



TÜRK SANAYİCİLERİ VE İŞ ADAMLARI DERNEĞİ

FEDERAL ALMANYA'DAKİ TÜRK İŞADAMLARININ EKONOMİK POTANSİYELİ VE TÜRK EKONOMİSİNE KATKILARI



TÜRK SANAYİCİLERİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ

F.ALMANYA'DAKİ TÜRK İŞADAMLARININ EKONOMİK POTANSİYELİ
VE TÜRK EKONOMİSİNE KATKILARI

(TÜSİAD-ZENTRUM FÜR TÜRKEISTUDIEN
ORTAK ARAŞTIRMASI)

İSTANBUL

10 EKİM 1988

(Yayın No: TÜSİAD-T/88.10.119)

Cumhuriyet Cad.Ferah Apt.,233/9-10,80230 Harbiye/İstanbul

Bu raporun tamamı veya bir bölümü TÜSİAD
"F.Almanya'daki Türk İşadamlarının Ekono-
mik Potansiyeli Ve Türk Ekonomisine Kat-
kıları" referansı zikredilmek kaydıyla
yayınlanabilir.

Ö N S Ö Z

TÜSİAD (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği) 1971 yılından buyana Türk ekonomisindeki gelişmeleri devamlı olarak izlemekte, önem ve özelliklerine göre zaman zaman ekonomik ve mali politika sorunları hakkında özel yayınlar da yapmaktadır.

TÜSİAD, kamu yararına çalışan bir özel sektör kuruluşu olup, yayınlarında tarafsız ve objektif kalmayı amaç edinmiştir. Bu nedenle, raporda belirtilen değerlendirmelerin resmi görüşle veya üyelerin görüşleriyle doğrudan bir ilişkisi sözkonusu değildir.

F.Almanya'daki Türk iş potansiyelinin bugünkü durumunu ve geleceğini konu alan bu araştırma TÜSİAD ile Bonn'da Zentrum Für Türkeistudien'in ortak çalışması sonucu ortaya çıkmıştır. Proje Sayın Dr.Faruk Şen yönetiminde; Doç.Dr.İsmail Duymaz (ekonomist), Hayriye Eroğlu (ekonomist), Ferah Yarar (politik bilimci)'den müteşekkil araştırma grubu tarafından gerçekleştirilmiştir. Sayın Prof.Dr.Erol Manisalı Proje Danışmanı olarak çalışmaya katılmıştır.

İÇİNDEKİLER

Özet ve Sonuç	I-IV
Giriş	1
I. Araştırmanın Gerekçesi: Durum Saptanması ve Gelişmeler	3
II. F.Almanya'daki Türk Ekonomik Gücü	12
III. Yabancı Bir Toplumda Girişimciliğe Yolaçan Nedenler	20
IV. Anket Uygulama Sonuçlarının Değerlendirmesi	23
1. Türk İşadamlarının Kişisel Nitelikleri	23
2. Tasarrufların Değerlendirilmesi ve Yatırım Faaliyetleri	30
3. İşletme İriliği, İstihdam Kapasitesi ve Müşteri Kitlesi	33
4. Türk İşadamlarının Mesleki Yeterlilik Düzeyleri	35
5. Türk İşadamlarının Rekabet ve İşbirliği Konularındaki Görüş ve Davranışları	36
6. F.Almanya'daki Türk İşletmelerinin Mal Tedarik Kaynakları ve Türkiye ile Ticari İlişkileri	38
Kaynakça	43

T A B L O L A R

1. F.Almanya'daki Türk Nüfusun Yıllara ve Yaş Gruplarına Göre Gelişimi	11
2. Türk Nüfusun F.Almanya'da Oturma Süresi (30.09.1987 itibariyle)	11
3. 1961, 1970 ve 1984 Yıllarında İktisadi Faaliyetlerin Yapısı	13
4. Bağımsız İş Sahibi Yabancıların Belli Başlı Menşe Ülkelere Göre Dağılımı	15
5. Sanayi ve Ticaret Odalarının AT Dışındaki Ülkelerden Gelen Yabancıların Müracaatları ile İlgili Olarak Verdiği Kararlar Konusunda 01.01.1983'te Yapılan Anketin Değerlendirmesi	17
6. Serbest İş Kurma Nedenleri	21
7. Branş Seçimini Etkileyen Faktörler	21
8. Anket Uygulanan İşletmelerin Faaliyet Alanları	24
9. İşadamlarının Kişisel Özellikleri	25
10. Serbest Faaliyet Süresi	28
11. İşletmeyi Kuran Kişi	28
12. F.Almanya'ya İlk Geldiğinde Mesleki Statüsü	28
13. F.Almanya'ya Gelmeden Önce, İşadamlarının Türkiye'deki Meslekleri	29
14. Geleceğini Planladığı Ülke	29
15. Tasarrufların Değerlendirilmesi	30
16. Ek Yatırımların Amacı ve Konusu	31
17. İşletmenin Kuruluşundaki Finansman Kaynakları	32
18. İşletmelerin Kuruluş ve Genişletilmesindeki Yatırım Tutarları	32
19. İşletmelerin İstihdam Kapasitesi	32
20. İşletmelerde Çalışan Aile Ferdi Sayısı	33
21. Geleceğe Dönük Başka İşletme Kurma Planı	33
22. İşletmelerin Yıllık Ciro Grupları	34
23. Mevcut Müşteri Kitlesinin Dağılımı	34
24. Mal İthal Edilen Ülkeler	39
25. Türkiye'den Mal İthalinde Karşılaşılan Sorunlar	40
26. Türk Mallarının İşletmenin Toplam İthalat Hacmi İçindeki Payı (%)	41
27. Türkiye ile Ticari İlişkisi Olan Firmaların Yıllık Ciroları	41

ÖZET VE SONUÇ

F. Almanya'da sayıları 30 bine ulaşan Türk, çeşitli nedenlerle serbest iş kurmak suretiyle "geçici" işçilikten "kalıcı" işverenliğe geçişi sağlamış, yaklaşık 55 ayrı sektörde faaliyet gösterecek duruma gelmiştir. Türk işadamlarının büyük bir bölümü kendi geleceklerini artık bu ülkede görmekte, ekonomik davranışlarını da buna göre belirlemektedir. Çok sayıdaki gösterge, bu kitlenin F. Almanya'da "kalıcı" bir nitelik kazandığına işaret etmektedir. Bu nedenledir ki, bugün F. Almanya'da "Türk ekonomisi'nden ya da" Türk özel sektörü"nden söz edilir olmuştur.

Türk işyerlerinin bugünkü sektörel dağılım tablosunda gıda maddeleri ticareti, seyahat büroları, restaurant işletmeciliği ve onarım terzihaneleri ön plânda yer almaktadır. Ancak bu sayısal ağırlık 1970'li yıllarda, bu alanlardaki "geleneksel" yoğun girişimçiliğin bir uzantısıdır. Türk girişimciler son 10 yıl içinde "yeni" ve "değişik" piyasa boşluklarına da girmeye başlamışlardır. Tekstil ve deri konfeksiyon alanında perakende ve toptancı düzeyinde kurulan işletmelerin sayısı hızla artmaktadır. Türkiye'den özellikle gıda maddesi tekstil ve deri mamül ithal eden işletmeler dinamik bir gelişme içindedirler. Ayrıca, özellikle ikinci kuşağa mensup, öğrenim düzeyi yüksek ve yabancı dil sorunu olmayan genç girişimcilerin uzun vâdede bu ülkede kalma eğiliminde olmaları ve geleneksel alanlardaki piyasa tıkanıklığını şimdiden kavramış olmaları, onları, "ticarî" faaliyetin yanı sıra "sınaî" faaliyetlere de yöneltmektedir.

Objektif işletmecilik kriterlerine göre, bugün mevcut işletmelerin en az yarısının uzun vâdede de istikrarlı bir varlık gösterecekleri beklenebilir. İkinci kuşağın girişimciliği de buna eklendiğinde, 1990'lı yıllarda F. Almanya'da herkesin ciddiye alacağı, rekabet koşullarının süzgecinden geçerek kendini kanıtlamış bir Türk özel sektörü varlık gösterecektir.

Bugün bunun bazı ciddi göstergeleri mevcuttur. Yeterli bir genel ve mesleki eğitim görmüş, hiçbir dil sorunu bulunmayan, esas itibarıyla Alman müşterilere hitap edebilen, yatırım tutarıyla ciddiyetini kanıtlamış, deneme safhasını çoktan aşmış, yanında Türk

gençlerine mesleki eğitim verebilen, çağdaş işletmecilik bilgisi ve araçlarıyla donanmış Türk işadamlarının sayısı artmaktadır. 1960'lı ve 1970'li yıllarda Almanya'daki Türk özel girişimciliğinde "cesaret" faktörü "yetenek" faktöründen daha önde gelmiş ise de, bugün özellikle ikinci kuşak daha rasyonel ve sağlıklı bir girişimcilik çizgisi üzerinde bulunmaktadır.

F. Almanya'daki Türk girişimcileri Türk ihracat sektörü açısından, "dışa açılma" sürecinde bir tür "köprübaşı" oluşturmaktadır. Türk ihracat sektörünü yönlendiren kurum ve kuruluşların bu stratejik köprübaşına önem atfetmeleri ve Türk ihracat sektörüne katkı yapacak şekilde desteklemeleri güncel bir önem taşımaktadır.

1987 yılından beri F.Almanya'nın 3 bölgesinde (Duisburg, Dortmund ve Mannheim dolaylarında) 80 kadar Türk iş adamının yanında 80 Türk genci 3 yıllık meslek öğrenimi görmeye başlamış bulunmaktadır. Federal ve eyalet hükümetleri tarafından desteklenen bu proje kapsamı içinde aynı zamanda Türk işadamlarının da meslek eğitimi statüsüne gelmeleri hedeflenmektedir. AT'nin dailgi ile izlediği bu projenin harcamalarının %50 si AT Sosyal Fonu tarafından finanse edilmektedir. Böylece orta ve uzun vadede Türk işadamları F.Almanya'daki ikili sisteme göre meslek eğitimi verebilecek işyeri sahibi statüsüne geçebileceklerdir.

Artık bu ülkede küçük ve orta işletme sahibi orta üstü sınıfı oluşturan Türklerin varlığı hissedilmektedir. Varsayımlara göre 2000 yılında Türk işadamlarının sayısının 50.000'e varmasından hareket edilmektedir.

F.Almanya'daki "Türk Özel Sektörü" ekonomik bir güç olarak kendini hergün daha çok kabul ettirmektedir.

Son yıllarda Türk ekonomisi içinde önemli bir yer tutan Turizm sektöründe de Türklerin önemi büyük boyutlara erişmiş bulunmaktadır. F.Almanya'dan 1987 yılı içinde Türkiye'ye turist getiren ve işlerinde TUI, Neckermann gibi kuruluşlarında bulunduğu 36 Alman Turizm şirketinin 10 tanesi F.Almanya'da yaşayan Türklerin kurdukları şirketlerdir.

1987 yılı içinde Türkiye'ye gelen 523.000 Alman'ın 250.000'i turizm şirketleri tarafından bu turlarla Türkiye'ye gelmiş bulunmaktadırlar. Bu gelen turistlerin takriben 120.000'i

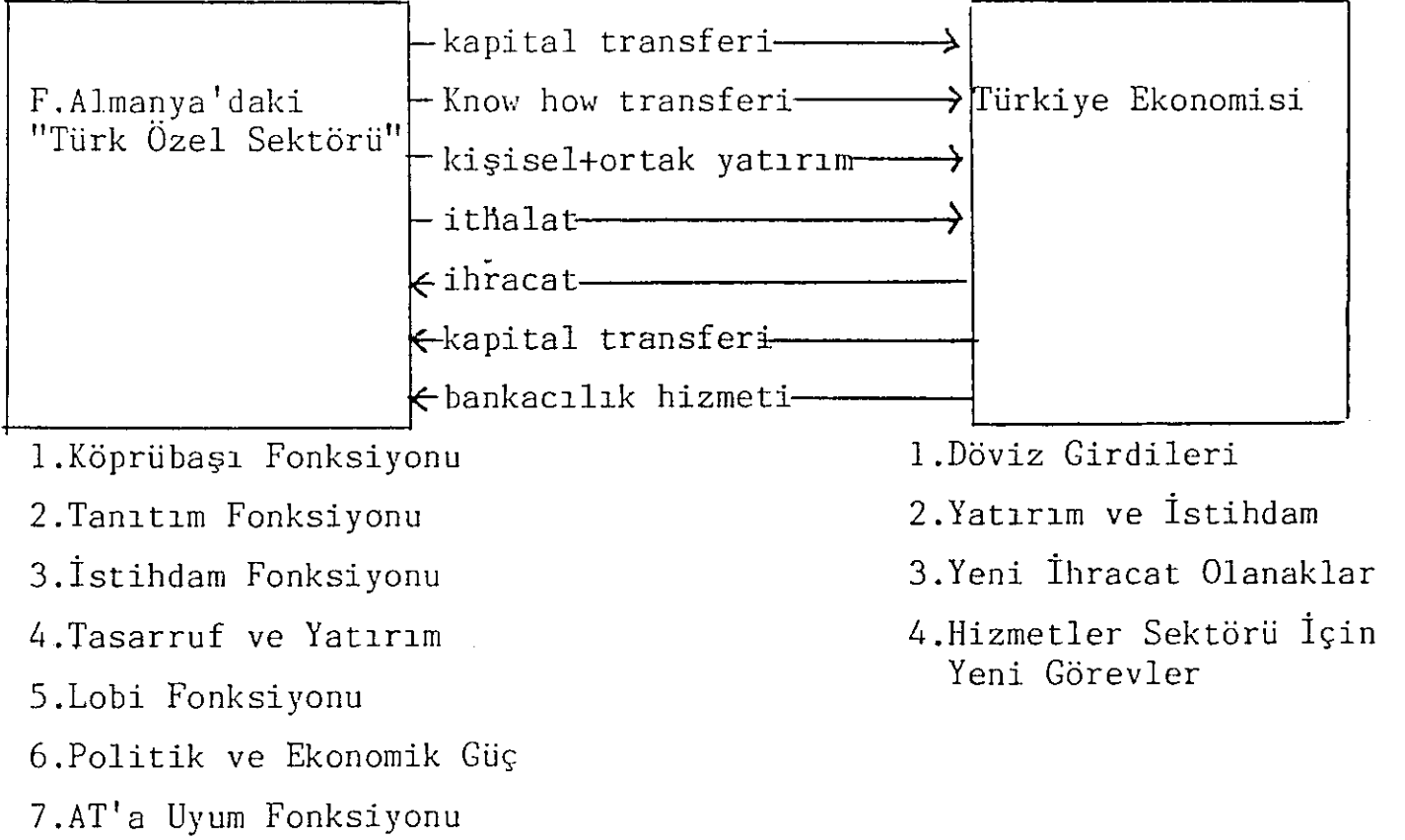
sahipleri Türk olan turizm şirketleri tarafından Türkiye'ye getirilmiş bulunmaktadır.

Bu 10 Turizm şirketinin 1987 yılı içindeki ciroları kesin olmayan sayılara göre 320 ilâ 350 Milyon DM tutarındadır. Bunun içinden Sonnenreisen başta olmak üzere Türkiye'de de otel ve tatil köylerine yatırımda bulunan özel havayolları kuranlar bulunmaktadır.

Sonuç olarak ithalat , ihracat yapan, consulting firmaları kuran, Türk şirketlerinin yanında imâlat sanayiine de yönelen Türk kurumları F.Almanya'da gelişmektedirler. Bunların Türk ekonomisi ile bütünleşmesi için atılması gereken adımların bazıları şunlardır:

- 1) F.Almanya'daki Türk işadamlarının kredi sorunlarına yönelik Alman bankalar kanununa göre, çalışacak Türk bankalarının sayısının artması gereklidir.
- 2) Bu işadamlarının gerek F.Almanya'da, gerekse Türkiye'de çıkarlarını savunacak bir üst örgüte ihtiyaç vardır. Bunun eksikliği bu konuda Türk işverenleri arasındaki dayanışmayı önlemektedir.
- 3) Gerek AT ülkelerinden ithal edilen malların gümrüksüz olması gerekse, F.Almanya'daki Türk işadamlarının Türkiye'den yaptıkları ithâlatla zorluklarla karşılaşması bu kişilerin Türkiye yerine diğer ülkelerde çalışmasını beraberinde getirmektedir. Türkiye'nin uzun vadede bu işadamları üzerinden başta F.Almanya olmak üzere diğer B.Avrupa ülkelere yapacağı ihracatı arttırma olanağı vardır. Bu konuda bu işadamlarının Türkiye'den yapacakları ithalata kolaylık getirmenin yolları aranmalıdır.
- 4) F.Almanya'daki işadamları belirli bir süre sonra F.Almanya'daki işyerleri ile ilişkili konularda Türkiye'de de yatırım yapmak istemektedirler. Bu konuda bu kuruluşlara yardımcı olmak Türk işadamlarının F.Almanya'daki başarılarını arttırır.
- 5) Uzun sürede F.Almanya'da yerleşen Türkler yılda ortalama 2,2 Milyar Dolara varan işçi dövizlerini Türkiye'ye aynı miktarda göndermeyeceklerdir. İşçi dövizlerinin girişinde 90'lı yıllarda büyük ölçüde düşüş beklenmelidir. Bu azalan döviz girdileri F.Almanya'daki Türk işadamları üzerinden yapılacak ihracatın arttırılması ile telâfi edilebilir.

F.ALMANYA'DAKİ "TÜRK ÖZEL SEKTÖRÜ" VE TÜRKİYE EKONOMİSİNİN KARŞILIKLI ETKİLEŞİM ŞEMASI:



GİRİS

Türkiye'nin Avrupa Topluluğu'na tam üyeliğinin tüm AT ülkelerinde tartışıldığı bugünlerde, gözlerden kaçan önemli bir ekonomik gelişme var. Avrupa'da uzun süreli bir çalışma hayatından sonra birikimlerini Avrupa ülkelerinde yatırımlara dönüştüren geniş bir Türk kitlesinin varlığını Avrupalı hergün biraz daha hissediyor.

1980'li yıllarda işçilik yıllarındaki tasarruflarını Avrupa'da yatırımlara dönüştüren Türkler dört AT üyesi ülkede ağırlıklarını koymuş durumdalar.

İngiltere'deki Türkler arasında 70'li yılların sonunda başlayan bu gelişme daha sonra küçük tekstil işletmeleri şeklinde Fransa'daki Türkler arasında devam etti.

1988 yılında bu gelişme en kapsamlı bir şekilde Hollanda'da ve F.Almanya'da devam ediyor. 150.000 Türkün yaşadığı Hollanda'da 2000 Türk kendi işini kurmuş durumda. 7000 kişiye istihdam olanağı yaratan bu firmaların yatırımlarının tutarı 240 Milyon Hollanda Guldene civarında. En kapsamlı gelişme ise F.Almanya'da bir işyeri sahibi olan Türk sayısı 30.000'i aşmış bulunmaktadır.

Firma başına ortalama 173.000 Mark yatırım yapmış bulunan bu kişilerin firma başına ortalama ciroları 780.000 Mark tutarındadır.

Ciroları örnek alındığı zaman bu firmaların Alman orta büyüklükte işletmelerin ölçeklerine uyduğu görülmektedir.

Tüm Türk işletmelerinin yatırım tutarı 5,1 Milyar Mark sınırını aşmış bulunmaktadır. Yıllık cirolarının tutarı ise 23,4 Milyar Mark 'ı bulmaktadır.

Bu firmaların takriben % 50'si küçük aile işletmesi görümündedir. Diğer yarısını ise daha sağlam temeller üzerine kurulmuş olan firmalar meydana getirmektedir. Tekstil sanayii, video-Kaset üretimi, gıda maddeleri üretimi yanında, consulting firmaları, turizm şirketleri, ithalat ve ihracat kurumları da bu grup arasında yer almaktadır.

Yıllık ciroları 4 ilâ 160 Milyon Mark arasında değişen bu kurumlar arasında 700 kadar da Türkiye'den ithalat yapan firma bulunmaktadır.

Bu kuruluşların istihdam konusunda da önemli yararları bulunmaktadır. Ortalama olarak 3-5 kişilik bir istihdam olanağı sağlayan bu firmaların yalnız F.Almanya'da yarattıkları istihdam 105.000 civarındadır. Başta Berlin kenti olmak üzere birçok eyalette gün geçtikçe gelişmekte olan bu yatırımların en önemli merkezi, 110.000 Türkün yaşadığı Berlin kentidir. 5000 Türkün kendi adına şirket kurduğu bu kentte, takribi 17.500 kişiye yeni istihdam olanakları yaratılmış bulunmaktadır. AT ülkelerinde Türk iş gücü için serbest dolaşım askıya alınmış bir durumda iken, Avrupa'da yaşayan Türklerin tasarruflarından oluşan Türk sermayesi sınırları tanımayarak serbest olarak hareket edilebilecek bir duruma gelmiş bulunmaktadır.

Bunun dışında Avrupa'da ve özellikle F.Almanya'da gelişen yeni bir akımı gözlemek mümkün olmaktadır.

1978 yılına kadar toplam tutarı 5,1 Milyon Mark tutarında olan Türk firmalarının Türkiye'den sermaye transfer ederek F.Almanya'da oluşturdukları Türk şirketlerinde büyük bir atılım görülmektedir. 1985 yılı sonunda Türkiye'den F.Almanya'da yatırım yapmak ve şirket kurmak için yapılan kapital transferlerinin tutarı 49,7 Milyon Mark'a ulaşmış ve bu meblağ 1987 yılı sonunda 70 Milyon Dolar sınırını aşmış bulunmaktadır. 1954- 85 yılları arasında F.Almanya'dan Türkiye'de direkt yatırımların tutarının 218,2 Milyon Markı aşamadığından hareket edersek, Avrupa'daki Türk sermayesinin her geçen gün daha da büyüyen boyutları ortaya çıkar.

Türkiye'nin AT ile yaptığı görüşmelerde önemini vurgulayacağı gelişmelerden birinin de Avrupa'da büyüyen Türk sermayesi olduğu muhakkaktır. 2 Milyonun üzerinde Türk şu anda AT sınırları içinde yaşamaktadır. 1992'de gerçekleştirilecek olan AT tek iş pazarında İngiltere, Fransa, Hollanda ve F.Almanya'daki Türk sermayesi bu pazarın şartlarına göre hareket etmeye başlayacak ve muhakkakki büyük ölçüde başarılı olacak.

Türkiye'nin tam üyeliği daha yeni tartışma alanına girerken, Avrupa'daki Türk sermayesi ve bunu oluşturan ve içinde çalışan Türk iş gücü, 2 Milyonun üstündeki sayısı ile tam üyeliği gerçekleştirmiş oluyor.

I. Araştırmanın Gerekçesi: Durum Saptaması ve Gelişmeler

1961 yılından beri Türkiye'den F.Almanya'ya devam eden işçi göçü, çeşitli sosyo-ekonomik sorunlara ve F.Alman işgücü piyasasındaki krize rağmen, sonuç itibariyle, F.Almanya'da yerleşik bir Türk nüfus kitlesinin oluşmasına götürmüştür.

Türklerin oluşturdukları "azınlık toplumu" nun hem nicelik ve nitelik , hem de sosyo-ekonomik örgütlenme açısından artık geçici değil, kalıcı bir toplum durumuna geldiği görülmektedir. F.Almanya'daki Türk kitlesinin varlığı süreklilik ve istikrar kazanmakta, yerleşik bir toplumsal kimliğe bürünmektedir. Bazı göstergeler, Türklerin büyük bir bölümünün geçicilikten kalıcılığa ve yerleşikliğe geçiş hazırlığı içinde olduklarına işaret etmektedir. İlk plânda, gerek tasarruf, tüketim ve yatırım davranışları, gerekse örgütlenme ve altyapı oluşturma çabaları, bir azınlık toplumun yabancı bir sanayi toplumunda kök salma çabası şeklinde değerlendirilebilir.

F.Almanya'da Türklerin oluşturdukları azınlık toplumun hem nicelik ve nitelik olarak , hem de sosyo-ekonomik örgütlenme açısından değerlendirilecek olursa, şu sonuçlara varılmaktadır:

İş piyasasındaki tüm olumsuz koşullara ve geriye dönüşü teşvik önlemlerine rağmen , Türk nüfus kitlesi artık istikrar kazanmıştır. 1983 yılında 1.546.000 olan Türk nüfusu, Haziran 1986'da 1.416.400, Haziran 1987'de ise 1.450.400 olmuştur.1974-1987 arasındaki dönemde Türk nüfusu toplam % 41.6 artış kaydetmiştir (x).Nihayet,30.06.1988 itibariyle 1.512.000' e ulaşan Türkler , F.Almanya'daki en büyük yabancı nüfus kitlesini oluşturmaktadırlar. Bugün, bu ülkedeki her üç yabancından biri Türktür. Türk nüfusunda 1,4 milyon düzeyindeki bu istikrar aslında, diğer faktörlerin de yanısıra, Türklerin önemli bir bölümünün tamamen F.Almanya'da yaşamak istediklerinin göstergesidir.

Özellikle 1979 yılından itibaren Türkiye'ye geri dönme eğiliminde büyük ölçüde azalma olmuştur. Geri dönenlerin Türkiye'de yaptıkları yatırımlardaki başarısızlıkları ve uyum göstermedeki güçlükleri F.Almanya'daki Türkler arasındaki kalma eğilimini büyük

ölçüde arttırmıştır. Bunun dışında Federal Alman hükümetinin 1983/84 yılları arasında AT ülkeleri dışından gelen yabancı işçiler için uygulamaya soktukları "Geri Dönüşü Teşvik Primi" uygulamasından yararlanan Türklerin gerek Türkiye'de yaptıkları yatırımlarda başarısız olması, gerekse F.Almanya'daki sosyal haklarından ferâget etme zorunda kalmaları, geri dönüşün Türkler için beraberinde getirdiği bütün sorunları ortaya çıkarmıştır.

F.Almanya'daki Türk nüfus kitlesinin niteliği hakkında aşağıdaki saptamaları yapmak mümkündür:

Türkiye'den F.Almanya'ya bir çeyrek asırdan beri devam eden göç süreci , hem göçe katılanlarda, hem de göç alan yabancı toplumda çeşitli davranış ve düşünüş değişimlerine kadar bir dizi değişmeyi beraberinde getirmiştir. 1960'lı yıllarda F.Almanyá'ya gelen birinci kuşak Türk işçileri, genellikle basit teknoloji, farklılaşmamış ve örgütlenmemiş bir toplumsal ortamdan koparak kendileri için yepyeni bir sosyo-ekonomik ve kültürel ortama girmişlerdir. İleri sanayi toplumunun üretim ve tüketim kalıpları, teknolojik düzeyi , davranış ve düşünüş biçimleri , örgütlenme düzeyi , belirli bir süre sonra göç eden kitle üzerinde bir dizi etkiler ortaya çıkarmıştır.

Uyum (adaptasyon), bütünleşme (entegrasyon) ve emilme (assimilasyon) süreçleri tek taraflı değişme süreçleri olarak kalmamış,, iki taraflı etkileşimler ortaya çıkarmıştır.Bu süreçlerden her biri, farklı yoğunluk ve düzeyde birer değişme işareti sayılırlar.

Ancak, hemen belirtmek gerekir ki,bugün F.Almanya'da yaşayan birinci ve ikinci kuşağa mensup Türkler arasında nitelik yönünden çok boyutlu farklılıklar vardır. Halen yetişmekte olan üçüncü kuşak ise kendine özgü daha farklı sosyo-psikolojik ve ekonomik nitelikler sergileyecektir.

Birinci kuşak Türkler "geçici" bir süre için yeterli bir tasarruf ve /veya mesleki beceri kazanmak amacıyla F.Almanya'da beden işçisi olarak çalışmış, yabancı topluma son derece zayıf bağlarla bağlanmıştır; toplumsal bir konum ve rol üstlenmeyi düşünmemişlerdir. Plânlarını ve davranışlarını ileride geri döneceği Türkiye'ye yönelik olarak düzenlemiştir. "Uyum" ve "bütünleşme" kavramları bu kuşak için özel bir önem taşımamıştır. Onlar için daha çok "gurbette yaşamak" değil, "gurbette çalışmak" söz konusudur.Dışarıda çalışmak, geçim için, kazanç için, tasarruf için , ileride Türkiye'deki psikolojik doyum için bir araç olarak görülmüştür. Bu neden

le, kazanç ve tasarruf motifleri günlük yaşamın başlıca amacı olmuş; kendini değiştirme /geliştirme,psikolojik doyum sağlama gibi unsurlar Türkiye'de yaşanacak olan ilerdeki günlere ertelenmiştir. Bu sosyo-psikolojik ortamdaki birinci kuşak, belirli mekânlarda bir arada oturmayı tercih ederek , kendi değerlerini koruyarak ve kendi geleneksel yaşam biçimlerini sürdürerek yaşamıştır. Informel bir örgütlenme ve mekânsal yoğunlaşmalar tercih edilmiştir.

Gelecek Türkiye'de plânlanmıştır.Geldikleri çevrelerle yoğun ilişki kurmaları ve geldikleri yerlerde sürekli yeni yatırımlar yapmaları dönüş düşüncesini canlı tutmuştur.Ancak bu canlı beklentiye karşın, geri dönüşlerin sürekli yeni projelerle ertelenmekte olması, bir taraftan burada geçirdikleri uyum sürecinin daha kolaylıkla atlatılmasına yardımcı olurken, diğer taraftan belki de burada yerleşecek olan bu grupların bu toplumla tamamen bütünleşmelerini de kısmen engellemiştir.

Yabancı dil sorunu büyük olduğu için, sosyal çevreyi anlamak ve hazmetmek pek mümkün olmamıştır. Özellikle sanayi bölgelerindeki kentlerde Türklerin yoğunlaştığı etnik mekânlar ortaya çıkmıştır. Bu mekânsal farklılaşmalar kimi Türkler ve aileleri için toplumsal bir içe kapanma şeklinde somutlaşmıştır.

İkinci kuşak ise çok farklı bir toplumsal ortamda yetişmiş, değişik bir toplumsallaşma süreci geçirmiştir. Ancak ikinci kuşak hakkında genelleme yaparak hüküm vermek pek kolay değildir, çünkü bu kuşak kendi içinde heterojen bir kuşaktır. Bu kuşağın tek genel tipik özelliği, yabancı dil sorunun büyük ölçüde çözülmüş olmasıdır. Bunun ötesinde ise, eğitim düzeyi; yabancı topluma uyum/ yabancı toplumla bütünleşme; kendini değiştirme ve geliştirme,Türkiye ile özdeşleşme, geleceğe hazırlık gibi konularda ciddi farklılaşmalar vardır. İkinci kuşak için kilit sorun, genel ve meslekî eğitim sorunu olmuştur.Bu konuyu kavrayabilen birinci kuşak aileler, çeşitli özverilere katlanarak, kimlik krizine girmeyen , çok boyutlu düşünebilen, Alman toplumu ile kolaylıkla kaynaşabilen ve kendi ülkesi ile de sosyo psikolojik ilişkisini hiç zorlanmadan sürdürebilen bir kuşak yetiştirmişlerdir.Bu grup, burada kalsa da, Türkiye'ye dönse de, başarılı bir geleceğe hazırdır, ve her açıdan Türkiye için bir kazançtır.

Bu kuşağa mensup diğer bir grup ise, Türkiye ile olan sosyal, kültürel ve ekonomik ilişkiler açısından zayıf veya gevşek ilişkiler içindedir. "Ait olma duygusu" daha çok yabancı toplum yönünde gelişmiştir. Onlar için Türkiye büyük ölçüde yabancı kalmıştır.

İkinci kuşağa mensup olan bu iki grup da, bugün, yetişmiş olduğu etnik mekânın dışına çıkmıştır. Bu nedenle etnik mekânlar artık kısmen çözülmeye başlamıştır. Basında sık sık "kaybedilmiş kuşak" olarak nitelendirilen diğer üçüncü bir grup ise, temelde ailelerinin ettikleri ve kısa zamanda bittikleri talihsiz bir gruptur. Kimlik krizi ve sürekli savunma stratejisi içinde olmak, bu grubun temel özelliğidir.

Ancak, gözlemlerimize göre, bu grubun ikinci kuşak içindeki oransal ağırlığı % 25 'in üzerinde olmasa gerekir. Genel olarak, ikinci kuşak, ya yabancı topluma uyum , ya da bu toplumla bütünleşme süreçleri içinde bulunmaktadır. Birinci kuşağı etkileyen kaygılar (sosyo-psikolojik faktörler) ikinci kuşak için büyük ölçüde önemsizleşmeye başlamıştır.

Yetişmekte olan üçüncü kuşak ise, göç edilen ülkeyi kendi toplumu olarak benimseme ve onunla özdeşleşme içine girmektedir. "Göçmen işçi torunu" olmak ileride onlar için kültürel bir zenginlik anlamı taşıyacaktır. Bu kuşak Alman toplumunun tümü içinde giderek eriyebilir. Bu süreç içinde etnik ve kültürel kökenler, onların toplumsal konumlarını artık belirleyici olmaktan çıkacaktır. Yine bu kuşak ikinci kuşağın mesafe koyduğu, yabancısı kaldığı, babalarının kısmen unuttuğu, ancak dedelerinin geldikleri ülkeyi ve toplumu tekrar keşfedecek , onunla yoğun ilişkilere girecektir.

Kısaca: Yaşam koşulları , beklentiler ve özlemler ne olursa olsun, dünün "konuk işçi ailesi" bugün yerleşik kitle psikolojisine girmektedir. Olumsuz geçicilik koşulları zamanla bir değişime uğramıştır. "Hemen dönüş" hazırlığı hep ileri yıllara ertelenmektedir. Dönmemeye alternatifini giderek ağırlıklı kazanmaktadır.

Bu düşünce, yaşanan koşulları biraz olsun zorlamaya, değiştirmeye, iyileştirmeye, geliştirmeye yöneltmekte, kendini geliştirme ihtiyacı ve eylemi , kişisel günlük yaşama yansımaktadır .

Daha uygun yaşam çevresi, daha iyi konut ve eğitim koşulları aranmaktadır.

F.Almanya göçmen işçi alırken kalıcı değil, geçici işçi almak istemiş olsa da; uyum ve bütünleşme süreçleri Türkler için yüksek bir maddî bedel gerektirse de, kalıcılığa doğru adım atan Türklerin sayısı giderek artmaktadır. Bu eğilim özellikle ikinci kuşakta kendini göstermektedir.

F.Almanya'daki Türkler için artık azınlık toplumunun temelleri kurulmuştur. Ekonomik, sosyal, örgütsel ve psikolojik açılardan kök salma çabası açıkça ortaya çıkmıştır. Buna rağmen , Türkiye ile olan bağlar, kısmen zayıflıyor veya gevşiyor gibi görünse de, uzun vâdede ve gerçekte güçlenmektedir.

Çeşitli araştırmaların değişik hedef gruplarına yönelik olarak ortaya koyduğu sonuçlar göstermektedir ki, F.Almanya'daki Türk nüfusun geri dönüş eğilimi giderek azalmaktadır. Buna ek olarak, Almanya'da kalış süresi uzadıkça, sosyo-ekonomik ve kültürel davranış biçimlerinde de yeni olgular ortaya çıkmaktadır, Bu davranış şekilleri, geçici bir çalışma düzenine değil, daha çok kalıcı bir yerleşme düzenine işaret etmektedirler. Kısaca, Türklerin çoğunluğu geleceklerini Türkiye'de değil, F.Almanya'da görmekte; aşama aşama bunun gereklerini yerine getirmekte; kalıcı bir nüfus kimliği kazanmaktadır. Tasarruf eğilimi azalmakta, dayanıklı tüketim maddelerine yapılan harcamalar artmaktadır

Türklerin 1975-78 yılları arasında net gelirlerinin % 45'ini 1979-81 yılları arasında %35'ini kapsayan tasarruf eğilimleri 1983'de %24 ve 1984'de %19 'a ve 1986 yılında %16'ya kadar düşmüştür.

Türk toplumunun tüketim harcamalarında Almanya'da kalma eğiliminin artması ile orantılı olarak büyük bir artış gözlenmektedir.

1980 yılından itibaren tüketim mallarına ilgisi artan Türkler 1981 yılında Marplan Araştırma kurumunun yabancılara elektronik cihaz ve beyaz mallara olan ilgisini içeren araştırmasına göre, tüm yabancılara 1 Milyar DM'lik harcamaları arasında 430 Milyon DM ile en büyük payı almış bulunmaktadırlar.

Böylece iç tüketimin artışına ve bu alanda yeni istihdam yerlerinin açılmasına katkıda bulunmuşlardır.

Yıllık ortalama gelirleri 15,7 Milyar DM civarında bulunan Türk toplumunun yıllık tasarruflarının toplamı 1981'de 5,7 Milyar DM'den 1984 yılında 3 Milyar DM civarına düşmüştür. 1984 yılı için Türk toplumunun yıllık gelirinden tasarruf ve kirâ harcamalarını çıkardığımız zaman, yıllık Almanya'ya yönelik tüketim harcamalarının 7 ila 8 Milyar DM rasında olduğunu gözlemleyebiliriz.

Bu konuda teorik bir hesap yaparsak, Türk toplumu 8 Milyar DM'e varan harcamaları ile 1984 yılı içinde ortalama yıllık harcaması olarak 50.000 DM öngörülen 160.000 endüstri işçisi için aylıkları dahil, tüm harcamalarını 1 yıl için tam olarak finanse etmiş olmaktadır.

Bu hesabı emeklilik kesintileri, sosyal sigorta ve işsizlik parası için yapılan kesintilerle de devam ettirmek mümkündür. Bu konuda ayrı bir gelişme de Türklerin Alman bankalarına gösterdikleri ilgidir.

Son sayılara göre Türk işçilerinin % 93,4'ünün Alman bankalarında tasarruf hesapları bulunmaktadır. Böylece Türk toplumu yatırım kredilerine kaynak oluşturma açısından tasarrufları ile de Almanya'nın istihdam yapısına katkıda bulunmaktadır.

Özellikle 1978'den sonra, çeşitli branşlardaki serbest iş kurma girişimleri yaygınlık kazanmaktadır. Bugün 30 bin dolayındaki Türk kendi işletmesini çalıştırmaktadır. Türk girişimcileri, yatırımlarıyla Türk nüfus kitlesine hizmet götürmeyi amaç edinirken, aynı zamanda Alman müşterilerine de hizmet sunmaktadır.

Almanya'daki Türk işadamlarının oluşturdukları sektör, ileride Türk ihracat sektörü için önemli bir köprübaşı oluşturabilecek düzeye doğru gelişmektedir.

Türklerin Almanya'daki oturma süreleri uzadıkça (Bkz.Tablo 2), uyum sürecinin gelişmesine paralel olarak, kalıcı nitelik daha da somut bir hal alacaktır.

Çeşitli kurumların yürüttükleri araştırmalar da yukarıdaki eğilimleri yansıtmaktadır. Nitekim, Friedrich-Ebert-Vakfı'nın F.Alman Çalışma ve Sosyal Düzen Bakanlığı için 1985 yılında 45 kentte 15 yaşın üstündeki toplam 6.111 yabancı ile gerçekleştirdiği representativ araştırmaya göre, genel olarak , yabancılardan yarısından fazlası geleceklerini Almanya'da plânlamakta, davranışlarını da buna göre düzenlemektedir.

Aynı kurumun 1980 yılında yaptığı representativ araştırmaya göre, F.Almanya'daki Türklerin % 40'ı uzun vadede bu ülkede kalmak istediklerini belirtirken, 1981 yılında oldukça sert yabancılar politikası ile tanınan Baden-Württemberg eyaletinde , eyalet Çalışma ve Sosyal Düzen Bakanlığı tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye'ye kesin dönmeye karar verenlerin oranı %19,5 dolaylarında kalmıştır.

Friedrich -Ebert-Vakfı'nın 1985 yılı araştırmasında ülkede uzun vadede kalmak isteyenlerin oranı % 56'ya çıkmış bulunmaktadır.

Türkiye Araştırmalar Merkezi'nin Mart 1986'da Milliyet Gazetesi için 8 kentte 647 Türk ile yaptığı bir araştırmada, anket uygulanan Türklerden %60.4 ünün uzun dönemde F.Almanya'da kalmak istediği tespit edilmiştir. Merkezimizin Cumhuriyet Gazetesi için Haziran/ Temmuz 1987'de 7 kentte 270 seçkin multiplikatör ile yaptığı okuyucu analizinde de, Türklerin yalnızca % 5.5'inin kısa vadede geri dönüş yapmak isteği, %28 'inin ise Almanya'da tamamen yerleşme

Ren-Westfalya Eyaleti Çalışma, Sağlık ve Sosyal İşler Bakanlığı için Ekim 1987'de tamamlanmış olduğu ve Türk işadamlarına uygulandığı anketten de , işyeri sahiplerinden %44'ünün uzun vadede F.Almanya'da kalmak istedikleri , ancak %13'ünün beş yıl içinde Türkiye'ye kesin dönüş yapmayı plânladıkları ortaya çıkmıştır.

Sözü edilen tüm araştırmalarda, ikinci kuşağa mensup olan (35 yaşın altındaki) Türklerin kalma/yerleşme gerekçeleri ile motivasyonları duygusal değil, rasyonel bir nitelik göstermekte, bu nedenle de ayrı bir önem taşımaktadır.

Federal Almanya'da yaşayan Türklerin ikinci ve üçüncü kuşağına ilişkin ayrıntılı bir istatistik bulunmamakla birlikte, 31.12.1985 tarihi itibarıyla, Almanya'daki Türklerin (1,4 milyon) %33,8'i, yani 474.053'ü çocuktur. 1985/86 öğretim yılında toplam 390.447 Türk çocuğu anaokulu, ilköğretim ve orta öğretim düzeyindeki okullara gitmektedir. Bunlardan 58.955 öğrenci çeşitli düzeylerdeki meslek okullarına devam etmektedirler. Yine Alman İstatistik Enstitüsünden 16 Mart 1988'de sağlanan bilgilere göre, 01.01.1988 itibarıyla F.Almanya'da 15-18 yaş grubuna 109.900, 19-21 yaş grubunda 97.800, 22-35 yaş grubunda 354.700, olmak üzere, toplam 562.400 Türk yaşamaktadır. Bu yaş grupları, 1990'lı yıllarda iş yaşamında

aktif bir rol oynayacaktır. (Haziran 1987 itibariyle sosyal sigortalı Türklerin sayısının 518.400 olduğu düşünülürse, yukarıdaki yaş grupları toplamının ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır). F.Almanya'da uzun süredir yaşamakta olan birinci kuşak mensupları ile ikinci kuşağın Alman toplumuna uyumları konusunda küçümsenemeyecek göstergeler vardır: Mesleki eğitime verilen önemin artması; Alman Derneklerine ve Siyasal Partilere üyelik ; serbest işyeri kurma girişimleri; yerel seçimlere katılma konusundaki çabalar v.b. Alman toplumuyla bütünleşmenin somut birer adımı olarak değerlendirilmelidir.

Politik açıdan Türkler arasındaki son gelişmeler Alman toplumu ile bütünleşmenin ilginç örneklerini de beraberinde getirmektedirler. 1966-80 yılları arasında daha ziyade Türkiye'deki partilere yönelik bir örgütlenme modeline öncelik veren Türkler, Türkiye'deki partilerin birer uzantısı şeklinde Federasyonlar kurarken, 1981 yılından itibaren kalma eğiliminin artması ile birlikte bu gibi Federasyonlardaki çalışmalarını azaltıp , Alman partileri içinde aktif olmaya başlamışlardır. Yabancılar politikasında daha liberal bir uygulamaya ağırlık veren Alman Sosyal Demokrat Partisi (SPD) ve Yeşiller Türklerin ilgi gösterdiği partilerin başında gelmektedir.

F.Almanya'nın üye sayısı açısından 971.000 üye ile en büyük partisini oluşturan SPD'deki Türk üye sayısı 24.000 civarında olup, tüm üyelerin %2,5 kadarını meydana getirmektedir.

F.Almanya'daki Türklerin genel nüfus içindeki oranında bu sayıyı oluşturmaktadır. Aynı gelişme Yeşiller ve belirli ölçüde Hristiyan Demokrat Partide de gözlenmektedir.

Bu arada, Türk nüfus , kendisini örgütsel olarak da duyurmaya, azınlık toplumu olarak etkin olmaya da çaba göstermektedir.

Örgütsüzlüğün etkinsizlik anlamına geldiği anlaşılmış olmakla birlikte, örgütlerin dağınıklığı da kalıcı ve etkili bir ses çıkarmaya henüz yetmemektedir. Özellikle ikinci kuşağa mensup Türklerin Al-

manya'da oturma süreleri uzadıkça, Almanca okuma/yazma/konuşma düzeyleri geliştikçe ve yabancı topluma uyumları arttıkça, sosyo-ekonomik davranışların yanısıra, kültürel kalıplarda da değişmeler ortaya çıkmaktadır.

Tablo:1-F.Almanya'daki Türk Nüfusun Yıllara ve Yaş Gruplarına Göre Gelişimi

Yıllar Yaş Grubu	Eylül 1974	Haziran 1986	Haziran 1987	D e ğ i ş i m	
				1974/1987 mutlak	1986/1987 mutlak %
16'dan büyük	801.300	946.600	980.100	178.800	+22.3
16 ve daha küçük	226.500	469.000	470.300	243.800	+107.6
Toplam	1.027.800	1.416.400	1.450.400	422.600	+41.6
				34.000	+2.4

Kaynak: Çalışma ve Sosyal Düzen Bakanlığı (BMA), Ausländer -Daten ,Stand:10.02.1988, Bonn 1988.

Tablo:2-Türk Nüfusun F.Almanya'da Oturma Süresi (30.09.1987 itibariyle)

	1 yıldan az	1-5 yıl	5-8 yıl	8-10 yıl	10 ve daha fazla	Toplam
Mutlak	49.262	152.154	234.187	165.563	865.148	1.466.314
%	3.36	10.38	15.97	11.29	59.0	100.

Kaynak:Çalışma ve Sosyal Düzen Bakanlığı (BMA),a.g.e.

II.F.Almanya'daki Türk Ekonomik Gücü

Geçtiğimiz yıllarda Alman bilim adamları yabancılar sorununun her yönünü yoğun biçimde ele almışlar, ancak yabancıların F.Almanya'nın ulusal ekonomisi için taşıdığı önem konusunu ihmal etmişlerdir. Aslında F.Almanya'da yaşayan yabancıların tam 30 yılı geride bıraktıkları şu aşamada bu konunun tüm boyutlarıyla tartışılması ilginç ve yararlı olabileceken, bugüne kadar bu konuyla ilgili çok az belge toplanmıştır. Yabancıların birçoğu,F.Almanya'da kısa veya orta süreli bir çalışma döneminden sonra mümkün olduğunca büyük bir sermaye ile anavatana dönmek ve orada kendi işlerini kurmak yolundaki amaçlarından 80'li yıllar içinde belirgin şekilde vazgeçmişlerdir.

Genel olarak anavatana yapılan para transferleri de 70'li yıllardaki boyutlarında değildir, çünkü çoğu zaman artık kendisine para gönderilen ana babalar hayatta değildir, kalan aile bireyleri de son yıllarda Almanya'ya getirilmişlerdir. Anavatandaki yatırımların yarattığı hayal kırıklığı da-Türklerin çoğu için geçerlidir- anavatana yapılan para transferlerinin ve dolayısıyla yatırım eğiliminin düşmesine yol açmıştır.

4,7 milyon yabancı içinde 1,512 milyonla en kalabalık grubu oluşturan Türkler arasında , ulusal ekonomi açısından bakıldığında ilginç gelişmeler saptanmaktadır.

1.Literatürde Yabancıların Ekonomik Faaliyetleri

1950'li yıllarda başlayan işgücü göçü süreci içinde F.Almanya'daki yabancılar önceleri esas olarak bir iş yerine bağlı olarak çalışıyordu. Bununla birlikte son yıllarda yabancılar arasında F.Almanya'da kendi işini kurma eğilimi yaygınlaşmaktadır.

Bu durum aşağıda izlenebilir:

Tablo:3 1961,1970 ve 1984 Yıllarında İktisadi Faaliyetlerin Yapısı

İktisadi Faaliyet Yapısı	1961	1970	1984 ^X
Çalışanlar			
Toplam(Mil.kişi)	26,8	26,8	27,3
Almanlar(Mil.kişi)	26,3	25,0	25,3
Yabancılar(Mil.kişi)	0,5	1,8	2,0
Bunlar arasında			
Bağımsız çalışanlar ve aila üyeleri			
Toplam(Mil.kişi)	5,9	4,4	3,2
Çalışanların yüzdesi olarak	21,9	16,5	11,7
Almanlar(Mil.kişi)	5,8	4,4	3,1
Çalışanların yüzdesi olarak	22,2	17,5	12,2
Yabancılar(Mil.kişi)	0,03	0,05	0,1
Çalışanların yüzdesi olarak	6,0	2,5	6,5
ve			
Bağımlı çalışanlar			
Toplam(Mil.kişi)	20,9	22,4	24,1
Çalışanların yüzdesi olarak	78,1	83,5	88,3
Almanlar(mil kişi)	20,4	20,6	22,2
Çalışanların yüzdesi olarak	77,8	82,5	87,8
Yabancılar(Mil.kişi)	0,5	1,8	1,9
Çalışanların yüzdesi olarak	94,0	97,5	93,5

X IWG'nin tahminleri.

Kaynaklar: Federal İstatistik Bürosu, Emek Piyasası ve Mesleki Araştırmalar Enstitüsü (IAB).Meinard Miegel, Arbeitsmarktpolitik auf Irrwegen, Bonn 1984,S69'dan alınmıştır.

1984 yılında kendi işine sahip yabancıların toplam bağımsız çalışanlar arasındaki payı bağımsız çalışan Almanlara oranla yüzde 6,5 gibi düşük birç düzeyde ise de sayıları 1970'ten ber ihemen hemen iki katına çıkmıştır. O zaman yalnızca her 40 yabancıdan biri kendi işinde çalışırken, 1984'te bu sayı her 15 yabancıdan birine

yükselmiştir. 1987 yılında bu sayı her 13 yabancından birine yükselmiştir.

Yabancıları F.Almanya'da kendi işini kurmaya yöneltin değişik faktörler bulunmaktadır:

- F.Almanya'da meydana gelen konjonktürel ve yapısal ekonomik sorunlar nedeniyle yabancılar işsiz kalmıştır,
- Kendi ülkelerinde yeniden ekonomik, sosyal ve meslekî uyum sağlama girişimleri istenilen ölçüde başarılı olmamıştır. İşçilerin toplu olarak ülkelerine geri dönmeleri bu ülkelerde zaten süregelen işsizlik düzeyini daha da arttırmıştır.
- Birçok yabancıların, dönüşte kendi ülkesinde bağımsız iş kurmayı tasarlamış olmasına rağmen , bu yeniden entegre olma girişimleri o ülkelerdeki ekonomik durum nedeniyle çoğu kez başarısız olmuştur.

Bir yandan dönüş yapanların olumsuz tecrübeleri, diğer yandan ise F.Almanya'da işsizlik ya da işsizlik tehlikesiyle yüzyüze kalmaları nedeniyle birçok yabancı uzun zamandır besledikleri kendi işini kurma arzusunu F.Almanya'da gerçekleştirmeye karar vermişlerdir. Yabancıların F.Almanya'da kendi işlerini kurmaları, değişen yatırım ve tüketim davranışları yanında geleceğe dönük plânların da değiştiğine işaret etmektedir.

Diğer bir açıdan bakıldığı zaman, kendi işini kurma konusunda bir değişiklik olmamış, yalnız işyeri kurulan ülkelerde bir değişiklik olmuştur.

Yabancıların kendi işlerini kurmaları ev sahibi ülkeler için de son derecede çekicidir. Çünkü yeni işletmelerin kurulması ekonomik büyümeye yol açabilecek ve yeni iş olanakları yaratılacaktır.

Yabancıların işyeri kurma eğilimleri, küçük işletmelere ve orta sınıfa karşı giderek artan genel toplumsal eğilimle de uyum içindedir. Aşağıdaki tablo yabancılara ait işyerlerinin gelişimini yabancı grubuna göre sınıflandırılmış olarak göstermektedir.

Tablo:4 Bağımsız İş Sahibi Yabancıların Belli Başlı Menşe Ülkelere Göre Dağılımı (x100)

Menşe Ülke	70	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83
Yabancılar											
Toplamı	38	61	56	67	71	75	84	86	87	101	96
AT Ülkeleri	-	19	18	23	28	28	32	30	35	35	50
Bunlar arasında:											
Yunanistan	-	6	6	6	7	7	10	11	10	13	17
İtalya	-	12	12	14	16	17	20	17	19	20	17
Yugoslavya	-	-	-	-	-	5	6	9	8	9	7
Avusturya	-	8	7	8	9	10	11	9	8	11	11
Portekiz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İspanya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Türkiye	-	6	-	7	6	7	6	7	7	9	10

Kaynak:Federal İstatistik Bürosu, Wiesbaden(yayınlanmıştır).

Herman Korte, Ausländische Selbständige in der Bundesrepublik Deutschland, Bochum, 1985, S.2'den alınmıştır.

Tablodan kendi işine sahip Türklerin sayısındaki artış incelendiğinde, yalnızca Yunanlıların bağımsız çalışan Türklerin artış oranını geride bıraktığı görülmektedir. Federal İstatistik Bürosu'nun verilerine göre bağımsız çalışan Türklerin sayısı 1981'de 7.000'den, 1983'te 10.000'e çıkarken, bağımsız çalışan Yunanlıların sayısı 1981'de 10.000'den , 1983'te 17.000'e çıkmıştır.

Türklerle ilgili rakamlar hep en yüksek olmakla birlikte özellikle bu alanda yanılma payı çok yüksektir; tahminlere göre 1987 sonu itibarıyla F.Almanya'da bağımsız iş sahibi olan 30.000 Türk vardır. Kendi işyerini kurmak isteyenlerin yerine getirmek zorunda olduğu özel yükümlülükler nedeniyle , AT üyesi olmayan ülkelerin vatandaşları ve bilhassa da Türkler , belli bir para karşılığında fiktif birini (çoğunlukla Almanları) mal sahibi olarak göstermek yoluna gitmişler ve böylece de bu tür işletmeler yabancılara ilişkin istatistiklerde hiç yer almamıştır.

Engelleyici idari yükümlülüklerle karşın bağımsız iş sahibi yabancılar arasında Türklerin oranı yüksektir, çünkü özellikle bu grup ve Yunanlılar için kendi işine sahip olmak çok büyük ve özel bir önem taşımaktadır.

Genelde Sanayi ve Ticaret Odalarınca (IHK) tutulan işyeri istatistiklerinde yabancı ve Alman ayırımı yapılmadığından bu konuda genel rakamların elde edilmesi oldukça güçtür.

AT üyesi olmayan ülkelerin vatandaşlarının yaptıkları müracaatların sayısındaki artış Alman Sanayi ve Ticaret Odaları Birliği'nce şöyle belirtilmiştir:

AT dışında kalan ülkelerin vatandaşlarının yaptıkları müracaatlar 1981'de geriledikten sonra 1982/83'te yeniden artış göstermiştir ve 1980-1983 dönemi ortalaması 9.050'dir. Gerçekten de müracaatlarla birlikte talep edilen iktisadi faaliyet müsaadeleriyle ilgili olarak Sanayi ve Ticaret Odaları'nın aldıkları karar sayısı da artmış ve 1980'de 9.090'dan , 1983'te 9.337'ye çıkmıştır. Bu da yüzde 2,7'lik bir artışı ifade etmektedir.

Bu durum Tablo 5'de görülmektedir.

Tablo: 5 Sanayi ve Ticaret Odaları'nın AT Dışındaki Ülkelerden Gelen Yabancıların Müracaatları ile İlgili Olarak Verdiği Kararlar Konusunda 1.1.1983'te Yapılan Anketin Değerlendirmesi

	1980			1981			1982			1983		
	Toplam	Kabul	Red	Toplam	Kabul	Red	Toplam	Kabul	Red	Toplam	Kabul	Red
Baden-Württemberg	1.434	779	649	1.425	735	675	1.468	744	702	1.547	804	710
Bavyera	912	629	283	898	604	263	1.059	664	352	1.184	752	390
Berlin	20	14	6	13	12	1	8	6	2	12	11	1
Bremen	71	27	44	53	21	32	50	11	39	28	8	20
Hamburg	454	293	161	391	237	154	410	234	176	420	243	177
Hessen	1.403	900	503	1.436	871	564	1.462	849	612	1.086	634	452
Güney Saksonya	643	296	347	655	268	387	686	260	424	611	251	356
Kuzey Ren-Westfalya	3.665	1.931	1.734	3.187	1.520	1.581	3.450	1.624	1.645	3.802	2.045	1.632
Rheinland-Pfalz	320	196	124	319	166	153	323	146	174	340	164	176
Saarland	13	9	4	32	15	4	34	16	8	51	19	19
Schleswig-Holstein	155	105	50	204	116	88	216	104	112	256	135	121
F.Almanya Genelİ	9.090	5.179	3.905	8.613	4.565	3.902	9.166	4.658	4.246	9.337	5.066	4.054

Kaynak:Alman Sanayi ve Ticaret Odaları Birliği (DIHT), Bonn 1985.

Bu konuda 1984 yılından itibaren bazı küçük ölçekli araştırmalar yapılmış bulunmaktadır. Bu araştırmalarda en ilgi çekici gelişme Türkler arasında gözlenmiştir.

Son 7 yıldır F.Almanya'da kalıcı bir kitle görünümüne giren ve ülkede Almanlardan sonra 2. büyük halk kitlesini oluşturan Türklerin ekonomik, politik, sosyal ve mesleki açıdan yaşadıkları topluma büyük ölçüde uyum gösterdikleri gözlenmektedir. Kalıcı kitle konumlarını yavaş yavaş Alman kamuoyuna ve Alman makamlarında kabul ettiren bu topluluk Türkiye'deki yatırımlarını azaltıp, bu yatırımlarını özellikle F.Almanya'ya yönelttiklerinden beri Alman ekonomisi içinde önem kazanmaya başlamış bulunmaktadır.

1980 yılından itibaren F.Alman yapı kredisi tasarruf sandıklarının en iyi müşterilerinden olmaya başlayan Türklerin bu sandıklarla 130.000 i aşkın tasarruf anlaşması imzaladıkları tespit edilmiş bulunmaktadır. Bu tasarrufların genel toplamının 4 Milyar Markı aştığından hareket edildiği bugünlerde Türklerin F.Almanya'da büyük ölçüde ev, kat ve arsa aldığıda tespit edilmektedir. F.Alman bankalarının gerek yatırdıkları tasarruf hesapları ile gerekse aldıkları kredileri ile iyi müşterileri arasında giren Türklerde görülen yeni bir gelişmeye de bu ülkede açtıkları işyerlerinin sayısal artışında görmek mümkündür.

70'li yıllarda İtalyan, Yugoslav ve Yunanlılar la başlayan kendi başına işyeri kurma hareketine son yıllarda Türklerde büyük ölçüde uyum göstermeye başlamışlardır. 1987 yılı sayılarına göre F.Almanya'da 30.000 Türkün kendi başına bir işyeri kurduğundan hareket edilmektedir.

Bu işyerlerinde 105.000 kişiye açılan yeni çalışma olanağından hareket edersek, gelişmenin önemi daha da açıklığa kavuşur. F.Almanya'da her geçen gün daha büyük boyutlara erişen bu gelişim Türklerin bu ülkeye uyumlarının en somut örneklerinden biridir. Türkiye Araştırmalar Merkezi olarak ILO adına 1985/86 yılları arasında yaptığımız bu araştırmada 9 kentte 315 işyeri incelenmiş bulunmaktadır.

Ortalama yatırımları işyeri başına 173.835 Mark olan ve yıllık ciroları ortalama 785.440 Mark olan bu kuruluşların özellikle son

yıllarda Alman müşterilerine de hitap ettikleri görülmektedir.

% 34 oranında Almanlara mal ve hizmet sunan bu kuruluşlarda Alman müşteri oranı gastronomi dalında % 66'ya kadar varmaktadır.

Alman kamuoyunda geniş ilgi gören bu gelişmeye ışık tutan bu araştırma bu konuda yeni ve geniş kapsamlı araştırmalarında yapılmasını gerekli kılmuştur.

1987 yılında Kuzey-Ren-Westfalya eyaletinde bu konuda yeni bir araştırma yapan Türkiye Araştırmalar Merkezi, bu konuda uluslararası ve Alman kurumlarına en geniş çaplı 2 araştırma yapan tek kurum olmuştur.

III. Yabancı Bir Toplumda Girişimciliğe Yolaçan Nedenler

Türk işadamlarını F.Almanya'da serbest iş kurmaya iten nedenler arasında, iş piyasasındaki kriz ve işsiz kalma korkusu (%21) ilk sırada, bağımsız çalışma arzusu (%20,5) ikinci sırada ve serbest çalışmanın daha kazançlı olması (%15,3) üçüncü sırada nispi ağırlık taşımaktadır (Tablo 6). Faktörlerin bu nispi ağırlığı, Türkiye Araştırmalar Merkezi'nin daha önceki yıllarda elde ettiği araştırma sonuçlarının doğruluğunu da pekiştirmektedir.

İş kolu seçiminde etkili olan faktörler arasında %19,25 ile "daha önceki meslekî tecrübe" ilk sırada, %14 ile "kendini yalnızca bu işe yeterli saymak" ikinci sırada, %11,7 ile "mevcut müşteri potansiyeli" üçüncü sırada ağırlık taşımaktadırlar (Tablo 7). Seçilen branşın (işletmenin) başarılı bir gelecek göstermesi %8,9 (%7,9) ve branşın "risksiz/az riskli" olması, ağırlık taşıyan diğer önemli nedenlerdir.

Anket uygulanan işadamlarının %91'i prensip olarak şu anda sahip oldukları işletmeyi daha uzun süre yürütmeyi plânlamış durumdadırlar. Bunların %47'si işletmelerini mümkün olduğu sürece; %12'si en çok 6 yıl daha çalıştırmayı düşünmektedirler. Diğerleri ise süre konusunda ya kararsızdır, ya da cevap vermemiştir. İşletmeyi daha uzun süre çalıştırma isteği ile yaş grubu, eğitim düzeyi, F.Almanya'da ikâmet süresi arasında anlamlı bir ilişki kurulamamıştır.

Diğer taraftan, işadamlarının yarısından fazlası (%54.4) mevcut işletmenin yanı sıra ikinci bir işyeri kurma istegindedir. Bu istek ,özellikle 35 yaşın altındaki işadamlarında son derece belirgin olup, eğitim düzeyi yükseldikçe de artmaktadır. Anket uygulanan işadamlarından %7'si halen ikinci bir işletmeye sahip bulunmaktadır.

Mevcut işyerinin herhangi bir nedenle kapanması halinde, işadamlarının %38'i yeni bir işyeri açmak suretiyle F.Almanya'daki varlıklarını sürdürebileceklerini belirtmektedirler.

Tablo: 6 Serbest İş Kurma Nedenleri

Nedenler (x)	n	%
1)İşsizlik/Ekonomik Kriz Tehdidi	56	20.90
2)Bağımsız Çalışma Arzusu	55	20.52
3)Uzun Süre F.Almanya'da Kalma Amacı	9	3.36
4)Geçim Garantisi	21	7.84
5)Aile Fertlerine İşyeri Sağlama	8	2.99
6)Meslekî Tecrübe	18	6.72
7)Pazar Boşluğu	21	7.84
8)Daha Kazançlı Olması	41	15.30
9)Önceki İştem Hoşnutsuzluk	16	5.97
10)İşletmenin Kolay/Ucuz Devralınması	3	1.12
11)Daha Önceki Serbest Faaliyet	13	4.85
12)Türkiye Ekonomisine Katkı Amacı	2	0.75
13)Meslekî Yeteneği Geliştirme	1	0.35
14)Türkiye'deki Firmanın Malını Burada Pazarlamak	2	0.75
15)Çevrenin Önerisi	2	0.75

(x) Birden fazla yanıt verilebilir

Tablo: 7 Branş Seçimini Etkileyen Faktörler

Faktörler (x)	n	%
1)Yalnızca bu işe yeterli olmak	30	14.08
2)Daha önceki meslekî tecrübe	41	19.25
3)Meslekî bilgi/egitim	20	9.39
4)Mevcut müşteri potansiyeli	25	11.74
5)Branşın risksiz/az riskli oluşu	17	7.98
6)Piyasa boşluğunun varlığı	7	3.29
7)Branşın başarılı gelecek perspektifi	19	8.92
8)İşletmenin başarılı gelecek perspektifi	17	7.98
9)Tesadüfi seçim	5	2.35
10)Türkiye'deki firmanın malını pazarlamak	3	1.41
11)Türkiye'yi tanıtmak	2	0.94
12)Arkadaş önerisi	1	0.47
13.Diğer	20	9.39
14)Yanıtsız	6	2.82

(x) Birden fazla yanıt verilebilir

F.Almanya'daki Türk işadamlarının oluşturdukları potansiyel ekonomik gücün Türkiye Ekonomisine yapabileceği muhtemel katkılar ele alınırken, ilk plânda üzerinde durulması gereken konu, Türk özel sektörünün F.Almanya'da üstlenebileceği "köprübaşı" fonksiyonudur. Söz konusu fonksiyon,çeşitli unsurları yan yana koyarak bir bütünlük içinde açıklamak gerekmektedir:

Sayıları 30 bini bulan ve çeşitli branşlarda faaliyet gösteren irili ufaklı Türk işyeri,ilk plânda bu ülkede yaşayan 1,5 milyon Türk tüketici kitlesine ve ikinci plânda Alman ve/veya diğer yabancı nüfus kitlesine yönelik şekilde çalışarak varlıklarını sürdürmektedirler. 1965 yılından sonraki gelişme süreci izlenirse, Türk işyerleri öncelikle ve esas itibariyle Türk işçi kesiminin kendine özgü talep yapısını ve alışkanlıklarını dikkate alarak kurulmuşlar, ancak 1970'li yılların ortalarında diğer talep kesimlerine de hitap etme gereğini duymuşlardır. Bugünkü koşullarda, özellikle gıda maddesi ticaretiyle iştigal eden toptancı ve perakendeci ticarî işletmeler ile seyahat büroları ilk plânda 1,5 milyonluk Türk nüfusa yöneliktir. Türk nüfusun varlığı, Türk işyerlerinin faaliyeti için halen önemli bir neden oluşturmaktadır.

Daha önce de belirtildiği gibi, F.Almanya'daki Türk nüfus kitlesi nicelik ve nitelik bakımından giderek kalıcı ve yerleşik bir kimliğe bürünerek, yabancı bir sanayi toplumunda kök salma çabası içindedir. Bu olgu, orta ve uzun vâdede de Türk işyerleri için besleyici ve destekleyici bir talep zemini oluşturacaktır. Bu bakımdan, Türk işyerleri sürekli olarak Türk talep kesiminin tüketim kalıplarını ve tüketim alışkanlıklarını dikkate alarak, Türkiye kaynaklı ürünlerin avantajlarını kullanmaya devam edeceklerdir. Ancak Türkiye kaynaklı ürünlerin diğer ülkelerden gelen aynı tür ürünlerde fiyat ve kalite rekâbetine açık olduklarını unutmamak gerekir

IV. Anket Uygulama Sonuçlarının Değerlendirmesi

1. Türk İşadamlarının Kişisel Nitelikleri

F.Almanya'daki Türk özel sektörünün genel bir fotoğrafını ortaya koyabilmek için, halen Dormund, Essen, Duisburg, Düsseldorf, Köln ve Hamburg kentlerinde faaliyet gösteren ve çeşitli branşlarda ¹⁾ çalışan 188 Türk işletmesine anket uygulanmıştır.

Tablo 8 'den görüldüğü gibi, anket uygulanan işletmelerin önemli bir bölümü gıda maddeleri ticareti, gastronomi ve seyahat acentalığı gibi büyük miktarda kuruluş sermayesi ya da olağan-üstü yönetim becerisi gerektirmeyen, işletme risklerinin sınırlı tutulabileceği, meslekî tecrübenin yeterli sayılabileceği branşlarda yoğunlaşmıştır.

Bu dağılım tablosu representatif olmamakla birlikte, Türkiye Araştırmalar Merkezi'nin daha önce de yapmış olduğu araştırmaların sonuçlarına son derece yakındır ²⁾.

Araştırma kapsamına giren girişimcilerin %12,7'si kadın, %87'si erkektir. Kadın girişimcilerin rağbet ettikleri branşların başında terzilik ve tekstil/butik işletmeciliği yer almaktadır.

Her üç girişimciden biri 35 yaşın altında olup, ikinci kuşağa mensup olan işadamlarıdır. Yaklaşık her dört girişimciden üçü (%73) 45 yaşın altındadır. Bu da girişimcilerin büyük oranda dinamik ve öğrenmeye hazır yaş gruplarında bulunduklarına işaret etmektedir. Girişimcilerin %86'sı en az 10 yıldan beri, %53'ü ise en az 15 yıldan beri F.Almanya'da ikâmet etmektedir.

Anket uygulanan girişimcilerin %42'si iyi/pekiyi derecede Almanca bilmektedir; %36'sı lise veya üniversite mezunudur; buna göre yaklaşık olarak her üç girişimciden ikisi (%63,8) ilk veya

1) Çeşitli Türk gazetelerinin Batı Avrupa baskılarında yer alan ilânlar, Türkiye Araştırmalar Merkezi tarafından Ekim/Kasım 1987'de sistematik bir şekilde incelenerek, F.Almanya'daki Türk işadamlarının halen 55 değişik sektörde faaliyet gösterdikleri tespit edilmiştir.

2) Türkiye Araştırmalar Merkezi 1987 yılı Haziran/Temmuz aylarında Kuzey-Ren-Westfalya Eyaleti Çalışma, Sağlık ve Sosyal İşler Bakanlığı için Dortmund, Essen ve Duisburg kentlerindeki Türk işletmelerini sosyo-ekonomik bütünleşme sürecine katkıları açısından incelerken, yöredeki Türk işletmelerinin %70'ini kapsayan (n=153) bir anket uygulamıştır. Bu araştırmada da işletmelerin %40'ının gıda maddeleri ticaretiyle, %21'inin lokanta/imbis işletmeciliğiyle, %7'sinin seyahat acentalığı, %16'sının terzilik (onarım) ile iştigal ettikleri ortaya konulmuştur.

Tablo: 8 Anket Uygulanan İşletmelerin Faaliyet Alanları

Faaliyet Alanı	n	%
1.Gıda maddeleri ticareti -toptancı ticaret -perakende ticaret -kasap ve et mamûlleri -kuru/dondurulmuş meyve	7 58 5 1	3.72 30.85 2.66 0.53
2.Ekmek fırını/pastane	1	0.53
3.Lokanta/İmbis	33	17.55
4.Satış büfesi	4	2.13
5.Export/Import	16	8.51
6.Fındık ithalatı	3	1.60
7.Seyahat Acentası/Bürosu	16	8.51
8.Terzihane	16	8.51
9.Oto tamiri/kaportacı	3	1.59
10.Radyo /Video	5	2.66
11.Textil konfeksiyon	4	2.13
12.Deri konfeksiyon	4	2.13
13.Kuaför	1	0.53
14.Matbaa	1	0.53
15.Kitapçı	1	0.53
16.Ev eşyaları pazarlama	1	0.53
17.Hediyelik eşya	1	0.53
18.Kuyumcu	2	1.06
19.Halı ticareti	1	0.53
20.Demir-çelik ticareti	2	1.06
21.Nakliyecisi	1	0.53
22.Manyetik ürün/medikal cihaz	1	0.53
Toplam	188	100.00

Tablo: 9 İşadamlarının Kişisel Özellikleri

Özellikler	n	%
1)Cinsiyet		
-Kadın	24	12.77
-Erkek	164	87.23
Toplam	188	100.00
2)Yaş Grubu		
< 25	9	4.79
25-34	52	27.66
35-44	76	40.43
> 45	51	27.13
Toplam	188	100.00
3)Öğrenim Düzeyi		
-İlk/Orta	120	63.83
-Lise	44	23.40
-Üniversite	24	12.77
Toplam	188	100.00
4)Almanca Bilgi Düzeyi		
-İyi/Pekiyi	79	42.02
-Orta	94	50.00
-Zayıf	15	7.98
Toplam	188	100.00
5)Almanya'da kalış süresi		
< 5 yıl	5	2.66
5- 9 yıl	20	10.64
10-15 yıl	62	32.98
> 15 yıl	101	53.72
Toplam	188	100.00

ortaokul mezunudur (Tablo 10).

Bu olgular da Türk işadamlarının yabancı bir toplumu yeterli ölçüde tanıdıklarına ve anladıklarına işaret etmektedir.

F.Almanya'daki Türk işyerleri aslında uzun bir geçmişe sahip degillerdir. İşletmelerin ancak %27.6'sı en az 7 yıldan beri faaliyet göstermektedir. Buna karşılık, işletmelerin %42'si son 3 ile 6 yıl içinde kurularak faaliyete geçirilmiş olup, kendilerine piyasada sağlıklı bir konum kazanma süreci içinde bulunmaktadır (Tablo 11).

İşletmelerin %67,5'i bugünkü sahibinin kendi girişimiyle ve/veya ailesinin girişimiyle, geriye kalanı ise önceki Türk veya Alman sahiplerin girişimiyle kurulmuş, dolayısıyla onlardan devralınmıştır (Tablo 12). İşletmelerin %82'sinde işletme hakkı işyeri sahibine aittir. Kâğıt üzerinde işyeri çalıştırma hakkının bir Alman'a ait olduğu işletmelerin oranı %8, bir başka Türke ait olduğu işletmelerin oranı ise %10'dur.

Anket uygulanan kitledeki her üç kişiden biri işçi statüsü ile, yine her üç kişiden biri öğrenci statüsü ile F.Almanya'ya gelmiştir. Son üçte birlik kısım ise ya görevli olarak (%8,8), ya da ailesinin yanında çocuk olarak (%17,6) veya serbest iş-adamı (%8,8) statüsüyle F.Almanya'ya gelmiştir (Tablo 13). Aynı kitlenin F.Almanya'ya gelmeden önce Türkiye'deki mesleklerine bakıldığında ise, bugünkü girişimcilerin %26'sının Türkiye'de serbest bir işle uğraştıkları, %21'inin öğrenci, %9,5'inin işçi, %7,4'ünün memur ve %7,4'ünün de çiftçi olduğu, %11'inin ise F.Almanya'da büyüdüklüri görülmektedir (Tablo 14).

Anket uygulanan işadamlarında F.Almanya'da kalma ve Türkiye'ye dönme konusunda büyük bir belirsizlik hâkimdir. Geleceğini kesinlikle F.Almanya'da plânlayanların oranı %38,3, Türkiye'de plânlayanların oranı %13,3 iken, kalma ve dönme konusunda henüz kararsız olanların oranı %48,4'dür. Ancak, geri dönüş eğilimindeki işadamlarından hiçbirisi dört yıldan önce dönüş yapmamak niyetindedir (Tablo 15).

Geri dönüş eğilimindeki girişimcilerin yarısı yaşlı olmasını, diğer yarısı da çocuklarının Türkiye'deki eğitimlerini ya da kendilerinin Türkiye'de iş kurmuş olmalarını gerekçe olarak göstermektedirler.

Almanya'da kesin olarak kalmayı plânlayanların %41'i buradaki işlerinin başarılı ve gelecek vaad ettiğini, %17'si buradaki iyi ve güvenli hayat koşullarını, %16'sı da çocuklarının daha iyi eğitim olanağı bulmuş olmalarını gerekçe olarak belirtmektedirler. İşadamlarının %41'i serbest iş kurma girişimi ile F.Almanya'da yerleşme amacı arasında doğrudan bir ilişkinin, %10'u ise dolaylı bir ilişkinin bulunduğunu da belirtmişlerdir. Geleceğin plânlaması konusunda işadamlarını büyük oranda kararsızlığa iten nedenlerin başında Türkiye'deki iş yaşamına ilişkin belirsizlikler ile kişisel/ailevi sorunlar belirtilmektedir. Buradaki ilginç bir tespit de, öğrenim düzeyi yükseldikçe, geri dönüş eğiliminin ve kararsızlık derecesinin artmasıdır.

Örneğin üniversite mezunlarının %32'si geleceklerini F.Almanya'da görürlerken, bu oran daha düşük eğitim düzeyine sahip olanlarda %40 dolayındadır.

Aynı şekilde, yaş ilerledikçe geri dönme eğilimi de artmakta, buna karşın F.Almanya'da oturma süresi uzadıkça geri dönme eğilimi azalmaktadır. Serbest çalışma süresi arttıkça da, F.Almanya'da kalma eğilimi güçlenmektedir.

Geri dönmeme eğilimi, Türkiye'de işçi ve çiftçi olarak çalışmış olanlarda nispi olarak daha güçlüdür. Aynı şekilde, ikinci kuşağa mensup olanların tamamına yakın bir bölümü kesin olarak F.Almanya'ya yerleştiklerini ve geleceklerini bu ülkede gördüklerini belirtmektedirler.

Diğer taraftan , branş seçimi ile öğrenim düzeyi arasında kesin ve güçlü bir ilişki kurulamamıştır. Bununla birlikte, yüksek öğrenim düzeyine sahip olanların ilginç ve riskli pazar boşlukları yakaladıkları; ilk ve ortaokul mezunlarının ise daha çok perakende gıda maddeleri ticaretine veya büfe işletmeciliğine rağbet ettikleri görülmüştür.

Tablo: 10 Serbest Faaliyet Süresi

...yıldan beri Serbest işadamlı	n	%
< 3	57	30.32
3-6	79	42.02
7-10	26	13.83
> 10	26	13.83
Toplam	188	100.00

Tablo: 11 İşletmeyi Kuran Kişi

Kuran veya devralan	n	%
Kendisi	110	58.51
Aile Fertlerinden Biri	17	9.04
İşletmenin Önceki Türk Sahibi	32	17.02
İşletmenin Önceki Alman Sahibi	17	9.04
Kimin Kurduğu Belirsiz	3	1.60
Cevap Yok	9	4.79
Toplam	188	100.00

Tablo:12 F.Almanya'ya İlk Geldiğinde Meslekî Statüsü

Meslekî Statüsü	n	%
İşçi	11	32,35
Görevli	3	8.82
Öğrenci	11	32.35
Ailenin yanında çocuk	6	17.65
Serbest meslek	3	8.82
Toplam	34	100.00

Tablo: 13 F.Almanya'ya Gelmeden Önce, İşadamlarının Türkiye'deki Meşlekleri

Meslek	n	%
İşçi	18	9.57
Memur	14	7.45
Serbest	49	26.06
Çiftçi	14	7.45
Öğrenci	40	21.28
İşsiz	23	12.23
F.Almanya'da büyüdü	21	11.17
Yanıt yok	9	4.79
Toplam	188	100.00

Tablo: 14 Geleceğini Plânladığı Ülke

	n	%
Kesinlikle,F.Almanya'da kalacağım	72	38.30
Kesinlikle,Türkiye'ye döneceğim	25	13.30
Şu anda belirsiz	91	48.40
Toplam	188	100.00

2. Tasarrufların Değerlendirilmesi Ve Yatırım Faaliyetleri

İşadamları tasarruflarını değerlendirirken öncelikle, mevcut işletmeye yatırım yapmaya devam etmektedirler (%41.8). İkinci kuşağa mensup olan işadamlarının tamamına yakını tasarruflarını mevcut işletmelerinin büyümesine yönelik biçimde değerlendirmektedir. Son 6 yıl içinde işyeri kuranlarda ve 10 yıldan daha fazla F.Almanya'da ikâmet edenlerde de bu yönde güçlü bir eğilim vardır. Türkiye'deki yatırımlara ikinci derecede (%35) rağbet edilmektedir. Türkiye'de tercih edilen yatırım alanları arasında gayrimenkûl alımı ve turizm yatırımları birinci ve ikinci sırada yer almaktadır (Tablo 15).

Tablo: 15 Tasarrufların Değerlendirilmesi

Yatırım Alanları (x)	n	%
F.Almanya'daki mevcut işletmeye yatırım	136	41.85
Türkiye'ye yatırım	114	35.08
F.Almanya'ya yatırım	45	13.85
Diğer	30	9.23

(x) Birden fazla yanıt verilebilir

Anket uygulanan 188 işyerlerinden 83'ünde çeşitli amaçlarla ek yatırımlara da başvurulmuştur. 51 işyeri 40 bin DM'in altında, 11 işyeri 40 ile 80 bin DM arasında , 6 işyeri de 80 ile 120 bin DM arasında ek bir yatırıma girmiştir. Bu miktarın üzerinde ek yatırım yapan işletmelerin sayısı sadece 5 'dir.

İşletmenin kuruluşundan sonra gerçekleştirilen ek yatırımların konuları / amaçları Tablo 16 da gösterilmiştir.

Tablo: 16 Ek Yatırımların Amacı ve Konusu

Amaç/Konu	n	%
1)İş hacminin genişlemesi	55	52.00
2)Mal çeşidinin artması	21	20.00
3)İşletmenin yenilenmesi	9	9.00
4)Müşteri kitlesinin büyümesi	2	2.00
5)Rekâbet kabiliyeti kazanma	10	10.00
6)İkinci işletmenin kurulması	4	4.00
7)Diğer	4	4.00
Toplam	105	100.00

İşletmelerin kuruluşunda başvurulmuş finansman kaynakları arasında özkaynak ve yabancı kaynak birleşimi %41.5 ile ilk sırada, özkaynaklar %38.8 ile ikinci sırada, banka kredileri de %10.1 ile üçüncü sırada yer almaktadır (Tablo 17).

İlk ve ortaokul mezunları kuruluş yatırımı yaparken daha çok kendi finansman imkânlarını değerlendirirken, lise ve yüksekokul mezunlarında yabancı finansman kaynaklarına yönelme eğilimi artmaktadır. Banka kredileri daha çok ikinci kuşağa mensup olan ve 10 yıldan daha uzun süredir burada yaşayan genç işadamları tarafından değerlendirilmektedir. İşletmelerde ortalama dört kişi istihdam edilmektedir. İşletmelerin yalnızca %23.4'ünde beş ve daha fazla kişi istihdam edilmektedir. İşletmelerin üçte birinde 3 kişi çalışmaktadır(Tablo19). İsti damda aile fertlerinin ön plân-da tutulduğu görülmektedir (Tablo20). İş piyasasındaki kriz ile işletmelerin kuruluş amacı birlikte değerlendirildiğinde bu sonucu doğal karşılamak gerekmektedir. Ücretsiz aile emeği kullanımı bazı işletmelerin ayakta kalmasını sağlayan bir faktör olarak görülmektedir.

Diğer taraftan, anket uygulanan işletmelerin %8 inde Alman personel de çalıştırılmaktadır.

Tablo: 17 İşletmenin Kuruluşundaki Finansman Kaynakları

Finansman kaynakları	n	%
Öz kaynak(tasarruflar)	73	38.83
Tamamen banka kredisi	19	10.11
Aile desteği	12	6.38
Özkaynak ve yabancı kaynak birleşimi	78	41.49
Yanıt yok	6	3.19
Toplam	188	100.00

Tablo:18 İşletmelerin Kuruluş ve Genişletilmesindeki Yatırım Tutarları

Yatırım Tutarı (DM)	Kuruluşta		Genişletmede	
	n	%	n	%
< 40.000	74	39.36	51	61.45
40.001-80.000	58	30.85	11	13.25
80.001-120.000	13	6.91	6	7.23
120.001-200.000	20	10.64	1	1.20
200.001-300.000	1	0.53	2	2.41
300.001-400.000	1	0.53	1	1.20
400.001-500.000	1	0.53	1	1.20
500.000 >	1	0.53	-	-
Cevapsız bırakanlar	19	10.11	10	12.05
Toplam	188	100.00	83	100.00

Tablo: 19 İşletmelerin İstihdam Kapasitesi (İşveren hariç)

İşletmede Çalışan Kişi Sayısı	n	%
1 Kişi	9	4.79
2 Kişi	39	20.74
3 Kişi	61	32.45
4 Kişi	29	15.43
5 Kişi	21	11.17
5'den daha fazla	23	12.23
Yanıtsız	6	3.19
Toplam	188	100.00

Tablo: 20 İşletmelerde Çalışan Aile Ferdi Sayısı

Aile Ferdi	n	%
Hiç	24	12.77
1-2 Kişi	33	17.55
3-4 Kişi	50	26.60
5-6 Kişi	44	23.40
6 >	27	14.46
Yanıtsız	10	5.32
Toplam	188	100.00

Tablo: 21 Geleceğe Dönük Başka İşletme Kurma Plânı

Yanıt	n	%
Hayır	88	47.00
Evet, aynı branşta	59	31.00
Evet, ayrı branşta	37	20.00
Evet, hem aynı, hem de ayrı branşta	4	2.00
Toplam	188	100.00

3. İşletme İriliği, İstihdam Kapasitesi Ve Müşteri Kitlesi

F.Almanya'daki Türk işletmeleri genelde küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Ankete katılan işyerlerinden %62'si 100m² den daha küçük olan bir işletme sahasına sahiptir. Yıllık ciro işletmelerin %23.4'nde 180 bin DM'in altında, %14.3'nde ise 420 bin DM'in üzerindedir (Tablo 22). İşadamlarının yaklaşık %40'ı yıllık ciroları hakkında bilgi vermekten kaçınmışlardır. İşletmelerin kuruluştaki yatırım tutarları dikkate alındığında da şu sonuç elde edilmektedir: İşletmelerin yaklaşık %40'ının kuruluşunda 40 bin DM'in altında, yaklaşık %31'inde de 40 bin ile 80 bin DM arasında

bir yatırım yapılmıştır (Tablo 18). Ankete katılan her dört işadamından biri yakın gelecekte ek yatırım yapmayı plânla-
maktadır.

Öğrenim düzeyi, yaş ve F.Almanya'da ikâmet süresi arttıkça, yatırım hacmi de büyümektedir. Aynı ilişki ek yatırımlar için de geçerlidir.

İncelenen işletmelerin yarısı özellikle Türklerin yoğunlaş-
tıkları semtleri kuruluş yeri seçiminde tercih etmektedirler. Ancak, bu işletmeler'deki Türk müşterilerinin yanısıra gide-
rek artan oranda Alman ve diğer yabancı müşterilere de yönel-
mektedirler. Bu yöneliş, ya kuruluş yerini değiştirmek suretiyle,
ya da ikinci bir işyeri açmak suretiyle gerçekleştirilmektedir. Yerel basına verilen ya da evlere dağıtılan ilânlar da bu
amaca hizmet etmektedir. Ankete katılan işletmelerin yaklaşık
%72'si her ulustan müşteriye, %13.3'ü yalnız Türk müşterilerine,
yaklaşık %7'si de yalnız Alman müşterilerine yönelik olarak
çalıştıklarını belirtmektedirler (Tablo 23).

Tablo: 22 İşletmelerin Yıllık Ciro Grupları

Ciro Grupları (DM)	n	%
< 180.000	44	23.40
180.001-240.000	11	5.85
240.001-300.000	9	4.79
300.001-360.000	10	5.32
360.001-420.000	12	6.38
420.000 >	27	14.36
Yanıtssız	75	39.89
Toplam	188	100.00

Tablo: 23 Mevcut Müşteri Kitlesinin Dağılımı

Müşteri Grupları	İşletme Sayısı	%
Her Ulustan	135	71.81
Yalnız Almanlar	13	6.91
Yalnız Türkler	25	13.30
Yanıtssız	13	6.91
Toplam	188	100.00

4. Türk İşadamlarının Meslekî Yeterlilik Düzeyleri

F.Almanya'da işçilikten işadamlığına yönelen Türk girişimcilerin meslekî yeterlilik (eğitim ve tecrübe) düzeylerinin genel olarak düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu olgu, Türk işyerlerinin istikrar ve başarısını tehdit eden faktörlerden biridir.

Yaklaşık her dört girişimciden yalnızca biri, daha önce görmüş olduğu eğitim ve/veya kazanmış olduğu tecrübe ile bugün yürütmekte olduğu işyeri arasında bir ilişkinin bulunduğunu belirtmektedir. Buna rağmen, özellikle işletmelerin kuruluş aşamasında ücretsiz ya da küçük bir ücretle yararlanılabilecek olan bazı kamusal danışmanlık hizmetlerine rağbet edilmemektedir.

Anket uygulanan işadamlarının yalnızca %3'ünün iş kurarken Alman kurumlarının yönlendirici danışmanlık hizmetlerinden yararlandıkları, %60'ının kimsenin bilgi ve önerisine başvurmadıkları, diğerlerinin ise bu konuda arkadaşlarının ve aile fertlerinin bilgi, tecrübe ve önerilerine itibar ettikleri görülmüştür.

Bu olgu da Türk girişimcilerin bir işyeri açarken genel olarak "el yordamıyla" hareket ettiklerini göstermektedir.

Her ne kadar, girişimcilerin yaklaşık yarısı meslekî geliştirme ve eğitim programlarına katılmayı zorunlu ve yararlı görmekte ise de, bu tür programlara itibar edip, fiilen zaman ayıran girişimcilerin payı %5'i geçmemektedir. Genel olarak , zaman içinde kazanılan ya da kazanılacak olan meslekî tecrübenin, meslekî eğitim programlarını ikâme edebileceğine inanılmaktadır.

Burada girişimcilerin bazı özellikleri ile meslekî eğitim ve geliştirme programlarına gösterilen ilgi arasında bazı ilişkiler kurmak mümkündür:

Meslekî yeterlilik düzeyine artırmaya yönelik programlara duyulan ilgi,girişimcilerin yaş grubunun artmasına paralel olarak azalmakta, eğitim düzeyinin artmasına paralel olarak artmakta, F.Almanya'da ikâmet ve serbest çalışma süresinin uzamasına paralel olarak da azalmaktadır.

Seçilen branş ile meslekî eğitim programları arasında anlamlı bir ilişki kurulamamakla birlikte, yalnızca lokanta işlet-

meciliği ve toptan ticaret ile uğraşan işadamlarındaki meslekî eğitim ilgisi bir hayli yüksektir.

Diğer taraftan , her üç işadamından biri (%34) yanında çırak eğitmek ve istihdam etmek arzusunda olmakla birlikte, çıraklık eğitimi verme yetkisine sahip olan işadamlarının oranı çok düşüktür (%4). Ankete katılan 9 işletmede halen çıraklık eğitimi de sunulmaktadır.

5. Türk İşadamlarının Rekâbet Ve İşbirliği Konularındaki Görüş Ve Davranışları

Türk işyerlerini etkileyen "rekâbet" olgusunu hem Türk işyerlerinin kendi aralarındaki rekâbet, hem de Türk işletmeleri ile Alman ve diğer yabancıların işletmeleri arasındaki rekâbet şeklinde iki ayrı düzeyde de almakta yarar vardır.

Önce belirli bir semti ya da caddeyi kuruluş yeri olarak seçerek yerel ölçekte kümelenme gösteren ve-esas itibariyle-Türk müşterilere yönelik olarak çalışan Türk işyerleri arasında kıyasıya bir rekâbet vardır ve bazı zaman kişisel gerilim ya da hasmane tutumlara dönüşmektedir. Bir başarı yarışı olan "rekâbet", Türk işadamları arasında "kalite rekâbeti" olarak değil, genel olarak bir "fiyat rekâbeti" şeklinde kendini göstermektedir. Bu eğilim, günlük Türkçe gazetelerin Avrupa baskılarına verilen ilânlarda da açıkça görülmektedir. Özellikle Türk kolonisi içinde bir köşeye sıkışmış bazı cüce işletmelerin fiyat rekâbetine direnmeleri mümkün olmamakta, bu tür işletmeler sık sık el değiştirmektedir.

Aralarında belirli bir coğrafi mesafe bulunan aynı branştaki işletmeler arasındaki rekâbetin şiddet derecesi kuşkusuz nisbeten daha düşüktür.

Anket uygulanan Türk işadamları - yüzeysel olarak- Alman ve Türk rakiplerine fazla önem vermediklerini belirtmekle birlikte, aslında mevcut rekâbetin şiddet derecesinden tedirgin-
dirler:

Anket uygulanan sadece 7 işletmenin yerel düzeyde gerçekten "rakipsiz" oldukları objektif kriterlere göre söylenebilir. Bunun ötesinde, anket uygulanan işletmelerin %66'sı rekâbeti sürüm ve ciroyu daraltan, dolayısıyla işletmenin varlığını tehdit eden en önemli handikap olarak görmektedirler.

Türk işletmelerinin yerel düzeyde ve aynı branştaki orta ve büyük ölçekli Alman işletmeleriyle fiyat ve kalite rekâbetine girmesi zaten sözkonusu değildir. Ancak bazı istisnâî Türk işletmeleri bazı avantajları değerlendirme yolunu denemektedirler.

F.Almanya'daki Türk özel sektörünün ilginç bir yönü de , kendi içinde örgütsüz ve dağınık olmasıdır. İşadamları arasında sektör ve/veya bölge/yöre bazında örgütlü, toplu ve ortak hareket kabiliyeti, işbirliği ve dayanışma esprisi henüz gelişmiş değildir. Halbuki, araştırma kapsamına giren işadamlarının %88'i branş ve/veya bölge bazında örgütlü hareket etmek arzusunda olduklarını belirtmektedirler. Dağınık hareket etmenin ortaya koyduğu zorluklar, zaafılar ve dezavantajlar bilinmekle birlikte, bu konuda etkin bir adım atılmamaktadır. Münih, Berlin, Frankfurt, Stuttgart, Hamburg, Mannheim v.b. bazı kentlerde Türk işadamları arasında dayanışma amacıyla bazı dernekler faaliyete geçirilmiş olmakla birlikte, bu örgütler ekonomik anlamda henüz ciddî maddî avantajlara götürememişlerdir.

Piyasaların yatay ve dikey olarak örgütlenmiş olduğu ve rekâbet mekanizmasının-özellikle küçük ve orta irilikteki işletmeleri- bireysel davranış yerine ortak davranışlara zorladığı bir ortamda, Türk işadamlarının örgütlü ve ortak hareket kabiliyetini engelleyen nedenlerin başında, yerel ölçekte işadamları arasındaki rekâbet ve bunun ortaya çıkardığı kişisel gerilimler ile karşılıklı güvensizlik gösterilmektedir. İkinci sırada ise, örgütleyici ve güvenilir bir liderin bulunmayışı belirtilmektedir.

Bu alanda F.Almanya'daki resmi Türk temsilciliklerine (Büyükelçilik, Başkonsolosluklar gibi) ve Türk bankalarına, sembolik dilek ve temennilerin de ötesinde, örgütleyici lider görevi düşmektedir.

6. F. Almanya'daki Türk İşletmelerinin Mal Tedarik Kaynakları ve Türkiye ile Ticari İlişkileri

F. Almanya'da varlık sürdüren Türk işletmelerinin genellikle küçük ölçekli faaliyet gösterdikleri göz önünde tutulursa, bu işletmelerin mal tedarikinde daha çok yerel düzeydeki toptancı halleri veya Türk/Alman toptancı firmalarla ilişki içinde oldukları söylenebilir. Bir Türk lokantasının, bir onarım terzihanesinin ya da küçük bir gıda perakendecisinin Türkiye veya başka bir ülke ile doğrudan ticari ilişkisinin olmayacağı açıktır. Ancak, F. Almanya'daki bazı metropollerde kurulmuş olan orta ve büyük ölçekli, uluslararası ticari ilişkiler içinde olan Türk firmalarının varlığını da gözden uzak tutmamak gerekir. Bunlar Türkiye'nin dışa açılma süreci içinde önem taşıyan firmalar olup, güven veren bir gelişme dinamiği içindedirler.

Nitekim, anket uygulanan 188 işletmeden 38'i (%20) mal tedarikinde uluslararası ticari ilişkiler kurmuş bulunmaktadır¹⁾. Bu işletmeler, branş bazındaki sayısal ağırlıklarına göre, sırasıyla, tekstil, deri konfeksiyon, gıda maddeleri, kuru ve dondurulmuş meyve, halı, hediyelik eşya ve kuyumculuk konularında çalışmaktadırlar. F. Almanya içinde gerçekleştirilen ticari ilişkiler bir tarafa bırakılırsa, bu işletmelerin %76'sının Türkiye'den mal ithal ettikleri görülmektedir. İşadamlarının hangi ülkelerden mal ithal ettikleri, Tablo24 de daha ayrıntılı olarak yer almaktadır.

1)Almanya genelinde kaç Türk firmasının bu tür bir faaliyet içinde olduklarını tesbit etmek mümkün olmamıştır. Bununla birlikte, gıda maddeleri toptancılığı, tekstil ve deri konfeksiyon alanlarında çalışan Türk firmalarının dışarıda yıllık iş hacimlerinin 450 milyon DM dolayında olduğu ve bunun yaklaşık %70'inin Türkiye'den yapılan ithalatı kapsadığı tahmin edilmektedir.

Tablo:24 -Mal İthal Edilen Ülkeler

Ülke(*)	İşletme sayısı	%
Türkiye	29	76,3
Balkan Ülkeleri	6	16,8
AT-Akdeniz Ülkeleri	8	21,0
A.B.D.	2	5,2
Japonya	2	5,2
Çin	2	5,2
Afganistan	1	2,6
İran	1	2,6
Pakistan	1	2,6
Hindistan	1	2,6
Danimarka	1	2,6

(*)Birden fazla ülke işaretlenebilir.

Görüldüğü gibi, Türk işadamları, Türkiye'nin yanısıra, İtalya, Portekiz, İspanya gibi AT üyesi Akdeniz ülkeleri ve Balkan ülkeleri (Bulgaristan, Yugoslavya) ile de yaygın bir ithalat ilişkisi içindedirler. İşadamlarının %75'i son bir yıl içinde Türkiye'den ve diğer ülkelerden gerçekleştirdikleri ithalatta iş hacimlerini artırdıklarını belirtmişlerdir.

Bu arada , uluslararası ticari ilişkiler kuran 38 işletmeden 22'si, kendi branşlarındaki ulusal ya da uluslararası düzeydeki fuarlara katılmakta olup, piyasalardaki yenilikleri ve gelişme çizgilerini izlemektedirler.

Türkiye'den doğrudan mal ithal eden 29 işletme , ilk plânda Türkiye'deki ihracat firmalarından yararlanmaktadırlar. Ancak bu alanda ilginç bir gelişme gözlenmektedir. Özellikle tekstil, deri ve gıda maddeleri ithal eden firmalar, F. Almanya'da sattıkları malı Türkiye'de kurmuş oldukları üretim-ihracat firmaları aracılığıyla Türkiye'den ithal etmekte, Türkiye'nin ihracata dönük çabaları içinde birer aktör olarak yer almak istemektedirler.

Doğrudan doğruya Türkiye'den ithal edilip F.Almanya'da piyasaya sunulan mallar arasında, önem sırasıyla (nispi sıklığa göre) şunlar bulunmaktadır: Gıda maddeleri (fındık, kuru ve kabuklu yemişler dahil), deri konfeksiyon, tekstil, hediyelik eşya (bakır, seramik, el işlemleri), altın, halı, iplik, demir-çelik ve kitap.

Türkiye'den mal ithal edilirken bir dizi sorun ile karşılaşıldığı vurgulanmaktadır. En sık vurgulanan sorunların başında "bürokrasi ve gümrük işlemleri", "kalite ve standartlara önem verilmemesi", "ticari ilişkilerdeki ciddiyetsizlik ve güvensizlik", "mal akışında zamanlamaya ve sürekliliğe önem verilmemesi" gibi unsurlar belirtilmektedir.

Diğer sorunların hangi sıklıkta vurgulandıkları Tablo 25 de görülmektedir.

Tablo: 25 Türkiye'den Mal İthalinde Karşılaşılan Sorunlar

Sorunlar (x)	Etkilenme Sıklığı
1.Bürokrasi ve gümrük işlemleri	10
2.Kalite ve standart yetersizliği	9
3.Ticari ciddiyetsizlik ve güvensizlik	8
4.Saptanan terminlere uyulmuyor	7
5.Türkiye'de komisyonsuz mal alımı imkânsız	6
6.Fiyat enformasyon sistemi işlemiyor	6
7.Mal akışında süreklilik yok	4
8.Taşımacılık	3
9.Kotalar ve kota dağılımındaki adaletsizlik	3
10.Paketleme/Ambalaj	3
11.Alman (Gümrük) korumacılığı	3
12.Banka ilişkileri	1

(x) Birden fazla sorun işaretlenebilir

Ankete katılan 14 firma, halen Türkiye'de de bir üretim-ihracat firmasına sahiptir.

Türkiye'den doğrudan ithalat yapan 29 işletmeye Türkiye kaynaklı malların toplam ithal hacmi içindeki payı sorulduğunda, şu sonuç elde edilmiştir:

Tablo: 26 - Türk mallarının İşletmenin Toplam İthalat Hacmi İçindeki Payı (%)

İthalat Hacmi İçindeki Payı (%)	İşletme Sayısı
% 30'a kadar	2
30 - 50	7
51 - 70	5
71 - 90	7
91 -100	8

Buna göre, işletmelerin büyük bir bölümü (20) ithal ettikleri malların en az yarısını Türkiye'den almaktadırlar.

İşletmelerin Türkiye ile gerçekleştirdikleri yıllık iş hacmi konusunda yönetilen soru, yalnızca 18 işletmede cevaplandırılmıştır.

Soruyu yanıtlayan firmaların sayıları ve yıllık iş hacimleri şöyledir:

Tablo: 27 Türkiye İle Ticarî İlişkisi Olan Firmaların Yıllık Ciroları

Yıllık Ciro (1000.- DM)	Firma Sayısı
100-400	3
401-1.000	6
1.001-5.000	5
26.000	1
70.000	2
80.000	1

Türk işadamlarının Türkiye'den mal tedarik ederken karşılaştıkları çeşitli sorunlara rağmen, zorunlu olmadıkça Türkiye yerine hemen başka bir ülkeye yönelmek istemedikleri; kota sorunu ve kota dağılımında hissedilen eşitsizlik dışındaki sorunlarda fazla katı düşünmedikleri anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, bugünkü koşullarda Türkiye yerine İtalya ve İspanya'dan mal ithal etmenin özellikle "kota", "yenilik", "yaratıcılık" ve "kalite" açılarından daha kolay ve avantajlı olduğu belirtilmekte, bu avantajlar da fiilen değerlendirilmektedir.

F. Almanya'daki Türk işadamları, Türkiye'de en verimli yatırım alanı olarak "turizm sektörü" ile "ihracat sektörü" nü görmekle birlikte, bugüne kadar gerçekleştirdikleri kişisel ve/veya ortak yatırımlarda ilk plânda gayrimenkûl alımına, ikinci plânda ise turizm (otel, tatil evi vb.) yatırımlarına itibar etmektedirler.

Kaynakça

- 1) Yabancı Sorunları İle İlgili Federal Hükümet Görevlileri (Yay.)1986: Yabancıların Durumu Hakkında Veriler Ve Gerçekler, Mart 1986 nüshası, Bonn.
- 2) DIHT (Yay.) 1985: Sanayi Ve Ticaret Odaları'nın 1.1.1981'-den 31.12.1983 arasında AT dışındaki Ülkelerden Gelen Yabancıların Müracaatları Karşısındaki Tutumları Konusunda Yapılan Anketin Değerlendirmesi, Bonn.
- 3) Yabancı Sorunları İle İlgili Federal Hükümet Görevlileri (Yay.)1986: Yabancı İstihdamı Hakkında Rapor, Bonn.
- 4) Korte, H. v.d. 1985: Ausländische Selbständige in der Bundesrepublik Deutschland-Emek Piyasası ve Mesleki Araştırmalar Merkezi'nin Yaptırdığı Pilot Çalışma, Bochum.
- 5) Şen, F.1986: Türken in der Bundesrepublik Deutschland-Leistungen ,Probleme , Erwartungen: Beiträge zur Konfliktforschung 3/1986, Köln'de yer almıştır.
- 6) Şen, F.1987: F.Almanya'da Türk İş Adamların Yaptıkları Ekonomik Yatırımlar ve Yatırımların Gelişme Olarnakları, : İktisat Dergisi, No.269, İstanbul'da yer almıştır.
- 7) Erichsen R./Şen F. 1987: F.Almanya'daki Türklerde İşçilikten İşadamlığına Yöneliş ve Gelişme Perspektifleri, Cenevre.
- 8) Duymaz, İsmail 1987: Unternehmerische Selbständigkeit als Indikator für den Integrationsfortschritt am Beispiel der türkischen Wohnbevölkerung, : Türkiye Araştırmalar Merkezi, Bonn - Yayınları.

