini:** İşgücü alan ülkeler, işgücü ithaliyle yerli işgücüne oranla düşük ücretle çalışan bir işgücüne sahip olmak istemektedirler.
- **Ağır – Tehlikeli ve Düşük Statülü İşlerde Çalıştırma:** Gelişmiş ülkelerde yerli işçiler ağır, tehlikeli veya insan onuruyla bağdaşmayan işlerde çalışmamaktadırlar. Çünkü gelişme seviyeleri yükseldikçe bu işlerde kaçmaktadırlar. Çalışanlar ise çok yüksek ücretle çalıştıklarından ücret dengesini bozmaktadırlar. Dolayısıyla bu tür işlerde yabancı işçiler çalıştırmaktadır.
- **Emek – Yoğun Teknolojiyle Çalışan İşletmeleri Korumak:** Kendini yenileyememiş, emek-yoğun ağırlıklı teknolojileri kullanan küçük sermayeli işletmeler, en çok yabancı işgücüne ihtiyaç duyan işletmelerdir. Bu tür

işletmelere yerli işgücü tarafından pek fazla tercih edilmemesi yabancı işgücüne olan talebi artırmaktadır.

- **Farklı Bölge ve İşlerde İstihdam Edilmeye Yatkınlık:** Yabancı işgücü, yerli işgücüne göre farklı bölge ve işlerde istihdam edilmeye daha yatkındırlar. Çeşitli bölgelerde ve geçici işler yapmak zorunda olan işletmeler için yabancı işgücü önemli bir çözüm aracı olarak görülmektedir.
- **Sorun yaratmama:** Yasal direnme hakkı, siyasi baskı gücü ve güvencesi olmayan yabancı işçi işyerindeki yönetimine sorun çıkarmaz. Yabancı işçilerin sendika tarafından korunmamaları da işverenin sorunlardan uzak kalmasını sağlar.

İşgücü göçü veren ülkeler ile işgücü göçü alan ülkelerin bu göçlerden beklentileri farklıdır. Ayrıca göç olgusunu yaşayan birey açısından da farklı nedenler söz konusudur. Bu bakımdan Almanya'ya Türk işgücü göçünün nedenlerini, Türkiye açısından, Almanya açısından ve göç edenler açısından olmak üzere üç boyutta incelemek yararlı olacaktır.

2.2.1. Almanya Açısından Göçün Nedenleri

Almanya'ya işgücü göçü, hızla endüstrileşen bölgelerin yanı sıra ekonomik güçlükler içinde bulunan bölgelerde sosyal ve ekonomik yaşam koşullarının iyileştirilmesi ihtiyacının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Şahin, 2001, 58). Almanya'nın da dahil olduğu endüstrileşmiş batı ülkeleri yabancı işçi istihdamını, mevcut üretim kapasitesini değerlendirmek ve kapasiteyi artırıcı yeni yatırımlara yönelmek için gerekli görmüşlerdir (Gökdere, 1978, 104). Almanya açısından farklı araştırmalarda işgücü göçü için farklı nedenlerin ortaya konulduğu görülmektedir. Gökmen çalışmasında (1972) Almanya açısından işgücü göçü nedenlerini şöyle sıralamaktadır (Gökmen, 1972, 234):

- Sermaye-İşgücü-Teknoloji zincirinde demografik yapıdan kaynaklanan işgücünün sayısal yetersizliği üretim/istihdam dengesinin bozulmasına neden olmuştur. Bozulan bu dengede ülkeler ekonomi için gerekli olan işgücü ihtiyacını “yabancı işgücü” ile karşılama yoluna gitmişlerdir.

- Yabancı işgücü kullanımı üretimi artıracığından ulusal sermayeyi de arttıracaktır.
- Göç alan ülke, kendi işçilerine yüksek ücret ve daha iyi imkanlı işlerde çalışma ortamı yaratacaktır.
- Ucuz işgücü istihdamı işverenlerce talep edildiğinden ücretler kontrol altına alınacaktır.
- Yabancı işçinin tüketim isteği iç piyasadan karşılanacağı düşünülerek tüketim özendirilecek ve ekonomi canlı tutulacaktır.
- İki büyük savaşın yarattığı “saldırgan Almanya” imajı giderek silinmeye yüz tutmuştur. İşgücü ithal ettiği ülkelerle her türlü diyalogu geliştirebilen Almanya küçümsenmeyecek ölçülerde itibar kazanabilmiştir.
- Bir zamanlar Almanya için söylenmiş olan “Ekonomik Dev, politik cüce” sözü giderek geçerliliğini yitirmiş, Almanya ekonomik ve teknolojik gücüne denk sayılabilecek siyasi nüfuz kazanmıştır.
- Göçmen işçiler ucuz işgücü olduğundan ücretlerin artmamasını sağlamaktadırlar.
- Almanya gelen işgücüne hiçbir yatırım yapmayarak büyük avantaj sağlamış olacaktır.

Dış göçün Almanya’ya sağladığı yararlar açısından da işgücü göçünün nedenleri şu şekilde özetlenebilir (Turan, 1997, 1; Bostanoğlu, 1987, 100, Gitmez, 1983, 94-95):

- İstemediği zaman atabileceği ve bu şekilde daha az sorun yaşayabileceği aktif hazır işgücü imkânı sunar.
- Ucuz işçilik dolayısıyla iç piyasada ücretlerin aşırı artmasını önleyici işlev görürler. İşçi sayısının boş iş sayısından fazla olduğu durumda aşırı ücret artışının önüne geçilmesini sağlarlar.
- Yerli işgücünün kabul etmediği, çalışmak istemediği pis, tehlikeli, ağır ve kirlili, az statülü ve düşük ücretli işlerde çalıştırılarak önemli bir boşluğu doldururlar.
- Göç alan ülke, bir kişinin çalışma yaşı olan 18–20 yaşına kadar bu göçmen işçilere yatırım yapmadığından önemli ve büyük bir ekonomik külfetten kurtulmuş olur.

2.2.2. Türkiye Açısından Göçün Nedenleri

Göç, az gelişmişliğin kısır döngüsünü, hiç olmazsa bireysel düzeyde, küçük düzeyde kırabilmenin bir yoludur. Kimi durumlarda bu kısır döngü, gelir ve tasarrufu artırdığı için olumsuz bir etki yapar. Türkiye'den işgücü göçü de Türkiye'nin ekonomik yapısından kaynaklanan sosyo-ekonomik etkileri bakımından incelenmesi gereken bir süreçtir (Yasa, 1979, 1). Türkiye'den Almanya'ya işgücü göçü nedenleri irdelendiğinde, nüfus yapısında arzulanan değişimlerin sağlanması gibi demografik; döviz girdilerinde artış olması gibi ekonomik; yetişmiş insan gücü açığının kapatılması gibi sosyo-kültürel; işsizlik baskısının önlenmesi gibi sosyo-ekonomik nedenlerin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Ayrıca sosyal güvenlik sistemi, endüstrileşme ile ilgili uygulamaya konulan devlet politikaları, siyasi düşünce (iltica-sığınmacılık) gibi sosyo-politik nedenler de Türkiye'den Almanya başta olmak üzere diğer ülkelere göçün nedenleri arasında sayılmaktadır (Gezgin, 96-100; Kağıtçıbaşı, 1985, 103-123, Çiçekli, 1998, 28-29; Simpson, 1984, 158; Perşembe, 70; Sezer, Gökalm, 1998, 58-59).

Bu nedenler göçte etkili olmakla birlikte esas olarak göçe yol açan gelişme, işgücü fazlası bulunan Türkiye'den Almanya'nın işgücü talebinde bulunulması olmuştur (Şahin, .2001, 59). Dolayısıyla Türkiye'nin yurt dışına işgücü arzında, en büyük itici faktör, ülkedeki yapısal işsizlik etkili olmuştur (Apak, 1993, 12). Bu nedenle Almanya'nın işgücü talebini değerlendiren Türkiye, ülkedeki işsizliği düşürmek ve yurtdışına işçi göndererek döviz gelirlerini artırmak amacıyla yurtdışına işçi göçüne olumlu bakmış ve göçü desteklemiştir.

Bu bağlamda Türkiye'den Almanya'ya göçte, yukarıda sayılan nedenleri kapsar şekilde başta ekonomik nedenler olmak üzere, siyasal, kültürel, dinsel, bireysel ve ailesel birçok nedenin etkili olduğunu söylemek mümkündür.

Almanya'ya göç eden birey ve ailelerin, ekonomik açıdan refah merdivenlerinin daha üst basamaklarına çıkmalarını sağlayacak fırsatlar yakalaması ve bunun başkaları tarafından gözlenmesi yurt dışına göç beklentisinde artışa yol açmıştır (Martin, 3, 108 ve 123). Dolayısıyla Türkiye'den Almanya'ya göçün temelinde işsizliğe çözüm

düşüncesi, refah arayışı ve ekonomik nedenler olduğu açıktır. Zaten Türk işgücü göçünün temel nedeninin ekonomik olduğu, konuyla ilgili yapılan çalışmalarda ortaya konulmuştur (Gezgin, 1994, 101; Türkdogan, 1984, 153-154).

Ersel (2002, 62) yaptığı çalışmada; Türklerin göç nedenleri bakımından kararlarında etkili olan öncelikleri belirlemiştir. Bu araştırmaya göre, Türklerin yurtdışına işgücü göç nedenini %62,4 geçim sıkıntısı, %13,4 para biriktirme, %11,4 iş kısıtlılığı, %10,2 eğitim ve diğer nedenler ile %8'ini de borçlarını ödemek şeklindedir (Ersel, 2002, 62). Bu araştırma sonuçlarından anlaşıldığı gibi, genelde yapılan tüm araştırmalarda işgücü göçünün temel nedeni ekonomiktir. Bu bağlamda kişiler, iş bulmak, daha iyi şartlar içinde çalışmak veya kendilerine, ailelerine daha iyi yaşama imkânları yaratmak amacı ile göç etmek istemektedirler (Şahin, 2001, 59). Bu istek, bugün bile Almanya'ya göç isteğinin altında yatan en öncelikli nedendir.

Ülkeler arasındaki gelir farklılıkları da işgücü göçünde itici bir faktör olmuştur. Yurtdışında çalışanların elde edecekleri gelirlerini Türk parası cinsinden değerlendirmelerinin cazibesi, gelir farklılığını ortaya çıkarmıştır. Almanya'ya ya da diğer Avrupa ülkelerine giden Türk işçiler her ne kadar orada aldıkları ücretlerin o ülke şartlarına göre cazip olmadıklarını görseler de, kazanılan ve tasarruf edilen gelirin Türkiye'ye aktarılmasıyla sağladıkları tasarruf cazibesi, bu faktörlerin etkisini sürekli kılmıştır (Gezgin, 1994, 101). Devlet Planlama Teşkilatının (DPT) belirlediği işgücü ihracı ile ilgili hedeflerde de, Almanya'ya gönderilen işgücünün Türkiye'deki işsiz sayısının azalması, vasıfsız elemanların dönüşlerinde vasıflı olarak dönmeleri, ülkeye döviz kazandırması gibi amaçlar sıralanmıştır (Sezgin, 1992, 47).

İş ve İşçi Bulma Kurumu (İİBK) işgücü göçünü, yurtiçindeki istihdam edilebilir ancak yurtiçinde istihdam edilmesi imkânı bulunmayan nüfusun yurtdışına gönderilerek istihdamda etkinliğin sağlanması şeklinde değerlendirmiştir. Dolayısıyla İİBK açısından işgücü göçü aynı zamanda bir istihdam politikası olarak da benimsenmiştir (Unat, 1976, 6-7). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yurt dışına işgücü gönderme işsizliğe çözüm önerisi olarak konulmuştur. Ekonomik ve demografik yapıdan kaynaklanan yurt içi istihdam sorununa geçici çözüm ve ekonominin büyümesi için gerekli yetişkin

işgücünün istihdam öncesi ve hizmet içi eğitim maliyetlerinin bir bölümünü işgücü alan ülkelerce karşılanması bu hedefler içinde yer almıştır (Ege, 1982, 51). Bu açıklamalar kapsamında, Türkiye açısından işgücü göçünün temel nedenlerini şu şekilde özetlemek mümkündür (Özel İhtisas Rapor, DPT, 2001, 1; Apak, 1993, 11-13; Gezgin, 1994, 107-108; Ersun vd, 1996, 21)):

- Dış göç Türkiye açısından işsizliğe bir süre çare olarak görülmüştür ve işsizlik baskısını azaltacağı umulmuştur.
- Dış ülkede kazanılan gelirin önemli bir bölümünün ülkeye geri döneceği beklentisinden dolayı ülkelerin dış ödemeler dengesindeki açıkların kapatılmasında bir çözüm olarak görülebilir. Türkiye'deki işgücü fazlasının yanı sıra aynı yıllarda hissedilen döviz sıkıntısı da yurt dışı istihdamın özendirilmesinin başlıca nedenleri arasında yer almıştır.
- Türkiye'ye göç eden işçiler aracılığıyla teknik bilgi ve görgü transferi hızlanacaktır.
- İşçilerin gönderdiği paralarla sanayi sektöründe canlılık yaşanacaktır.
- İşçi tasarruflarının ülkeye dönmesi ile ekonomide canlılık sağlanacak ayrıca dış borç yükünün azalmasına katkı sağlayacaktır.
- Ülkenin ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal gelişmesini hızlandıracaktır.

Türk işgücü göçünün literatürde pek rastlanmamakla birlikte bir nedeni de 1950'lerden itibaren hızlanan ülke içinde köyden şehre göç olgusudur. Yurtdışına göç, kır-kent göçünün yoğun olarak yaşandığı bir döneme rast gelmiştir (Gezgin, 1994, 103).

Yukarıda sayılan nedenlerden farklı bir neden de batılaşmadır. Özellikle 27 Mayıs 1960 darbesini yapan cuntanın, işgücü göçü yoluyla batılılaşmayı hızlandırmak istemesini de Türkiye'nin işgücü göçünde etkili bir faktör olarak değerlendiren araştırmalar bulunmaktadır (Karagöz, 2001, 20–21).

2.2.3. Göç Edenler Açısından İşgücü Göçünün Nedenleri

Göçün nedenlerine göç eden kişiler açısından bakıldığında birden çok neden sayılabilir de kişiler açısından da göçte en etkili neden, ekonomiktir. Türkiye'de

kalındığında mesleki açıdan ve gelir düzeyi yönünden dikkate değer ilerlemeler yapılamayacağı kanısı, beklili de işgücü göçüne dayanak oluşturan en temel nedendir (Gökdere, 1978, 128). Ancak göç eden kişiler açısından da birden çok neden söz konusudur. Buna göre göç eden kişiler açısından göçün nedenlerini diğer nedenlerle birlikte aşağıdaki gibi maddeler halinde sıralanabilir (Yılmaz, 2001, 13):

- Gelir düşüklüğü ve hayat standartlarını yükseltmek,
- İşsizlik sorununa karşı, göç etmeyi bir çıkış yolu olarak görmek,
- Yeni bir meslek sahibi olmak
- Yetersiz eğitim, toplumsal hazımsızlık
- Yurt dışında yaşanan aile fertlerinin ve yakınların çağrısı,
- Bir takım menkul ve gayrimenkulleri satın alabilmek
- Eğitime uygun iş bulamamak.
- Yapılan işin takdir edilmemesi.
- Kötü çalışma koşulları.
- Araştırma yapamamak.
- Siyasal sorunlar (etnik dışlanma, siyasal istikrarsızlık, vb.).
- Yolsuzluklar.
- Kısa bir süre için bile olsa gelişmiş bir endüstri ülkesinde kalmanın kişinin bilgi ve görgüsünü artıracacağı, yeni teknik ve mesleki beceriler kazandıracacağı konusundaki düşünceye sahip olma (Abadan-Unat, 1976, 21).

Dış göçte cinsiyet açısından da farklı nedenler söz konusudur. Erkek işçilerin göç nedeni, tasarruflarıyla dönüşlerinde; konut, otomobil, işyeri, meslek araç ve gereçleri satın alma ve geleceği garantileme isteğidir. Kadın işçiler ise, tasarrufun yanında saygınlık sağlayan bir takım nesnelere satın almak, para biriktirmek, toplumsal baskılarından kurtulmak, bağımsız yaşamak, istedikleri gibi giyinip gezmek, eşinin yanında bulunmak gibi nedenlerle göç etmişlerdir (Gökmen, 1972, 235). Bütün bunlardan başka siyasi, ailevi, eğitim (öğrenciler) gibi nedenlere bağlı olarak gelenler ile merak ve macera için Almanya'ya göç edenler de olmuştur. (http://www2.igmetall.de/homepages/kiel/file_uploads/altersarmuttr.doc,10.12.2006,15)

2.3. ALMANYA'DA YAŞAYAN TÜRKLERLE İLGİLİ SAYISAL BİLGİLER

Yurtdışında yaşayan Türklerden söz edildiğinde ilk akla gelen ülke Almanya'dır. Bu nedenle gerek bu ülke ile ilgili, gerekse bu ülkede yaşayan Türk vatandaşlarıyla ilgili sayısal bilgiler, bu çalışmanın değerlendirilmesinde yararlı olacaktır.

2.3.1. Demografik Bilgiler

Almanya'da Türklerin ortalama hane büyüklüğü 4 kişiden oluşurken, toplam hane sayısı 2002'de 660.000; 2005'de ise 680.000 olarak ortaya çıkmaktadır. Hanede ortalama çalışan sayısı 1.25'dir. Hane başı gelir ise 2.020 euro olarak hesaplanmıştır. Bu gelirin 2002'de 1.661 euro'luk kısmı tüketim harcamalarına ayrılırken, 359 euro'luk kısmı tasarrufa yönlendirilirken; 2005'de 1740 euro'luk kısmı tüketim harcamalarına, 280 euro'luk kısmı tasarrufa yönlendirilmektedir(Almanya'da ve Diğer AB..., Ekim 2003, 13; <http://www.tisk.org.tr/yayinlar.asp?sbj=ic&id=2160>, 04.04.2007). Türk Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın 2004 yılı verilerine göre Almanya'nın 82.509.404 olan nüfusu içerisinde 7.334.765 yabancı bulunmaktadır. Bu yabancı nüfusun 1.877.661'i ise Türk'tür. Bununla ilgili bilgiler Tablo 2.1'de verilmiştir. Bu rakamlara göre Almanya'daki nüfus içinde yabancı nüfusun oranı Almanya nüfusunun yaklaşık % 11'ini oluşturmaktadır. Alman olmayan nüfusun içinde Türklerin oranı yaklaşık % 2,2'dir. Tablo 2.1, genel nüfus içinde yabancı ve Türk nüfusun cinsiyete göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 2.1. Almanya'daki Genel, Yabancı ve Türk Nüfus Dağılımı*

	Genel	Yabancı	Türk
Erkek	40.359.619	3.894.684	1.010.836
Kadın	42.149.785	3.440.081	866.825
Toplam	82.509.404	7.334.765	1.877.661

* (31.12.2004 tarihi itibarıyla)

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Sayısal Bilgiler

<http://www.dtm.gov.tr/dtm/upload/D/Notlar/TurkNufus.doc>, 17.02.2007

Almanya'da yaşayan Türk vatandaşlarının cinsiyetlerine ve yaş gruplarına göre dağılımının verildiği Tablo 2.2'de 40 yaş altı nüfusun fazla olduğu, yaşlı nüfusun ise

azalmakta olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca kadın ve erkek nüfusun birbirine yakın olduğu da göze çarpmaktadır. Buradan, aktif çalışma sürelerini tamamlamış Türk vatandaşlarının emeklilik dönemlerini Türkiye’de geçirdikleri söylenebilir.

Tablo 2.2. Almanya’daki Türklerin Cinsiyet ve Yaşa Göre Dağılımları*

CİNSİYET	YAŞ				
	0 - 14	15 – 29	30 – 39	40 – 49	50 ve yukarı
Erkek	225.156	281.484	222.872	89.765	200.102
Kadın	179.038	243.540	164.849	100.333	170.522
Toplam	404.194	525.024	387.721	190.098	370.624

*(31.12.2003 tarihi itibariyle)

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Sayısal Bilgiler
<http://www.dtm.gov.tr/dtm/upload/D/Notlar/TurkNufus.doc>,17.02.2007

Almanya’da yaşayan Türk vatandaşlarının cinsiyete göre dağılıma bakıldığında 2002 verilerine göre %46’sının kadın, %54’ünün erkek olduğu görülmektedir (Almanya ve Diğer AB..., 11).

Almanya’da yaşayan Türk vatandaşlarının nüfus yapısı yaş dağılımına göre incelendiğinde ise 2003 yılı verilerine göre, 18 yaş altında 497.950 (%26.5), 18-25 yaş arası 220.899 (%11.8), 25-40 yaş arası 598.090 (%31.99), 40-60 yaş arası 368.246 (%19.6) ve 60 yaş yukarı 192.476 (%10.2) olduğu belirlenmiştir (Perşembe,2005, 74-75).

2003 yılı sonu itibariyle Almanya’da toplam 7.334.765 yabancı uyruklu kişinin yaşadığı görülmektedir. Bu rakam Almanya nüfusunun yaklaşık %92’ünü oluşturmaktadır. Yabancılar içinde Türkler 1.877.661 kişi ile ilk sırada yer almaktadır. Türkleri 601.258 kişi ile İtalyanlar, 568.240 kişi ile eski Yugoslavya vatandaşları takip etmektedirler. Almanya’da yabancılar içinde en büyük payı oluşturan Türk vatandaşları, toplam Alman nüfusunun yaklaşık % 2,5’ini oluşturmaktadırlar. Almanlardan sonra en büyük topluluk haline gelmişlerdir. Türkler tüm yabancılar içinde %25 gibi bir orana

sahip olmuşlardır. Türklerin göç etmeye başladığı 1960 yılından 2003 yılı sonuna kadar Türkiye'den Almanya'ya nüfus hareketleri Tablo 2.3'de gösterilmiştir.

Tablo 2.3.Almanya'da Türk Nüfusu (1960-2003) Değişimi

Yıl	Sayı	Değişim %	Yıl	Sayı	Değişim %
1960	2.700	-	1982	1.580.700	2,2
1961	6.800	151,9	1983	1.552.300	-1,8
1962	15.300	125,0	1984	1.425.800	-8,1
1963	27.100	77,1	1985	1.400.400	-1,8
1964	85.200	214,4	1986	1.425.721	1,8
1965	132.800	55,9	1987	1.481.369	3,9
1966	161.000	21,2	1988	1.523.678	2,9
1967	172.400	7,1	1989	1.612.632	5,8
1968	205.400	19,1	1990	1.694.649	5,1
1969	322.400	57,0	1991	1.779.586	5,0
1970	469.200	45,5	1992	1.854.945	4,2
1971	652.800	39,1	1993	1.918.395	3,4
1972	712.300	9,1	1994	1.965.577	2,5
1973	910.500	27,8	1995	2.014.311	2,5
1974	1.027.800	12,9	1996	2.049.060	1,7
1975	1.077.100	4,8	1997	2.107.426	2,8
1976	1.079.300	0,2	1998	2.110.223	0,1
1977	1.118.000	3,6	1999	2.053.564	-2,7
1978	1.165.100	4,2	2000	1.998.534	-2,7
1979	1.268.300	8,9	2001	1.947.938	-2,5
1980	1.462.400	15,3	2002	1.912.169	-1,8
1981	1.546.300	5,7	2003	1.877.661	-1,8

Kaynak: Federal İstatistik Dairesi Türkiye Araştırmalar Merkezi; Ayhan Kaya, Ferhat Kentel, Euro – Türkler Türkiye ile Avrupa Birliği Arasında Köprü mü, Engel mi?, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, Ağustos 2005, s.17; **Bundesamt** Für Migration und Flüchtlinge, 2004, p.75; Perşembe, a.g.e., 2005, 72.

Tablo 2.3'den de görüldüğü gibi; 1960 yılında 2700 kişi ile başlayan Türklerin Almanya'ya göçü 1998 yılında 2.110.223 kişi ile zirveye ulaşmıştır. 1960 ve 1970'li yılların başında Türkiye'ye dönme özlemi içinde olan Türkler 1973 yılında çıkartılan yasa ile aile birleşmelerinden en çok yararlanan topluluk olmuştur. Bu yasal düzenleme Türklerin Almanya'da kalıcı olmalarını sağlayan etkenlerden birisidir. Artık eşlerini ve çocuklarını yanlarına alan Türklerin gelecek planlarını Almanya üzerine yapmalarına neden olmuştur. Alman Hükümetinin teşvikleri neticesinde 1983, 1985 arası Türk

vatandaşları arasında geri dönüş başlamıştır. Bu yıllarda Almanya'daki Türk nüfusunda eksilmeler görülmüşse de 1986 yılından 1999 yılına kadar artış devam etmiştir. 1999 yılından itibaren ise Almanya'daki Türk nüfusunda eksilmeler başlamıştır. Bunun en büyük nedenlerinden birisi Türk Hükümetinin de teşvikiyle Türk vatandaşlarının Alman vatandaşlığına geçmeleridir.

Tablo: 2.4. Almanya'daki Yabancıların İkamet Süresine Göre Dağılım (31.12.2002)

İkamet süresi	Türk	Oran %	Yabancı	Oran %
1 yıl altı	36.222	1,9	355.582	4,8
1 - 8	378.153	19,8	2.111.787	28,8
8-15	456.431	23,9	1.851.530	25,2
15-20	171.577	9,0	536.009	7,3
20 yıldan fazla	869.786	45,5	2.480.684	33,8
Toplam	1.912.169	100	7.335.592	100
Ortalama ikamet süresi		18,4 yıl		15,6 yıl

Kaynak: Federal İstatistik Dairesi Türkiye Araştırmalar Merkezi

Almanya'daki Türklerin % 50 ye yakın bir kısmı, 20 yıldan daha fazla bir süredir Almanya'da yaşamaktadırlar. Tablo 2.8'de görüldüğü gibi; 1980 li yılların sonlarına kadar diğer yabancı ülke vatandaşlarına göre Türklerin ikamet sürelerinin arttığı, daha sonraki yıllarda ise Türk nüfusunun yabancılara göre azaldığı görülmektedir. Özellikle 2000'li yılların başında Türk nüfus ciddi olarak azalmaya başlamıştır. Bunun en büyük nedeni, son yıllarda Türklerin Alman vatandaşlığını tercih etmelerinin yanında evlilik yoluyla göçün azalmasıdır.

2.3.2. İstihdam Bilgileri

Türkiye Araştırmalar Merkezi tarafından Almanya'daki Türklerin durumları ile ilgili olarak en son yapılan temsili nitelikteki araştırma kapsamında, 2.014 Türk hanesi ve ayrıca 1.054 Türk girişimci ile görüşmeler yapılarak bu kesimin nicel gelişimi ile ilgili yeni verilere ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Almanya'da yaşayan her üç Türk'ten biri istihdam edilmektedir. Dolayısıyla Alman çalışma yaşamına dahil edilen toplam Türk sayısı yaklaşık 832.000 kişidir. Bu durum Türk nüfusun genç bir nüfus

olmasıyla yakından ilgilidir. Türkler arasında çalışan nüfusta kadınların payı erkeklere göre oldukça düşüktür. Sosyal sigortalı çalışan Türkler arasında kadınların payı % 30 civarındadır (Almanya’da Türkler, Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen, 2000, <http://www.byegm.gov.tr/yayinlarimiz/ANADOLUNUNSESI/164/T20.htm>, 01.03.2007.)

Tablo 2.5. 1991-2005 Yılları Arasında Almanya’da Çalışabilir Yaştaki Nüfus

Yıl	Değişim %
1991	-
1994	-0,9
1997	-1,1
2005	-3,9
1991-2005	-5.9

Kaynak: 2000’li yıllarda Almanya’da Türkler, s.25.

Nüfustaki bu gerilemenin en kaygı verici etkisi, işgücü sayısında ortaya çıkmaktadır. Almanya’da çalışabilir nüfusun yaşlanması, gelecek yıllarda işgücü piyasasında ciddi sorunların ortaya çıkacağına da bir göstergesidir. Yapılan tüm hesaplamalar diğer Avrupa ülkelerine kıyasla Almanya’nın nüfus gerilemesinden en çok etkilenen ülke olacağını göstermektedir. İki Almanya’nın yeniden birleşmesi de bu gelişme üzerinde etkili olamamıştır (Zarif, Goldberg, 1995, 25).

Tablo 2.6. Almanya’da Çalışan Türklerin Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımı(30 Haziran 2004 İtibariyle)

Yaş Grubu	İşçi Sayısı		
	Erkek	Kadın	Toplam
20 yaşın altında	9.007	7.071	16.078
20-25 yaş arası	36.809	23.035	59.844
25-30 yaş arası	56.994	22.770	79.764
30-35 yaş arası	67.103	23.768	90.871
35-40 yaş arası	61.064	20.682	81.746
40-45 yaş arası	43.306	16.462	59.768
45-50 yaş arası	23.747	10.736	34.483
50-55 yaş arası	11.230	10.601	21.831
55-60 yaş arası	15.991	7.197	23.188
60-65 yaş arası	7.743	2.010	9.753
65 ve daha üstü	660	313	973
Toplam	333.654	144.645	478.299

Kaynak: <http://www.dtm.gov.tr/dtm/upload/D/Notlar/TurkNufus.doc>, 22.02.2007.

2004 yılı itibariyle Almanya'da yaşayan toplam 1.877.661 Türkün ancak % 25 i çalışmaktadır. Almanya'da bulunan erkek nüfusun % 33 ü çalışmakta iken kadın nüfusun ancak %17 si çalışmaktadır. Almanya'da Türk işgücü Tablo 2.10'da görüldüğü gibi, iş hayatına genellikle 20 yaşın üzerinde başlamakta; 50'li yaşlara gelince ise çalışan sayısı azalmaktadır. Tablo 2.7, Almanya'da çalışan sigortalı işçilerin sektörlere göre dağılımı ve sektörlerdeki payını göstermektedir.

Tablo 2.7. Sigortalı Olarak Çalışan Yabancıların 31.12.1992 Tarihi İtibariyle Sektörlere Göre Dağılımı

Ekonomi Alanı	Toplam	% Yabancı İşçiler Toplamı	Türkler	Türklerin yabancılar içindeki % oranı
İmalat Sanayi	957.251	48.7	387.900	40.5
Hizmet Sektörü	437.509	22.2	104.657	23.9
Ticaret	178.932	9.1	46.450	25.9
İnşaat Sektörü	161.952	8.2	41.603	25.6
Taşıma ve haberleşme	89.141	4.5	25.182	28.2
Yerel Kurumlar Sosyal Sigorta	51.002	2.5	11.023	21.6
Enerji, su işleri madencilik sektörü	29.442	1.4	20.332	69.0
Özel Bütçeler	24.579	1.2	5.355	21.7
Tarım ve Ormancılık, hayvancılık ve balıkçılık sektörleri	19.689	1.0	5.394	27.3
Kredi enstitüleri ve sektörleri	17.312	0.8	1.959	11.3
Toplam	2.119.600	100.0	647.919	30.5

Kaynak: 2000'li yıllarda Almanya'da Türkler, s.48.

Tablo 2.7'de yabancı çalışanların % 49'unun imalat sektöründe faaliyet gösterdiğini, bunlar içinde Türklerin %40,5'lik pay ile en büyük grubu oluşturduğunu göstermektedir. İmalat sektöründen sonra Türklerin en fazla görüldüğü sektör hizmet sektörüdür. Türklerin en yoğun olduğu üçüncü alan ise ticarettir. Tablo 2.7'deki verilerde dikkat çeken bir konu da; enerji, su işleri ve madencilik sektöründe

çalışanların % 69 gibi büyük bir oranının Türklerden oluşmasıdır. Tablo 2.8, Alman ve yabancılar arasındaki ücret farklılıklarını göstermektedir.

Tablo 2.8. Alman ve Yabancılar Arasındaki Ücret Farklılıkları

Geldikleri Ülke	DM olarak ücreti	Almanya'da ortalama ücret % olarak
Almanya	4.189	100
Türkiye	3.064	73
Eski Yugoslavya	3.386	81
Yunanistan	3.190	76
İtalya	3.077	73
İspanya	3.127	75
Diğer yabancılar	3.195	76

Kaynak: 2000'li Yıllarda Almanya'da Türkler, s.51

Tablo 2.8'de görüldüğü gibi, Türklerin büyük bir kısmı imalat sanayi, inşaat ve madencilik gibi ağır iş kollarında çalışmalarına rağmen yabancı işçiler içinde en düşük ücreti almaktadırlar. Türk işçilerinin eğitim seviyelerinin düşük olması ve kalifiye olmamaları, Türk işçilerin düşük ücret almalarında en önemli faktör olarak görülmektedir. Almanya'da istihdam olunan Türkler, ödedikleri vergiler yoluyla bu ülkede sosyal dengenin sağlanmasına önemli katkılar bulunmaktadır (Canpolat, 1995, 131).

Bazı Avrupa ülkelerindeki Türklerin işsizlik oranlarına bakıldığında, en yüksek işsizlik oranının Almanya'da olduğu görülmektedir. Tablo 2.9 Almanya ve bazı Avrupa ülkelerindeki Türklerin işsizlik oranlarını göstermektedir.

Tablo 2.9. Bazı Avrupa Ülkelerindeki Türklerin İşsizlik Oranları ve Bu Ülkelerdeki Genel İşsizlik Oranları

Ülke Adı	Türklerin İşsizlik Oranları %	Genel İşsizlik Oranı %
Almanya	23.30	9.60
Fransa	30	9.20
Hollanda	28	4.10
Avusturya	10.75	4.54
Belçika	38	10
İsveç	22.50	4
İngiltere	11.50	3.60
Danimarka	22.40	5.70
İsviçre	8.1	1.90

Kaynak: YALÇIN Cemal, “Çok Kültürcülük Bağlamından Türkiye’den Batı Avrupa’ya Göç”, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt : 26 No: 1, Mayıs 2002. s.57.

Tablo 2.9. da görüldüğü gibi Almanya’da Türklerin işsizlik oranı %23.30’lar seviyesindedir. Almanya’daki Türklerin işsizlik oranı genel İşsizlik oranının yaklaşık 2.5 katıdır. Belçika, Fransa, Hollanda gibi ülkelerde ise Türklerin işsizlik oranı %30’ları aşmıştır.

Almanya’da Türk girişimcilerinin kapasitelerindeki büyümeye rağmen, Türkler arasında işsizlik giderek artmaktadır. Türkler arasında 1979 da % 4,2 olan işsizlik, 1996’da % 24,4’e 2000 yılında % 26,8’e yükselmiştir. İşsizlik oranının yüksekliği eğitim düzeyinin düşüklüğü ve mesleki eğitimin yetersizliği ile açıklanabilmektedir (Perşembe, 2005, 75). Almanya’da uzun süreden beri yaşanan ekonomik kriz de işsizliği had safhaya çıkarmıştır. Türk göçmenler arasında % 30’u aşan işsizlik seviyesine rağmen, Türk işletmelerinin Almanya içindeki faaliyetleri ve yarattıkları istihdam gelecek yıllar için umut vermektedir. (<http://www.tisk.org.tr/yayinlar.asp?sbj=ic&id=2160,04.04.2007>).

2.3.3. Eğitim Bilgileri

Başta Almanya olmak üzere, Batı Avrupa ülkelerinin çalışma yaşamındaki nüfuslarının gerilemesi ve yeterli nüfus artışının olmaması, bu bölgedeki yabancılar yasalarındaki göçmenlerin hak ve hukuki statülerinin geliştirilmesine yönelik olumlu değişimleri hızlandırmıştır. (www.tuerkischebotschaft.de/tr/arsiv/2002/TrKitap2002.pdf eğitim,04.04.2007). Bu değişimlerden en üst seviyede yararlanılabilmesi, söz konusu ülkelerdeki Türk gençlerinin eğitim seviyelerinin yükseltilmesi mümkün olacaktır (Karluk, 2004, 27). 1995 yılı rakamlarına göre Alman üniversitelerinde 16.000 öğrencinin eğitim gördüğü tespit edilmiştir. Bu öğrencilerin içinde kız öğrencilerin oranı % 45 dolayındadır. Meslek okullarına kayıtlı Türk öğrenci sayısında da sürekli bir artış olmuştur (Koçak, Kılınç, 1997, 27). Ancak bu artış belirli bir noktadan sonra düşüşe geçmiştir. 1995-2005 yılları arası Almanya’da mesleki eğitim görenlerin sayıları Tablo 2.10’da görüldüğü gibidir.

Tablo 2.10. Almanya’da Meslek Eğitimi Görenlerin Sayısal Gelişimi (1995-2005)

Yıl	Almanya’da Meslek eğitimi görenler toplam	Meslek eğitimi gören yabancılar	Yabancıların Almanya’daki oranı (%)	Meslek eğitimi gören Türkler	Türklerin Almanya genelindeki oranı (%)	Türklerin yabancılar arasında oranı (%)
1995	1 579 339	121 315	7,7	51 385	3,3	42,4
1996	1 592 227	116 246	7,3	47 568	3,0	40,9
1997	1 622 208	110 165	6,8	44 662	2,8	40,5
1998	1 657 764	104 250	6,3	42 764	2,6	41,0
1999	1 698 329	100 899	5,9	42 013	2,5	41,6
2000	1 702 017	96 928	5,7	39 866	2,3	41,1
2001	1 684 669	92 300	5,5	37 165	2,2	40,3
2002	1 622 441	85 218	5,3	33 171	2,0	38,9
2003	1 581 629	79 205	5,0	30 033	1,9	37,9
2004	1 564 064	72 051	4,6	27 042	1,7	37,5
2005	1 553 437	67 602	4,4	25 092	1,6	37,1

Kaynak: Federal İstatistik Dairesi Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı

Tablo 2.10’da görüldüğü gibi, Almanya’da mesleki eğitim alan Türklerin sayısında ve oranında 1995’den 2005’e doğru sürekli bir düşüş olduğu görülmektedir.

Tablo 2.11. Almanya’da Meslek Öğrenimi Görenlerin Sektörlere Göre Dağılımı
(1995- 2005)

Yıl	Toplam	Endüstri ve Ticaret	Zanaat	Tarım	Kamu Sektörü	Serbest Meslek	Ev Ekono-misi	Deniz Tası-macılığı
Meslek eğitimi gören Türkler								
2001	37.165	18.093	14.035	57	382	4.352	246	-
2002	33.171	15.745	12.185	57	324	4.637	222	1
2003	30.033	14.139	10.864	60	307	4.465	197	1
2004	27.042	12.821	9.718	55	258	3.980	209	1
2005	25.092	12.101	8.984	59	226	3.545	176	1
Meslek eğitimi gören yabancılar								
2001	92.300	43.709	34.994	313	984	11.730	569	1
2002	85.218	39.664	31.477	323	921	12.291	539	3
2003	79.205	36.715	28.561	323	905	12.157	536	8
2004	72.051	33.888	25.817	331	800	10.640	563	12
2005	67.602	32.211	24.205	349	745	9.584	494	14
Almanya genelinde tüm meslek eğitimi alanlar								
2001	1.684.669	876.141	564.48 1	37.530	45.452	147.586	13.107	372
2002	1.622.441	850.158	527.85 2	37.054	45.236	148.811	12.944	386
2003	1.581.629	838.369	502.36 5	38.291	43.339	145.731	13.137	397
2004	1.564.064	837.914	489.17 1	40.398	44.020	138.711	13.363	487
2005	1.553.437	848.217	477.18 3	41.312	43.366	130.420	12.299	640

Kaynak: Federal İstatistik Dairesi Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı

Tablo 2.11’de görüldüğü gibi, Almanya’daki Türklerin en çok mesleki eğitim için yöneldikleri sektör, endüstri ve ticarettir.

Tablo 2.12. Almanya’da Meslek Öğrenimi Görenlerin Sektörlere Göre Dağılımı
(1995-2005)- Yüzde Olarak

Yıl	Toplam	Endüstri ve Ticaret	Zanaat	Tarım	Kamu Sektörü	Serbest Meslekler	Hane	Deniz Taşımacılığı
Meslek eğitimi gören Türkler								
2001	100	48,7	37,8	0,2	1,0	11,7	0,7	0,0
2002	100	47,5	36,7	0,2	1,0	14,0	0,7	0,0
2003	100	47,1	36,2	0,2	1,0	14,9	0,7	0,0
2004	100	47,4	35,9	0,2	1,0	14,7	0,8	0,0
2005	100	48,2	35,8	0,2	0,9	14,1	0,7	0,0
Meslek eğitimi gören yabancılar								
2001	100	47,4	37,9	0,3	1,1	12,7	0,6	0,0
2002	100	46,5	36,9	0,4	1,1	14,4	0,6	0,0
2003	100	46,4	36,1	0,4	1,1	15,3	0,7	0,0
2004	100	47,0	35,8	0,5	1,1	14,8	0,8	0,0
2005	100	47,6	35,8	0,5	1,1	14,2	0,7	0,0
Almanya genelinde tüm meslek eğitimi alanlar								
2001	100	52,0	33,5	2,2	2,7	8,8	0,8	0,0
2002	100	52,4	32,5	2,3	2,8	9,2	0,8	0,0
2003	100	53,0	31,8	2,4	2,7	9,2	0,8	0,0
2004	100	53,6	31,3	2,6	2,8	8,9	0,9	0,0
2005	100	54,6	30,7	2,7	2,8	8,4	0,8	0,0

Kaynak: Federal İstatistik Dairesi Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı

Almanya gibi doğal zenginliği olmayan, yetişmiş eleman ve beyin gücünden yaşayan bir ülkede, meslek eğitimi, ekonomik yönden yaşamsal bir zorunluluktur.

3. BÖLÜM: ALMANYA'DAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİ

Almanya'daki Türklerin veya diğer yabancıların kurdukları ilk işletmeler, “nisch-economics” olarak nitelendirilmişlerdir. Dolayısıyla girişimcilik, kendi etnik gruplarının spesifik ihtiyaçlarını ve Alman işletmelerinin sunmadıkları mal ve hizmet taleplerinin karşılanması amacıyla mahalle bakkalları gibi küçük işletmeler şeklinde ortaya çıkmıştır (Türkiye Araştırmalar Merkezi, 1992, 5). Türkler bu ilk girişimcilik dönemlerinde ya genellikle sanayileşme sürecinde sayıları tükenmeye başlayan geleneksel küçük ölçekli işletmelerden oluşan sektörleri seçmişler ya da Alman işletmeleri ile doğrudan rekabete girerek, bu alanları büyük ölçüde terk etme eğiliminde olan Almanları saf dışı bırakma yolunu tercih etmişlerdir (Kızılocak, 1996, 34).

Almanya'daki Türklerin bu düşüncelerle şekillenen girişimcilik serüveni, son 25 yılda hızlı gelişme göstermiştir. Başlangıçta sadece kendi sınırlı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olan Türk girişimcilik faaliyetleri, aradan geçen zamanla birlikte farklı sektörlerde kendisini gösteren niteliksel bir değişim yaşamıştır. Almanya'da Türk girişimciliğinin geldiği bugünkü boyut, gerek Almanya gerekse Türkiye ekonomisi açısından önemli boyutlara ulaşmıştır. Gelişme süreci içinde olan Türkiye'de işçi olmak henüz yeterli sosyal güvenceye sahip, geleneksel bir mesleki seçim ve yaşam şekli için hiçbir zaman yeterli görülmemiştir. İşçi olarak çalışanlar, ileride bir fırsatını bulup kendi işyerlerini kurma, dükkân açma veya gayrimenkul edinme suretiyle maddi güvenceye kavuşma umuduyla hareket etme eğilimi, Almanya'ya göç eden Türk işçilerde de güçlü bir şekilde kendini göstermiştir. Lisanını ve adetlerini bilmedikleri bu ülkede, alıştıkları ortamdaki uzak bir şekilde yaşamak durumunda kalan Türk işçileri için, mümkün olduğunca tasarruf ederek ileride Türkiye'de yeterli kazanç ve güvence sağlayacak bir yatırımda bulunmak, daha başlangıçtan itibaren güçlü bir hareket noktası olmuştur. Almanya'da daha fazla tasarruf imkânı bulunması ve kur farkının getirdiği avantaj, ilk başta Türkiye'de iş kurma eğilimini teşvikte etkili olmuştur (Ok, İlyas, 1998, 24). Ancak bu durum aile birleşmelerinin gerçekleşmesi sonrası Almanya'da yerleşik düzene geçilmesiyle birlikte değişmeye başlamıştır. Bu dönemle birlikte Türk işçilerinin tüketim eğilimlerinin kendilerine özgü niteliği, Almanya'da ilk serbest Türk girişimcilerini yaratmıştır (Perşembe, 2005, 74-75; <http://www.ihracatdunyasi.com/>

haber/haber1746.html,08.05.2007). Bundan sonra Türkler arasında Almanya’da iş kurma ve iş yeri açma düşüncesi kendini göstermeye ve hızla gelişmeye başlamıştır. Günümüzde ise Türk girişimcilerin Türkiye yerine yatırımlarını Almanya’da yapmaları, özellikle Almanya gibi yoğun dünya rekabetine sahne olan bir piyasada Türk firmaların giderek artan ölçekte etkinlik kazanmalarına yol açmıştır (Ok, İlyas, 1998, 24).

Almanya’da diğer yabancılar gibi Türkler içinde girişimciliğe yönelim, kendi kültürü ve etnik gruplarının yarattığı pazar fırsatları nedeniyledir. Diğer deyişle etnik grupların kendi kültürlerine özgü mal ve hizmet talepleri, farklı piyasa oluşmasına ve gelişmesine yol açtığı gibi,(Kızılocak, 1996, 33-34) Almanya’da en büyük azınlık olan Türklerin de kendilerine özgü mal ve hizmet talepleri, girişimciliği tetiklemiştir. O nedenle Türk kökenli girişimciler daha çok büyük şehirlerde ve hemşerilerinin yoğun olduğu bölgelerde işletmelerini kurmayı tercih etmişlerdir (Leicht, Humpert vd., 8). Dolayısıyla Almanya’da girişimciliğin temelinde “kültür” önemli bir faktör olmuştur.

Almanya’daki girişimcilik sürecine bakıldığında göçün ilk yıllarında Türklerin yoğun yaşadığı semtlerde yerleşik olan bakkalların, ithalat-ihracat bürolarının, seyahat acentelerinin, yıllar sonra milyarlık cirolara ve on binlerce girişimci sayısına temel oluşturacağı tahmin edilememiştir. Ailelerin birleşimiyle çocuklarını ve eşlerini Almanya’ya aldırarak Türkler, Almanya’da yatırım yapmaya başlamışlardır. Türkiye’ye döviz transferi üzerinde önemli etkileri olan bu gelişme, yetmişli yılların sonlarında başlamış ve 1980’li yıllarda büyük boyutlara ulaşmıştır. Önceleri ülkede kalmalarını hukuksal açıdan sağlamlaştırmaya yönelik kat, arsa, eski çiftlik evleri almayla başlayan bu süreç, Frankfurt gibi büyük şehirlerde kat satın almayla devam etmiş, küçük şehirlerde çiftlik evlerine ilgi göstermişlerdir. Almanya’da 8 yıl kaldıktan sonra yabancılara uyumlarını ispat ettikleri takdirde verilmeye başlanan “Oturma Hakkını”almakta bu yatırımlar yararlı olmuştur. Daha sonraki süreçte ise Türk vatandaşları, endüstri ve ticaret odalarına müracaat ederek serbest çalışma ve iş yeri açma izni almaya başlamışlardır. Bu izinlerde sıkıntı çeken Türkler, bu izni bir Alman adına alarak ticaret hayatına atılmışlar ve girişimci olmuşlardır (Yüksel, Şen, 1986, 83).

Uzun yıllar varlıkları fark edilmeyen veya kültürel olarak bütünleşmenin (gettolaşmanın) unsurları gibi yanlış anlamalara neden olan Türk işletmeleri, 90'lı yıllarda görüldüğü gibi uyumun bir parçası olmaktan öte, artık Almanlar tarafından da ciddi bir potansiyel olarak algılanmaya başlanmıştır. Hedef kitlesi göçmen girişimciler olan ilk proje olan ReTra (Yabancı Girişimciler İçin Bağlantı Büroları- Regionale Transferstellen zur Förderung selbständiger Migranten in Nordrhein-Westfalen-ReTra) projesi ise yaşanan bu algılama değişikliğine önemli katkılar sağlamıştır (Girişimciliğin Anahtarı, 6; Şen, 05.03.2006). Bu proje etnik kökeni ne olursa olsun kendi işini kurmayı amaçlayan veya çoktan kurmuş olan göçmenlere hizmet vermiştir. Bu değişimde etkili olan ReTra'nın başlıca amaçları şunlardır (Girişimciliğin Anahtarı, 6):

- Göçmen girişimciler arasındaki girişimci potansiyeline medya aracılığı ile ulaşmak, göçmen sivil toplum örgütleri ile işbirliği içerisinde bilgilendirme toplantıları, fuarlar ve seminerler düzenlemek,
- Bireysel danışmanlık hizmeti vererek, girişimcilik ve işletme kurulması ile ilgili konularda doğrudan yardım yapmak,
- İş kurmak isteyen veya işini kurmuş olan göçmenler ile hem Alman hem de göçmen kurumlarının bu alandaki yazılı veya telefonla gelen başvurularını cevaplandırmak,
- Ekonomik teşvik sunan kişi ve kurumlarla işbirliği yapmak, danışmanlık ağı oluşturmak
- Alman ve göçmen girişimciler arasındaki bilgi alış-verişini teşvik etmek
- Göçmen girişimcilerin meslek eğitimi konusunda daha duyarlı hale gelmesini sağlamak.

3.1. ALMANYA'DAKİ TÜRKLERİ GİRİŞİMCİLİĞE ÖZENDİREN NEDENLER

Genel olarak kâr elde etme, kendi işinin patronu olma, bağımsız çalışma ve kişisel tatmin sağlama, bir ticari fikri veya düşünceyi gerçekleştirme, iş yaratılması, büyümeye katkı sağlama, rekabet gücünü artırma, kişinin kendi potansiyelini ortaya koyma, tanınma ve prestij kazanma, risk alma, istemediği işte çalışmadan kurtulma isteği girişimciliği tanımlamada ve özendirmede etkili olan faktörlerden bazılarıdır.

Bunlar aynı zamanda Almanya'daki Türk girişimcilerini yeni işletmeler kurmaya yönlendirmede de etkili faktörlerdir (Tekin, 2004, 8-9; Akdemir, 1996; Tutar, 2003, 23; Başar, Tosunoğlu vd., 2001, 6; Avrupa Birliğinde Girişimciliğin Geliştirilmesi, 8-9). Almanya'daki Türklerin girişimci olmalarına yol açan nedenlerden bir diğeri de, Türklerin işlerini kaybetmeleridir. Örneğin demir-çelik ve kömür madenlerinde olduğu gibi bazı sektörlerde ortaya çıkan yapısal değişiklikler bu sektörlerde işini kaybeden Türklerin yeni iş bulmalarını güçleştirmiştir. İleri yaşlarda işlerini kaybedenler için de durum aynıdır. O nedenle tatmin edici yeni bir iş bulmakta zorlananların bir kısmı işten ayrılırken aldıkları tazminatları birleştirerek kendi işlerini kurma yoluna gitmişlerdir. Çalıştığı işten gönüllü ayrıldığı takdirde tazminat alma veya erken emekli olma imkânı bulan diğer bir kısım Türkler de, bu sermayeyi esasen tasarladıkları iş yeri kurma projesini gerçekleştirmek için bir fırsat olarak görmüşlerdir. Ayrıca Türklere çalışma izni konusunda zorluk çıkaran Alman yetkili mercilerinin bu tutumlarını değiştirmeleri de Türklerin girişimciliği seçmelerinde önemli etken olmuştur (Ersun, Ok vd., 1996, 25).

Yukarıda da söz edildiği gibi, kişileri girişimci olmaya yönelten nedenlerden biri de, kişilerin çalışmak istemediği ya da zorunlu olarak çalışmak zorunda kaldığı işten kurtulma isteğidir. Almanya'daki diğer yabancılar gibi Türkleri de girişimci olmayan yönelten en önemli nedenlerden biri de, bu istektir. Mesleki bakımdan toplumun en alt sosyal statüsünde yer alan yabancı işgücünün, Almanya'daki oturma ve çalışma süreleri uzadıkça, çoğu Almanların yapmak istemediği ve kaçındığı “pis ve kirli” işlerde çalışmaktan kurtulma çabaları da artmıştır (Türkdoğan, 1984, 38). Diğer yabancı işgücü gibi Türk işgücü de özellikle ilk haftalardan sonra, bir an önce işyerine uyum sağlayıp daha düzgün bir işe atılma çabası içine girmişlerdir. İlk haftalardan itibaren başlayan bu arayışta iş kazası korkusu, kendisini önemli ölçüde hissettirmiştir. Bu nedenle yabancı işgücü gibi Türkler de, daha az riskli, daha kolay ve daha iyi kazanç umulan işlere yönelmişlerdir. Girişimcilik de bunlardan biri olmuştur (Turan, 1997, 59-60). Bu bağlamda Almanya'daki Türk girişimciliğini özendiren nedenleri başlıklar halinde şöyle sıralamak mümkündür:

- **Talep artışı** : Almanya'daki Türk nüfusunun fazla oluşu, Türk mallarına ve çeşidine olan talebi de artırmıştır (Yenilmez, 2004, 127). Bu talep artışı da

Almanya'daki Türk işletmelerinin gelişmesini ve Türklerin girişimciliğe yönelmelerini sağlamıştır.

- **Dış ticaret ilişkileri:** Türkiye, Almanya'nın ticaret yaptığı en önemli ülkeler arasındadır. İki ülke arasındaki dış ticaret, çeşitli şekillerde Almanya'daki Türk girişimcileri işletme kurmaya özendiren bir faktör olmuştur (Ersin, Ok vd.,1996, 15).
- **Aile bireylerine iş bulma:** Türk girişimcilerini Almanya'da işyeri açmaya özendiren bir başka neden de, aile bireylerine iş bulma ve onların Almanya'da kalmalarını sağlamadır (ZFT, 1991, 21-22).
- **Bağımsız çalışma, kendi işini kurma düşüncesini Almanya'da gerçekleştirme ve statü:** Yapılan bir kısım araştırmalar bireylerin girişimci olmayı para ve statü gibi maddi motivasyonların yanı sıra kendilerini gerçekleştirme diğer bir deyişle özgürlük ve başarıya arzusundan dolayı seçtiklerini ortaya koymuştur(Avrupa Birliği'nde ..., TİSK, 2004, 9). Almanya'da sosyal yaşam içinde uzun süre Türk olarak yer almanın dezavantajı altında yaşayan Türkler için işadami ve işveren statüsüne girmenin kazandırabileceği sosyal itibarın da Türkleri girişimciliğe yönelttiği ve kendi işyerlerini kurmaya teşvik ettiği düşüncesi vardır (Ersun vd., 1996, 26). Dolayısıyla 1970'li yılların ortalarından itibaren Avrupa'daki Türkler değişik nedenlerle bu ülkelerdeki yaşamlarının artık, en azından ekonomik aktif dönemi itibariyle geçici olmayacağını görmüşlerdir. Almanya'da geçici olmadıkları düşüncesi, Türkleri Alman toplumu içinde daha saygın, kendilerine statü sağlayacak iş arayışlarına yöneltmiştir. Bu bağlamda bir taraftan çocuklarının daha eğitimli olması için çaba gösteren Türkler, öte taraftan zor koşullar altında çalışarak edindikleri birikimleri, Almanya'da yerleşik yaşama geçme ve çoluk çocuğuyla yaşamının geri kalan kısmını Almanya'da sürdürme düşüncesiyle hareket etmelerine, tasarruflarını Almanya'da değerlendirme ve Türkiye'de tasarladıkları kendi işini kurma planlarını Almanya'da gerçekleştirme yönünde adımlar atmalarına yol açmıştır. Türklerin giderek artan ölçüde yakınlarını da yanlarına almaları veya evlenerek aile düzeni içine girmeleri de bu eğilimi teşvik etmiştir.
- **Politika ve teşvikler:** Türklerin Almanya'da girişimciliğe yönelmesinde bir başka önemli etken uygulamaya konulan politikalar ve teşviklerdir. 1980 sonrası

dönemde Türkiye'nin dışa açılma politikası gereği uyguladığı politikalar girişimciliği teşvik etmiştir. Türkiye'nin izlediği bu dışa açılma politikaları sonucu yurtdışındaki girişimcilerin sayısında ve iş hacimlerinde büyük artışlar olmuştur (Sezer, Gökakın, Ersun, Ok vd., Mustafaoğlu, 1997, I-1).

- **İşsizlere iş yeri açma projesi :** Almanya'da işsizliğin giderek artmasıyla birlikte 2003 yılı başında uygulamaya konulan 'Ich AG' adlı işsizlere işyeri açmaya yönelten teşvik uygulamasının da Almanya'daki Türklerin girişimcik faaliyetleri önemlidir. Ich AG programı, 3 yıl sürmekte ve işsizlere yeni işyeri açması halinde ilk yıl ayda 600, ikinci yıl ayda 360 ve son yılda da ayda 240 Euro parasal destek öngörülmüştür. Böylece işsizler ve dolayısıyla gurbetçi Türkler, işsizlik sigortasından geçiş dönemi parası almak yerine yeni bir iş kurup asgariden daha yüksek bir geçim düzeyi yakalamaya yönelik girişimciliğe özendirilmektedir (Uyanık, 2004, 39).
- **İşbirliği anlaşmaları:** Türkleri girişimciliğe yönlendiren bir başka neden, işbirliği anlaşmaları ve bunların yansımalarıdır. Örneğin, Alman – Türk Ticaret Merkezi bu tür anlaşmalardandır. Türk Ticaret Merkezi, danışmanlık, pazar araştırması, ürün tanıtımı ve yönlendirme gibi çeşitli hizmetleri vermesinin yanı sıra buralarda Türk girişimciler buralarda büro kiralama imkânlarına da kavuşmakta ve girişimcilik faaliyetlerini böylece Almanya'ya taşıyabilmektedirler (Dünya Gazetesi, 2001; Zaman, 2003).
- **İşsizlik:** Eğitim eksikliği, lisan yetersizliği gibi nedenlerle yeni teknolojilere ve aranan yeni mesleki becerilere uyumda daha fazla zorluk çeken Türk işçileri arasında işsizlik oranı genel işsizlik seviyesinin üzerine çıkmıştır. Bu durumda işini kaybeden ve tatminkar yeni bir iş bulma umudunu yitiren, buna karşılık yalnız sosyal yardımlara bağlı kalmadan kazanmak arzu ve enerjisine sahip Türkler için kendi işini kurmak cazip bir seçenek haline gelmiş, bu durumda Türklerin Almanya'da girişimciliği seçmelerinde önemli bir rol oynamıştır (Ok vd., 1998, 57). Ayrıca Türklerin yoğun olarak çalıştığı ağır sanayi ve maden sektöründeki işyerlerinin ortadan kalkmaya başlaması ile birlikte baş gösteren kitlesel işsizlik Türklerin girişimciliğe yönelmelerinde etkili olmuştur (Almanya ve Diğer AB ..., Ekim 2003, 16). Almanya'daki girişimci Türklerin yaklaşık beşte birinin işsizlikten gelenlerin oluşturduğu düşüncesi vardır. Bu bağlamda

Türk girişimcilerin birçoğu işsizlik tehlikesinden dolayı girişimci oldukları söylenebilir (Leicht, Humpert ve diğerleri, 2005, 17-18). Girişimciliğe yönelmede en önemli etken iş kurarken gerekli yasal çerçevenin yanı sıra serbest mesleğe atılmanın, ülkenin ekonomik yapısına bağımlı olmasıdır. Ülkedeki ayrımcı tutum, ekonomik yapı, işsizlik ve branşların dağılımı ise bu konuda önemli dış etkenleri oluşturur. Türkiye’de alınan bir mesleki eğitimle Almanya’da bir işyeri açmak mümkün değildir. Diğer yandan Alman ekonomisinin son yıllarda KOBİ’lere önem vermesi ve bu alandaki teşvikleri artırması, özellikle 2. ve 3. kuşakların serbest iş kurmaya, girişimciliğe yönelmelerine yol açmaktadır. Türklerin iş piyasasında karşılaştıkları koşullar, ekonomik olumsuzluklardan en çok etkilenen kesimlerin başında gelmeleri, işsizlik ya da korkusu da girişimciliğe yönlendiren faktörler arasındadır. (Kızılocak, 1996, 35-36).

- **Daha fazla kazanma isteği:** Türklerin Almanya’da kalıcı bir şekilde yerleşme eğilimine girmeleri ve kendi işyerlerini kurmaya yönelmelerini hazırlayan veya teşvik eden nedenlerin yalnız bu ülke için değil, diğer gelişmiş Avrupa ülkelerindeki Türkler için de geçerlidir. Girişimci açısından bakıldığında girişimcinin fikirlerini gerçekleştirme isteği, daha fazla kazanma, bağımsız ve serbest olmak, işsizliğe bir çare olarak girişimciliği görmek diğer unsurlar için olduğu gibi, Türklerin de girişimciliğe yönelme gerekçeleri olmuştur. Ancak yapılan araştırma Türklerin en çok daha fazla para kazanma isteğinden dolayı girişimciliğe yönlendiğini ortaya koymuştur (Leicht, Humpert ve diğerleri, 16).

- **İşyerindeki memnuniyetsizlik ve yaşanan haksızlıklar:** Kişileri girişimci olmaya yönelten nedenlerden biri de işinden, işyerinden memnuniyetsizlik ve işyerinde memnuniyetsizliğe yol açan uğradığını düşündüğü haksızlıklardır. Almanya’daki Türkleri de girişimci olmaya özendiren nedenlerden biri, işyerindeki memnuniyetsizlikler ve haksızlıklardır. Yapılan araştırmalar Türk kökenli işletmeciler tarafından ortalamanın üstünde sayılan sebeplerden birinin işyerindeki memnuniyetsizlik ve haksızlıklar olduğunu ortaya koymuştur ((Leicht, Humpert ve diğerleri, 18).

- **Girişimciliği Teşvik Eden Fırsatların Oluşması :** Yatırım kararını etkileyen en önemli faktörler bilindiği gibi bugün için karşılanamayan bir talep

veya talep fazlasının tespiti ile belirli bir mal veya hizmetin arzında rekabet avantajına sahip olunabileceğinin anlaşılmasıdır. Sadece Almanya’da değil Avrupa’da yerleşik Türklerin de iş yaşamına atılıp kendi işyerlerini kurmalarında bunlar etkili olmuştur. Avrupa’da yerleşik Türk topluluklarının büyümesiyle kendi alışkanlıklarını ve tercihlerini içeren, dolayısıyla buldukları ülke piyasalarında mevcut mal ve hizmetler yelpazesi çerçevesinde olmayan veya yeterince karşılanamayan mal ve hizmet taleplerinin ekonomik açıdan değerlendirilebilir boyutlara ulaşmaması girişimcilik için fırsatların oluşmasını sağlamıştır. Girişimcilik fırsatı bakımından Avrupa Birliği ülkelerinde yerleşik Türk işadamlarının kullanabilecekleri diğer önemli bir fırsat, bilgi üstünlüğüdür. Türkiye’nin sunabileceği mal ve hizmetleri nitelikleri ve fiyat avantajları bakımından diğer Avrupalı işadamlarına göre daha iyi bilen Türk işadamları, Avrupa’da yerleşik olmalarının yardımıyla Avrupa piyasasının imkânlarını, tercihlerini, fiyat ve kalite rekabeti olanaklarını da Türkiye’deki Türk işadamlarından daha iyi tanıma durumundadırlar. Bu bilgi avantajı onlara başkalarının fark edemediği piyasa imkanlarını yakalamak veya mevcut ticari ilişkilerin geliştirilmeye uygun olanlarını ve iş geliştirme yöntemlerini daha kolay ve doğru teşhis etmek kabiliyeti kazandırmaktadır (Ok vd., 1996, 57).

- **Almanya’da Yetişmiş Türk Nüfusu ve Sermaye Birikiminin Kullanılabilmesi:** Eğitimleri amacıyla Türkiye’den Avrupa’ya gelerek yüksekokul mezunu olan ve Türkiye’ye dönmeyen, bu ülkelerde kalan bir grup gencin yanı sıra Avrupa’da yerleşik Türk ailelerinin çeşitli seviyelerde mesleki eğitim gören çocukları da iş hayatı için önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Almanya’da yetişmiş, buradaki iş hayatının bütün sosyal ve kültürel inceliklerine sahip, çeşitli alanlarda mesleki eğitim görmüş Türk gençleri, ailelerine ait mevcut iş yerlerinin işbirliğinin geliştirilmesine katkı sağladıkları gibi, bu gün yeni teknoloji ve ileri düzeyde mesleki bilgi gerektiren sektörlerde Türk firmalarının kurulup gelişmesini de mümkün kılmışlardır. Avrupa’da yetişmiş Türkler arasında girdiği işte mesleki başarı göstererek önemli pozisyonlara yükselenler de bulunmaktadır. Bu şekilde üst seviyelerde edinilen mesleki tecrübe ve piyasa deneyimlerinin yeni iş kuruluşlarında ve genel anlamda Türk yatırımcılar

tarafından kullanılabilir fırsatlar içerebileceği düşünülmektedir (Ok vd., 1996, 60-61).

- **Erken emeklilik ve tazminatları değerlendirme:** Yapısal bir kısım değişiklikler bazı sektörlerde işini kaybeden Türklerin yeni iş bulmalarını güçleştirmiştir. Tatmin edici yeni bir işyeri bulmakta zorlananların bir kısmı işten ayrılırken aldıkları tazminatı tasarruflarıyla birleştirerek kendi işini kurma arayışına girmektedirler. Çalıştığı işten gönüllü ayrıldığı takdirde tazminat alma veya erken emekli olma imkanı bulan diğer bir kısım Türkler, bunu tasarladığı işyeri kurma projesini gerçekleştirmek için bir fırsat olarak görmüşlerdir (Ersun, Ok vd., 1996, 25).

- **Alman yetkililerin yabancıların işsizliğe alternatif küçük işyerleri kurmalarını desteklemeleri :** Daha önce Türklere işadamı olarak çalışma izni vermekte çok titiz davranan Alman yetkililerin yakın zamanlarda bu tutumlarını değiştirmiş olmaları da Türklerin girişimciliğe yönelmelerini sağlamıştır. Almanya’da ticaretin artan ölçüde büyük boyutlu mağazalara ve işletmelere kayması ve şehir dışına çıkma eğilimi göstermesi esnaf ve küçük işletme olarak çalışma şeklini geriletmiştir. Bu nedenle yabancıların kurdukları küçük işyerlerine, istihdam yaratması ve şehir merkezlerindeki ticari canlılığı koruması bakımından olumlu bakabilmektedir. 1980’li yıllardan itibaren sanayide istihdam seviyesinin yükseltilmesinde zorluk çekilmesi, küçük girişimcilerin kendi işyerlerini açmalarını işsizliğe karşı bir alternatif haline getirmiştir. Bu bağlamda Almanya’daki Türklerin firma kurarak istihdam sağlamalarına Alman yetkililerince olumlu bakılmış ve desteklenmiştir (Ersun vd., 1996, 25)

Bir başka neden de, Türklerin istihdamında çekilen zorluktur. Türklerin, 1980’li yıllardan itibaren sanayide istihdam seviyesinin yükseltilmesinde zorluk çekilmeye başlanmıştır. Buna alternatif olarak küçük girişimcilerin kendi işlerini açmaları, işsizliğe karşı bir çözüm görülmüştür (Ersun, Ok, 1996, 3). Türklerin işletmeler kurmalarının istihdama katkılarını gören Alman yetkili mercileri, Türklerin girişimciliğine olumlu bakmış ve desteklemişlerdir (Ersun, Ok, 1996, 25). Daha da ötesi, etnik pazarın dar kalıplarından kurtulan Türk işletmelerinin müşterilerinin büyük bölümünü de Almanlar oluşturmaya başlamıştır.

3.2. ALMANYA'DAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİNİN ÖNEMİ

Almanya'ya göç eden Türk işçilerden bir kısmı ya da onların eş ve çocukları zamanla kendi girişimcilik yeteneklerini Almanya ekonomisi içinde değerlendirme yolunu seçtiklerinde, hem Alman hem de Türk ekonomisi açısından daha etkili argümanlardan bir haline gelmişlerdir (Almanya'da Yeni Bir Ekonomik Güç:Türk Girişimcileri,http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=222&id=13,10.05.2007)

Almanya'da Türk girişimciliğin önemi, Almanya'daki Türk nüfusun varlığıyla da ilişkilidir. Almanya'da üç milyona yaklaşan Türk ya da Türk asıllı nüfus, Almanya ekonomisinde önemli bir pay oluşturmaktadır. Türk girişimciler, Almanya'daki Türklerin beklentilerini ve kültürel değerlerini daha yakından bildiklerinden onların taleplerini karşılamada diğer yabancı şirketlere göre daha avantajlıdırlar. Zamanla büyüme eğilimine giren Türk girişimcilerin kurdukları işletmeler, Almanya'da yapacakları yatırımlarla Alman ekonomisine daha çok katma değer sağlayacaktır. Bu işletmelerin sadece işveren için değil, sıklıkla başka kişiler için de iş imkânları yarattığı düşünüldüğünde, istihdama yaptıkları katma değer açısından da önemleri anlaşılır. Almanya'daki Türk girişimcilerin yarattıkları istihdamdan sadece aile fertleri değil, Türkler ile birlikte diğer yabancı uyruklular ve Alman vatandaşları da yararlanmaktadırlar. Bu bağlamda Almanya'daki Türk girişimciliğinin önemi, Almanya ve Türkiye açısından aşağıda ayrı ayrı irdelenecektir.

3.2.1. Almanya Açısından Türk Girişimciliğinin Önemi

Girişimcilik serbest rekabet ekonomisinin en önemli unsurlarından biridir. Bir ülkede girişimcilik olmaksızın serbest rekabet sistemi tam anlamıyla işlemez (Tekin, 2004, 5.). Almanya'daki Türk girişimcilerin kurdukları işletmeler, Almanya'da serbest rekabetin ve serbest pazar ekonomisinin işleminde de etkili olmaktadır.

Girişimci yaptığı yatırımlarla hem iş yaşamının hem de toplumun yapısını harekete geçirir ve değiştirir. Yatırım sonucunda istihdam ve gelir düzeyi

yükseleceğinden, bu yükseliş toplumsal refaha da yansır. Dolayısıyla girişimcilerin yatırımlarının toplumsal refaha dönüşmesi bakımından Türk girişimcileri, faaliyet gösterdikleri Almanya'nın toplumsal refahına olduğu gibi, Türkiye'nin de toplumsal refahına önemli katkı yapmaktadırlar. Türk girişimcilerin yatırımlarının gerek Türkiye gerekse Almanya ekonomisinde genel olarak aşağıdaki olanlar üzerinde etkileri görülür (Arıkan, 40-41):

- Milli gelirden artış sağlanması,
- Gizli açık işsizliğin giderilmesi,
- Gelir dağılımındaki adaletsizliğin giderilmesi,
- Kalkınma ve sanayileşmenin yaygın hale getirilmesi,
- Dış ödemeler dengesinde açığın kapatılması,
- Yerli hammaddelerin üretimde değerlendirilmesi.
- İş imkânları yaratmak: Kadınlara, azınlıklara, işten çıkarılanlara ya da emekli olanlara, düşük eğitim seviyesi olanlara iş imkanları yaratmak; öğrenci ile ev hanımı gibi kesimlere ise yarı zamanlı işler bulmak.
- Yeni ürün ve hizmetler sunmak,
- Büyük firmalara tedarikçi olmak, taşeronluk yapmak, hizmet sunmak ya da bayilik yapmak,
- Büyük firmaların sunmadığı ama toplumun talep ettiği ürün ve hizmetleri sunmak,
- Rekabeti artırma yoluyla çeşitliliği ve kaliteyi artırmak.

Bugün büyüklükleri ve sektörel konumları itibariyle çok sayıdaki Türk işletmesi, Alman ekonomisine katkı yapabilir konuma yükselmiştir. Almanya'daki Türk işletmelerinin ekonomik faaliyetlerinin ve başarılarının önemli bir boyutu istihdam alanında görülmektedir. Türklerde belirgin bir şekilde gözlenen girişimcilik, hem entegrasyona yardımcı olmakta hem de Almanya'daki istihdam ve ekonomik durumu yakından ilgilendirmektedir. Yeni işyerleri ve mesleki eğitim yerleri açan Türk girişimciler, Almanya'daki iş piyasasına böylece katkıda bulunmaktadır. Bunun yanı sıra vergi ödemekte, mevcut mal ve hizmetlerin çeşitliliğine katkıda bulunmakta, pazarı zenginleştirmekte, yerel ve bölgesel piyasada rekabeti güçlendirmektedirler. Türk işletmelerinde çalışan Almanlar da artık, sadece bir görüntü unsuru olmaktan

çıkılmışlardır. Kendi işini kuran Türklerin sayısındaki yükselme, iş piyasasında hem Türklere hem Almanlara hem de diğer göçmen gruplarına ciddi iş imkânı sunmakta, böylece Almanya ekonomisinde istihdam açısından önemli bir etki yaratmaktadırlar (Almanya'daki Türkler, 01.03.2007).

3.2.2. Türkiye Açısından Almanya'daki Türk Girişimciliğinin Önemi

Almanya'daki yerleşik Türk varlığı, Türkiye'ye döviz transferi sağlanması açısından önemlidir. Türkiye ekonomisi açısından bu girişimcilerin asıl önemi, döviz transferlerinden çok, buldukları piyasalarda edindikleri tecrübe ve imkânlar bakımından değerlendirilmelidir. Çünkü Almanya'daki Türk firmalarının etkinliği ve bu piyasalarda tecrübe kazanmış Türk girişimci varlığı, Türkiye ekonomisinin geliştirilmesi açısından önemli bir potansiyele sahiptir (Ersun, Ok, İlyas, 1996, 3). Bu nedenle Almanya'daki Türk topluluğuna Türk işçileri olarak değil de, Türk girişimcileri olarak bakılması, Almanya'da kurulu Türk firmalarının Türkiye'nin dış piyasa ilişkilerinde ihtiyaç duyduğu ancak dış dünya ile yeterli düzeyde olmayan doğrudan yatırım olarak ele alınmasını gerektirmektedir. Almanya'daki Türk firmalarının gelişmesi ve Türk girişimcilerin etkinlik kazanması, Türkiye ile doğrudan ithalat-ihracat ilişkisi görülmediği hallerde bile en azından Almanya'daki Türklerin istihdamına sağladıkları katkı açısından Türkiye ekonomisi için bir potansiyel kazanç olarak görülmelidir (Ersun, Ok, İlyas, 1996, 23).

Almanya'da yerleşik Türklerin meydana getirdiği pazar ve Türkiye ile ticaret ilişkisi, Almanya'daki Türk firmaları için tek olmasa da avantajlı oldukları bir gelişme sahası oluşmaktadır. Bunun yanı sıra Almanya'daki Türk firmalarının da ekonomik başarılarıyla Almanya'daki Türk topluluğunun sosyal konumunu ve iki ülke arasındaki ilişkileri geliştirmesinde de önemli katkılar sağlaması söz konusudur (Ersun, Ok, İlyas, 1996, 3).

Almanya'daki Türk girişimcilerin bir diğer önemi de başka girişimciler için model ve teşvik edici faktör olma özellikleridir. Türklerin meydana getirdiği pazar ve Türkiye ile ticaret ilişkisi, Almanya ve Avrupa ülkelerindeki yerleşik Türk girişimcileri

için tek olmasa da avantajlı oldukları bir gelişme sahası oluşturmaktadır. Ayrıca Avrupa'daki işletmelerin başarısı da Türkiye'nin bu ülkelere olan ticaretini teşvik etmiş, yeni Türk işletmelerinin kurulması için örnek hatta fırsat oluşturmuştur. Birçok Türk mamulü ancak bu şekilde Avrupa piyasalarında tanınma imkânı bulmuştur (Ok vd., 1996, 16).

Sadece Alman ekonomisine katkıda bulunmakla kalmayan Türk girişimciler aynı zamanda Türkiye ekonomisine, yaptıkları ithalat ve ihracatla da büyük katkı sağlamaktadır (Kızıloca, 1996, 46).

3.3. ALMANYA'DAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİNİN KONUMU VE BOYUTLARI

Türk girişimciliğinin Almanya'daki ciro ve yatırımlarına bakıldığında, artık küçümsenemeyecek boyutlara ulaştığı görülür. Türk işletmelerini kendilerine rakip görmeyen Alman işletmeleri için bugün Türk işletmeleri rakip durumuna gelmişlerdir. Yeni alanlarda hizmet veren birçok Türk işletmesi sadece Türk müşterilere hitap etmekten çıkmış, tüm pazara hitap eder hale gelmiştir. İşsizliğin azaltılması, Türk insanına Avrupa tecrübesi kazandırılması, döviz girdisi sağlanması vb. nedenlere dayandırılan bir olay, Türkiye'nin dış ticareti ve geniş anlamda dış ilişkilerinin teşviki bakımından önemli bir faktör haline dönüşmüştür. İşgücü gönderme, bugün buldukları ülkelerin sosyal ve ekonomik yaşamından giderek daha fazla pay alma şekline dönüşen yerleşik Türk toplumuna dönüşmüştür. (Selçuk vd., 1988, 15).

Bugün artık Türkler, Almanya'da kalıcı bir unsur olarak birçok alanda yer almaktadırlar. Günümüzde Almanya'daki Türk nüfusunun % 27'si eğitim ve mesleki sosyalizasyonunu Almanya'da kazanmaktadır. Artan mesleki birikimle beraber Türklerin iş yaşamında serbest mesleğe geçişe de ilgi gösterdikleri gözlemlenmektedir. Özellikle 2. ve 3. kuşak Türk çocukları, aldıkları mesleki eğitim ve Almanca konuşabilme imkânını iyi kullanarak, eğitim gördükleri yeni ve teknik alanlarda kendi işlerini kurarak, yeni iş dallarını seçerek, faaliyet gösterilen dalların sayısının artmasına yol açmışlardır. Almanya'daki 2. ve 3. kuşak Türklerin de etkisiyle, Almanya'daki Türk

girişimciliğinde etnik ekonomiden rekabetin daha yoğun olduğu tüm piyasaya doğru bir değişim başlamıştır. Önceleri Almanların giremediği, Türklere yönelik küçük "piyasa boşluklarında" iktisadi olarak faal olan ya da ticarete atılan Türk girişimcileri, bugün her sektörde kendi işyerlerini kurmuşlar ve sektörel dağılımlarını genişletmişlerdir (Kızılocak, 51-52; Ersun vd. 13; Almanya'da Yeni Bir Ekonomik Güç: Türk Girişimcileri, http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=222&id=13, 10.05.2007). Örneğin Türk girişimcilerin kurdukları süpermarketler, artık yalnız (Türk-Müslüman) etnik gruplara hitap etmiyor, tüm pazara yönelik faaliyet göstermekte olup Alman etnik gruplarının ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde gıda maddeleri ve ürünlerini reyonlarında sergilemektedirler (Ergün, 2006, 9).

3.3.1. Almanya'da Türk Girişimcilerin Demografik Yapısı

Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde çalışan Türklere %68,1'lik en büyük payla Almanya'da yaşamaktadır. Almanya'da yaşayan 2.642.000 Türk'ten 842 bini iktisadi açıdan faaliyette bulunmaktadır. Yine bu kesimden 785.200'ü bağımlı çalışan Türklere oluşmaktadır. Toplam çalışan Türk nüfus içindeki girişimcilerin oranı yüzde 6,7 düzeyinde bulunmaktadır (Almanya ve Diğer AB., 2003, 12). Almanya'da Türklere, göçmen işletmeciler arasında en büyük grubu oluşturmaktadırlar. (<http://www.bmwi.de/Navigation/Presse/pressemitteilungen,did=62722.htm>, 14.05.2007) Almanya'daki Türk girişimcilerin cinsiyet, yaş, ikamet süresine ilişkin sosyo-demografik yapılarıyla ilgili 2002 yılına ait veriler Tablo 3.1'de görülmektedir.

Tablo 3.1. Almanya'daki Türk Girişimcilerine İlişkin Sosyo-Demografik Verilerin Dağılımı (2002)

Değişkenler	Oran (%)
CİNSİYET	
Erkek	77.9
Kadın	22.1
YAŞ	
18-30 yaş	24.5
30-40 yaş	44.2
40-50 yaş	20.1
50-60 yaş	9.2
60 yaş ve yukarısı	2.0
İKAMET SÜRESİ	
10 yıla kadar	10.1
11-20 yıl arası	35.9
21-30 yıl arası	37.5
31 yıldan fazla	16.5

Kaynak: Almanya ve Diğer AB Ülkelerindeki Türk Hane ve Girişimcilerin Ekonomik Gücü, Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı, Essen, Ekim 2003, s.17.

Tablo 3.1'de görüldüğü gibi, 2002 verilerine göre Türk girişimcilerin %77.9'unu erkek, %22.1'ini ise kadın girişimciler oluşturmaktadır. Yaş bakımından Almanya'daki Türk girişimcilerin 18-50 yaş arasında yoğunluk kazandıkları görülmektedir. En yoğun yaş aralığı %44.2 ile 30-40 yaş aralığıdır.

Türk girişimcileri ikamet sürelerine göre incelendiğinde, 11-30 yıl arası, ikamet süresinde yoğunlaştıkları; genelde 21-30 yıl arası zaman diliminde Almanya'da buldukları görülmektedir. Bu aralığı 11-20 yıl arası ikamet süresi izlemektedir. Buna göre Almanya'daki Türk girişimcilerin çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu, genelde 18-50 yaş arasında yoğunluk kazandıkları görülmektedir. Bu da, Almanya'daki Türk girişimcilerin genelde 2. ve 3. kuşak Türklere oluştuğunun önemli bir göstergesidir. Bu durum ikamet süreleri ile ilgili verilere bakıldığında da anlaşılmaktadır. Tablo 3.1'deki verilere bakıldığında Almanya'da 31 yıl ve yukarısında ikamet eden girişimci sayısı oranının %16.5 olduğu görülmektedir.

Serbest girişimci Türklerin sayısal büyüme hızı, bu kesimin başarı ve ülke ekonomisi içindeki konumlarını belirleyen ilişkin bir yargıya varabilmede bakılması gereken önemli göstergelerden biridir. 1983 yılından itibaren sürekli artan Türk girişimcilerin sayısı, bu dönemde yaptıkları yatırımlarla yatırım hacmi ve ortalama ciro bakımından euro bazında milyarları aşmışlardır. Almanya’da 1983 yılında Türk işadamlarının sayısı 10.000’e kadar yükselmiştir. Takip eden yıllarda da bu artış sürmüştür. Bu gelişme gerek entegrasyon gerekse istihdam ve ekonomik katkı açısından son derece olumlu bir gelişme olarak görülmüştür. Türk girişimciliğin gelişimi Tablo 3.2’de görülmektedir.

Tablo 3.2. Almanya’daki Türk Girişimciliğin Boyutları (1995-2005)

Gösterge/ Yıl	1985	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Sayı	22.000	33.000	40.500	59.500	58.000	58.000	61.300	62.700	64.600
İşletme başına ortalama yatırım (uro)	88.400	88.400	104.800	116.600	118.000	118.000	120.600	119.000	114.000
Toplam yatırım hacmi (milyar euro)	1.9	2.9	4.2	6.9	6.8	6.8	7.4	7.5	7.4
İşletme başına ortalama ciro (Euro)	400.000	387.600	429.500	478.600	467.000	467.000	472.000	465.000	457.000
Toplam yıllık ciro (milyar euro)	8.8	12.8	17.4	28.5	27.1	27.1	28.9	29.1	29.5
İşletme başına ortalama çalışan sayısı	3.5	3.3	4.1	5.5	5.3	5.3	5.2	5.1	5.0
Toplam çalışan sayısı	77.000	100.000	168.000	327.000	307.000	307.000	319.000	320.000	323.000

Kaynak : Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı, Essen, 2005; Faruk Şen, Gülay Kızılocak, Martina Sauer, Cem Şentürk, <http://www.tisk.org.tr/yayinlar.asp?sbj=ic&id=2160>, 05.04.2007; Almanya ve Diğer AB Ülkelerindeki Türk hane ve Girişimcilerinin Gücü, Essen, Ekim 2003, s. 20.

Almanya’daki Türk girişimci sayılarında bir kısım kaynaklarda farklılık gözlenmektedir. Ancak genel olarak çalışmalarda esas alınan Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı verileri esas alınmaktadır. Bu verilere göre (Tablo 3.2), Almanya’daki Türk girişimci sayısı, 1985’de 22.000 iken, 2005’de bu sayı 64.600’e yükselmiştir. Almanya’daki yabancı girişimciler içinde en fazla oransal artışı Türkler göstermiştir(Leicht, Humpert ve diğerleri, 6). Son on yıl içinde Türk girişimci sayısı yaklaşık %50’den fazla artmıştır. 2000 yılı sonunda 59.500’e ulaşan Türk girişimci sayısı, 2001 yılında 58.000’e gerilerken, bu sayı 2002’de 56.800’e gerilemiştir. Bu gerilemenin farklı nedenleri vardır: 2001’de tüm dünyada olduğu gibi Avrupa’da da yaşanan tüketimde gerileme ve ekonomik daralma, Almanya’yı yoğun biçimde

etkilemiştir. Mevcut girişimci danışmanlık hizmetlerinden yararlanmayan bankalar, ticaret odaları ve çalışma daireleri gibi Alman kurumları ile yakın diyaloga girememiş olan Türk işletmeleri, bu koşullar karşısında yerlerini kaybetmişlerdir. Çünkü rekor düzeylere ulaşan işsizliğin Almanya'da ulaştığı boyut, tüketim harcamalarındaki daralmayla birlikte girişimcilik riskini de artırmıştır. Girişimcilik sayılarındaki söz konusu yıllardaki gerilemenin bir başka nedeni de daha büyük ve piyasa koşullarına daha kolay uyum sağlayabilen küçük işletmelerin yerini alması olmuştur (Almanya ve Diğer AB..., 20).

3.3.2. Almanya Ekonomisinde Türk Girişimcilerin Payı

Türk işletmelerinin ve girişimcilerinin sayıca büyüme trendi, toplam ekonomik verilere bakıldığında da gözlenmektedir. Örneğin; Türk işletmelerinin 1985 yılındaki toplam yıllık ciroları 17,2 milyar DM'yi bulurken, 1999 yılındaki bu rakam 50,3 milyar DM'ye ulaşmıştır. Bu zaman zarfı içinde Türk girişimciler toplam cirolarını üç kattan fazla arttırmış bulunmaktadır. Bir önceki yıla göre toplam ciroda 4,2 milyar DM'lik bir artış söz konusudur. Bu da % 9,1'lik bir artış anlamına gelmektedir. Ancak cirodaki bu artış oranlarını işletme başına yakalamak mümkün değildir. İşletme başına düşen ortalama ciro miktarı % 0,9'luk bir artışla 912.000 DM'ye ulaşmıştır. (<http://www.byegm.gov.tr/yayinlarimiz/ANADOLUNUNSESI/164/T20.htm>.,10.03.2007) Tablo 3.2'de görüldüğü gibi, Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı verilerine göre, 1995-2005 yılları arası bazı yıllara karşılık gelen cirolar şöyledir: 1995'de 397.000 Euro, 1997'de 415.200 Euro, 1999 427.400 Euro, 2001'de 430.800 Euro, 2003'de 439.000 Euro, 2005 ise 430.700 Euro'dur.

Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı'nın ampirik araştırmasına dayanan hesaplamalarına göre ise, 1995-2005 yılları arasında Türk işletmelerinin toplam yıllık ciroları 21,6 milyar Euro'dan 40,5 milyar Euro'ya yükselmiştir. Bu artış, % 87,5'lik bir büyümeye karşılık gelmektedir.

3.3.3. Almanya'daki Türk Girişimcilerin Yatırımlardaki Payı

Sayı ve ekonomik açıdan büyüme trendi, yatırımlar içinde benzer gelişmeler göstermiştir. İşletme başına yapılan ortalama yatırım miktarı ise 1985 yılında 173.000 DM iken 1999 yılında takriben 224.000 DM'yi bulmuş; toplam yatırım hacmi de olumlu yönde gelişmiştir. 1985'teki 3,8 milyar DM seviyesinden 1999 yılında 12,4 milyar DM düzeyine çıkmıştır. Yaygın ekonomik krizle beraber gelen işgücü piyasasındaki darlık, düşük gelir ve küçük sermaye grupları için de girişimciliği ilginç kılmaktadır. Nitekim toplam girişimci rakamının bir yıl öncesine göre 4.200 dolayında artması da bu tezi doğrulamaktadır. Ayrıca girişimci sayısındaki artış hızının, ortalama kişi başına düşen yatırım miktarındaki nispeten düşük artışa rağmen yüksek olması nedeniyle, toplam kümülatif yatırım miktarı 1999 yılında 1,3 milyar DM artarak söz konusu 12,4 milyar DM'ye ulaşmıştır (<http://www.byegm.gov.tr/yayinlarimiz/ANADOLUNUNSESI/164/T20.htm>.10.03.2007). Tablo 3.2'de görüldüğü gibi Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı verilerine göre, Türk girişimcilerin işletme başına düşen ortalama yatırımlarını 1995-2005 arası bazı yıllar itibariyle göstermektedir. Buna göre işletme başına ortalama yatırım miktarları euro bazında şöyledir: 1985'de 88.400; 1995'de 104.800; 2000'de 116.6000; 2001'de 118.000; 2002'de 118.000; 2003'de 120.6000; 2004'de 119.9000 ve 2005'de 114.000'dir.

Tablo 3.2'den görüldüğü gibi, Almanya'daki Türk girişimcilerin işletme başına ortalama yatırımları sürekli artış göstermiştir. Ancak bu artış 2004 ve 2005'de gerilemiştir. Söz konusu rakamlar, Türk yatırımcıların Almanya'da çok önemli yatırım harcamalarında bulunduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla Türk yatırımcılar, Almanya'nın Gayri Safi Milli Hasılası (GSMH)'na Lüksemburg devletinin GSMH'sinin bir buçuk katı katkıda bulunmuşlardır (Başyurt, 10.04.2007; Rieple, 89).

Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı'nın ampirik anket araştırmasına dayanan hesaplamalarına göre ise, 1995-2005 yılları arasında, Türk işletmeleri tarafından gerçekleştirilen yatırımlar, 10 yıllık süreç içerisinde % 92'lik bir artış göstererek 5,3 milyar Euro'dan 10,2 milyar Euro'ya yükselmiştir.

3.3.4. Almanya'daki Türk Girişimcilerin İstihdamdaki Payı

Almanya'da bugün 92 ayrı iş dalında yüz binleri aşan sayıda istihdam sağlayan Türk girişimciler, günümüzde Almanlara da istihdam imkânı sağlar konuma gelmişlerdir (Başyurt, 10.04.2007; Rieple, 2003, 89). İşletmelerin büyüklüklerini ölçmede genel olarak kabul edilen değişken, işletmede istihdam edilen çalışan sayısıdır. Almanya'daki duruma bakıldığında, Türk işletmeleri ortalama olarak 5 kişiye istihdam sağlamaktadırlar (Avrupa'nın Dinamosu, 1; TAM, 2005). Araştırmalar Almanya'da Türk işletmelerinde çalışanların beşte dördünün Türk olduğunu ortaya koymuştur (Leicht, Humperts, 14). Bu da Türk girişimcilerin Almanya'daki Türklerin istihdamında ne kadar önemli rol oynadığını ortaya koymaktadır. Türk işletmeleri tarafından 1985 yılında yaratılan istihdam 77.000 iken, bu sayı 1999 yılında takriben 293.000'ne çıkmıştır (<http://www.byegm.gov.tr/yayinlarimiz/ANADOLUNUNSESI/164/T20.htm>, 09.03.2007).

Çeşitli çalışma alanlarında halen Türk işletmelerinde yaklaşık 54.000 Alman ve 29.000 de diğer göçmen gruplarına mensup kişiler istihdam edilmektedir. Bir başka deyişle Türk girişimciler çalıştırdıkları elemanların yaklaşık % 28'ini Türk olmayan kişilerden seçmektedir. Girişimci sayısının ve cironun Almanya'daki genel ekonomik duruma rağmen artması, Türklerin girişimcilik cesaretini ve piyasadaki başarılarını ortaya koymaktadır. Türk girişimcilerin toplam cirosunun artması, ancak yeni ürünlerle, yeni piyasalara yönelmeleri ile veya müşteri sayısını artırmalarıyla mümkün olmaktadır. Bu tespit, artık Türklerin de Alman girişimcilerin dağılımına benzer bir şekil de piyasanın tüm yelpazesinde yer almakta olduklarını ve özellikle Alman müşteri sayısının sürekli olarak artırdıklarını doğrulamaktadır. Aksi halde Almanya'daki ekonomik krizden ve işsizlikten en fazla etkilenen grup olan Türklerin, müşteri olarak ağırlıkları sürseydi, cironun, toplam işletme sayısının önemli bir oranda arttığı böyle bir ortamda yükselmesi mümkün olamazdı. Sağlanan bu gelişme, haliyle, Alman politik karar odaklarının da ilgisini çekmektedir. (<http://www.byegm.gov.tr/yayinlarimiz/ANADOLUNUNSESI/164/T20.htm>,09.03.2007).

3.3.5. Almanya'daki Türk Girişimcilerin Sektörel Dağılımı

Almanya'daki Türk işletmelerinin sektörel dağılımı, Türk girişimcilerin artık sadece kendi etnik toplumu için sınırlı mal ve hizmet sağlayan küçük işletmeler olmaktan çıktığını, bugün 100'ün üzerinde sektörde faaliyette bulduklarını ortaya koymaktadır. (Almanya ve Diğer AB, 24). Bu bağlamda Almanya'da Türk girişimcilerin faaliyet alanları, genel olarak ticaret, finans ve hizmet sektörleridir. Ticaret sektöründe Türk girişimcileri şu ticari faaliyetleri yapmaktadırlar:

- Perakendeciler
- İthalatçı/Toptancılar
- İthalatçı/Toptancı/Perakendeciler
- İthalatçı/Perakendeciler
- Üreticiler
- Zincir mağazacılık yapanlar
- Diğerleri (Marangozhaneler v.b.)

Türk girişimciler finans sektöründe ise genelde şu işlerle uğraşmaktadırlar.

- Bankacılık faaliyetleri (Bulunulan ülke mevzuatına göre, Anonim Şirket şeklinde kurulmuş, sermayesinin hemen hemen tamamı Türkiye'den transfer edilmiş bankalar)
- Banka temsilciği faaliyetleri (Yalnızca havale muameleleri)
- Finansman teminine aracılık eden firmalar

Hizmet sektöründe ise Türk girişimciler genelde şu işlerle uğraşmaktadırlar:

- Turizm firmaları
- Gastronomi (Ayaküstü yemek, lokantacılık)
- Restoranlar
- Catering firmaları (Yiyecek tedarik eden firmalar)
- Danışmanlık firmaları
- Serbest muhasebeciler
- Diğerleri (Temizlik firmaları, boya-badana hizmetleri, inşaat hizmetleri, taksi işletmeleri, oto tamirhaneleri v.b.)

Türkiye Araştırmalar Merkezi'nin Federal Eğitim ve Araştırma Bakanlığı için yapmış olduğu araştırma, Türk işletmelerinin sektörel dağılımının Almanya'daki mevcut sektörel dağılıma yaklaştığını göstermiştir. 1993 verilerine göre, Almanya'daki Türk girişimcilerin %41'i perakende satışta, %26.54'i otel ve misafirhane alanında, %12.7'si ise toptan satışta faaliyetlerine ağırlık vermişlerdir. Diğer alanlardaki Türk girişimcilerin oranları ise %4.6 inşaat sektörü, %1.8 esnaf, %1.5 marjinal oranda endüstri alanı şeklindedir (Rieple, 2003, 89). Almanya'daki Türk girişimcilerin 2002 yılı sektörler itibariyle yüzdesel dağılımı ise, hizmet sektörü %22.4; gastronomi %23.1; perakende ticaret %34.9; zanaat %9.9; toptan ticaret %5.9; inşaat %2.1; imalat sanayi %2.6'dır (Almanya ve Diğer AB Ülkelerindeki Türk Hane ve Girişimcilerinin Ekonomik Gücü, 2003, 25). Tablo 3.3'de ise 2003 yılı verileri görülmektedir. 2002-2003 yılı verilerine bakıldığında geçen on yılda perakendecilikte bir gerileme olduğu görülmektedir. Bununla birlikte perakendeden toptan ticarete, imalat sanayinden zanaata ve hizmet sektöründen inşaat alanına kadar hemen her sektörde ve bunlara bağlı iş kollarında faaliyet gösteren Türk işletmelerinin alanlarının genişlediği görülmektedir. Her ne kadar işletmelerin çoğunluğu küçük ve orta çaplı işletme sayılsa da Türklerin klasik ekonomik sektörlerdeki kuruluşlarının yanı sıra gittikçe yaratıcı iktisadi işkollarında girişimlerde buldukları görülmektedir. Türk işletmelerinin sektörlere göre dağılımına bakıldığında, işletmelerin önemli bölümünün perakende pazarlama (%34.1) ve gastronomi (% 23.0) dalında faaliyet gösterdiği ortaya çıkmaktadır. Geleceği parlak olan hizmetler sektörü önceki yıla oranla payını artırarak % 22.9'luk bir pay taşırken inşaat, %2.1 ile an az paya sahiptir. (Tablo 3.3)

Tablo 3.3. Federal Almanya'daki Türk Girişimcilerin Sektörel Dağılımı (2003)

Sektörler	2003	
	Sayı	Yüzde
İmalat sanayii	1.500	2,5
İnşaat	1.300	2,1
El sanatları	6.600	10,7
Toptan Ticaret	2.900	4,7
Perakende ticaret	20.900	34,1
Gastronomi	14.100	23,0
Hizmetler sektörü	14.000	22,9
Toplam	61.300	100

Kaynak: Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen, 2004.

Ekonomik gelişme süreci içinde, Alman bakkalları ve gıda maddeleri satan küçük dükkânlar, büyük mağaza zincirleri ve süpermarketlerinin karşı konulmaz rekabeti karşısında piyasadan çekilmek zorunda kalmışlardır. Son gelişmeler, Türk bakkallarının ve küçük dükkânlarının, Alman dükkânlarının yerini almaya ve onların piyasadaki fonksiyonlarını üstlenmeye başladıklarını göstermektedir. Piyasa, bu alanda dinamik bir gelişme içinde ve dolayısıyla beklenmedik yeni gelişmelere açık bulunmaktadır. Türk işletmeleri bu gelişim içinde aktif olarak yer almakta ve Alman kentlerinin ekonomik ve fiziksel değişiminde rol oynamaktadırlar (Almanya'daki Türkler, 2000).

Türkiye Araştırmalar Merkezi'nin TÜRKİMPORT-Avrupa Türk Gıda İthalatçıları Birliği adına 1999 yılında gerçekleştirdiği araştırma, Türk perakende ticaret işletmelerinin gittikçe artan bir şekilde Alman müşteriye de hitap ettiklerini ortaya koymuştur.(Almanya'daki Türkler, <http://www.bteu.de/download/Studie%20Turkimport%201999%20Kurzfassung.pdf> 01.03.2007).

3.4. ALMANYA'DAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİNİN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ

Almanya'da Türk girişimciliğinin güçlü yönleri olduğu gibi zayıf yönleri de bulunmaktadır. Türk girişimcilerinin yaşadıkları sorunların çoğu da bu zayıf yönlerinden dolayı ortaya çıkmaktadır. Aşağıda Almanya'daki Türk girişimcilerin güçlü ve zayıf olduğu yönler ortaya konulacaktır (Berki, Erkan, 2001, 7-15).

3.4.1. Güçlü Yönler

Almanya'daki Türk girişimcilerin güçlü yönlerini yaygın yerleşim, ekonomik konulardaki mevcut kurumsal düzenlemeler, girişimci ruh, bankacılık alanındaki örgütlenmeler, örgütlenmedeki isteklilik, en az bir yabancı dile hakimiyet, bulunulan ülke uyruğuna geçme gibi özellikler oluşturur. Bunlar aşağıda kısaca başlıklar altında açıklanacaktır (Berki, Erkan, 2001, 7-15).

- **Yaygın yerleşim**

Yurtdışındaki Türk girişimcilerin bugün ulaşılan noktada, dünyanın çeşitli ülkelerindeki dağılımına bakıldığında son derece zengin bir "ağ" ile karşı karşıya oldukları görülmektedir. Bu derecede geniş bir yelpazeye yayılmış girişimci güce bir başka ülke sahip değildir. Bu ağın akılcı bir şekilde değerlendirilmesi, Türkiye dış ticaretinde önemli ufuklar açacaktır.

- **Ticari ve ekonomik konularda mevcut kurumsal düzenlemeler**

Türkiye'nin ikili ekonomik ve ticari ilişkileri geliştirme açısından yürüttüğü "Karma Ekonomik Komisyonlar" ve "İş Konseyleri" gibi düzenlemeler, aslında yurtdışındaki Türk girişimciler açısından temeli sağlam bir altyapı oluşturmaktadır. Ayrıca örgütsel düzenleme bağlamında, Türk işadamları tarafından yurtdışında kurulan derneklerin varlığı ve bu derneklerin bir kısmının Türk ihracatçı birlikleriyle "Kardeş

Kuruluş Protokolleri” çerçevesinde yakınlaşmaları üzerinde durulması gereken oluşumlardır.

- **Bankacılık alanındaki örgütlenmeler**

Ticari ilişkilerin en hassas noktalarından biri, hiç şüphesiz ki bankacılık işlemleridir. Dış ticaret ilişkilerinde ortaya çıkan ihtilafların göz ardı edilemeyecek bir bölümünün banka işlemlerinden veya bizzat bankaların hatalı işlemlerinden kaynaklandığı tecrübelerle sabit bir gerçektir. Aracı bankaların, yabancı ülkeler bankaları olması dolayısıyla ihtilaflar çok ilginç boyutlara taşınabilmekte ve çözümsüzlük söz konusu olabilmektedir.

Son on yıl süresinde dünyanın çeşitli ülkelerinde, o ülkelerin bankacılık mevzuatına göre kurulan ve tüm bankacılık işlemlerini yapmaya yetkili bankalarımızın faaliyet göstermeye başlaması ve sayılarının giderek artması, Türk-Alman dış ticaret ilişkileri açısından önemli bir gelişme olarak değerlendirilmelidir.

- **Girişimci Ruh**

Kendi işini kurma yönünde Türkler arasında başlayan eğilim, öncelikle perakende ticaret alanında yoğunlaşmıştır. İkinci ve üçüncü jenerasyonların ortaya çıkmasından sonra, perakende ticaret, çok iyi lisan bilen aile bireylerinin devreye girmesiyle daha büyük ölçekli aile şirketlerini ortaya çıkarmış, “girişimci ruh” Türk işçiler arasında yer etmeye başlamıştır.

Bugün Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın yurtdışı birimlerini oluşturan, Ticaret Müşavirliklerine intikal eden taleplerin kayda değer bir bölümü, o ülkelerde yaşayan Türklerin iş kurma arzularını içermektedir.

Türkiye’de girdi ve işçilik maliyetlerinden dolayı rekabet gücünü yitiren, ekonomik sıkıntı ile karşılaşan girişimcilerin, Türkiye’den yurtdışına yatırım yapma amacıyla göç ettikleri bilinmektedir. Bu girişimcilerin yurt dışına yatırım için

yerleşmeleri girişimcilik yetenekleri olan yeni bir girişimci kesimi daha yurt dışı girişimcilerine eklenmektedir. Bu kesimin gerek yabancı dil bilgisi, gerek Türkiye hakkındaki bilgileri son derece gelişmiş olduğundan ve kendilerini güncel bilgilerle de donattıklarından, yurtdışındaki faaliyetlerinin verimli olması beklenmektedir. Ancak, bu noktada bir gerçeği de göz ardı etmemek gerekmektedir. Bu da, bahse konu girişimcilik ruhunun genellikle bilinçsizce ortaya çıktığı ve “bir şeyler yapalım da ne olursa olsun” mantığının getirdiği panikle hareket edilmesi olgusudur. Bu bağlamda, bu kişilerin girişimcilik heveslerini zedelemeyen Türkiye açısından faydalı alanlara kanalize edilmelerinde Türk Ticaret Müşavirliklerine şüphesiz büyük görev düşmektedir.

- **Örgütlenme isteği**

Mevcut bir örgütte “yapı”, yenilik faaliyetlerinin ortaya çıkması ve başarıyla uygulanması açısından oldukça önemli bir faktör olarak görülmektedir (Christensen, 2005, 312). Bir işletme büyüdükçe yönetim kademelerinin sayısı artar ve buna bağlı olarak; çalışanların rolleri kesin bir şekilde belirlenir, süreçler standartlaştırılır ve örgüt biçimsel kurallara göre yönetilmeye başlar. Örgütlenme hem işletmenin kendi içyapısındaki örgütlenmeyi hem de işletme dışındaki örgütlenmeleri bütünleştirebildiğinde etkin olacaktır (Berki, Erkan, 2001, 7-15). Bunun için Türk işadamları derneklerinin sektörel alt gruplara ağırlık veren bir yapılanmaya gitmesi, Türk girişimcilerinin örgütlenme isteği ile birleşince daha güçlü bir örgütlenmenin yolunu açacaktır (İltar, 1998, 124).

Özellikle 90’lı yılların başından itibaren yurtdışındaki Türk girişimcilerin arasında örgütlenme isteği yoğunlaşmaya başlamış, önce genel amaçlı sonraki yıllarda ihtisasa yönelik, sektörel bazda dernekleşmeler yaygın olarak ortaya çıkmıştır. Bu derneklerden bazılarının, ticari faaliyetler yanında, buldukları ülkede önemli baskı grupları haline geldiği görülmektedir.

Ancak, dernekleşme akımının abartılı bir biçimde bir “dernek enflasyonuna” da yol açtığı, bugün net olarak görülen bir olumsuzluktur. Kaldı ki, söz konusu derneklerin birçoğunda yaşanan ve Türkiye’nin bir yansıması olarak ortaya çıkan siyasi

gruplaşmalar, Türk girişimcilerin faaliyet göstermekte oldukları ülkelerdeki çıkarlarıyla hiçbir şekilde örtüşmemektedir. Söz konusu girişimcilerin çıkarları, buldukları ülkelerde anayasal baskı grubu olarak öne geçmekte yatmaktadır. Bu ise olabildiğince güçlü bir örgüt yapısı ile mümkündür. Bu bağlamda yalnızca Türkiye’yi ilgilendiren mevcut siyasi düşüncelerin bir kenara bırakılması ve ortak payda olan yurtdışında Türk vatandaşı bilincinden hareket edilmesi Türk girişimcilerin başarısını artırıcı etkiye yapacaktır. (Berki, Erkan, 2001, 7-15).

- **En az bir yabancı dile hâkimiyet**

Bugün yurtdışındaki iş hayatının içinde yer alan yeni nesil Türk vatandaşlarının Türkçe yanında en az bir dile ana dil seviyesinde hakim olmalarını, yine uluslararası ticari ilişkilerin en önemli unsurunun yerine getirilmiş olduğu şeklinde değerlendirmek gerekmektedir. Almanya’daki Türk girişimcilerin en önemli sorunlarından birini kalifiye ve iki dil bilen eleman bulamamalarıdır. Özellikle Türkiye ile ticaret yapan, çoğu Türk işletmesinde çalışan elemanların Almanca ve Türkçe dillerine hakim olmaları gerekmektedir (Kızılocak, 1996, 54). Özellikle gerek ticari, gerekse hukuki çok önemli özel bir kelime hazinesini gerektiren uluslararası ticari ilişkilerin lisan bilgisi üst düzeyde olan bu insanlar tarafından gerçekleştirilmesi gerekir.

- **Bulunulan ülke uyruğuna geçen Türk vatandaşları**

Hükümetlerin de uzun yıllardır teşvik ettiği, yurtdışında yaşayan Türklerin buldukları ülke vatandaşlığına geçme eğilimleri 1990’lı yıllarda artmıştır. Bugün itibariyle, örneğin, Avusturya’da yaşayan toplam 180.000 civarındaki Türk’ün üçte biri, Danimarka’da yaşayan toplam 50.000 dolayındaki Türk’ün de beşte biri bu ülkelerin vatandaşlığına geçmişlerdir. Almanya’da da benzer durum söz konusudur.

Her ne kadar bazı ülkelerde giderek “doğuştan vatandaş” ve “sonradan vatandaş” tanımları terminolojiye yerleşiyor ise de, Türk vatandaşlarının buldukları ülkenin uyruğuna geçmeleri sonucunda, hiç şüphesiz ki, gerek sosyal ve kültürel, gerekse ticari ve ekonomik bağlamda önemli avantajlar sağlanabilmektedir.

- **Yabancı firmalar nezdindeki Türk profesyoneller**

Almanya'daki Türk vatandaşlarının iyi derecedeki lisan bilgileri sayesinde önemli seviyelerde yüksek tahsil de yapabilmeleri, bu kişilere, meslek hayatına atıldıklarında, yeni ufuklar açmaktadır. Bugün ABD'den Avustralya'ya kadar uzanan bir yelpazede, yetişmiş insanlarımızın bölgesel veya ülke çapında faaliyet gösteren büyük firmalarda profesyonel olarak görev aldıkları, bunun da ötesinde, çok uluslu şirketlerde üst düzey görevlerde hizmet veren Türk vatandaşlarının bulunduğu görülmektedir. Bu Türklerin bir tek sektöre sıkışmayıp, otelcilikten finansman ve ticaret sektörüne kadar geniş bir alanda kendilerini gösteriyor olmaları nedeniyle daha da artmaktadır.

Ancak, yukarıda da belirtildiği gibi, derneklerde gözlenen siyasi eğilimler, bu türden kalifiye kimselerin derneklere uzak durmalarını da beraberinde getirmektedir. Siyasi olmayan dernekleşmeler bu vatandaşların katılımıyla daha da güçlenerek bulunan toplumda hak ettiği yeri alacaktır. (Berki, Erkan, 2001, 7-15).

3.4.2. Zayıf Yönler

Bazı Türk firmaları, başarıyı Almanya'da aramaktadırlar. Alman-Türk İş Merkezi Başkanı Ahmet Ertekin, Türkiye'de başarılı olamayan firmaların Almanya'da başarı olasılığının zayıf olduğunu belirtmektedir. (http://www.kobi-efor.com.tr/haber_detay.asp?id=1137, 20.06.2007). Bu bakımdan Almanya'daki Türk firmaların, Türkiye'deki başarısız sistemlerini Almanya'ya taşımaları en büyük zayıflıklarındandır. Almanya'da yatırım yapmak isteyen Türk girişimcilerinin çok yönlü ve sağlıklı bilgi almaları özellikle yeni girişimciler açısından son derece önem taşımaktadır.

Almanya'daki Türk girişimcilerin güçlü yönlerinin yanında olduğu gibi imaj ve marka yaratmadaki yetersizlikleri, rasyonel işletmecilik ilkelerine bağlı kalınmaması ve buna yönelik örgütlenmelerin yapılamaması, koordinasyon eksikliği gibi yetersizlikler ise Türk girişimcilerin zayıf yönleri de vardır. Bunlar da aşağıda kısaca açıklanacaktır.

- **İmaj ve marka yaratamama**

Bugün gelinen noktada, Türkiye ihracatının çıkışının marka yaratmaktan geçtiği gibi, yurtdışındaki Türk işadamlarının da “ciro”larını arttırabilme çabalarının buna bağlı olduğu bilinmelidir. Yaratılan katma değer büyük bir kısmının imaj ve marka yaratan firmalara teslim edilmesi hiçbir şekilde Türk girişimcilerin yararına olmayacaktır. Nitekim küresel ekonomide yaşanacak en ufak bir değişim, söz konusu işadamlarının mevcut iş olanaklarını da ellerinden alabilecektir. Kendi marka ve imajı ile ticaret yapanlar daima ticaretin güçlü olan tarafını temsil etmektedirler. Dolayısıyla söz konusu gücü ele geçirmek son derece önemlidir (Berki, Erkan, 2001). Böyle olmakla beraber işletmelerin imaj ve marka yaratmama sorunları olduğu da bir gerçektir. İşletmelerin marka yaratmada başarısız olmalarının altında yatan bazı nedenler arasında; ölçek ekonomilerini anlamamanın zor olması, başarılı bir global marka takımını oluşturmanın zorluğu ve global markaların tüm pazarlara zorla kabul ettirilmeye çalışılması gösterilebilir (Tavşancı,” http://www.tavsanci.com/index.php?option=com_content&task=view&id=49&Itemid=59, 24.07.2007).

- **Rasyonel örgütlenememe ve örgütsel düzenlemelerdeki koordinasyon eksikliği**

Artan rekabet "kâr marjlarını" giderek daraltıyor. Böyle bir eğilim karşısında iyi bir örgütlenme ile bir fark yaratmak gerekir. Bunu sağlamak için ya kişisel bilgi, beceri ve yetenekleri rekabet gücü kazanmaya odaklandırmalı ya da işi iyi örgütleyerek maliyet, kalite ve fiyat dengesini kurulmalıdır. Her iki örgütlenme biçimi de tek başına olmaz. Kişisel örgütlenmede bile, uygun girdilerin nasıl alınacağı ve nasıl işleneceği, kimlerle işbirliğine girileceği ve yaratılan sonucun başkalarından farklı olabilmesi için dış birimleri nasıl kullanılabilineceğinin iyi anlaşılması gerekir. Bunları sağlanamadığında rasyonel örgütlenme eksikliği söz konusu olur (Bozkurt, http://www.kobifinans.com.tr/bilgi_merkezi/0203/16626/2, 24.07.2004). Rasyonel örgütleneme Türkiye’deki çoğu işletmenin yaşadığı en önemli sorunlardan biridir. Yurtdışındaki Türklerin genel alışkanlık ve eğilimleri Türkiye’deki genel yapıyla hemen

hemen her konuda örtüşmektedir. Rasyonel örgütlenme açısından dağınık bir görüntü sergileyen Türk girişimci dernekleri dağınık görüntüleri nedeniyle de koordinasyon eksikliği yaşanmaktadır. Türk girişimcilerinin kurdukları aynı şehirde bile bazı sektörlerde birden fazla ticari örgütlenme görülmektedir. Bu örgütler arası koordinasyonsuzluğun en basit ve görünen sonucu, güçlerin parçalanması sonucu etkinin azalması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Oysa özellikle yurtdışındaki örgütlenmelerde temel amaç, tek bir ses halinde anayasal baskı grupları olarak teşkilatlanmak suretiyle seslerini duyurabilmektir. Bu amaç doğrultusundaki örgütlenme eksikliği, Türk girişimcilerin zayıf yönünü oluşturmaktadır (Berki, Erkan, 2001, 1). Almanya'daki Elçilik ve Konsoloslukların sağlıklı bilgi almalarını sağlayacak bir örgütlenmenin uzman personelle geliştirilmesinde büyük yarar vardır. Bu alanda Almanya'da yüksek öğrenim görmüş o ülkeyi çok iyi tanıyan Türklerden geniş ölçüde yararlanma yoluna gidilmeli, diplomatik kurallar daha esnek hale getirilmelidir (Keskin, 1998, 145).

- **Zincir mağazacılık fikrinin olgunlaşmaması**

Avrupa'da, ticari hayata adeta bir devrim niteliğinde 60'lı yılların sonlarında giren ve 70'lerden günümüze dek büyük gelişme gösteren, gıdadan kırtasiyeye, oto aksesuarlarından ayakkabıya kadar, akla gelebilecek tüm sektörlerde ağırlığını hissettiren zincir mağazacılık, Türkiye'de ancak yabancı sermayeli firmalar aracılığı ile 90'larda sisteme girebilmiş, yurtdışındaki Türk girişimciler açısından ise bu yönde, son derece sınırlı istisnalar hariç, bir hareket izlenmemiştir. Zincir mağazacılık hemen hemen tüm firmaların yıllık programlarında olan ve toplam mal akımında inanılmaz ölçülerdeki büyüklüklere ulaşmayı sağlayan bir sistem niteliğinde olmasına rağmen, Almanya'da Türk girişimcilerin zincir mağazacılığa yönelmesi yakın zamanda başlamıştır. Zincir mağazacılık sisteminden yararlanılmaması da Almanya'daki Türk girişimciliğinin zayıf yönünü oluşturmaktadır (Berki, Erkan, 2001, 1).

- **Girişimci yapının doğru yönlendirilememesi**

Yurtdışındaki Türklerin tasarruflarının değerlendirilmesi temel fikrinden hareket eden bir kısım fırsatçıların suiistimalleri yeni girişim fikirlerini engellemekte ve sorunlara yol açmaktadır. Çok ortaklı şirketleşmelerden kaynaklanan suiistimler sonucu birçok kişi, yıllardır biriktirdiği tasarruflarını kaybetmiştir.

Tasarrufların değerlendirilmesi ve bu tasarrufların, gerek bulunulan ülkede gerekse Türkiye’de rasyonel yatırımlara yönlendirilmesi doğrultusunda yurtdışındaki Büyükelçilikler nezdinde görev yapan ihtisas birimleri gerekli gayreti gösteriyorlarsa da bu yeterli olmamaktadır (Berki, Erkan, 2001, 1).

- **Türk kamu kurumlarına mesafeli yaklaşım**

Türk girişimciliğin Almanya’da gelişiminin önündeki önemli engellerden birisi de, bürokrasidir. Girişimcilerin Türk resmi kurumlarına karşı oluşan mesafeli yaklaşımı, resmi kurumların yetersizliği, yetersiz ilgisi, Türk temsilciliklerine geldiklerinde, kendilerinde ilgilenilmeyeceği yönünde bir inanış, Türk girişimciliğinin bir diğer zayıf yönünü oluşturmaktadır (Berki, Erkan, 2001, 1).

- **Ticari başarı sağlanan alanlara yığılma**

Küresel rekabetin arttığı bugün, küresel rekabette strateji olarak işletmeler, gözlemledikleri başarılı alanlara yönelmektedirler. Herhangi bir ticari dalda sağlanan başarı, girişimcilerin ilgisini doğal olarak o yöne çekmekte, sonuçta talebin üzerinde bir arz oluşmakta ve fiyatlar düşmekte, marjinal kâr oranları ile çalışmak zorunda kalınmakta, zamanla da işletmelerin faaliyetlerini yürütemez duruma düşmeleriyle, iflas olayları yaşanabilmektedir. Bu ise Türk girişimcilerin zayıf yönlerinden biridir. Bu durum, yurt içinde rastlanan bir durum olduğu gibi, yurt dışında da, biraz da içgüdüsel dürtülerle ortaya çıkan bir olgu olarak kendini göstermektedir (Berki, Erkan, 2001, 1).

Birçok Türk girişimci çevrelerinde duydukları başarı öyküleri neticesinde aynı başarıyı tekrarlamak amacıyla aynı branşlarda iş hayatına atılmaya çalışmakta, bu da bilinçsiz bir yapı ortaya koymaktadır. Bu bağlamda söz konusu girişimciler bir yandan fazla bilgileri olmayan bir alanda iş hayatına girerek bocalamakta, öte yandan da kendi ülke vatandaşlarının iş sahalarını da daraltmaktadırlar. Hatta, iş öyle boyutlar almaktadır ki, girişimciler bir süre sonra birbirleriyle rekabet eder konuma gelmekte ve böylelikle pazarı başka ülke girişimcileri kapmaktadırlar.

- **Türk toplumunun iş hayatına yönelik olarak yapılan çalışmalarda başarısız sonuçların ortaya çıkması**

Almanya'daki Türkler, ilk aşama olan “geçim” kaygılarını geride bıraktıktan sonra doğal olarak “tasarruf”a yönelmişler ve zamanla da bu tasarrufların yönlendirilmesi için çeşitli uygulamalar yapılmıştır. Döviz Çevrilebilir Mevduat Hesabı (DTÇH) ve Döviz Tevdiat Hesabı (DTH) gibi paranın faizde değerlendirilmesi şeklindeki klasik yaklaşım en bilinen uygulamadır. Tasarrufların reel sektöre kanalize edilmesi ve bir anlamda ticari hayatın ve üretimin bizzat içinde yer alarak gelir sağlanması şeklindeki yönelim ise, bilinen adıyla “Yurt Dışındaki İşçi Şirketleri” örgütlenmesiyle olmuştur. 1970’lerin sonu ve 1980’lerin ilk yarısında yurtdışındaki vatandaşlarımız bu modele büyük ilgi duymuşlardır. Ancak, bir kaç istisna dışında, model başarılı olamamıştır. Dolayısıyla Türk toplumunun iş hayatına yönelik olarak yapılan çalışmalarda başarısız sonuçlarla karşılaşmalarının oluşturduğu tedirginlik de Türk girişimcilerin başka bir zayıf yönünü oluşturmaktadır.

- **Türkiye’den ithalat yerine, Türkiye’ye ihracata ağırlık verilmesi**

Yurt dışındaki Türk girişimcilerin girişimcilik düşüncelerini genelde başlangıçta Türkiye’ye mal ihracı, çıkış noktasını oluşturmaktadır. İş hayatına atılırken piyasa etüdü yapmak ve karlı alanlara yönelmek son derece doğal bir yaklaşım olmakla beraber, “Türkiye’ye ihracat” düşüncesi “işin kolayına kaçma” gibi görünmektedir (Berki, Erkan, 05.03.2007). Bu durum da Türk girişimcilerin başka bir zayıf yönüdür.

3.5. ALMANYADAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLERİNİN SORUNLARI

Yabancılar yeni geldikleri ülkenin dilini, kültürünü, yaşam koşullarını, hukuki düzenini, ekonomik politik yapısını bilmedikleri bu ülkede o güne kadar hiç karşılaşmadıkları yeni sorunlarla karşılaşmışlardır. Bunlara beraberinde getirdikleri kendi kültürel, ekonomik sorunlarını da eklemişlerdir (Karakuş, Kuruyazıcı, 2001, 36; Yılmaz, 2001, 55-61).

Türk ailelerinin çocuklarının kısa zamanda para kazanmalarını istemeleri, okul başarılarının yetersizliği, iyi meslek okullarında okuyamamaları, azınlık kompleksleri gibi nedenler ve bu nedenlere bağlı olarak ortaya çıkan sorunlar, kendi ülkeleri dışında iş arayan ve iş kurmak isteyen kişiler için önemli engeller oluşturmuştur (Aslan, 1996, 11). Daha sonra göç ettikleri ülkenin değişen politikaları ve halkının yabancı işçi ve girişimcilere bakışı da iş hayatlarında ve yaşamlarında önemli etkilere yol açmıştır. Göç ettikleri ülkenin karşılaştığı ekonomik durgunluk gibi sorunlar, özellikle bu ülkelerin yabancı işgücü politikalarını yeniden ele almalarını gerektirerek, bu çerçevede politika uygulamaya yöneltmiştir. Örneğin 1980 yılında başlayan Alman ekonomisinin sistem içindeki yeni durgunluk dönemi, ülkedeki belirli sorunları net bir şekilde açığa çıkarmıştır. Yeni ekonomik kriz özellikle ülkedeki toplu sözleşmeleri büyük ölçüde etkilerken, Almanya'daki yatırımcılar, yatırımlarında dünya konjonktüründeki gelişmeyi ve yüksek faiz politikasını dikkate alarak durgunluk dönemine girmişlerdir. Özellikle yedişer yıl arayla görülen Alman ekonomisindeki durgunluk ve iş krizi, büyük sayıdaki Türk işçisinin geri gönderilerek; 1973-74 dönemindeki petrol fiyatları nedeniyle başlayan ekonomik krizi ise AET ülkeleri dışında işçi ithali/akımını durdurarak; özellikle ülkedeki yabancılara yönelik tedbirler olarak iş piyasası açısından atlatılmaya çalışılmıştır (Yüksel, Şen, 1986, 77). Bu gelişmeler hem Türk işçi ve ailelerini, hem Türk girişimciliğini hem de Türk ekonomisini önemli ölçüde etkilemiştir.

Bu sorunlardan başka Almanya'daki Türk girişimcilerin ve işletmelerinin daha spesifik sorunlar yaşadığı da çeşitli araştırmalardan anlaşılmaktadır. Almanya'da özellikle küçük ölçekli işletmeler kuruluş aşamasından itibaren önemli sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Türkiye Araştırmalar Vakfı'nın Almanya'daki araştırma verileri

özellikle Türk girişimcilerin pazar, fiyat, maliyet, yasal çerçeve, işletmecilik ve finansman kaynakları açısından çok az bilgiye sahip olduklarını ve bundan dolayı büyük zaman ve sermaye kaybına uğradıklarını ortaya koymuştur. Ayrıca Türk girişimcilerin işletmelerini büyütme konusunda da önemli sorunlarla karşı karşıya olduğunu araştırma verilerinden görmek mümkündür (Kızıloca, 1996, 58-59).

Türk girişimciler 46 yılı geride bırakan göç sürecinde büyük zorlukları aşarak, Alman toplumunda ve ekonomisinde önemli yere gelmelerine, kendilerini kabul ettirmelerine rağmen sorunları bitmemiştir. Bitmeyen bu sorunlara bakıldığında bu sorunların birçoğunun, Türk girişimcilerin farklı iki ülkedeki ilişkileri dolayısıyla yıllardır yaşadığı sorunlar olduğu görülür. Bu sorunlar Türkiye'den kaynaklanan sorunlar, Almanya'dan (yaşanan Avrupa ülkesinden) kaynaklanan sorunlar şeklinde sınıflandırılabilir (Başyurt, 2002, 11). Ancak, AB süreciyle birlikte bu sınıflandırmaya birde AB ile ilgili sorunlar eklenmiştir. Örneğin her ne kadar AB topluluğunda çalışan Türkler, her ne kadar belli koşullar altında Avrupa hukukuna sahip olsalar da anlaşmalardan kaynaklanan hakların anlamları ve uygulamaları ile ilgili Birlik hukuku ve Milli Hukuk arasındaki etkileşimden kaynaklanan belirsizlikler vardır. Serbest dolaşım hakkı bu sorunların en önemlilerindedir (Cassina, 1999, 79).

Almanya'daki Türk girişimcilerin sorunları klasik işletmecilik sorunlarının ötesindedir. İşletmelerin dış çevresinde ortaya çıkan ve işletmeleri doğrudan etkileyen olaylar da bazı sorunlara yol açmaktadır. Türk girişimcilerin bilgilendirilmeleri veya bu sorunların çözülmesi durumunda önemli avantajlar yakalayabilecekleri bir kısım gelişmelerde, Türk girişimcileri açısından yeni sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Örneğin Türk girişimcileri, AB'nin kota ve "telafi edici vergi" gibi somut gümrük ve bürokratik mevzuattan kaynaklanan sorunlardan, çifte vatandaşlık hakkı sorunu gibi sorunlardan şikâyet etmektedirler (Başyurt, 2002, 11).

Türk girişimcilerin Avrupa Birliği'nden (AB) kaynaklanan sorunlarına bakıldığında, bunların temel nedenlerinden birinin, kota ve telafi edici vergi gibi somut gümrük engellerinin uygulanmasına ilişkin mevzuatı hakkında Türk girişimcilerinin yeterli bilgileri olmamasından kaynaklanmaktadır. Enformasyon eksikliği gümrük

mevzuatının bilinmemesinden değil, uygulama şekli ve zamanlamasından kaynaklanmaktadır. Türk girişimciler bu hususta özellikle "telafi edici vergi" gibi değişken vergilerden dert yanmaktadırlar. Ticaret yapılan ürüne ne zaman ve hangi oranda bu verginin yansıtılacağına bilinmemesi, Türkiye'den yapılan ithalatta çok önemli bir risk olarak değerlendirilmektedir. Aynı sorunlar AB ülkelerinde uygulanan sağlık ve gıda yasaları ve uygulamaları için de geçerlidir. Enformasyon eksikliğinin yanı sıra bürokratik uygulamalarda Türk girişimcilere yönelik zorluklar çıkarıldığı izlenimi, AB'den kaynaklanan bu sorunlar listesini tamamlamaktadır. İletişim eksikliği ise sadece Avrupa tarafı için değil Türkiye tarafı için de söz konusudur (www.bteu.de/modules.php?op=modload&name=Downloads&file=index&req=getit&lid=88&POSTNUK... - Ek Sonuç -, 05.04.2007).

Türk girişimcilerin sorunları ile ilgili literatür tarandığında farklı sınıflandırmaların olduğu görülecektir. Bu çalışmada Türk girişimcilerin sorunları, aşağıda işletme içi ve dışı sorunlar bağlamında irdelenecektir.

Türk girişimcileri, genelde Almanya'da şu temel sorunlarla karşılaşmaktadırlar (Kızılocak; 1996, 8-59)

- Dil sorunu (bu sorun özellikle 1. kuşakta yaşanmıştır)
- Yeterli mesleki becerisinin bulunmaması,
- İlgili iş kolu üzerine yetersiz bilgi,
- Almanya'daki işletme tekniği üzerine yeterli tecrübenin olmaması,
- Danışma hizmetlerine yeterli derecede ilgi gösterilmemesi,
- Nitelikli personel istihdamına önem verilmemesi,
- Bilgi ve işletmeye yönelik eğitim eksikliği,

Bir araştırmada ise, Türk girişimcilerin işletme kuruluş aşamasında ve bugün karşılaştıkları sorunlar şu başlıklar altında sıralanmıştır (Kızılocak, 1996, 94-95)

- Serbest zamanları az olması
- Personel sorunları
- Mali sorunlar
- Bilgi ve danışmada yetersizlik

- Lisans yetersizliği
- Müşteri kazanmada sorunlar
- Muhasebe alanında yetersiz bilgi
- Mal alınacak firmalarla anlaşabilmek,
- Reklâm konusunda yetersiz bilgi
- Mesleki kanunlar
- Kamu teşviklerinden yararlanma
- Branşla ilgili yetersiz bilgi
- Mal alımında yanlış hesaplama
- Komşular
- Firmayı kiralayan
- Bürokrasi

Dolayısıyla Türk girişimcilerin Almanya'da karşılaştığı yukarıdaki sorunları içeren bir sınıflandırmayla bu sorunların incelenmesi yararlı olacaktır. Hukuki, kültürel, finansman, bürokratik, gümrük ve nakliye sorunları başlıkları altında tarafımızdan sınıflandırılan sorunlar aşağıda detaylı olarak irdelenmektedir.

3.5.1. Hukuki Sorunlar

Almanya'da Türklerin, uluslararası çalışma hukuku ve özellikle Avrupa Birliği hukukundaki gelişmelerden haberdar olmaması, yeterince faydalanamaması en önemli sorunlardan biridir. Uluslararası hukuktan ve AB hukukundan doğan, Türk vatandaşlarını ilgilendiren konularda hakların güvence altına alınabilmesi için ilgili ülkelerle yapılan sosyal güvenlik anlaşmalarının hızla tamamlanması ve mevcut anlaşmaların da gelişmelere göre yenilenmesi gerekir (Sara1,1995, 22). Bunlarda doğan sıkıntılar, Türk girişimcilerine de olumsuz yansımaktadır. Türk girişimcilerin bir kısım hukuki nedenlere ya da ayrımcılıklara bağlı olarak buldukları ülkenin temel vatandaşlık haklarından faydalanamamaları, onların birçok sıkıntı ile karşılaşmalarına neden olmaktadır (Gezgin, 1994, 120). Türk girişimcilerini ilgilendiren hukuki sorun kapsamında değerlendirilmesi gereken sorunlardan biri de Almanya'da çalışan Türk işçilere serbest dolaşım hakkı verilmemesidir. Almanya'daki girişimciler girişimleriyle

ilgili mesleğinde uzman kişi çalıştırmak istediğinde, vize sorunu yaşanmaktadır. Avrupa'da Türk insanını normal vatandaş statüsüne taşıyacak olan çifte vatandaşlık yıllardır çözüme kavuşturulamamıştır (Özdemir, 1992, 11) Almanya'da çifte vatandaşlık uygulaması olmadığından, Türk pasaportu taşıyan girişimciler başka ülkelerle ilişkilerinde sorunlar yaşayabilmektedirler. Bu durum Türk vatandaşlarını Alman vatandaşlığına geçmeye zorlamaktadır. Türk vatandaşlığından çıkması durumunda, Türkiye'deki bir kısım haklarından mahrum kalmakta, örneğin belirli bir süre Türkiye'ye giriş ve çıkışlarına izin verilmeme gibi değişik sorunlarla karşılaşabilmektedir.

Yurt dışında ikamet etmekte olan ancak Türkiye'deki gelirleri ve mal varlığı dolayısıyla sürekli yükümlülüğü bulunan Türk vatandaşlarının vergi uygulamaları için Türkiye'deki hemen her vergi dairesine muhatap olmaları hem daireler hem de vatandaşlar yönünden sonu gelmez işlemlere yol açmaktadır (Saral, 1995, 65)

Türkiye'de genelde dış alım için dışa açılma alışkanlığının bir türlü yerleşmemesi ve belli temsilcilik çemberlerinin alıcılara empoze ettiği koşullarla dışalım yapılmasının ülke ekonomisine verdiği zararlar bir yana, kamu kesimi dışalımları da yine aynı yöntemle yürütülmekte, üstelik genel olarak akreditifle yapılmaktadır. Ayrıca, bu alımlara yurtdışındaki Türk girişimcilerinin doğrudan iştirak edememesi maliyetlerin yükselmesine ve fırsatların kaçırılmasına neden olmaktadır (Saral, 1995, 68).

3.5.2.Kültürel Sorunlar

Almanya'da yaşayan Türkler, serbest mesleğe geçişte bazı aşılması güç sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Başka bir kültür ve mantaliteden gelen ve alışık olmadıkları bir sistemle karşılaşma ya da Türkiye'den daha farklı işleyen bürokratik sistem girişimciyi, aşılması güç zorluklarla karşı karşıya bırakmaktadır. Özellikle 1. ve 2. kuşağın bir kısmında ortaya çıkan dil sorunu, bu tür girişimleri yaşama geçirirken zorluklar yaratmaktadır (Kızılocak, 1996, 38-39). Dil sorunu, girişimcilerin içinde yaşadıkları toplum ile ilişkilerin geliştirilmesinde önemli bir sorun olmuştur

(Müftüoğlu, 52). Ayrıca farklı dil, din ve inançların yaşandığı toplumda yabancı bir kültür ile karşılaşan Türklerin yaşadığı en önemli sorun, kültürel çatışma ve kültürel yaşama ilişkin sorunlar olmuştur. Almanya'ya işçi olarak gelen Türk vatandaşlarının kültürel uyum ve dil sorunu, Almanya'da Türk girişimciliğinin hızlı bir biçimde gelişmesini engellemiştir.

Alman vatandaşları tarafından hoşgörü ile bakılan yabancı işçiler ve bu işçilerden olan Türk vatandaşları, seksenli yılların başlarından itibaren başlayan ve büyük şiddet olaylarının da yaşandığı yabancı düşmanlığının gelişmesiyle birlikte bir başka kültürel sorun olarak yabancı düşmanlığıyla karşılaşmışlardır. Çok kültürlü toplum düzenini tehdit eden ve sosyal bir hastalık olan yabancı düşmanlığı,(Özdemir, 1992, 12; Kılıçarslan, 1992, 28-30) Türk düşmanlığı şekline dönüşmüş ve Hitler Almanya'sında kullanılan Yahudi fıkraları, Türkler için kullanılmaya başlanmıştır (Yüksel, Şen, 1986, 78). Bunda Federal Alman hükümeti ve eyalet hükümetlerinin basına yansıyan demeçleri de etkili olmuştur. Türklerin Alman toplumuna güç uyuşabildiği tezinden hareket eden kurumlar ve eyalet hükümetleri, bu tezlerini kamuoyuna yayararak alınan önlemleri daha da sertleştirmişlerdir .

Bir kısım eyaletler, yabancılara yönelik aldıkları yeni kararlarla eyaletlerdeki yabancı sayısını azaltmaya ve dondurmaya yönelik kesin adımlar atmışlardır. Alınan önlemler F.Alman Hükümetinin 2 Aralık 1981 tarihinde aldığı yabancılara yönelik son tavsiye kararları olarak 1982 başından itibaren her eyalette uygulanmaya başlamış olup bu kararlar incelendiğinde, bu kararların özellikle Türk işçilerine ve bunların yanına gelen ailelere yönelik olduğu anlaşılmaktadır. Türklerin Alman toplumuna zor uyum sağladığı tezinden hareket eden kurumlar ve eyalet hükümetleri, bu tezlerini kamuoyuna mal ederek alınan önlemleri daha da sertleştirmişlerdir. Almanya'da yabancı sorunun Türkler sorunu olduğu ve bu sorun çözülürse, yabancı sorununun ortadan kalkacağı düşüncesi de yaygınlık kazanmıştır. Türklerin sayısının azaltılması durumunda yabancının gerek kültürel, gerek dinsel, gerekse genel uyum açısından Alman toplumu ile çabuk kaynaşacağı görüşü, geniş kitlelerce yaygın şekilde kabul edilen görüş olmuştur (Yüksel, 1986, 78-79). Almanya'da özellikle duvarın yıkılmasından sonrada hız kazanan bu eğilim sonrası yabancılar, otobüs durağı, metro istasyonu gibi insanların

kümeleştikleri yerlerde “artık size gereksinimiz kalmadı”, “şimdi biz önemliyiz”, “burada işiniz ne?” gibi sözlerle tacize uğramalarına sıklıkla rastlanır olmuştur (Pazarkaya, 1995, 59-61) Bütün bu yabancı düşmanlığı ekseninde gelişen kültürel gelişmeler, yabancı düşmanlığının artması, Almanya’da faaliyet gösteren küçük ve orta boy işletmeler ile işletme kurma düşüncesindeki Türk girişimciler üzerinde de olumsuz etki yapmaya başlamıştır.

3.5.3. Finansal Sorunlar

Yurt dışındaki girişimcilerin ve vatandaşların finansman imkânlarının ekonomik kalkınmaya yönlendirilememesi ise, Türkiye açısından kayıp olmaktadır. Dolayısıyla finansman imkânlarının değerlendirilmesi ve ekonomik bir güce dönüştürülmesi gerekmektedir. Yatırım teşebbüslerine her türlü teknik yardımda bulunmak; yatırımcı ve işletmeci teşebbüslerin sermayelerine iştirak suretiyle kurulmalarına öncülük etmek; halka açık şirketlerin hisse senetlerini öncelikle yurtdışında vatandaşların ve girişimcilerin almalarını özendirmek olması gerekirken, bu konuda gerekli destek ve yönlendirme yapılmamaktadır (Saral, 1995, 213). Türkiye’deki bu sorunlarla benzer şekilde Almanya’da da karşılaşılmaktadır. Almanya’daki Türk girişimciler, finansman bakımından çeşitli sorunlar yaşamaktadırlar. Finansal bakımdan yeterli olmayan girişimcilerin faaliyetlerinde kullanabilecekleri arazi ve bina bulma, bunlarla ilgili inşaat giderlerini karşılama, makine ve teçhizat giderlerini karşılama, kredi bulması da zorlaşmaktadır. Bunlara ilaveten İşletmenin ihtiyacı olan teknolojiyi sağlayamama, lisan giderlerini karşılayamama gibi diğer başka sorunlarda finansal sorunlarla ilintili sorunlar arasındadır.(Arıkan, 2002, 142-143).

3.5.4. Bürokratik Sorunlar

Yurt dışındaki Türk girişimcilerin karşılaştıkları önemli sorunlardan biri de bürokratik sorunlardır. Özellikle Türkiye ile ithalat-ihracat ilişkisi içinde olan Türkler, gümrük işlemlerinin çokluğundan ve çeşitli bürokratik işlemlerden şikâyet etmektedirler (Saral, 1995, 109). Farklı kamu dairelerinin yetki alanları ve kendi aralarındaki görev dağılımları hakkında bilgi sahibi olunmamışsa; bu durum formalitelerin yerine

getirilmesini zorlaştırmaktadır. Ayrıca anlayış farklılıkları ve anlaşma sorunları da ilişkinin kurulmasını zorlaştırmaktadır (Kristof vd., 2004, 19). Avrupa Birliği'nin gümrük ve bürokratik mevzuatından kaynaklanan sorunlar da, diğer bürokratik sorunlar olarak söz edilebilir. Bir taraftan AB'nin kota ve "telafi edici vergi" gibi somut gümrük uygulamaları sorun olarak dile getirilirken, diğer taraftan AB'den kaynaklanan genel olarak gümrükle ve bürokrasi ile ilgili engellerden şikayet edilmektedir. AB'den kaynaklanan sorunların temel nedenlerinden biri, kota ve telafi edici vergi gibi somut gümrük uygulamaları engellerinin uygulanma mevzuatı hakkında Türk gıda toptancılarının yeterli bilgileri olmamasıdır. Enformasyon eksikliği gümrük mevzuatının bilinmemesinden değil, uygulanmasından kaynaklanmaktadır. Enformasyon eksikliğinin yanı sıra bürokratik uygulamalarda Türkiye'den ve Türk kökenli işadamlarına yönelik zorluklar çıkarıldığı izlenimi, AB'den kaynaklanan bu sorunlar yer almaktadır (Avrupa'da Türk Gıda Pazarı, Essen 1999, 10-11).

Almanya'daki Türkler, yabancılara karşı uygulanan bürokratik sorunlardan, ticaret iznini bir Alman vatandaşı adına alarak kurtulmuşlardır. Ancak bu yöntemde Türk girişimciler, başka bürokratik sorunlarla karşılaşmışlardır. Yurtdışındaki Türk vatandaşlarının ve girişimcilerinin sorunları ve bunlara verilen hizmetler, çeşitli bakanlıkları ve kuruluşları ilgilendirmektedir. Ancak ilgili kurumlar ve kuruluşlar arasında gerekli koordinasyonun ve işbirliğinin yeterli düzeyde sağlanamayışı ve sorumlu tek bir birimin olmayışı, çoğu kez istenilen amaca varmayı önlemekte ve çeşitli sorunlar yaratmaktadır. Birbirinden kopuk ve çoğu zaman Dışişleri Bakanlığının bilgisi dışında veya son anda bilgi sahibi olduğu çalışmalar ise, yarar yerine bazen zarar getirebilmektedir (Saral, 1995, 34). Almanya'da süresiz oturma izni ve oturma hakkı olmak üzere izin çeşitleri vardır. Oturma hakkı bu kademelerin en sonuncusudur. Ancak Avrupa Birliği (AB) vatandaşları için geçerli olan ve yabancılara işyeri açmasında ön koşul olarak istenen oturma hakkı gibi kısıtlamalara, AB ülkesi vatandaşları tabi tutulmamakta ve doğrudan Alman vatandaşı girişimciler gibi işlem görmektedirler.

AB ülkesi vatandaşları kısıtlamalara tabi olmazken, Türk girişimcilerin benzeri sorunlarla karşılaşmaları bürokratik bazı sorunlara da yol açmaktadır (Kızıloca, 1996,

38-39). Dolayısıyla bir kısım bürokratik sorunlar, Türk girişimcilerin girişimciliklerinin önünde ya da daha etkin olmalarında önemli bir engel oluşturmaktadır.

Türkiye'nin kalkınması için ihtiyaç duyulan dış kaynak ve dış yatırımcı yönünden başta Almanya olmak üzere yurt dışındaki Türk girişimciliğinin bugün ulaştığı teknik ve mali potansiyelin en etkin bir biçimde kullanılabilmesi için, mevcut bürokratik engellerin kaldırılması gerekmektedir. Türk girişimcilerin sahip oldukları şirketler aracılığıyla yurtdışındaki vatandaşların Türkiye'ye yapacakları yatırımlarda yabancı sermaye statüsünde kabul edilmeleri ise bir teşvik unsuru değil, en azından sağlanması gereken hukuki bir çerçevedir(Saral, 1995, 129).

3.5.5. Gümrük ve Nakliye Sorunları

Yurtdışında bulunan Türk girişimcilerin ithalat –ihracat işlemlerinde gümrük mevzuatını bilmemeleri ve bu konuda yeterince aydınlatılmış olmamaları çeşitli anlaşmazlıklara neden olmaktadır. Bu durum aynı zamanda Türk girişimcilerin bazı haklarından mahrum olmalarına ve bazı aracılardan Türk girişimcilerini istismar etmelerine yol açmaktadır (Saral, 1995, 107).

Yurtdışında faaliyet gösteren Türk girişimcileri, Türkiye'den mal alımlarında ihracat işlemlerinin yol açtığı zaman kaybının önlenmesinde, Gümrük İdaresi bünyesinde ihtisas gümrükleri kurulması önem kazanmaktadır. Bu sorun özellikle Almanya'daki firmaları yakından ilgilendirmektedir. Ayrıca yurtdışındaki Türk girişimcileri, Türkiye'ye geliş ve gidişlerinde gümrük sahalarındaki çeşitli bürokratik işlemlerin çokluğundan şikayet etmektedirler. Bu formalitelerin çokluğunda, gümrük sahası içinde çeşitli kurum ve kuruluşlara bağlı birimlerin varlığı ve tek bir otorite altında yönetilmesinin de önemli payı bulunmaktadır (Saral, 1995, 109). Yurtdışındaki girişimciler için bir başka sorunda Türkiye'de yapacakları yatırımları için bedelsiz ithalat yoluyla ve teşviklerden yararlanmak suretiyle çeşitli alet ve makineleri ithal imkânlarıyla ilgili olup bundan şikayette bulunmaktadırlar.

4. BÖLÜM: ALMANYADAKİ TÜRK GİRİŞİMCİLERİNİN SORUNLARININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

İşgücü göçü sonucu ortaya çıkan Almanya'daki Türk girişimciliği çeşitli sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunların boyutlandırılarak ortaya konması ve bazı kurumsal özelliklerle ilişkilendirilmesi gerekmektedir. Bu bölümde Almanya'da Türk girişimcilerin sorunlarının belirlenmesine yönelik Almanya'daki Türk girişimciler ile anket yöntemiyle gerçekleştirilen uygulamaya yer verilmektedir.

4.1. ARAŞTIRMA PROBLEMİ

Almanya'da yaşayan Türk Girişimcileri Türkiye ekonomisinin dışa açılımında önemli bir kazançtır. Bu kazancın en iyi şekilde değerlendirilebilmesi için “Türk işadamları varlığının boyutları, özellikleri ve sorunları nelerdir” bilinmesi gerekmektedir. Sorunların bilinmesi, her iki ülke ve girişimcileri açısından ilişkilerin geliştirilmesine önemli katkı sağlayacaktır. Bu sorunların çözülmesi Almanya'daki yerleşik Türk girişimcilerin rekabet gücünü artıracaktır. Ayrıca Almanya ve Türkiye arasındaki ticaret hacmi genişleyerek söz konusu taraflara yarar sağlayacak işbirliği köprülerinin atılmasının önündeki engeller kalkmış olacaktır.

4.2. KONUYLA İLGİLİ LİTERATÜR İNCELEMESİ

Almanya'daki Türk girişimcileri üzerine yapılan araştırmalarda kullanılan veriler, genelde Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı yayınlarına dayandırılmıştır. Genelde bu kapsamda yapılan araştırmalarda, Almanya'ya göçün tarihsel gelişimi, Türk işgücü göçü, Türk işgücünün girişimciliğe dönüşümü ve sorunları üzerinde durulmuştur. Bu konuda yapılan ilk araştırmalar girişimciliği, Almanya'daki Türklerin Türkiye'deki işletmecilik faaliyetleri olarak ele almışlardır. Aile birleşmeleri sonrası Türklerin Almanya'daki yerleşik yaşama geçmesinde sonra, Almanya'da girişimcilik faaliyetlerinin dikkat çekmeye başlaması, özellikle de 1980 sonrası girişimcilik faaliyetlerinin boyutunun değişmesi, araştırmaların yönünü, Almanya'daki girişimcilik

faaliyetlerine çevirmiş, konu üzerinde değişik zamanlarda farklı yaklaşımlarla araştırmaların yapılmasına neden olmuştur. Özellikle son 20-25 yılda, Almanya'daki Türk girişimciliği literatüründe önemli ölçüde artış olmuştur. Konu üzerine yapılan araştırmaların farklı zamanlarda gerçekleştirilmesinden dolayı her yeni çalışmanın verileri, yenilenmiştir. Ancak yapılan bir kısım araştırmalar, saha araştırması niteliğinde olup Almanya'nın bir bölgesindeki girişimcilere yönelik gerçekleştirilmiştir.

Almanya'daki Türk girişimcileri, birçok araştırmacının dikkatini çeken konu olmuştur. Almanya'daki Türk girişimciliğinin araştırma konusu yapılmasının temel nedeni, gerek Almanya gerekse Türk ekonomisi açısından önemli etkileri olan Türk girişimciliğinin, her iki ülkeye de daha fazla katma değer sağlayacak sonuçlar üretmesini sağlamaktır.

Literatüre bakıldığında, İbrahim Yasa tarafından yapılan (1979) çalışmada, daha çok yurda dönen işçiler ve toplumsal değişme üzerine yoğunlaşmıştır. Yasa, araştırmada, yurt dışına gidip bir süre çalıştıktan sonra kesin dönüş yapan işçilerin yaş, cinsiyet, eğitim, yurt dışında kalış süreleri, iş değiştirmeleri, gidiş dönüş nedenleri üzerinde durmuş, yurda dönüşte ortaya çıkan sorunların da üstünde, bir değişim aracı olarak işçilerin çevrelerine etkilerini araştırmıştır. Almanya'daki Türklerin girişimciliği, Türkiye ekseninde irdelenmiştir. Araştırma alanını Ankara ili oluşturmuştur. 1980 öncesi benzer çalışmalarda da, Türk girişimciliği, genelde Türkiye boyutuyla ele alınmıştır (Gökdere, 1978). Yurt dışındaki vatandaşlarla ilgili sorunlar ve çözüm önerileri ana rapor halinde sunulurken, sorunlar ve çözüm önerileri sıralanmıştır (Talat, 1995). Apak'ın 90'lı yıllarda yaptığı çalışma da, 1980 öncesi yapılan çalışmalarla benzer özellikler taşımaktadır.

Unat (1991) yaptığı çalışmada, Almanya'daki Türk işadamlarını, bunların ülke içindeki sosyo-ekonomik sisteme katkıları yönüyle incelemiş ve literatüre önemli bilgiler sağlamıştır.

Almanya'da yaşayan Türklerin sorunları, Uluslararası II. Bursa Sempozyumunda tartışılmıştır. Daha sonra Akçaylı (1984) tarafından derlenen

çalışmada, farklı uzmanlar, konuya farklı açılardan yaklaşmışlardır. Akçaylı'nın bu çalışması Almanya'da Türk girişimcilerin sorunlarını 1980 sonrası ele alan çalışmalardan biridir.

Türkiye Araştırmalar Merkezi tarafından gerçekleştirilen Kuzey Ren Vestfalya Eyalet'inde yapılan 1991 ve 1996 yıllarındaki iki araştırma da, Almanya'da hızla artış gösteren Türk girişimcilerine yönelik yapılmıştır. Türk Araştırmalar Vakfı değişik zamanlarda da araştırmaları yinelemiştir. Türk Araştırmalar Vakfının Ekim 2003, 2004'de yapılan araştırmalarında da Almanya'daki Türk göçünün gelişimi ve boyutları, Türk girişimciliğinin ekonomik gücü, Türklerin ekonomik yaşama katılımı ile ilgili güncel sosyo-demografik verilere yer verilmiştir.

Ersun ve arkadaşları (1996) tarafından yapılan çalışmada, Almanya'daki Türk girişimcilerinin tarihsel gelişimi, demografik, ekonomik boyutları açısından incelenerek, bu gelişmede etkili olan Türk işadamları tarafından kurulan dernekler de araştırmaya dahil edilmişlerdir. Çalışmanın araştırma kısmında ise, Almanya'daki Türk girişimlerinin yapısal özellikleri, çeşitli yönleriyle araştırılarak bulgular kapsamında öneriler geliştirilmiştir.

2007'de derlenen bir çalışmada ise (Kaya, Şahin, 2007), göç sonrası Türkiye'nin sosyo-ekonomik, siyasal, güncel ve teknik açıdan ayrıntılı bir analizi yer almıştır.

Berlin Büyükelçiliği tarafından Federal İstatistik Dairesi, Federal İçişleri Bakanlığı, Federal Çalışma Dairesi, Federal Eğitim ve Araştırma Bakanlığı ve benzeri diğer Alman kurumların resmi veri bankalarına ve istatistiklerine dayanılarak hazırlanan bir çalışmada ise (2002), Türklerin Almanya'ya uyumu üzerinde durulmuştur.

Almanya'da yapılan bir başka çalışmada, Avrupa ve Almanya'daki (Die Türkischen Unternehme in Deutschland und der EU 2005) Türkler çeşitli yönleriyle irdelenmiş ve 2015 projeksiyonuna yer verilmiştir.

4.3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın temel amacı; Almanya’da bulunan Türk girişimcilerinin bakış açısından yabancı bir ülkedeki girişimciler olarak yaşadıkları sorunların belirlenmesidir. Ülkeler arasında oluşturulan makro düzeydeki siyasi ve ekonomik ilişki çerçevelerinin anlam kazanabilmesi için bu sorunlar mikro ilişkiler açısından da irdelenmesi gerekir. Bu bakımdan, Türk girişimcilerin Türkiye’ye katkılarının artırılması noktasında söylemden eyleme geçilebilmesi için, öncelikle sorunların ortaya konması gerekmektedir.

Özel girişimciler devletlerarası söylemde öne çıkan ‘dostluk ve kardeşlik’ vurgulamasının ötesinde yatırım kararlarını alırken ekonomik gerçekleri de dikkate almak zorundadırlar. Dolayısıyla, eğer Türkiye ile Almanya da yaşayan Türk girişimciler arasında bir dostluk ve kardeşlik iklimi oluşturuluyorsa, bunun için öncelikle girişimcilerin karşılaştıkları ve makro uygulamalarla aşılabilecek sorunların ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bu çalışma bu sorunların en azından neler olduğunu ve önem derecelerini ortaya koymaktadır. Bu temel amaç yanında çalışma ile aşağıdaki özetlenen alt amaçlara da ulaşılmaya çalışılmıştır:

- Almanya’daki Türk girişimcilerinin demografik ve kurumsal özellikler bakımından bir profilini çıkarmak: Araştırmada öncelikle Almanya’da bulunan Türk girişimcilerin genel profili ortaya çıkarılacaktır. Çünkü Almanya’daki Türk girişimcileri bu ülkede iş hayatına başlama durumlarına göre büyük farklılıklar göstermektedirler. Bu farklılıklar, Almanya’da üç kuşak Türk girişimcisini ortaya çıkarmıştır:

1- Birinci Kuşak Türk Girişimcileri: Almanya’ya işçi olarak gelen, başlangıçta çok düşük seviyede eğitimi olan, dil bilmeyen bu kuşak girişimciler; mesleki eğitimleri olmadığı halde, genellikle burada elde ettikleri tasarruflar ve mesleki tecrübelerle Türk toplumunun talebine dönük veya kendi tecrübe kazandıkları iş kolunda fırsatları değerlendirerek kendi işini kurarak bağımsız olmayı başaranlardır.

2- İkinci Kuşak Türk Girişimcileri: Türkiye’de kendi başına veya aile ilişkileri çerçevesinde işadımı tecrübesi kazanmış, yüksekokul mezunu veya Almanya’da eğitim gören, dil bilen genellikle Türkiye kaynaklı sermaye kullanma imkânına sahip kişilerden oluşmaktadır. Evlilik yoluyla Almanya’ya yerleşmiş kişiler de bu grubun içine dahil edilebilir.

3- Üçüncü Kuşak Türk Girişimcileri: Birinci kuşak olarak orada bulunan Türk’lerin orada doğup büyümüş, Alman okullarında eğitim almış, ileri derecede dil bilen çocuklarının oluşturduğu kuşaktır. Bunların bir kısmı babalarının kurdukları iş yerlerini devralmış ve büyütmüşlerdir.

Almanya’da yerleşik girişimcilerin demografik özellikleri yanında Almanya’ya yerleşme tarihleri, burada yaşadıkları süre içerisinde yaptıkları işler, sektörel olarak hangi iş kollarında buldukları incelenerek, bunların dağılımları belirlenecektir. Ayrıca bu kişilerin girişimciliğe başlamaları, nasıl bir süreçten geçtikleri ve iş tecrübeleri de araştırılmıştır.

- Birer girişimci olarak yaşanan sorunları boyutlandırmak,
- Farklı kuşaktaki Türk girişimcileri arasında sorunların değişip değişmediğini belirlemek:

Almanya’ya işçi olarak gelmiş birinci kuşak Türk Girişimcilerin çoğunun kırsal kesimden ve eğitimsiz olması, sosyal ve kültürel ilişki imkânlarını da sınırlamıştır. Dolayısıyla bu kuşaktaki girişimciler belli bir süre sadece Türk’lerin özel ihtiyaç ve alışkanlıklarına dönük yatırım yapma eğiliminde olmuşlardır. Bu tür alanlarda işlerini genişleterek daha büyük kitlelere ulaşan, işlerinde başarı sağlayan girişimcilerin bu süreçte karşılaştıkları sorunlar ve aldıkları teşvikler ortaya konmaya çalışılacaktır. İkinci kuşak olarak Almanya’da bulunan girişimcilerin ortak özellikleri; orada doğmuş, buldukları ülkenin dilini konuşan, buldukları toplumun sosyo-ekonomik yapısına ve kültürüne daha çok adapte olmaları gösterilebilir.

- Türk girişimcilerinin sorunlarını boyutlandırmak ve bu sorunların kaynaklarını ortaya koymak,
- Türk girişimcilerinin yaşadıkları sorunlarla; Almanya'da bir girişimci olarak geçirdikleri süre, faaliyette buldukları sektör, şirketin yapısı v.b gibi değişkenler arasında ilişki aramak,

4.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada Almanya'daki Türk girişimcilerinin karşılaştıkları sorunlar çeşitli demografik ve kurumsal değişkenlerle ilişkilendirileceğinden, ilişkisel tarama yönteminden yararlanılmıştır. Hazırlanmış olduğumuz anket formu ile Almanya'da faaliyet gösteren Türk girişimcilerin sorunları tespit edilmeye çalışılmıştır.

4.4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Bu çalışmanın evrenini 2007 yılında Almanya'da faaliyet gösteren Türk girişimciler oluşturmaktadır. Araştırmada Almanya'daki Türk girişimcilerinin incelemeye alınmasının en önemli nedeni; Almanya'nın Avrupa'daki en fazla Türk vatandaşının yaşadığı ve bağlı olarak en çok Türk girişimcisinin bulunduğu ülke olmasıdır. Ayrıca Türkiye'nin en önemli dış ticaret ortağı Almanya'dır. Ocak-Ağustos 2007 döneminde Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı (7.650 milyon dolar) ve Rusya'dan sonra da en çok ithalat yaptığı (11.141 milyon dolar) ülke, yine Almanya'dır.

Araştırmanın örneklem çerçevesini, 2007 yılı içerisinde Almanya KRV Eyaletinde bulunan Türk iş dernekleri oluşturmaktadır. Almanya'daki girişimcilerin sayısal olarak çok fazla olması ve geniş bir coğrafi alana dağılmış olmalarından dolayı sadece KRV eyaletindeki Köln, Bonn, Düsseldorf, Münster, Essen, Herne, Dortmund, Recklinghausen kentlerindeki Türk girişimciler araştırmanın kapsamı içerisine dahil edilmişlerdir. Bu eyaletin özellikle seçilmiş olmasının nedenlerini şöyle açıklayabiliriz:

KRV Eyaleti'nde yaşayan 890.000 Türk kökenli göçmen, bu Eyalet'te büyük bir etnik pazar oluşturmaktadır. Eyalet'teki Türk kökenli göçmen sayısı toplam nüfusun yüzde 5'ine karşılık gelmektedir. Burada yaşayan Türkler, iki ülke arasındaki siyasi, ekonomik, kültürel ilişkilerin geliştirilmesi ve dostluk bağının güçlendirilmesinde önemli roller üstlenmektedirler. AB'deki 3,9 milyon Türk kökenli göçmenin dörtte biri KRV'de yaşamaktadır. Bu, Eyalet'te faaliyet gösteren Türk girişimcilerinin sayısal boyutuna da yansımaktadır. Göçmenlerin, Türk mal ve hizmetlerine olan yoğun talebi, Almanya'da birçok yeni işletmenin açılmasına neden olduğu gibi, iki ülke arasındaki sivil ve ekonomik ilişkileri de geliştirmiştir. Halen 20.500 Türk girişimci Eyalet ekonomisine aktif bir şekilde katkıda bulunmaktadır. Türk girişimciler tarafından kurulan şirketler; toplam 2,4 milyar Euro (1992: 1,2 milyar €) yatırım hacmine ulaşmış bulunmaktadır. Bu şirketler günümüzde eyalette 103.000 kişilik istihdam yaratmaktadır (1992: 42.000). Türk girişimcileri, faaliyette buldukları alanlardaki çeşitlilik nedeniyle, KRV Eyaleti ekonomisini güçlendirdikleri gibi kültürünün de önemli ve güçlendirici birer parçası haline gelmişlerdir. 1992-2002 yılları arasında KRV'deki Türk girişimci sayısı, 11.700'den 20.500'e ulaşarak %75,2 oranında artış göstermiş ve Türk nüfusu da aynı zaman diliminde %36 büyüme kaydetmiştir. Bu gelişme, Eyalet'teki Türk işverenlerin yalnızca etnik pazara değil, genel pazara yönelik büyüme kat ettiklerini ortaya koymaktadır.

Almanya'da bulunan Türk girişimcilerin büyük bir kısmı Avrupa Komisyonunun yaptığı KOBİ kavramı içerisine girmektedir. Avrupa Komisyonu KOBİ tanımını; işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık derecesi olmak üzere üç ölçüte dayanmaktadır. Bu tanıma göre 250 den az işçi çalıştıran firmaların KOBİ olduğu kabul edilmektedir. Orta ölçekli bir işletme, 50 ile 250 arasında işçi çalıştıran ve yıllık cirosu 40 milyon EURO'nun altında olan veya yıllık bilançosu 27 milyon EURO'yu aşmayan bir işletme olarak tanımlanmaktadır. Küçük işletmeye ilişkin ölçütler ise; 50 den az işçi, 7 milyon EURO'yu aşmayan yıllık ciro veya 5 milyon EURO'nun altında bir yıllık bilanço değerine sahip olmaktır. 10'dan az işçi çalıştıran işletmeler ise "çok küçük" kategorisine girmektedir.

4.4.2. Araştırmanın Kısıtlılıkları

Bu bölgede bulunan KOBİ kapsamına giren işyeri sayısının çok fazla olması nedeniyle araştırma, bu bölgede faaliyet gösteren Türk iş derneklerinin üyeleri ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmada Basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre örneklem oluşturulmuştur. Hazırlanan anket formu Basit Tesadüfi Örnekleme yoluyla seçilen 128 adet Türk girişimcilerine uygulanmıştır. Ayrıca Türk girişimcilerle yüz yüze görüşmeler yapılarak da Türk girişimcilerin anket formunda belirtilen sorunlar dışında Almanya'da karşılaştıkları başka sorunlar da araştırılmıştır.

4.4.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada tarafımızdan hazırlanan anket formu ile cevaplayıcılardan (Almanya'daki Türk girişimcileri) veriler elde edilmiştir. Veri toplama aracı (anket) iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik ve kurumsal sorular, ikinci bölümde cevaplayıcıların yaşadıkları/karşılaştıkları sorunlara yönelik düşüncelerinin belirlenmesine yönelik 5'li likert tipindeki yargı cümleleri yer almaktadır. Sorunlara yönelik yargı cümlelerinin oluşturulabilmesi için bir pilot çalışma ile daha az sayıdaki Türk girişimcisiyle mülakat yapılmıştır. Anketlerin büyük çoğunluğu birebir elden dağıtılarak yüz yüze yapılırken bir kısmı ise, sorumlu kişilerin işyerinde olmaması ya da uygun olmaması sebebiyle şirketlere bırakılarak doldurulup e-posta yoluyla alınmıştır. 180 girişimciye anket formu dağıtılmış bunlardan 128'i anketlere doldurarak geri dönüşümü sağlamıştır. Anketlerin geri dönüşüm oranı % 71 olmuştur.

4.5. VERİLERİN ANALİZİ

Verilerin analizinde, SPSS 10.0 for windos programından yararlanılmıştır. Bu bağlamda öncelikle Almanya'daki Türk girişimcilerin sorunlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma kapsamındaki girişimcilerin demografik bulguları ve genel

içindeki oranlarına yer verilmiştir. Soruların birbiriyle tutarlılığını ölçmek için elde edilen verilere güvenilirlik testi uygulanmıştır. Değişken sayısını azaltmak ve değişkenler arasındaki ilişkilerden yararlanarak, değişkenleri tek bir faktör altında birleştirerek yeni açıklayıcı ortak faktör yapılarına ulaşmak amacı ile ankette faktör analizinden yararlanılmıştır.

4.5.1. Betimsel İstatistikler

Tablo 4.1. Araştırmada elde edilen demografik bulgular ile ilgili verileri göstermektedir.

Tablo 4.1. Demografik Bulgular

	frekans	%
Cinsiyet		
Bay	119	93,0
Bayan	9	7,0
Medeni durum		
Evli	110	85,9
Bekar	18	14,1
Doğum yeri		
TR	96	75,0
D	32	25,0
Toplam	128	100,0
Eğitim durumu		
İlkokul	27	21,1
Ortaokul	27	21,1
Lise	47	36,7
Yükseköğretim	25	19,5
Lisansüstü	2	1,6
Yaş		
18-25	16	12,5
26-35	32	25,0
36-45	47	36,7
46 ve üstü	33	25,8
Sektör		
İmalat Sanayii	5	3,9
İnşaat	6	4,7
Toptan Ticaret	7	5,5
Perakende Ticaret	38	29,7
Gastronomi	25	19,5
Hizmet	36	28,1
Diğer	11	8,6
Almanya'da yaşama yılı		
1-10	5	3,9
11-20	41	32,0
21-30	50	39,1
30 yıldan fazla	32	25,0
Toplam (Her bir değişken için bu toplam geçerlidir)	128	100,0

Tablo 4.1'deki araştırma sonuçları incelendiğinde anket katılımcısı girişimcilerin %93'ü bay (119 kişi), %7'si bayan; %85.9'u evli (110), %7.0'ı (18 kişi)'i ise bekârdır. Girişimcilerin %75'i (96 kişi) Türkiye doğumlu; %25'i (32 kişi) ise Almanya doğumludur. Bu verilerden Almanya'daki anketin gerçekleştirilen Türk girişimcilerin çoğunluğunu 1. kuşağın oluşturduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 4.1'deki verilere göre girişimcilerin %21'i (27 kişi) ilkökul, %21.1'i (27 kişi) ortaokul, %36.7'si (47 kişi) lise, % 19.5'i (25 kişi) yükseköğretim, %1.6'sı lisansüstü (2 kişi) eğitilidir. Bu veriler incelendiğinde kümülatif olarak girişimcilerin %42.2'sinin ilk ve ortaokul eğitim düzeyindedir. Araştırma bulgularından girişimcilerin 1. kuşak olduğu yönünde bir fikir edinilmiştir. Almanya'ya göçen 1. kuşak Türklerin eğitim düzeylerinin düşük olduğu (Perşembe, 2005, 75, Kızıloca, 1996, 74–75) göz önüne alındığında, bu araştırmada sonuçlarıyla diğer sonuçların örtüşür şekilde olduğunu söylemek mümkündür.

Girişimcilerin yaşlarına bakıldığında, %36,7'si 36–45 yaş; %25,8'i 46 ve üstü yaş; 35 yaş; %25'i 26–35 yaşlarındadır. Girişimcilerin %12,5'i ise 18–25 yaş aralığındadır. Girişimcilerin %29,7'si perakende ticaret, % 28.1'i hizmet, %19.5'i ise gastronomi sektöründe faaliyet göstermektedir. Toplam oranlara bakıldığında girişimcilerin sektörel bakımından ağırlıklı olarak bu üç sektörde toplandığı görülmektedir.

Almanya'da yaşanan yıl bakımından ise girişimcilerin 21–30 yıl aralığında %39,1 oranında; 11–20 yıl aralığında %32 oranında, 30 yıldan fazla ise %25 oranında yoğunluğa sahip olduğu görülmektedir. Bu verilerden, Almanya'daki Türk girişimcilerin genelde Almanya'da uzun müddet yaşamakta olan bireylerden oluştuğunu söylemek mümkündür. Tablo 4.1'de görüldüğü gibi, girişimcilerin %3,9'u, 1–10 yıl gibi zaman diliminde Almanya'da yaşamaktadırlar. Tablo 4.2, ankete katılan girişimcilerin işleriyle ilgili görüşlerini yansıtmaktadır.

Tablo 4.2. Girişimcilerin Yapılan İşle İlgili Görüşleri

	frekans	%
Yapılan işle ilgili alınan eğitim		
Evet	41	32,0
Hayır	87	68,0
Almanya'ya geldikten sonra kaç yıl sonra işin kurulduğu		
1-10	49	38,3
11-20	33	25,8
21-30	44	34,4
30 dan fazla	2	1,6
İşletmenin kuruluş yılı bilgisi		
1960-1975	4	3,1
1976-1985	23	18,0
1986-1995	66	51,6
1996 dan sonra	35	27,3
Kendisinin işletme kurmasının en önemli nedeni		
Bağımsız çalışma isteği	34	26,6
Kar elde etme isteği	34	26,6
İstediğim işi yapabilmek	24	18,8
Kişisel Tatmin	3	2,3
Kendimi ispat edebilmek	2	1,6
Aile işletmesini devam ettirmek	5	3,9
İşsizlik iş bulamama	26	20,3
Müşterilerin uyruğu		
Karışık E	112	87,5
TR	14	10,9
D	2	1,6
Öncelikli sorun		
Dil	38	29,7
Yasal	16	12,5
TC Vatandaşı olmam	8	6,3
Eğitim	32	25,0
Kültürel	21	16,4
Bürokratik	13	10,2
Toplam (Her bir değişken için bu toplam geçerlidir)	128	100,0

Almanya'daki Türk girişimcilerin %68'inin yaptığı işle ilgili bir eğitim almadığı, buna karşın %32'sinin yaptığı işle ilgili bir eğitiminin olduğu anlaşılmaktadır. Bir meslek ile ilgili eğitimden söz edilebilmesi için girişimcinin en az lise düzeyinde (Meslek Lisesi) bir eğitimden geçmesi gerekir. Tablo 4.4'deki eğitim durumlarına bakıldığında, kümülatif olarak lise ve yükseköğretim eğitim düzeyinde olan

girişimcilerin oranı yaklaşık %58'dir. Araştırma verileri incelendiğinde %58'lik oranın içinde %32'lik kısmının bir mesleki eğitiminden söz edilebilir.

Girişimcilerin Almanya'ya geldikten sonra 1–10 yıl aralığında iş kurma oranı %38,3'dür. Girişimcilerin %34,4'ü 21–30 yıl, %25,8'i 11–20 yıl geçtikten sonra kendi işlerini kurduklarını belirtmişlerdir.

Girişimcilerin işletmelerini genelde 1976 yılından itibaren yoğun bir biçimde kurmaya başladıkları, bu yoğunluğun 1986 yılından sonra hız kazandığı görülmektedir.

Tablo 4.2'deki veriler incelendiğinde, bağımsız çalışma isteği, kâr elde etme isteğinin %26,6' oranlarıyla girişimciler tarafından kendi işlerini kurmadaki en önemli neden görülmüştür. Bunları sırasıyla işsizlik, iş bulamama ve girişimcinin istediği işi yapması izlemektedir.

Tablo 4.2'de görüldüğü gibi, anket katılımcısı girişimcilerin müşterileri ağırlıklı olarak farklı ülke vatandaşlarıdır. Araştırmanın bu sonucu, Türk girişimcilerinin artık değişik ülke vatandaşlarına yönelik girişimcilik faaliyeti yaptıklarını ortaya koymaktadır. Çalışmanın teorik kısmında belirtildiği gibi, Almanya'da ilk girişimcilik faaliyetlerinde bulunan Türkler, öncelikle kendi vatandaşlarına yönelik işletmecilik faaliyeti yapmışlardır. Ancak başta küreselleşme olmak üzere, hızlı değişimler, gelişen bilgi teknolojilerinin farklı insanları birbirine yakınlaştırması, girişimcilerin müşteri portföyünde değişimlere yol açmıştır.

Tablo 4.2'deki verilerden girişimciler açısından en önemli sorun olarak %29,7 oranında dil sorunu görülmektedir. Almanya'daki araştırma esnasında girişimcilerle görüşmelerimizde dil sorunu açısından bir kısmı kendileri, bir kısmı ise istihdam ettikleri personel açısından yabancı dilin sorun olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca müşteri portföyündeki değişmeden dolayı değişik uluslardan müşterilerinin olduğunu, bunlarla da dil sorunu yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Dolayısıyla dil sorununa sadece girişimcinin kendi sorunu olarak bakılmamalı, çalışan personelin ya da yeni dış pazarlara açılmaktan kaynaklanan dil sorunlarının da yaşanabileceği unutulmamalıdır.

Araştırmanın bundan sonraki kısmı, girişimcilerin ankette ifade edilen yargılara katılım dereceleriyle ilgilidir. Araştırmada 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır.

4.5.2. Faktör Analizi

Değişken sayısını azaltmak ve değişkenler arasındaki ilişkilerden yararlanarak, değişkenleri tek bir faktör altında birleştirerek yeni açıklayıcı ortak faktör yapılarına ulaşmak amacı ile verilere faktör analizi uygulanmıştır.

Verilere Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü, Temel Bileşenler analizi uygulanmış ve ortak yapıları basit olarak anlayabilmek ve değerlendirebilmek amacıyla sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan varimax rotasyon seçeneği kullanılmıştır. Elde edilen scree plot dağılımına göre özdeğerleri 1'in üzerinde olan veriler değerlendirmeye alınmıştır. Faktör yükleri 0,50'den az olan değişkenler, konunun daha belirgin olarak ortaya konması amacıyla değerlendirme dışında tutulmuşlardır. Değişkenler arasında ilişkilerin olup olmadığını görmek için R korelasyon matrisini incelemek ve verilere faktör analizi uygulamanın gerekli olup olmadığını anlamak amacıyla küresellik testi uygulanmıştır.

Bu kısımda toplam 46 değişken değerlendirmeye tabi tutulmuş ve bu değişkenler 6 faktör altında toplanmıştır. Değerlendirme öz değerleri 0,50'den az olan değişkenler değerlendirme dışında tutulmuştur. Anketin genel güvenilirliği % 82, sorunlara yönelik cümlelerden oluşan sorun ölçeğinin güvenilirliği % 90 olarak ortaya çıkmıştır. Faktör analizi sonuçları Tablo 4.3'te verilmiştir.

Tablo 4.3. Faktör Analizine Göre Araştırma Bulguları

ÜRETİM	Faktör yükleri	Açıklanan Varyans%	Cronbach Alpha	Aritmetik Ortalama
Yüksek teknolojiye sahip makinelerin pahalı olması teknolojiye uyumu güçleştirmektedir.	,805	28.529	,9262	4.2776
Boş kapasite sorunu, verimliliği düşürmektedir.	,803			
Üretim kalitesi satışlarımızı etkilemektedir.	,770			
Bir Türk Girişimci olarak Avrupa birliğinin sağlamış olduğu teşviklerden yeterince yararlanamıyorum.	,765			
Üretim kapasitemiz düşüktür.	,753			
Stoklamada yaşanan sorunlar, maliyetleri etkilemektedir.	,750			
Satış politikamız finansal sorunların temelini oluşturmaktadır.	,748			
Kredi/Teşvik başvurularındaki formaliteler fazladır.	,726			
Hammadde, yarı mamul vb. girdilerin tedarikinde üretime yansıyan sorunlar vardır.	,716			
Kredi ve faiz oranlarının yüksekliği finansal sorunlara yol açmaktadır.	,710			
Makinelerimizin eski teknolojiye sahip olması, üretim maliyetlerimizi arttırmaktadır.	,708			
Özkaynak yetersizliği önemli bir sorundur.	,699			
Finansal sorunlarımızı çözmede dış kaynak kullanımı gerekmektedir.	,654			
PAZARLAMA				
İşletme olarak sektörel fuar ve gezilere muhakkak katılım.	,755	13.578	,8289	4.1953
Hedef kitle ve tercihlerinin belirlenmesi için Alman kültür, inanç ve değerleri bilinmelidir.	,733			
Alman vatandaşlarına ürün ve hizmetlerimizi tanıtmakta zorluk çekiyoruz.	,707			
İhracat yapabilmek için her türlü bilgi, destek ve danışmanlığı çevremden edinebilirim.	,704			
Ürünlerimizde Alman Kültürüne uygun obje ve sembollerini kullanıyoruz.	,673			
Pazar payının artırılmasında satış sonrası hizmetler önemlidir.	,655			
ETNİK				
Ürün ve hizmetlerin tanıtımında sorun yoktur.	,759			
Sadece etnik kökene bağlı ticaret yapmak, büyümede engeldir.	,745			
Bir işletmeci olarak Alman işletmecilerle sık sık bir araya gelirim.	,683			

Almanya da başka uyruklu ülke vatandaşları ile ticari faaliyette bulunur, bilgi ve teknolojik işbirliği yaparım.	,670	9.693	,7673	4.2718
İşyerimde çalışan Alman ya da diğer Ülkelerin vatandaşlarını daha fazla denetleme ihtiyacı hissederim.	,653			
YÖNETİM				
Sürekli öğrenme ve gelişme anlayışını tüm çalışanların benimsemesi sağlanmalıdır.	,848			
İşletmemizde görev yapacak yöneticilerin bilgi ve becerileri kadar milliyetleri de önemlidir.	,730	8.262	,7018	4.2656
İşletmede sağlıklı bir işbölümü ve kariyer planlamasına gereksinim vardır.	,701			
HUKUK				
Bir girişimci bulunduğu ülkenin hukuk kurallarını (yasalar, tüzükler, yönetmelikler) iyi öğrenmelidir.	,791			
Uyruk değişikliği ile çoğu sorun çözülebilir. □	,764			
Hukuki sorunların kaynağında Alman hükümetinin yabancılar politikası yatmaktadır.	,688	7.650	,7391	4.2559
Hukuksal sorunların çözülebilmesi için hukuk danışmanına ihtiyaç vardır.	,657			
DIŞ TİCARET				
Dış ticarete en önemli ortağımız Türkiye'dir.	,818			
Reklam ve promosyon maliyetlerinin yüksekliği ürünlerimizin tanıtımını engellemektedir.	,788	4.509	,8028	4.1875
Toplam Varyans		72.221		

Tablo 4.3 de görüldüğü gibi Almanya'daki Türk Girişimcilerin sorunlara yönelik tutumları altı faktör altında toplanmaktadır. Ancak analiz sonucunda ayrı ayrı faktör olarak ortaya çıkan “Bir girişimci bulunduğu ülkenin hukuk kurallarını (yasalar, tüzükler, yönetmelikler) iyi öğrenmelidir.” “Hukuki sorunların kaynağında Alman hükümetinin yabancılar politikası yatmaktadır.” ifadeleri ile “Uyruk değişikliği ile çoğu sorun çözülebilir, Hukuksal sorunların çözülebilmesi için hukuk danışmanına ihtiyaç vardır” ifadeleri tek bir faktör altında birleştirilmiştir. Bunun yanında “Boş kapasite sorunu, verimliliği düşürmektedir.” ve “Sadece etnik kökene bağlı ticaret yapmak, büyümede engeldir” ifadeleri ayrı birer faktör olarak ortaya çıkmışlar bu ifadelerden birincisi üretim faktörüne ikincisi ise etnik faktöre dahil edilmiştir. Böylelikle bu altı faktör toplam varyansın %72.221'ini açıklamaktadır. Faktör analizi sonuçlarından elde

edilen altı faktöre göre, bu faktörler ile demografik değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla Anova ve t testleri yapılmıştır.

4.5.3. Karşılaştırmalı Analizler

Almanya'daki Türk girişimcilerin sorunlarını ortaya çıkarmak amacıyla yapılan bu çalışmada, birbirleriyle ilişkili çok sayıdaki değişkeni anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getirmek için çok değişkenli istatistik tekniklerinden faktör analizi kullanılmıştır. Faktörler belirlendikten sonra iki ortalama arasında anlamlı bir fark bulunup bulunmadığını test etmek için t testi, ikiden fazla ortalamanın karşılaştırıldığı durumlarda da Anova testi kullanılmıştır. Yapılan t testinde bağımsız değişken cinsiyet, medeni durum, doğum yeri ile; üretim, pazarlama, etnik, yönetim, hukuk, dış ticaret faktörleri arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır. Eğitim durumu, Almanya'da yaşama süresi, Almanya'ya yerleştikten sonra iş kurma süresi, İşletmenin kuruluş yılı, Almanca düzeyi ile üretim, pazarlama, etnik, yönetim, hukuk ve dış ticaret faktörleri arasında yapılan Anova testinde aralarında ilişki bulunan değişkenlere ilişkin sonuçlar aşağıdaki tablolarda özetlenmiştir.

Tablo 4.4. Almanya'ya yerleştikten sonraki iş kurma süresi ile Hukuk faktörü arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi sonuçları

Anova P<0,005	Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi	Kareler Ortalaması	F	Sig. (Anlamlılık Düzeyi)
Sınıflar arası	5.205	3	1.735	5.079	,002
Sınıflar içi	42.353	124	.342		
Toplam	47.558	127			

F testi sonuçlarına göre; Almanya'daki Türk girişimcilerinin Almanya'ya yerleştikten sonraki işe başlama süreleri ile hukuk faktörü arasında $p=0,002<0,005$ olduğundan anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 4.5. Hukuk faktörü ile Almanya'ya yerleştikten sonraki iş kurma süreleri arasındaki ilişkiyi gösteren Tukey testi sonuçları

Almanya'ya yerleştikten sonraki iş kurma süresi	Almanya'ya yerleştikten sonraki iş kurma süresi	Ortalama farkı	Std. Hata	p
11-20	21-30	,4072	13.458	0.001
	30'dan fazla	1,2652	42.559	0.001
21-30	11-20	,4072	13.458	0.001
30'dan fazla	11-20	1,2652	42.559	0.001

Tablo 4.5'de görüldüğü gibi Hukuk faktörü dikkate alındığında; Almanya'ya yerleştikten 11-20 yıl sonra iş kuran Türk girişimcileri ile 21 yıl ve daha fazla iş kuran Türk girişimcileri arasında $p < 0.05$ seviyesinde önemli bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılığı Almanya'da yaşayan Türk girişimcilerin yaşadıkları ülkenin hukuk kurallarına onuncu yıldan sonra uyum gösterdiklerini söyleyebiliriz.

Tablo 4.6. Almanya'da işletmenin kuruluş yılı ile pazarlama faktörü arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi sonuçları

Anova P<0,005	Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi	Kareler Ortalaması	F	Sig. (Anlamlılık Düzeyi)
Sınıflar arası	4.495	3	1.498	4.605	,004
Sınıflar içi	40.345	124	.325		
Toplam	44.839	127			

F testi sonuçlarına göre, $p = 0,004 < 0,005$ olduğundan Almanya'daki Türk girişimcilerinin işletmelerinin kuruluş yılları ile pazarlama faktörü arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 4.7. Pazarlama faktörü ile Almanya'daki Türk işletmelerinin kuruluş yılları arasındaki ilişkiyi gösteren Tukey testi sonuçları

İşletmenin kuruluş yılı	İşletmenin kuruluş yılı	Ortalama farkı	Std. Hata	Sig.
1976–1985	1996'dan sonra	5600	15.311	,002
1996'dan sonra	1976–1985	5600	15.311	,002

Tablo 4.7.'de görüldüğü gibi Pazarlama faktörü dikkate alındığında; Almanya'daki Türk girişimcilerin 1976–1985 yılları arasında kurdukları işletmeler ile 1996'dan sonra kurdukları işletmeler arasında $p < 0.05$ seviyesinde önemli bir farklılık tespit edilmiştir. Türk girişimciler ilk yıllarda temel gıda maddeleri ve zorunlu ihtiyaçlarını karşılamak için işletmeler kurarken daha sonraki yıllarda ekonomik yapının tüm alanlarında kendilerini göstererek pazarlama faaliyetlerini gereksinim duymuşlardır.

Tablo 4.8. Almanya'daki işletmelerin kuruluş yılları ile etnik faktör arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi sonuçları

Anova P<0,005	Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi	Kareler Ortalaması	F	Sig. (Anlamlılık Düzeyi)
Sınıflar arası	2.468	3	,823	4.880	,003
Sınıflar içi	20.902	124	,169		
Toplam	23.370	127			

F testi sonuçlarına göre, $p = 0,003 < 0,005$ olduğundan Almanya'daki Türk girişimcilerin işletmelerinin kuruluş yılları ile etnik faktör arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 4.9. Etnik faktör ile Almanya'daki Türk işletmelerinin kuruluş yılları arasındaki ilişkiyi gösteren Tukey testi sonuçları

İşletmenin kuruluş yılı	İşletmenin kuruluş yılı	Ortalama farkı	Std. Hata	Sig.
1976–1985	1996'dan sonra	4070	11.020	,002
1996'dan sonra	1976–1985	4070	11.020	,002

Tablo 4.9.'da görüldüğü gibi Etnik faktör dikkate alındığında; Almanya'da Türk girişimcilerin 1976–1985 yılları arasında kurdukları işletmeler ile 1996'dan sonra kurdukları işletmeler arasında $p < 0.05$ seviyesinde önemli bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık özellikle Türk işletmelerinin Alman ekonomik yapısının içine girmeye başladığı yıllarda dikkat çekmeye başlamıştır.

Tablo 4.10. Almanya'da işletmenin kuruluş yılı ile Hukuk faktörü arasındaki ilişkiyi gösteren Anova testi sonuçları

Anova P<0,005	Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi	Kareler Ortalaması	F	Sig. (Anlamlılık Düzeyi)
Sınıflar arası	6.778	3	2.259	6.870	,000
Sınıflar içi	40.780	124	.329		
Toplam	47.558	127			

F testi sonuçlarına göre, $p = 0,000 < 0,005$ olduğundan Almanya'daki Türk girişimcilerin işletmelerinin kuruluş yılları ile Hukuk faktörü arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir

Tablo 4.11. Hukuk faktörü ile Almanya'daki Türk işletmelerinin kuruluş yılları arasındaki ilişkiyi gösteren Tukey testi sonuçları

İşletmenin kuruluş yılı	İşletmenin kuruluş yılı	Ortalama farkı	Std. Hata	p
1976–1985	1996'dan sonra	6876	15.393	,000
1996'dan sonra	1976–1985	6876	15.393	,000
1986–1995	1996'dan sonra	3526	11.991	,002
1996'dan sonra	1986–1995	3526	11.991	,002

Tablo 8'de görüldüğü gibi Hukuk faktörü dikkate alındığında; Almanya'da Türk girişimcilerin 1976–1985 yılları arasında kurdukları işletmeler ile 1996'dan sonra kurdukları işletmeler ve 1986–1995 yılları arasında kurdukları işletmeler ile yine 1996'dan sonra kurdukları işletmeler arasında $p < 0.05$ seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık, Türk girişimcilerin 1976 yılından sonra kurdukları işletmelerin hukuki temellerinin daha sağlam ve daha az hukuk sorunları ile karşılaşılabilir olması olgusuna dayandırılabilir.

5. BÖLÜM : SONUÇ VE ÖNERİLER

Avrupa Birliği'nin kurucu üyesi olan Almanya, teknoloji, bilim, sermaye ve dünya ticareti üzerinde etkinliği olan bir sanayi ülkesidir. Bu ülkede bu gün 60 binin üzerinde Türk girişimcisinin faaliyette bulunuyor olması, Türk girişimcilerinin gerek Türkiye gerekse Almanya için çok yönlü olarak değerlendirilmesini gerektirmektedir.

Türkler işçilikten patronluğa geçiş sürecinde, işletmecilik konusunda gerekli eğitim alt yapılarının bulunmamasının eksikliğini yoğun şekilde hissetmişlerdir. Almanya'daki Türk vatandaşlarının girişimciliğe yönelmeleri, işletmelerinde başta yönetim, üretim, pazarlama gibi sorunların çıkmasına neden olmuştur. Yeterli kapasiteye ulaşamama, gereken standartlarda üretim yapamama, dağıtım kanallarını iyi kullanamama gibi birçok nedene bağlı olarak ortaya çıkan sorunlara çözüm getirilememesi ise pek çok Türk işletmesinin varlığına son vermiştir.

Almanya'daki Türk girişimcileri, ihtiyaç duydukları finansmanı sağlama konusundaki mevzuatları öğrenmede de yetersiz kalmışlar; bu da onların finansman sağlamada sıkıntı çekmelerine neden olmuştur. Dolayısıyla birçok sorunla karşı karşıya kalan Almanya'daki Türk girişimcilerin finansman, üretim, yönetim organizasyon, pazarlama sorunları ile Türk girişimcilerin Almanya'ya özgü kültürel, etnik ve hukuksal açıdan sorunları bu çalışmanın araştırma konusu olmuştur.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; Almanya'da yaşayan Türk girişimcilerin ilk yıllarda hukuk kurallarına ve yasal mevzuata uyum sağlayamamaktan kaynaklanan bir takım sorunlarla karşılaştığı görülmektedir. Bu sorunların işletmelerin faaliyette buldukları süreler arttıkça ortadan kalktığı, araştırmamız sonucunda ulaştığımız bulgulardan birisidir.

Araştırma sonucunda ulaşılan bir başka sonuç ise; Türk girişimcileri açısından hukuksal sorunlar yanında özellikle pazarlama ile ilgili sorunların da ön plana çıkmasıdır. Almanya'da yaşayan Türk girişimcileri ilk yıllarda sadece geleneksel ihtiyaçları karşılamak için kurulduklarından, herhangi bir pazarlama faaliyetine

gereksinim duymamışlardır. Belirli bir süreçten sonra bu kimlikten kurtulan Türk girişimcileri modern pazarlama yöntemlerini kullanma gereksinimi hissetmişlerdir.

Türk girişimcilerinin yoğun şekilde buldukları Kuzey Ren Vestfalya Eyaletindeki girişimciler üzerinde yürütülen bu araştırma sonuçlarına dayanarak; Türk girişimcilerin artık ilk yıllardaki gibi sadece etnik ekonomi içerisinde değerlendirilemeyeceği, Alman ekonomisi içerisinde her alanda faaliyette buldukları söylenebilir. Türk girişimcileri, bu ekonomi içerisinde yer alan küresel oyuncular ile rekabet edebilecek işletmeleri kurarak devamlılıklarını sağlamaktadırlar.

Almanya’da faaliyette bulunan Türk girişimcilerin buldukları bölgelerde kurmuş oldukları dernekler aracılığıyla sık sık çeşitli toplantı, seminer ve sempozyumlar düzenleyerek sorunlarını ortaya koymalıdır. Bu aktivitelerin sonuçlarına göre birlikte hareket ederek sorunlarına çözüm yolları bulmak için gerekli çalışmaları başlatmalıdırlar.

Araştırmamız sonucunda elde ettiğimiz en önemli bulgu, yasal mevzuata ve buldukları ülkenin hukuk kurallarına uyumda yaşanan sorunlar olmuştur. Bu sorunları aşmak için Türk girişimcilerin kurmuş oldukları bu derneklere büyük görevler düşmektedir. Almanya’nın uygulamış olduğu hukuk kuralları, yasal mevzuat ve bu konuda getirilen güncel değişiklikler, teşvikler kısa süreli bilgilendirme seminerleri veya yapılacak yayınlarla dernek üyelerinin bilgilendirilmesi, sorunların aşılmasında önemli katkılar yapacaktır.

Araştırmamız sonucu da ortaya konulan Almanya’daki girişimcilerin pazarlama konusunda da sorunların temelinde; Türk girişimcilerinin yeterli bilgi birikimine sahip olmaması, hala geleneksel yöntemlerle mal ve hizmet pazarlamak zorunda kalmaları yatmaktadır. Bu sorunu aşmak için Türk işletmelerinin eğitimli profesyonel yöneticilere ya da danışmanlara ihtiyacı vardır.

Türk girişimciler yurt dışı pazarlarda Türkiye’nin en önemli destekçisi olacaktır. Bu nedenle Türkiye’nin tüm olanaklarıyla yurt dışındaki Türk girişimcilerini

destekleyerek sorunlarına çözüm yolları bulmak için gerekli kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapması gerekmektedir.

KAYNAKLAR DİZİNİ

AKAYA Kadri, **F.Almanya’da Türklerin Sosyal ve Ekonomik Konumları**, Batı Avrupa Türkleri F.Almanya’da 30. Yıl, Avrupa – İslam Birliği Yayınları, ATİB, Frankfurt, 1992.

AKDEMİR Ali, **Girişimcilik Kültürü**, Kütahya, 1996.

AKDOĞAN Öktem, Günümüzde Yurt Dışı işçi sorunları, **U.Ü. İİBF Federal Almanya’da Çalışan Türk İşçilerinin Toplu dönüşleri ve Türkiye ile Uyum Sağlamaları Semineri**, 16-18 Mart 1982 Bursa 1982.

APAK Sudi, **Yurtdışındaki İşçi Potansiyeli ve Türkiye Ekonomisi**, Cem Yayınevi, İstanbul, 1993.

ASLAN Adnan , **Otuzbeş Yıllık Göç ve Almanya’daki Türkler, Durum Raporu**, 1996.

ARIKAN Semra, **Girişimcilik Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2002.

BAŞAR Mehmet, TOSUNOĞLU B. Tuğberk, DEMRİCİ Emre, **Girişimcilik ve Girişimciliğin Yol Haritası**, Eskişehir Ticaret Odası Yayını, Eskişehir, 2001.

BOOTH H., **Guestworkers or Immigrants?**, A Demographic Analysis of the Status of Migrants in West Germany Univ. Of Warwick, 1985.

BOSTANOĞLU Ö., **Türkiye’den F. Almanya’ya Yönelen Dış Göç Hareketi ve Yarattığı Mekansal Oluşumlar**, Amme İdaresi Dergisi, C. 20, S. 4, Ankara, Aralık 1987.

CANATAN Kadir, **Göçmenlerin Kimlik Arayışı**, İstanbul, 1990.

CANBOLAT İbrahim S. , **Değişen Dünya ve Alman Dış Politikası**, Ezgi Kitabevi, Bursa, 1995.

CASSINA Giacomina , **“Göç Türkiye Örneği”, Türkiye’den Avrupa’ya Göç**, Hak – İş Konfederasyonu Yayını, Ankara, Kasım 1999.

ÇİÇEKLİ B. , **The Legal Position of Turkish Immigrants in the European Union**, Karmap, Ankara, 1998.

CHERİSTENSEN, Karina. 2005, **Enabling Intrapreneurship: The Case of a Knowledge Intensive Industrial Company.**, European Journal of Innovation Management, 8: 3, 305-322.

DURUGÖNÜL Esmâ , **Göç Nedenleri ve Göçenlerin Beklentilerindeki Gerçekleşme Durumu : Bolu İli Kıbrısık İlçesi Örneği**, II. Ulusal Sosyoloji Kongresi, Göç ve Toplum, T.C. Başbakanlık DİE ve Sosyoloji Derneği, Mersin, 20-22 Kasım 1996.

EGE Ünal, Toplu Dönüşlerin Türk ve F.Alman Ekonomilerine Etkileri, **U.Ü. İİBF. Federal Almanya’da Çalışan Türk İşçilerinin Toplu Dönüşleri ve Türkiye ile Uyum Sağlamaları Semineri**, 16-18 Mart 1982 Bursa 1982.

ERGİN Mümtaz, **Türk Girişimciliğinin Lokomotifi** ,Türk Ekonomisi Dergisi Almanya S. 20 Mart 2006.

ERSEL Birsal, **Türkiye’den Yurtdışına İşçi Göçü Akımı ve Ortaya Çıkardığı Sosyal Politika Sorunları, Kentleşme, Göç. Ve Yoksulluk**, Türk Sosyal Bilimler Derneği 7. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi, İmaj Yayıncılık, Ankara, 2002.

ERSUN Cengiz, Selçuk Tayfun Ok, Atilla İmrahor İlyas, **Almanya’daki Türk Girişimcileri**, İstanbul Ticaret Odası yayınları, İstanbul, 1996.

ERSUN Cengiz, Selçuk Tayfun Ok, Atilla İmrahor İlyas, **Almanya'daki Türk Girişimcileri, Avrupa Birliği'ndeki Türk Girişimcileri Dizisi**, Lebib Yalkın yayınları ve Basım İşleri A.Ş., İstanbul, Eylül 1996.

ERSUN Cengiz, Selçuk Tayfun Ok, Atilla İmrahor İlyas, Mehveş Mustafaoğlu , **Fransa, Belçika, Hollanda'daki Türk Girişimcileri**, İstanbul Ticaret Odası yayınları İstanbul, Temmuz 1997.

FAİST, Thomas, **Sınırları Aşmak Devletaşırı Alan Konsepti, Devlet aşırı Alan Almanya ve Türkiye Arasında Siyaset, Ticaret ve Kültür**, Bağlam Yayınları, Mayıs 2003.

GEZGİN Mehmet Fikret, **İşgücü Göçü ve Avusturya'daki Türk İşçileri**, Fakülteler Matbaası, İstanbul, 1994.

GOLDBERG Andreas, Güray Öz, **Almanya'da Ayrımcılık: Federal Alman is Piyasasında Türklere Yönelik Ayrımcılık**, Önel Yayınevi, İstanbul, Mayıs 1996.

GÖKDERE Ahmet Y. , **Yabancı Ükelere İşgücü Akımı ve Türk Ekonomisi Üzerine Etkileri**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Genel Yayın No: 196, Doğuş Matbaası, Ankara, 1978.

GÖKMEN Oğuz, **Federal Almanya ve Türk İşçileri**, Ankara. 1972.

GÖKSU Turgut, İşçilikten **Vatandaşlığa: Almanya'daki Türkler**, Özen Yayıncılık, Ankara, 2000.

HÖNEKOOP Elmar, **Yabancılar ve Türklerin Alman Emek Pazarına Entegrasyonu: Birçok Sorun, Kökler ve yollar Türkiye 'de Göç Süreçleri** (der. Ayhan Kaya, Bahar Şahin), İstanbul Bilgi Üni. Yayınları, İstanbul, Şubat 2007.

KAĞITÇIBAŞI Ç. , **İmmigrant Populations in Europe : Problems Viewed From the Sending Country**, (Edit: İ. Başgöz and N. Furniss), Turkish Workers in Europe, İndiana Üniversitesi Pres, Bloomington, 1985.

KARAGÖZ Recep Z, **Yaban Sıla Oldu: Türkiye'den Almanya'ya Göçün 40. Yılı**, Tezkire Dergisi, Kasım – Aralık 2001, S. 23, 2001.

KARAKUŞ Mehmet, Nilüfer Kuruyazıcı, **Gurbeti Vatan Edenler**, T.C. Kültür Bakanlığı, Ankara, 2001.

KARLUK Rıdvan, **Türkiye Ekonomisi**, 8.Bası,. Beta Yayınları, İstanbul, 2004.

KASTORYANO Riva, **Kimlik Pazarlığı Fransa ve Almanya'da Devlet ve Göçmen İlişkileri**, (Çev. Ali Berktaş), İletişim Yayınları, İstanbul, 2000.

KAYA Ayhan, KENTEL Ferhat **Euro – Türkler Türkiye ile Avrupa Birliği Arasında Köprü mü, Engel mi?**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, Ağustos 2005.

KILIÇARSLAN Ali , **F.Almanya'da Yabancılar Politikası ve Yabancı Düşmanlığı**, Batı Avrupa Türkleri F. Almanya'da 30. Yıl, Avrupa Türk – İslam Birliği Yayınları, Frankfurt, 1992.

KILIÇARSLAN Erhan, **Almanya'da Türklerin Türk – Alman İlişkileri Açısından Önemi ve Türk Nüfusun Artırılmasına Yönelik Alınabilecek Tedbirler**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslar arası İlişkiler Anabilim Dalı, Ankara, 2006.

KIZILOCAK Gülay, **Dünden Bugüne Almanya'da Türk serbest Girişimcileri**, Önel Yayınevi, 1996.

KOÇAK Bilal, Kazım Kılınç, **En Üsttekiler: Avrupa'nın Türk Patronları**, Ekonomi Vitriini, Basın Yayın Ltd. İstanbul, 1997.

KRİSTOF Kora, TUNCER Burcu, SCHMİTT Martina, LUBJUHN Sara, **Türk Kökenli İşletmeler İçin İşletme Check Up'ı**, Wuppertal 2004.

KÜÇÜKKALAY Abdullah M., **Planlı Dönemde Yurtdışı İşgücü İstihdamı ve Türkiye Ekonomisine Etkileri**, Dış Ticaret Dergisi, Ekim 1998.

LEİCHT Rene, HUMPERT Andreas, **Etnik Ekonominin Almanya'daki Önemi: Yabancı Asıllı Girişimciler için Önemli Olan İtici ve Çekici Faktörler**, Institut für Mittelstandsforschung, Mannheim, Nisan 2005

MARTİM Philip L., **Bitmeyen Öykü: Batı Avrupa'ya Türk İşçi Göçü**, Uluslararası Çalışma Bürosu, Ankara, 1991.

MÜFTÜOĞLU Hilal, Senem Çeşmecioğlu , **Danimarka'daki Türk Girişimcileri**, Avrupa Birliği'nde Türk Girişimcileri Dizisi 5, İTI Yayınları, İstanbul.

OK Selçuk Tayfun, Atilla İmrahor İlyas, **Avusturya'daki Türk Girişimcileri**, İstanbul Ticaret Odası yayınları İstanbul 1998.

ÖZDEMİR Cengiz, **Çözüm Bekleyen Meselelerimiz**, Batı Avrupa Türkleri F. Almanya'da 30. Yıl, Avrupa Türk – İslam Birliği Yayınları, Frankfurt, 1992.

PAZARKAYA Yüksel, **Möln ve Solingen'den Sonra Almanya Üzerine**, Sis Çanı Yayınları, Birinci Basım, İstanbul, Mart, 1995.

PERŞEMBE Erkan, **Almanya'da Türk Kimliği, Din ve Entegrasyon**, Araştırma Yayınları, Ankara, 2005.

RAMADAN Tariq , **To Be A European Muslim, A Study of Islamic Sources in the European Context**, The Islamic Foundation, London, 1999.

RİEPLÉ Beate, **Almanya-Türkiye Arası Devlet aşırı Ekonomi Alanları, Devletaşırı Alan Almanya ve Türkiye Arasında Siyaset, Ticaret ve Kültür**, (Yayına Hazırlayan: Thomas Faist), Bağlam Yayınları, İstanbul, Mayıs 2003.

SARAL Talat, **Yurtdışındaki Vatandaşlarımızla İlgili Sorunlar ve Çözüm Önerileri Ana Raporu**, Ankara, Aralık 2005.

SEZER Özelenen, Zeynep Özsoy Gökakın, **İngiltere'deki Türk Girişimcileri**, Avrupa Birliği'ndeki Türk Girişimcileri, İstanbul Dizisi 3, Şubat 1998.

SEZGİN Osman, **Avrupa'daki Türk İşçileri ve Çocuklarının Eğitimi**, Batı Avrupa Türkleri F. Almanya'da 30. Yıl, Avrupa Türk – İslam Birliği Yayınları, Frankfurt, 1992.

SIMPSON A.K., **The Migration Reform And Control Act : Immigration Policy and National Interest**, University of Michigan of Law Reform, Vol 7 (2), Winter 1984

SPOHN, Margret **Her şey Türk İşi: Almanların Türkler Hakkında 500 yıllık (Ön) Yargıları**, (Çev. Leyla Serdaroğlu), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1996.

ŞAHİN Cengiz, **Yurt Dışı Göçün Bireyin Psikolojik Sağlığı Üzerindeki Etkisine İlişkin Kuramsal Bir İnceleme**, G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 21, S. 2, Ankara, 2001.

ŞEN Faruk, Çiğdem Akkaya, Reyhan Güntürk, **2000 Yılımmın Eşiğinde Avrupa ve Türkiye**, Cumhuriyet K., İstanbul, 1999.

ŞEN Faruk, **Alman Hükümetinin Yabancılarla İlgili Olarak Aldıkları Yeni Önlemler ve Önlemlerin Ülkede Yaşayan Türkler üzerindeki Etkileri**, Almanya'da Yaşayan Türkler, 1986, Uludağ Üni. Yayını, Bursa, 1986.

TAŞDELEN Musa ve Diğerleri, **Avrupa'da Yeni Kuşak Türk Gençliği (Kimlik ve Uyum Sorunları)**, Sakarya Üniversitesi Yayınları, Yayın No : 40, Sakarya, 2000.

TEKİN Mahmut, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, 4. Baskı, Ankara 2004.

TURAN Kadir, **Almanya'da Türk Olmak.**, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları Ankara 1997.

TUTAR Hasan, KÜÇÜK Orhan, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, Seçkin Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara, Ağustos, 2003.

TÜRDOĞAN Orhan , **İkinci Neslin Dramı: Avrupa'daki İşçilerimiz ve Çocukları**, Orkun Yayınevi, İstanbul, 1984.

TÜRKDOĞAN O. , **İkinci Neslin Dramı**, İstanbul, 1984.

UNAT Nermin Abadan, Bitmeyen **Göç Konuk İşçilikten Ulus Ötesi Yurttaşlığa**, Bilgi Üniversitesi Yayını, İstanbul, 2002.

UNAT Nermin Abadan-ZFT, **Federal Almanya'daki Türk İşadamları ve Bunların Ülke İçindeki Sosyo-Ekonomik Gelişmeler Katkıları**, ZFT Aktuell Nr. 13, Essen: ZFT, 1991.

UNAT Nermin Abadan, **Turkish Migration to Europe 1960–1975**. 1976, 21

USLU Salim, **“Avrupa'ya Türk Göçü Rapor”**, Türkiye'den Avrupa'ya Göç, Hak-İş Konfederasyonu, Ankara, Kasım 1999.

UYANIK Cahit “**Acı Vatan’da Türk Girişimciliği Devleşiyor**” , **Standart Dergisi**. Haziran 2004.

YALÇIN Cemal, “**Çok Kültürcülük Bağlamından Türkiye’den Batı Avrupa’ya Göç**”, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 26 No: 1, Mayıs 2002.

YENİLMEZ Füsün, **Türkiye’nin AB ile Dış Ticaretinde Endüstri içi Ticaret (Türkiye-Almanya örneği)** ,Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği yayınları Eskişehir 2004.

YILMAZ Enver, **Sosyal ve Ekonomik Yönleriyle Avrupa’da Yaşayan Türkler**, Marmara Üni. Eğitim Bilimleri Enst. Ortaöğretim Sosyal Alanlar Eğitimi Anabilim Dalı, Coğrafya Öğretmenliği Bilim Dalı, İstanbul, 2001.

YÜKSEL Ali Sait, ŞEN Faruk **F. Alman Hükümetinin Yabancılarla İlgili Olarak Aldıkları Yeni Önlemler ve Bu Önlemlerin Ülkede Yaşayan Türkler Üzerindeki Etkileri, F. Almanya’da Yaşayan Türkler ve Sorunları**, (Der.: Nurhan Akçaylı), Uludağ Üni. Basımevi, Bursa, 1986.

ZARİF Ferah, Andreas Goldberg, Yasemin Karakaşoğlu, **2000’li Yıllarda Almanya’da Türkler**, Önel Yayınevi, Nisan 1995.

A Balance Sheet of Achievements And Failures”, (Editör: N. Abadan Unat), **Turkish Workers in Europe : 1960-1975: a socio – economic reappraisal** (içinde) Leiden : E. J. Brill, ss. 1-44), 1976.

Elele 2000’lere, 2. Dünya İşadamları Kurultayı, Vural İltar’ın Kurultay Konuşması, Ankara, 1998.

Elele 2000’lere, 2.Dünya İşadamları Kurultayı, Hakkı Keskin’in Kurultay Konuşmasından, Ankara, 1998.

Almanya ve diğer AB Ülkelerindeki Türk Hane ve Girişimcilerinin Ekonomik Gücü, Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı, Essen, 2003.

Avrupa Birliği'nde Girişimciliğin Geliştirilmesi: Türkiye'ye Yol Gösteren İlke, Politika ve Uygulamalar, TİSK Yayını, İstanbul, 2004.

İşgücü Piyasası (Yurt Dışında Yaşayan Türkler) Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Ankara, 2001.

Türkiye Araştırmalar Merkezi: F. Almanya'daki Türk İşadamları ve Bunların Ülke İçindeki Sosyo-Ekonomik Gelişmelere Katkıları, ZFT aktuell Nr. 13., Essen, Eylül, 1992.

Türkiye-Federal Almanya İşgücü Anlaşması, İş ve İşçi Bulma Kurumu Yay.No.78, Ankara, 1970.

BKYP Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Devlet Planlama Teşkilatı, 1983.

“Almanya'daki Türkler”, Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen 2000.

AB ve Türkiye – AB İlişkileri Temel Kavramlar, İKV Yayınları, 2. Baskı, İstanbul, Ekim 2003.

“Almanya'daki Türkler”, Türkiye Araştırmalar Merkezi, Essen, 2000,

İNTERNET KAYNAKLARI

Mehmet Ali Erkan, **Avrupada’ki Türk İşadamları,**

<http://www.cocotime.com/otw/index.php/t/a/124>, 09.04.2007.

Sosyal Güvenlik Sözleşmeleri hakkında genel bilgi.

<http://www.ssk.gov.tr/sskdownloads/sigorta/yurtdisi>

/KITAPSON_29MAYIS2006.doc, 05.04.2007.

Faruk Şen, **Avrupa’da Türk Girişimciliği ve Retra,**

<http://www.ekonomivitrini.com/faruksen.htm>, 05.03.2006

Almanya'da Yeni Bir Ekonomik Güç:Türk Girişimcileri,

http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=222&id=13,20.4.2007

Erhan Başyurt, **“Diaspora Türkleri ya da Alamancılar,**

<http://arsiv.zaman.com.tr/2000/10/25/yazarlar/ErhanBASYURT.htm>, 10.04.2007

Almanya'da Yeni Bir Ekonomik Güç:Türk Girişimcileri,

http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=222&id=13,5.3.2007

Ömer Berki, Mehmet Ali Erkan, **Avrupa’daki Türk İşadamları: Yurtdışındaki Türk İşadamları kuvvet analizi (swot),** Kopenhag Ticaret Müşavirliği, Viyana Ticaret Müşavirliği, Ekim 2001 <http://www.otw.co.at/otw/index.php/t/a/124> 05.03.2007.

Avrupa’nın Dinamosu, <http://www.turkofamerica.com/article.php?module=>

[magazines&action=showarticle&language=tr&id=234&template=magazines_showarticle/24.5.2007](http://www.turkofamerica.com/article.php?module=magazines&action=showarticle&language=tr&id=234&template=magazines_showarticle/24.5.2007)

BOZKURT Rüştü, **KOBİ’lerin Örgütlenme Sorunu,**

http://www.kobifinans.com.tr/bilgi_merkezi/0203/16626/2,24.5.2007

TAVŞANCI Murat, **Global Marka Yönetiminin Cazibesi**

http://www.tavsanci.com/index.php?option=com_content&task=view&id=49&Itemid=59, 24/5/2007

EK 1: ANKET FORMU

Değerli Girişimci;

Bu anket Almanya’da yaşayan Türk Girişimcilerin sorunlarını ortaya koymaya yönelik bilimsel bir çalışmaya bilgi toplamak amacıyla hazırlanmıştır.

Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kişisel bilgiler, ikinci bölümde Almanya’da yaşayan Türk girişimcilerin sorunları konusunda bu ülkede yaşayan girişimcilerin görüş ve önerileri işlenmektedir.

Almanya’da yaşayan siz Türk girişimcilerin görüş ve önerileri, bu araştırmanın sonuçları bakımından büyük değer taşımaktadır. Lütfen her bölümdeki maddeleri dikkatlice okuyup durumunuzu yansıtan her soru için (X) işaretini koyunuz ya da boşlukları doldurunuz.

İstenilen bilgiler, sadece bilimsel bir araştırma amacıyla kullanılacak, başkası tarafından görülmeyecektir. Bu nedenle soruların cevaplandırılmasında gerçek görüşünüzü yansıtmanız araştırmanın doğru sonuçlara ulaşması için önemlidir. Lütfen anket kâğıtlarına firma adı ve anketi dolduran kişinin ismini yazmayınız.

Anketi oluşturan soruları cevaplamak, şüphesiz çok kıymetli zamanınızın bir kısmını alacaktır. Ancak bu çalışma Üniversite ile Almanya’da bulunan Türk girişimcileri arasındaki ilişkileri geliştirecek ve elde ettiğimiz bulgular istenildiği takdirde anketimizi cevaplayan Türk girişimcilere e-mail yoluyla gönderilecektir. İlginize teşekkür eder saygılar sunarım.

Mehmet SOYDAN
Öğr. Gör.

Adres:
Dumlupınar Üniversitesi
Kütahya Meslek Yüksekokulu
Kütahya
e-mail:soydan@dumlupinar.edu.tr

I. BÖLÜM

1. Cinsiyetiniz () Bay () Bayan
2. Medeni Durumunuz () Evli () Bekar
3. Doğum yeriniz () TR () D
4. Eğitim durumunuz () İlkokul () ortaokul () Lise () Yükseköğretim
() Lisansüstü
5. Yaşınız () 18-25 () 26-35 () 36-45 () 46 ve üstü
6. Bulduğunuz sektör ve konusu (Örneğin; otomotiv,gıda):
7. Kaç yıldır Almanya'da yaşıyorsunuz?
8. Yaptığınız işle ilgili bir eğitim aldınız mı? () Evet () Hayır
9. Almanya'ya geldikten kaç yıl sonra kendi işinizi kurdunuz?
10. İşletmenin kuruluş yılı
11. Kendi işinizi kurmanızın en önemli nedeni nedir?
() Bağımsız çalışma isteği () Kar elde etme isteği
() İstedğim işi yapabilmek () Kişisel tatmin
() Kendimi ispat edebilmek () Aile işletmesini devam ettirmek
() İşsizlik, iş bulamama () Diğer Belirtiniz
12. Müşterileriniz ağırlıklı olarak hangi ülke vatandaşı?
13. Yaşadığınız sorunların içinde en önemli bulduğunuzu işaretleyiniz.
() Dil () Yasal () TC vatandaşı olmam () Eğitim () Kültürel () Bürokratik
() Diğer (lütfen belirtiniz)
- 14-Almanca Düzeyiniz: () Çok İyi () İyi () Orta () Kötü () Çok Kötü

II.BÖLÜM

Aşağıda sizin Almanya'daki bir Türk girişimcisi olarak yaşadığımız sorunlarla ilgili bazı ifadeler yer almaktadır. Lütfen her bir ifadeye olan katılımınızı size en uygun olan seçeneği işaretleyerek belirtiniz.

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Firmamızın sermayesi büyümek için yeterlidir.					
Finansal sorunlarımızı çözmeye dış kaynak kullanımı gerekmektedir.					
Özkaynak yetersizliği önemli bir sorundur.					
Kredi ve faiz oranlarının yüksekliği finansal sorunlara yol açmaktadır.					
Satış politikamız finansal sorunların temelini oluşturmaktadır.					
Kredi/Teşvik başvurularındaki formaliteler fazladır.					
Makinelerimizin eski teknolojiye sahip olması, üretim maliyetlerimizi arttırmaktadır.					
Yüksek teknolojiye sahip makinelerin pahalı olması teknolojiye uyumu güçleştirmektedir.					
Üretim kapasitemiz düşüktür.					
Üretim kalitesi satışlarımızı etkilemektedir.					
Stoklamada yaşanan sorunlar, maliyetleri etkilemektedir.					
Hammadde, yarı mamul vb. girdilerin tedarikinde üretime yansıyan sorunlar vardır.					
Boş kapasite sorunu, verimliliği düşürmektedir.					
Üretimin kalitesinde kalifiye işçiler etkili olmaktadır.					
Yöneticilerin vizyon sahibi, yaratıcı ve değişimlere hızlı uyum sağlayacak nitelikte olmaları başarı için gereklidir.					
Yönetim olarak ekip çalışmasına önem verilmelidir.					
İşletmelerde profesyonel yöneticilere gereksinim vardır.					
Organizasyon yapısı, değişimlere ayak uydurmak için yeniden yapılanmalıdır.					
Sürekli öğrenme ve gelişme anlayışını tüm çalışanların benimsemesi sağlanmalıdır.					
İşletmede sağlıklı bir işbölümü ve kariyer planlamasına gereksinim vardır.					
İşletmemizde görev yapacak yöneticilerin bilgi ve becerileri kadar milliyetleri de önemlidir.					
İşletmede takım ruhunun gelişmesi açısından çalışanların aynı milletten olması gerekir.					
Bir Türk girişimci olarak işyerimde bütün yetkilerimi bir Alman vatandaşına devredebilirim.					
İşyerimde çalışan Alman ya da diğer Ülkelerin vatandaşlarını daha fazla denetleme ihtiyacı hissederim.					
Ürün ve hizmetlerin tanıtımında sorun yoktur.					
Pazarın standart ürün/hizmet talebini karşılayamıyoruz.					
Sadece iç pazara yönelmemiz, büyümemizi engellemektedir.					
Dış ticarete en önemli ortağımız Türkiye'dir.					

Reklam ve promosyon maliyetlerinin yüksekliği ürünlerimizin tanıtımını engellemektedir.					
İhracat yapabilmek için her türlü bilgi, destek ve danışmanlığı çevremden edinebilirim.					
İşletme olarak sektörel fuar ve gezilere muhakkak katılırım.					
Bir işletmeci olarak Alman işletmecilerle sık sık bir araya gelirim.					
Almanya da başka uyruklu ülke vatandaşları ile ticari faaliyette bulunur, bilgi ve teknolojik işbirliği yaparım.					
Pazar payının artırılmasında satış sonrası hizmetler önemlidir.					
Ürünlerimizde Alman Kültürüne uygun obje ve sembolleri kullanıyoruz.					
Alman vatandaşlarına ürün ve hizmetlerimizi tanıtmakta zorluk çekiyoruz.					
Bir girişimci bulunduğu ülkenin hukuk kurallarını (yasalar, tüzükler, yönetmelikler) iyi öğrenmelidir.					
Hukuksal sorunların çözülebilmesi için hukuk danışmanına ihtiyaç vardır.					
Hukuki sorunların kaynağında Alman hükümetinin yabancılar politikası yatmaktadır.					
Uyruk değişikliği ile çoğu sorun çözülebilir.					
Etnik kökene bağlı olarak ortaya çıkan sorunların çözümü çıkartılacak yasalara bağlıdır.					
Bir Türk Girişimci olarak Avrupa birliğinin sağlamış olduğu teşviklerden yeterince yararlanamıyorum.					
Farklı kültür, din ve etnik kökene sahip olmak, işletmemizin müşterilerini etkilemektedir.					
Yeterli düzeyde Almanca bilinmemesi, sorunların temelidir.					
Sadece etnik kökene bağlı ticaret yapmak, büyümede engeldir.					
Hedef kitle ve tercihlerinin belirlenmesi için Alman kültür, inanç ve değerleri bilinmelidir.					