

ALMANYA VE
AVRUPA'DAKİ
TÜRK KÖKENLİ
GİRİŞİMCİLER

1961 - 2010

2010

2003

1996

1989

1982

1975

1968

1961

İTİCİ GÜÇ

ALİAD

Avrupa Türk İşadamları ve Sanayicileri Derneği ATİAD

1992 Kasım'ında Almanya'daki Türk kökenli girişimciler tarafından kurulmuştur. ATİAD'da çok sayıda hizmet, sanayi ve ticaret kuruluşu ile tanınmış Türk holding ve bankalarının Avrupa'daki yurtdışı temsilcilikleri üyedirler. ATİAD, günümüzde Türk özel sektörünün Türkiye dışındaki en saygın temsilcileri arasındadır.

ATİAD'ın başta gelen amacı, Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ekonomik ilişkileri genişletmek ve etkinleştirmektir. 1 Ocak 1996 tarihi itibarıyla AB ile Türkiye arasında gerçekleştirilen gümrük birliği, bu çalışmanın somut örneklerindedir.

ATİAD, politikacılar, siyasal kurumlar, Türk, Alman ve Avrupa iktisadi kuruluşları ve odaları ile yaptığı sıkı işbirliği sonucu üyelerine her konuda güncel gelişmeleri aktarabilmekte, hizmet arzı içerisinde sempozyum, seminer ve seyahat düzenlemeleriyle fuar katılımları da yer almaktadır. Avrupa'daki Türk serbest meslek sahiplerinin her alandaki sorunlarının çözümüne de destek veren dernek, kurulduğu günden bu yana Türk girişimcilerinin Avrupa'daki etkin temsilcisi ve sözcüsü konumuna gelmiş bulunmaktadır.

KPMG

uluslararası alanda önde gelen denetim ve danışma kurumlarından olup, 160 ülkede 103.500 çalışanıyla hizmet sunmaktadır. 1999 yılında KPMG-International kuruluşunun cirosu 12,2 milyar dolar olmuştur. Almanya'da 6.800 görevli, her branştan, her büyüklük ve hukuksal konumdan ulusal ve uluslararası müşteriye hizmet vermektedir.

KPMG'nin "Full-Service Hizmet Paketi", iktisadi denetim, Tax & Legal, Consulting ve Financial Advisory Services. KPMG-Almanya, Türkiye masası aracılığıyla Almanya'daki Türk işletmelerine ve Türkiye'deki Alman işletmelerine çok yönlü hizmet vermektedir.

Bu araştırma üzerine:

Araştırma çok sayıda KPMG çalışanının bilgi ve deneyimi üzerine inşa edilmiş olup Frankfurt bürosu tarafından hazırlanmıştır. Ayrıca, Asya (özellikle Çin ve Hindistan) ve Avrupa (İstanbul ve Londra) bürolarımız araştırmanın başarısına katkıda bulunmuşlardır. Araştırma ekibi, yardımları için kendilerine buradan ayrıca teşekkür eder.

Proje yönetim ve koordinasyonu:

- Sina Afra, Senior Manager, KPMG Consulting, Frankfurt.
- Yaman Pürsün, Manager, KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft AG, Frankfurt - New York.



Ö N S Ö Z

"Almanya ve Avrupa'daki Türk Kökenli Girişimciler" olarak adlandırdığımız bu araştırmanın adından da anlaşıldığı gibi, son 40 yıl içinde Avrupa'da gözlerden uzak bir ortamda her tür ve boydan bir Türk girişimciliği oluştu. Bundan 40 yıl önce göçmen işçi olarak Avrupa'ya gelen bugünün başarılı Türk işadamları, kendinden emin girişimciler olarak Avrupa pazarlarında yer tuttular. Ekonomik yaşamın işsizlik ve durgunluktan sürekli olarak etkilendiği ve üretim birimlerinin başka yerlere taşındığı bir dönemde, yatırımlarıyla buldukları ülkelerin ekonomilerine güç kattılar.

1999 yılı sonu itibariyle Avrupa Birliği ülkelerinde yaşamakta olan 3,4 milyon Türk insanının 73.200'ü serbest meslek sahibi idi. Bunlar, 366.000 işyeri yaratıp 61,2 milyar Mark'lık bir ciro hacmine ulaştılar. Birçok küçük ve orta boy Türk işletmesi, aradan geçen süre zarfında mesleki eğitim yeterlik belgesi de alarak, işsizliğin önlenmesine önemli katkılarda bulundular.

Önümüzde duran bu araştırma, Avrupa'da faal olan Türk girişimci sayısının 2010 yılına kadar 140.000'e çıkacağını ortaya koymaktadır. Bu işletmelerin anılan tarihe kadar yıllık ciroları 240 milyar Mark'a yükselmiş olacaktır. Bu işletmelerde istihdam edilen insan sayısı da şimdiki 366.000 kişiden 810.000'e çıkacaktır. Bu rakam, Almanya'da çalışan bugünkü toplam Türk nüfusuna tekabül etmektedir. Benim kişisel kanım odur ki, gerçek rakamlar bu incelemede tahmin edilen sayıları ve öngörülerini de aşacaktır. 2010 yılına dönük projeksiyonlar, tahmini değerler olup belirli bir tolerans sınırı içinde kabul ve tetkik edilmelidir. Ayrıca araştırma için Almanya dışındaki diğer Avrupa Birliği ülkelerinden sağlanan veri tabanı da tam anlamıyla yeterli sayılamaz.

Almanya'da ve Avrupa'da yerleşik Türk kökenli işletmelerin büyükleri, 1992 yılında Avrupa Türk İşadamları ve Sanayicileri Derneği ATİAD'ı kurdular. ATİAD üyeleri Avrupa'da ve Türkiye'de ciddi boyutlarda yatırımlara sahip olup branşlarının öncü ve saygın kuruluşları arasında yer almaktadır.

Türk kökenli işletmelerin bu incelemede tahmin edilen ekonomik büyümesi, Avrupa'da sadece yeni işyerleri yaratmakla kalmayacak, aynı zamanda mevcut önyargıların azalmasını da sağlayacaktır. Türk kökenli yurttaşların buldukları ülkelerdeki politik ve sosyal yaşama katılımları konusunda da çok hızlı bir gelişme kaydedilmektedir. Eğitim alanındaki gelişmeler de sevindiricidir. Avrupa ülkelerindeki Türk yurttaşlarının eğitim düzeyi giderek yükselmektedir. Buna rağmen her iki alanda katedilecek daha çok yol vardır. 3,4 milyon Avrupalı Türk, gelecekte üstlenecekleri köprü görevi ve gün geçtikçe artan bilgi, eğitim ve ekonomik düzeyiyle gerek Türkiye'nin kalkımında, gerekse Avrupa Birliği'ne uyum sağlamlarında küçümsenmeyecek bir rol üstlenecektir.

Eşref Ünsal,
ATİAD Yönetim Kurulu Başkanı



İÇİNDEKİLER

| | Seite |
|---|-------|
| GENEL BAKIŞ | |
| Sorular | 6 |
| Sonuçlar | 6 |
| Spot: Almanya ve Avrupa'da Türk girişimciliğine ait veriler: Dün, bugün ve 2010 yılında | 7 |
| ARASÖZ | |
| Alman-Türk ekonomik ilişkilerinde Türk kökenli girişimcilerin rolü | 8 |
| İkili ekonomik ilişkilerin beş temel direği | 8 |
| Beş alandaki ekonomik ilişkiler içiçe | 9 |
| Spot: Türk-Alman ekonomik ilişkileri | 9 |
| GERİYE BAKIŞ | |
| Herşey Almanya'da Ethnic Business ile başladı | 10 |
| Spot: Almanya'da Türklerin 40 yılı | 11 |
| Türk girişimcileri yeni branş ve müşteri çevrelerine giriyor | 11 |
| Girişimciliğin patlama yılları | 12 |
| Ethnic Business: Artık sadece birçok alandan biri | 13 |
| GÜNCEL | |
| Almanya'da Türk kökenli girişimciler: Bugünkü durum | 14 |
| Almanya'da 55.000 serbest girişimci Türk..... | 14 |
| 50,3 milyar DM ciro | 15 |
| Türkiye ve Almanya ekonomilerine olumlu etkiler | 15 |
| Branşlarda çeşitleme sürüyor | 16 |
| Avrupa'daki Türk kökenli girişimciler: Bugünkü durum | 17 |
| Avrupa'da 73.200 serbest girişimci Türk..... | 17 |

İ L E R İ Y E B A K İ Ő

| | |
|--|----|
| 2010 yılında Almanya ve Avrupa'da Türk kökenli işletmeler | 18 |
| TEZ 1: Serbest çalışanların sayısı Almanya'da 100.000, Avrupa'da 140.000 olacak | 18 |
| Spot: 2010 yılı projeksiyon modeli | 19 |
| Girişimcilikte telafi ihtiyacı | 20 |
| Nitelikli meslek eğitimi ile doğan potansiyel | 21 |
| Bazı sektörlerdeki olağanüstü büyüme | 21 |
| TEZ 2: Türk göçmenleri Türkiye'deki en önemli yabancı yatırımcılar olacak | 22 |
| Spot: Yurtdışı Türkleri, yurtdışı Hintlilerinin izinde mi? | 23 |
| Spot: Yurtdışı Çinlileri: Girişimci bir toplum | 23 |
| Hintliler ve Çinlilerin izinde | 24 |
| TEZ 3: Büyüme, Türk girişimcilerini "Management of Change" e yönlendiriyor | 25 |
| Spot: Büyüme sonucunda yapılanma değişimi | 25 |
| Değişim ve etkileri | 26 |
| Spot: "Management of Change" in getirdiği değişiklikler | 27 |
| Değişiklikler bütün işletmeleri etkilemiyor | 27 |
| "Management of Change"e olan eğilim | 27 |
| TEZ 4: Avrupa sermaye piyasaları "Going Public" | 28 |
| "Investor Relations" öğrenilmelidir..... | 28 |
| Kote edilen hisse senedi az, ama emisyon hacmi geniş | 28 |
| Rekabet halindeki borsa alanları..... | 29 |
| Çok sayıda potansiyel hisse senedi alıcısı | 29 |
| M E T O D İ K | |
| Projeksiyon modeli hakkında açıklamalar | 30 |
| K A Y N A K Ç A | 34 |

GENEL BAKIŞ

SORULAR

Türk girişimcileri üzerine yaptığımız analizde üç ana soru üzerinde duruyoruz: Almanya'daki Türk girişimciliği nasıl oldu? 2010 yılına yönelik gelişme eğilimleri nelerdir? Bu gelişmeyi hangi faktörler yönlendiriyor? Başta, 2000 yılında Türk girişimciliğinin güncel durumu, eğilimleri, davranış nedenleri, yapısı, parasal durumu hakkında bilgi veriyoruz. Statükodan çıkarak, 2010 yılına yönelik değişimin dinamiği hakkında dört tez ortaya koyuyoruz. Bu tezler Türk girişimcileri ve konu ile ilgili branşların kamuoyu temsilcileriyle yapılmış bir çok görüşmenin ürünüdür. Tezlerin dile getirilmesi sırasında global bakış açısına da önem verildi. Öyle ki, yurtdışı

Hintlileriyle yurtdışı Çinlilerinin oluşturdukları örnekler, yurtdışı Türklerinin gelecekte gösterecekleri gelişmenin olası eğilimini ortaya koydu. Yaptığımız analizler aracılığıyla, içeriksel saptamaları sayısal olanlarla tamamlamak için, dinamik bir projeksiyon modeli oluşturduk.

Amacımız, bu araştırmayla akla gelen her soruya yanıt bulmak değildi. Biz, doğru soruları ortaya koymayı amaçladık: yeni perspektifler oluşturan ve Türk-Alman ekonomik ilişkilerinin gelişmesi yönünde potansiyellere işaret eden sorular.

SONUÇLAR

Türk kökenli yurttaşların yarattığı itici güçle son 40 yıllık dönemde, Avrupa'da nerdeyse kamuoyunun dikkatinden uzak bir Türk girişimciliği oldu. Türkler, günümüzde atılımlarının başlangıcını oluşturan Ethnic Business esasını çoktan terkettikleri gibi, Türk işletmelerinin sayısı da 80'li yıllardan bu yana kat kat arttı. Bugün, Türk firmalarının büyükeleri birden fazla ülkede etkinlik

göstermekte, iki pazarın sağladığı avantajlardan yararlanmakta ve üçüncü bir pazarın kazanılması için özellikle Alman firmalarıyla stratejik ortaklıklara girmektedir.

2001 yılında Türk girişimciliği henüz gelişiminin en son noktasına erişmiş değildir. Tam aksine, gelişme hızla sürmektedir.

- Almanya'da serbest çalışan Türklerin sayısı 2010 yılında 100.000'i aşmış olacaktır.
- Bu tarihte Avrupalı Türkler, Türkiye'nin en büyük yabancı yatırımcıları konumuna geleceklerdir.
- Orta ve büyük Türk firmaları önümüzdeki yıllarda personel yönetimi, organizasyon yapısı ve hukuki konum açısından bir değişim sürecine girecek ve bu "Management of Change" sayesinde rekabet güç ve olanaklarını daha da arttıracaklardır.
- Büyümeyle finanse etmek amacıyla Almanya'daki Türk şirketleri artan bir eğilimle menkul kıymetler borsasına yönelmekte, Almanya ve Türkiye'deki borsa merkezleri arasında seçim yapabilme avantajına sahip olabilmektedirler.

Almanya ve Avrupa'da Türk girişimciliğine ait veriler: Dün, bugün ve 2010 yılında

- Serbest çalışanların oranı 1970'de %1 iken, 1999'da %6.7' ye ulaşmış, 2010 da ise %9.0'lara varıyor.
- Serbest çalışanların sayısı 1970'de 3.000'den, 1999'da 55.000'e, 2010'da ise 106.000'e varan büyük bir gelişme gösteriyor (Avrupa'da 1999'da 73.200 iken 2010'da 140.000'e yükseliyor).
- Türk firmalarında hızla artan işyeri sayısı, 1999'da 293.000'den 2010'da 650.000'e ulaşıyor (Avrupa'da 1999'da 366.000 iken 2010'da 810.000'e yükseliyor).
- Türk firmalarının yıllık ciroları 1999'da 50 milyar Mark iken, 2010'da 192 milyar Mark'a erişiyor (Avrupa'da 1999'da 61,2 milyar Mark iken 2010'da 240 milyar Mark'a yükseliyor).
- 1970'de yarım milyon olan Almanya'daki Türklerin sayısı 1999'da 2,49 milyona, 2010'da ise 3,09 milyona ulaşmıştır.

Almanya ve Avrupa'da Türk işletmeciliğine ait veriler: Dün, bugün ve 2010 yılında

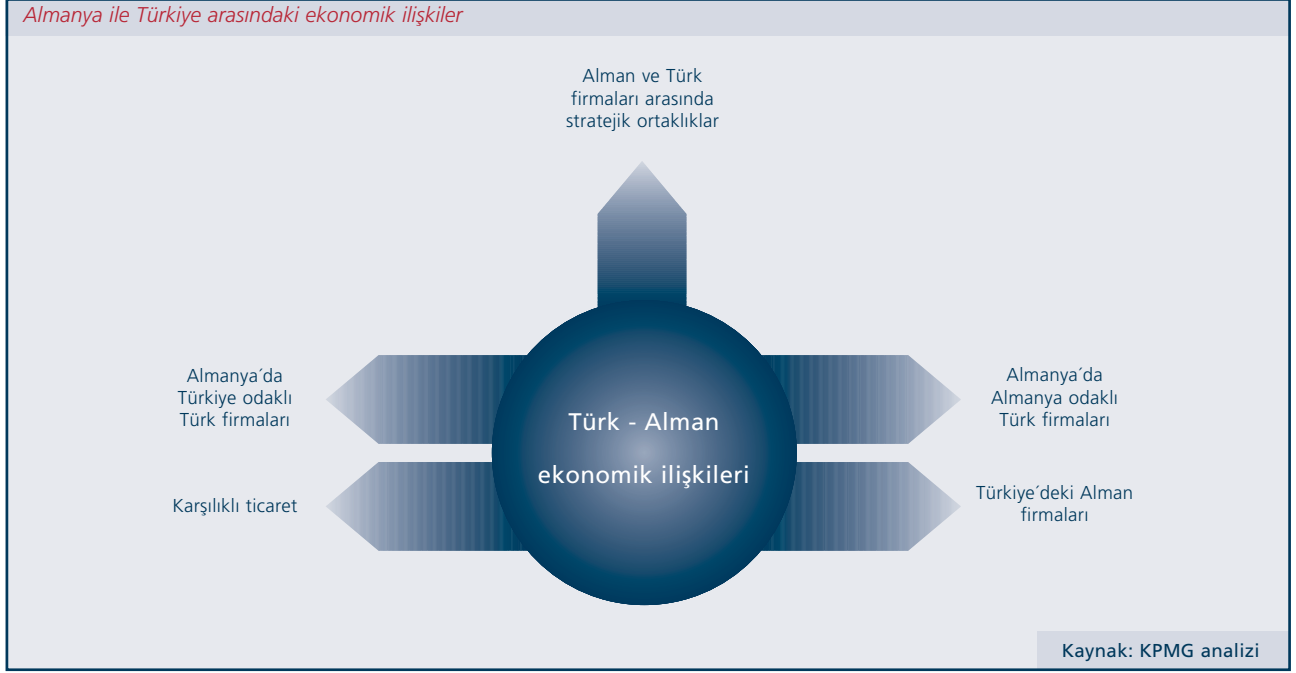


ARASÖZ

ALMAN-TÜRK EKONOMİK İLİŞKİLERİNDE TÜRK KÖKENLİ GİRİŞİMCİLERİN ROLÜ

İkili ekonomik ilişkilerin beş temel direği

- Günümüzdeki Türk-Alman ekonomik ilişkilerine beş alan etken olmaktadır. Bu bağlamda en önemli rolü ikili ticaret ilişkileri oynamaktadır. Almanya, Türkiye'nin ticaret yaptığı ülkelerin en başında gelmekte, Türkiye ise Almanya'nın dış ticaret partnerleri sıralamasında 18. sırada yer almaktadır.
- Ekonomik ilişkilerdeki ikinci dayanağı, Türkiye'deki Alman firmaları oluşturmaktadır. Yan kuruluşlar, Joint-venture'ler ve şubeler şeklinde temsil olunan bu kurumlar, ülkenin sayıca en büyük yabancı yatırımcı grubu konumundadır. Öte yandan, Türkiye'nin yurtdışı yatırımlarında Almanya, Birleşik Devletler Topluluğu'nun (BDT) önünde ilk sırada yer almaktadır.
- Türkiye'deki Türk işletmelerinin Almanya'da çoğu kez bir ayağı bulunmaktadır. Büyük Türk holdingleriyle, bankalarının hemen hepsi yan kuruluşlar veya temsilcilikler aracılığıyla Alman pazarında temsil edilmektedirler.
- Türk-Alman ekonomik ilişkilerinin bir başka bağı da, Almanya'daki Türk firmaları, yani Almanya'da kurulmuş olan Türk kökenli şirketlerdir. Bunların çekirdek pazarları ve ticari etkinliklerinin odak noktası Almanya olmakta birlikte, Türkiye'yi de ikinci ana pazar olarak kullanmaktadırlar.
- Günümüzde, Alman şirketlerinin finansman işlevini üstlendiği, Türk firmalarının ise geniş pazar avantajlarını ortaya koydukları stratejik ortaklıklar da oluşmuştur. Türk-Alman ekonomik ilişkilerinin beşinci ve en son dayanağını oluşturan bu ortaklıklar, artan bir biçimde inşaat sektöründe gelişim göstermekte ve BDT ile Doğu Avrupa'da yoğunlaşmaktadır.



Beş alandaki ekonomik ilişkiler içiçe

Tabiatıyla bu değişik alanlar birbirlerini karşılıklı etkilemekte, birbirlerinden bağımlı duruma gelmektedirler. Örneğin, Türk veya Alman firmalarının öteki ülkenin pazarında güçlü biçimde varoluğu, esasen yüksek olan ticaret hacminin artmasına daha da katkıda bulunmaktadır. Üçüncü pazarların kazanılması için stratejik ortaklıkların oluşturulması, ancak uzun yıllar boyunca gelişen iktisadi ilişkiler bazında mümkün olabilmektedir.

Ayrıca Almanya'da kurulan Türk firmaları üretime dönük yatırımlarıyla Türkiye'ye doğru genişlemekte ve Türk pazarına da yerleşmektedirler. Bu çok yönlü karşılıklı ilişkiler sonucunda, -Almanya'da konuşlanmış Türk firmalarının temelini oluşturduğu- Türk işletmeleri ortaya çıkmıştır. Bunlar ekonomik ilişkilerin gelişmesine en büyük ivmeyi sağlarken, kendileri de bu oluşum içinde en güçlü hamleleri yapmaktadırlar.

Türk - Alman ekonomik ilişkileri

- Çeşitlenmiş, dinamik, çok boyutludur;
- Almanya'da kurulup "eski vatana" doğru genişleyen Türk firması örneğinde olduğu gibi, yeni işletme oluşum türleri yaratmışlardır;
- 40 yıllık işbirliğinin ürünüdürler ve yeni perspektifler açmaktadırlar.

GERİYE BAKIŞ

HERŞEY ALMANYA'DA ETHNIC BUSINESS İLE BAŞLADI

Almanya'daki ilk Türk işletmeleri 60'lı yılların başında kuruldu. Bu işletmeler öncelikle kendi yurttaşlarının beklentileri yönünde hizmet üretecek ve tüketim alışkanlıklarını giderecek piyasa boşluklarına yerleŐti. O zamanların Türk girişimciliği "Ethnic Business"e ve buna bağlı olarak Türkiye'den yapılan ithalat gibi etkinliklerle yetiniyordu. Türkiye'de konuşlanmış firmaların Avrupa'daki etkinlikleriyle, Avrupa'daki firmaların diğer

ticari faaliyetleri henüz pek önem taşıymıyordu. Başlangıç döneminin tipik örneklerini, büyük çoğunlukla sadık bir Türk müşteri kitlesi tarafından ziyaret edilen bakkal dükkanları ve gastronomi işletmeleri (büfe, lokanta, aŐçı, fırıncı, kebabçı v.b.) oluŐturuyordu. Bu "öncü işletmeler" için pratikte Alman rekabeti de söz konusu değildi.

Türk girişimciliği: Ethnic Business'ten Boom'a

İÇin başında etnik gruba yönelik girişim vardı

Türk toplumunun gereksinimlerini karŐılamaya yönelik giriŐimler

Türkiye'den yapılan ithalat

Etnik yönden müşteri yapısı

Alman iŐletmeleriyle çok düşük rekabet düzeyi

Çoğunluğu serbest çalışma giriŐiminde başarısız kalan ilk kesin dönüŐçüler

Etnik gruba yönelik giriŐimlerin yaygınlaŐması

Ethnic Business'in taklit yoluyla yaygınlaŐtırılması

EŞ kökenden gelen müşteri değişimi

Çalışma alanlarının genişletilmesi: Örneğin seyahat büroları, berber salonları v.b.

Alman işletmelerine yönelik rekabet iliŐkisinin artması

Türkiye'deki ilk yatırımlar, örneğin: Fabrika iŐtirakleri

Türkiye'den Almanya'ya yönelik ilk yatırımlar

Patlama yılları

Görüş ve davranış nedenleri değişimi, örneğin: Almanya'da kalma isteği oluştu

Türk ekonomisinde liberalleŐme ve Türkiye'de gelişme

Etnik gruba yönelik etkinlikler diğer topluluklara da açılıyor

Alman iŐletmeleriyle doğrudan rekabet

Piyasadaki Türkiye çıkışlı Türk firmalarının artması

Türk girişimcilerinin Türkiye'ye dönük genişleyen yatırımı

Kısmen stratejik ortaklıklar aracılığıyla Türkiye ve Almanya dışında başka pazarlara yöneliŐ

Kaynak: KPMG analizi

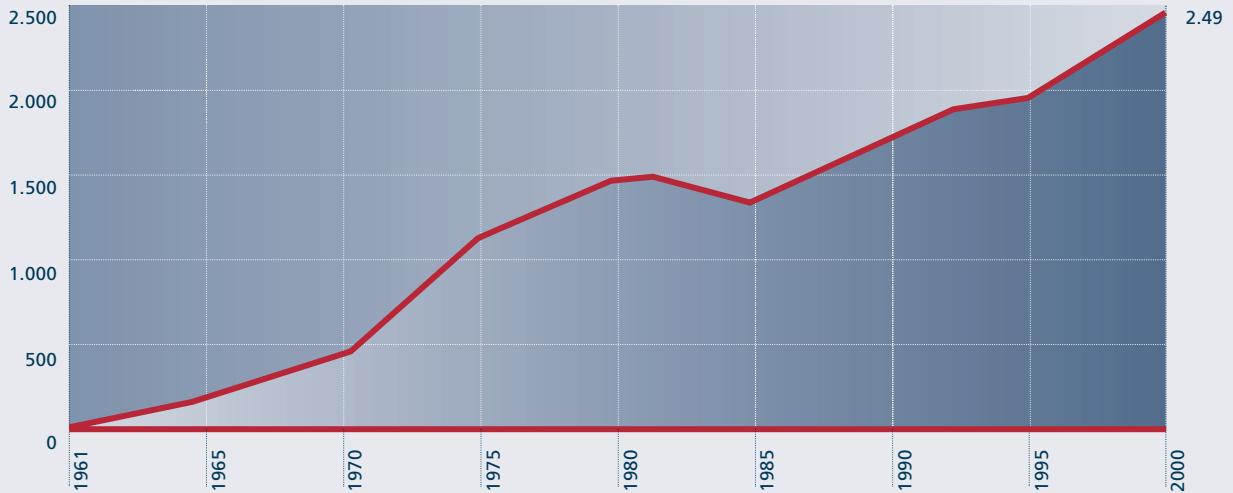
Almanya'da Türklerin 40 yılı

Herşey, 30 Ekim 1961 günü, Almanya'nın Türkiye ile işçi alım anlaşmasını imzalamasıyla başladı. Daha o yıl Almanya'ya 6.700 kişi geldi. 1973'ten beri Avrupa Topluluğu dışından işçi getirilmesinin yasaklanmasına ve Federal Hükümetin 1983'te bir yıllık süre için çıkarttığı "Geri Dönüşü Teşvik Yasası" çerçevesinde verilen maddi primlere rağmen, 1994 yılında Almanya'da iki milyonu aşkın Türk vatandaşı yaşıyordu. Zamanla Almanya'daki Türk toplumunun yapısı, tekdüze bir işçi tabakasından çok boyutlu bir topluluğa dönüştü. Tüketim davranışı ve tasarruf oranı, artan eğitim düzeyi ve sürekli düzelen Almanca bilgisi, toplumsal örgütlenme ve Alman siyasi partileri içerisinde giderek artan politik angajman, fakat bütün bunların da ötesinde, kalıcılık konusunda yapılan kamuoyu yoklama sonuçları bir hususu bütün açıklığıyla ortaya koyuyor: Almanya'daki Türk toplumunun çoğunluğu yaşam merkezini artık yeni vatanında görüyor.

40 yıl içinde, genç, dinamik ve sosyal açıdan çok katmanlı bir Türk toplumu oluştu. Bu Avrupa'nın diğer ülkelerinde de böyle oldu.

Almanya'daki Türk nüfusu: 1961'den beri sürekli artış

(1.000 olarak)



Kaynak: Federal İstatistik Dairesi, KPMG analizi

Türk girişimcileri yeni branş ve müşteri çevrelerine giriyor

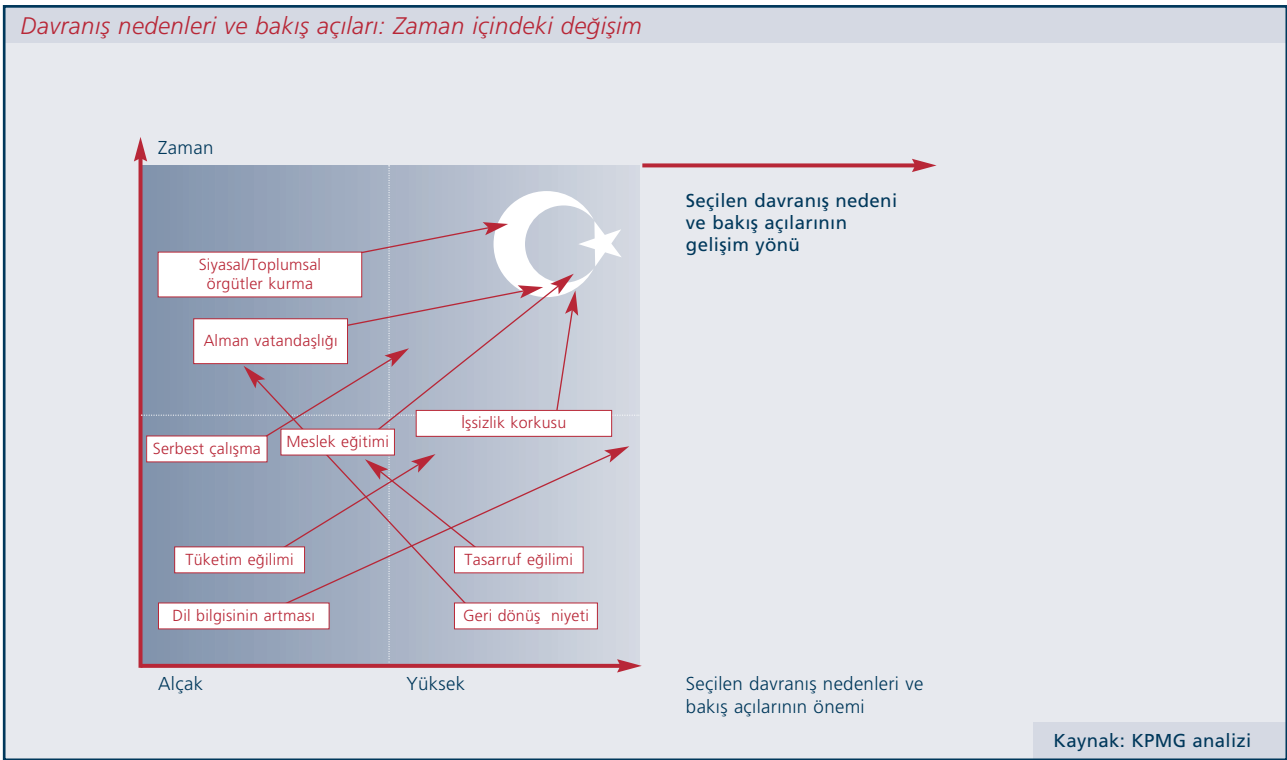
Kısa süre içinde Türk dükkanları Alman müşterileri de kazanarak ticaret hacimlerini genişletmeyi başardılar. Buna paralel olarak, Türk toplumunun işyeri kurmaya yönelik eğilimi arttı. Taklitçilik oluyordu, ama yeni fikirler de doğuyordu. Ortaya seyahat acentaları, berber salonları, video mağazaları, dedektif büroları çıkmaya başladı. Hâlâ Türk toplumunun hizmet ve tüketim gereksinimleri ön planda yer alıyordu, fakat müşterilerin tek tip etnik görünümü yavaş yavaş değişmeye yüz tutmuştu. Önceleri işlerini kendi etnik gruplarına uyumlamış olan bir çok işletme kendilerini diğer gruplara da

açtılar veya o gruplar tarafından keşfedildiler. Yavaş yavaş Alman firmalarıyla doğrudan bir rekabet ilişkisi doğdu ve rekabet baskısı Türk firmalarını mal çeşitlenmesine ve yeni pazar kesimlerine girmeye yönlendirdi. Gelişmenin bu evresinde Almanya'da yaşayan Türk toplumunun (örneğin işçi şirketleri kurarak) ilk kez Türkiye'de yatırım yaptığını gözlemliyoruz. Türkiye konuşumlu firmalar ise daha önceki dönemlerde, yurttışları için eski vatanlarına uzanan bir köprü oluşturmak amacıyla, Almanya'da çeşitli yatırımlar gerçekleştirmişlerdi.

Girişimciliğin patlama yılları

Türkler; İtalyanlar ve Yunanlılarla karşılaştırıldıklarında, Almanya'da iş kurmaya nispeten geç başladılar. Buna karşılık Türk girişimciliği 80'li yıllarda çok hızlı bir gelişme kaydetti. Türk toplumunun bakış açısı giderek değişikliğe uğradı. Almanya'da temelli kalmak isteyen

Türklerin sayısı hızla artarken, Türkiye'ye dönüş için biriktirilen paralarla serbest çalışma hayatına atılma eğilimi başladı. Yabancıların iş sahibi olmaları yönünde yasalarda sağlanan kolaylıklar, bu gelişmeye daha da ivme kazandırdı.



Öte yandan Almanya'daki Türk girişimciliği Türkiye'nin değişen genel ortamından da yararlandı. Türkiye ekonomisi 80'li yılların ortasında liberalleştirildi ve büyüdü. Öncelikle tekstil ve inşaat sanayi bu gelişmenin motorunu oluşturdu. Turizm sektörü de hareketlendi ve Türkiye bir tatil ülkesi olarak keşfedildi.

Bu dönemde Türkiye konuşumlu Türk firmaları, Almanya'da yan kuruluşlar oluşturarak, temsilcilikler veya şubeler açarak, pazardaki varlıklarını güçlendirdiler. Bu ortamda, Türk yurttaşlarına Almanya'da serbest çalışma yönünde yeni olanaklar ve perspektifler doğdu.

Sonuç olarak, Türkiye'nin değişen çerçeve koşulları, sosyo-ekonomik motiflerdeki dönüşüm, iş etkinliklerinin genişlemesi ve Alman pazarındaki Türkiye odaklı firma sayısının artmasıyla doğan olanaklar, Almanya'daki Türk girişimciliğinin gerçek bir patlama ("boom") yapmasını sağladı: 1982 ile 1993 arasında serbest çalışan Türklerin sayısı üç kat arttı. Bu gelişme öncelikle Almanya'da yaşayan Türk topluluğu tarafından gerçekleştirildi; Türkiye konuşumlu Türk firmalarının bu gelişmeye katkısı daha az olmuştur.

Gelişme faktörleri: Almanya'daki Türk girişimciliğinin gelişmesinde çeşitli etkenler mevcut



Kaynak: KPMG analizi

Ethnic Business: Artık sadece birçok alandan biri

Türk girişimciliğinin bugünkü yapısı başlangıç yıllarındaki yapıya oranla belirgin farklılıklar göstermektedir. Belirli bir büyüklüğe ulaşmış işletmeler, Ethnic Business aşamasını çoktan geride bırakmış, uluslararası çalışan, çeŐitliliğe yönelmiş firmalara dönüşmüşlerdir. Bunlar artık turizm, tekstil veya hizmet sektörlerinde çalışmakta, Türk toplumuna odaklı iş alanları ise ancak marjinal bir ağırlığa sahip bulunmaktadır. Türk firmalarının çoğunluğunu oluşturan küçük ve orta büyüklükteki işletmeler gerçi hala daha yerel piyasalara hizmet etmekte, ancak eskiyle karşılaştırıldığında mallarını ve

hizmetlerini her türlü müşteri grubuna sunmaktadırlar. Bazı Türk şirketleri günümüzde iki ana piyasada birden varlık göstermektedir: Almanya'da ve Türkiye'de. Bunlar her iki ülkedeki hukuksal ve mali yapılanma seçeneklerinden yararlanmaktadır. Bunların pazarlama ve satın alma politikaları sınırlarötesi bir niteliğe sahiptir ve böylelikle esnekler. Bu firmaların çekirdek pazarları dışında etkinlik göstermeleri de artık yadırganacak bir durum değildir. Örneğin tekstil sektöründe pazarlama ve marketing etkinlikleri çoğu kez Almanya'ya komşu olan ülkelere de yayılmıştır.

GÜNCEL

ALMANYA'DA TÜRK KÖKENLİ GİRİŞİMCİLER:
BUGÜNKÜ DURUM

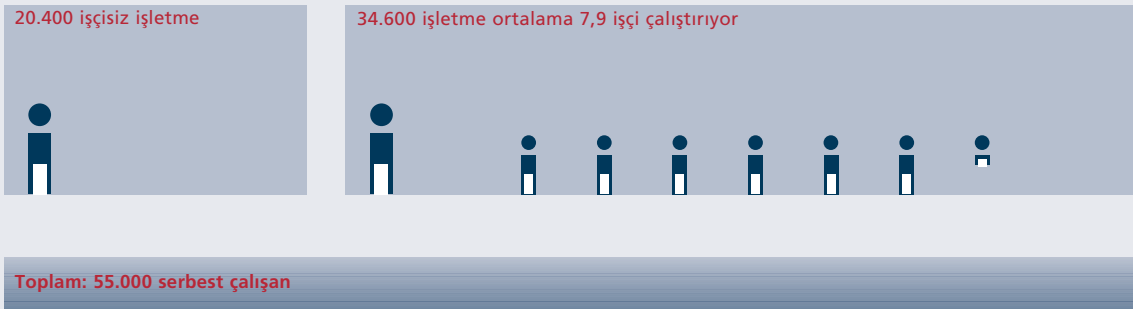
Almanya'da 55.000 serbest girişimci Türk

1999 yılı itibariyle Almanya'da 55.000 Türk serbest girişimci faal durumdaydı. Böylelikle Almanya'da çalışan Türk nüfusunun %6,7'si girişimci konumuna gelmiş bulunmaktadır. Oysa 1970 yılında bu oran %1'in bile altındaydı (3.300 kişi). Bu yükselme, Türk girişimciliğinin son 30 yıldaki olumlu gelişmesini açıkça ortaya koymaktadır.

1999 yılındaki 55.000 serbest girişimcinin yaklaşık 34.600'i işçi istihdam ederken, 20.400'i etmemekteydi.

Her bir işletmede ortalama 7,9 eleman çalışmakta, bu da toplam 293.000 işyeri anlamına gelmektedir. Karşılaştırma yapılacak olursa, Alman işverenlerin çalıştırdıkları ortalama eleman sayısı 13'dür. Dolayısıyla Türk firmalarının büyük bölümünün perakendeci dükkan veya küçük işletmelerden oluştuğu, %8'inin orta, %1'inin ise büyük boy işletme konumunda olduğu görülmektedir. Firmaların 6.500 tanesi kayıtlarda sermaye şirketi olarak geçmektedir.

1999 yılında Almanya'daki Türk işletmeleri sayısı



Kaynak: KPMG analizi

1999'da Almanya'daki Türk girişimciliği

| 1999 | |
|--------------------|--------------|
| Nüfus | 2,491 milyon |
| Çalışan nüfus | 817.970 |
| Serbest çalışanlar | 55.000 |
| Sağlanan istihdam | 293.000 |
| Ciro / DM | 50,3 milyar |

Kaynak: KPMG analizi, TAM, Federal İstatistik Dairesi

Yıllık ciro 50,3 milyar DM

Bütün Türk firmalarının toplam yıllık cirosu 1999'da 50,3 milyar DM olarak tahmin edilmektedir. Almanya ile Türkiye arasındaki dış ticaret 1999 yılında, Türk firmalarının çok yönlü faaliyetlerinin belirgin katkısıyla, 24 milyar (1995'de 17 milyar) Mark'ı bulmuştur. Buna

karşılık bu işletmelerin Almanya içinde yarattıkları katma değer, Alman firmalarıyla karşılaştırıldığında daha düşük kalacaktır, çünkü Türk firmalarının üretim birimleri kısmen Türkiye'de bulunmaktadır.

Türkiye ve Almanya ekonomilerine olumlu etkiler

Almanya'daki Türk girişimciliği Türkiye'de de olumlu etkiler yaratmaktadır. Önemli ölçüde yatırım gerçekleştirilmiş, yalnızca büyük Türk firmalarının yatırım tutarı 2.5 milyar Mark'ı bulmuştur. Bunlar, işyerleri yaratmakta, ihracatı hızlandırmakta, turizmdeki patlamaya önyak olmaktadır. Bu durumda döviz transferleri ve işçi şirketleri önemini giderek yitirmektedir.

Öte yandan Türk firmaları yalnızca ekonominin bütünü üzerinde önemli rol oynamakla kalmamakta, bölgesel kalkınmaya da katkıda bulunmaktadır. Bu, eski ve

yeni eyaletlerde pek çok örneği bulunmasına rağmen, daha çok gözardı edilmiş bir olgudur. Büyük Türk şirketlerinin konuşlandığı yerleşim yerlerinde yeni istihdam alanları doğmuş, vergi gelirleri artmış, yükselen talep ticari hayata olumlu yansımıştır. Bu, bazı yörelerde %10'u aşan işsizlik oranı gözönüne alındığında, küçümsemeyecek bir etkidir. Yerel idareler de bu firmaların konuşlanmasını, yarattıkları uygun yatırım iklimi ile, aktif biçimde desteklemişlerdir.

Almanya'daki Türk girişimciliğinin Türkiye'deki gelişmelere olumlu etkisi**Branşlarda çeşitleme sürüyor**

Ekonomik etkinlikler artık Ethnic Business'in boyutlarını aşmış bulunuyor. En başta Almanya'daki Türk toplumunun kendi büyüklüğü onu çeşitlemeye zorluyor; çünkü Türkler artık İtalyanlar ve Yunanlılar gibi piyasa boşluklarıyla yetinmiyorlar.

Her ne kadar bakkal ve lokantacılık sektörü büyük ölçüde ağır basan sektörlerse de, her branşta yeni firmalar

kurulduğunu görüyoruz. 2.500 kadar girişimci, imalat ve inşaat sektöründe etkinlik göstermektedir. Burada bir noktanın açıkça belirtilmesi gerekir: Türk girişimciliğinin ekonomik katkısı ve büyüme etkisi, Türk-Alman ekonomik ilişkileri bağlamında olduğu gibi, çok yönlüdür. Bu nedenle tanımlanan ekonomik veriler sadece bir kesiti yansıtmaktadırlar.

Çeşitleme: Türk serbest girişimcileri yeni ekonomi alanlarında faaliyet gösteriyor

| Ekonomi alanları | 1999 |
|--|---------------|
| Perakende ticaret | 19.800 |
| Toptan ticaret | 4.400 |
| Otel ve lokantacılık sektörü | 13.310 |
| Hizmetler, serbest meslek ve diğerleri | 10.890 |
| İnşaat sektörü | 1.320 |
| El sanatları | 4.070 |
| İmalat sektörü | 1.210 |
| Toplam | 55.000 |

Kaynak: KPMG analizi, TAM

AVRUPA'DA TÜRK KÖKENLİ GİRİŞİMCİLER: BUGÜNKÜ DURUM

Avrupa'da 73.200 serbest girişimci Türk

Başlangıçta ortaya konan Almanya'daki Türk nüfusunun sosyo-demografik gelişmesi ana hatlarıyla Avrupa'daki Türklerde de gözlemlenmektedir (Bu bağlamda Avrupa'nın tanımı, Avrupa Birliği'nin üye devletleridir). Özellikle Benelüks ülkelerinde, Fransa ve Avusturya'da gelişme daha geç başlamış olsa da, paralellikler göstermektedir. Büyük Britanya'da da benzer bir gelişme izlenmiş, ne var ki burada Britanya İmparatorluğu dahilinde İngiltere'ye göç eden Kıbrıslı Türkler gelişmeye ve nüfustaki yapılanmaya yeni bir boyut getirmişlerdir. Tüm Avrupa dikkate alındığında, Türklerin ezici bir çoğunluğunun Almanya'da her alanda faal olduğu anlaşılmaktadır. Avrupa'daki çapındaki ticari etkinlikler, sadece Almanya'dakini tamamlayıcı niteliktedir.

- Avrupa Birliği'nin üye devletlerindeki Türk nüfusu toplam 3,4 milyona baliğ olmaktadır. Bunun 2,49 milyonu, yani %73'ü Almanya'da yaşamaktadır. Almanya'dan sonra en büyük Türk toplumlari Hollanda, Fransa ve Avusturya'da bulunmaktadır.
- Avrupa Birliği'nde çalışan Türk nüfusu toplam 1,18 milyon'dur (bunun %69'u Almanya'dadır).
- Avrupa Birliği sınırlari içinde serbest girişimci Türk sayısı 73.200 olarak tahmin edilmektedir. Burada da girişimcilerin %75'i ile Almanya arslan payina sahiptir.
- Avrupa'da serbest çalışan Türkler 366.000 işyeri yaratmışlardır. Bunun yüzde 80'i Almanya'da kurulu durumdadır.
- Avrupa Birliği dahilindeki Türk girişimcilerinin toplam ciro hacmi 61,2 milyar Mark olarak tahmin edilmiştir.

Avrupa'da çalışan Türk nüfusu (1.000 olarak)

| 1999 | | | |
|---------------|----------------|--------------------|--------------|
| | Çalışan nüfus | Bağımlı çalışanlar | Girişimciler |
| Belçika | 31,8 | 30,1 | 1,7 |
| Danimarka | 15,6 | 14,9 | 0,7 |
| Almanya | 832 | 776,8 | 55,2 |
| Fransa | 101 | 95,8 | 5,2 |
| Hollanda | 105 | 99,6 | 5,4 |
| Avusturya | 67,3 | 63,6 | 3,7 |
| İsveç | 9,8 | 9,4 | 0,4 |
| İntilere | 12,7 | 11,9 | 0,8 |
| Diğer | 2,7 | 2,6 | 0,1 |
| Toplam | 1.177,9 | 1.104,7 | 73,2 |

Kaynak: TAM

Avrupa'da Türk kökenli girişimciler

| 1999 | |
|------------------------------------|----------------|
| Nüfus | 3,4 milyon |
| Çalışan nüfus | 1,18 milyon |
| Serbest çalışan | 73.200 |
| Türk işletmelerinde çalışan sayısı | 366.000 |
| Ciro | 61,2 milyar DM |

Kaynak: TAM

İLERİYE BAKIŞ

2010 YILINDA ALMANYA VE AVRUPA'DA TÜRK KÖKENLİ İŞLETMELER

TEZ 1:

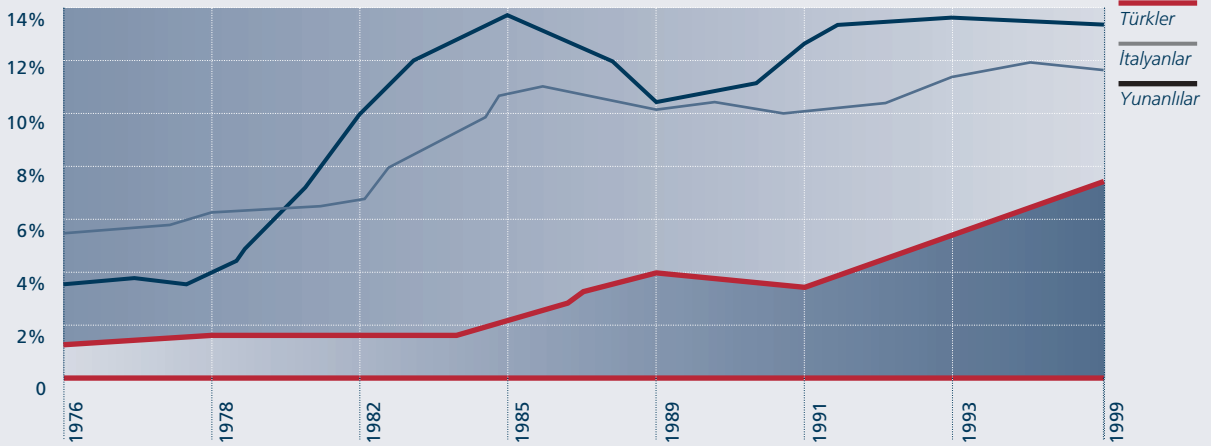
Serbest çalışanların sayısı Almanya'da 100.000, Avrupa'da 140.000 olacak

Almanya'daki Türk girişimciliğinin gelişmesi henüz doruk noktasına erişmiş değildir. Bugün 55.000 olan serbest girişimcilerin sayısı daha da artacaktır. 2010 yılında 100.000 dolayında Türk insanı "kendi patronu" konumuna geldiğinde, serbest çalışma oranı da genelde Almanların düzeyine çıkmış olacaktır. Bu koşullar altında Almanya'da Türk firmaları 650.000 kişiye iş ve-

riyor olacaktır (tolerans sınırları: 560.000 ila 740.000 arası) ve yılda takriben 192 milyar DM (tolerans sınırları: 165 ila 218 milyar DM arası) ciro yaratacaktır. Bu tez neye dayanıyor? Bu görüş, bir taraftan gelişme potansiyeline, diğer taraftan diğer tezlerde açıklanacak olan gelecekteki yapısal değişikliklere dayandırılmaktadır. Gelişme potansiyeli, -Almanya'nın genel nüfusuyla

1976 - 1999 yılları arasında İtalyanlar, Yunanlılar ve Türkler'deki serbest girişimcilik oranlarının karşılaştırılması

Serbest girişimcilerin oranı



Not: Alman vatandaşlığına geçenler dışında, yabancı uyruklu serbest girişimcilerin oranı

Kaynaklar: Federal İstatistik Dairesi, KPMG analizi

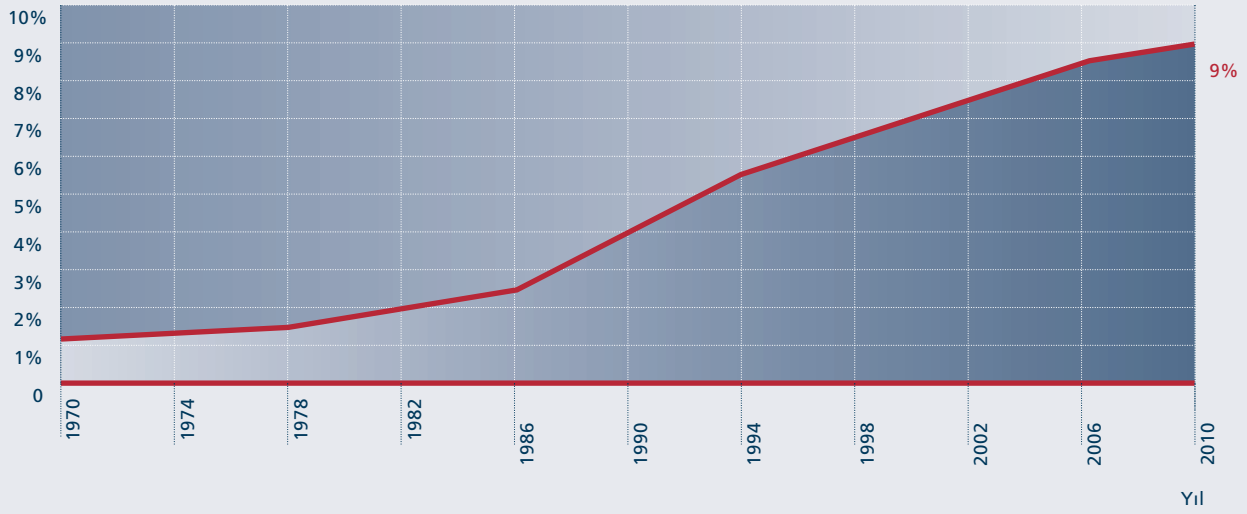
karşılaştırıldığında-, Türk toplumunun serbest çalışma ortalamasının düşüklüğünde ve çalışma yapısını düzelterek olan yükselen eğitim düzeyinde bulunmaktadır. Bu görüşlerden ve Almanya'daki serbest girişimci

Türk'lere uygulanan model varsayımlarından yola çıkarak Avrupa'da 2010 yılında 140.000 Türk kökenli girişimci olacağından hareket edilebilir. Yine aynı varsayımlara dayanarak Türk girişimcilerin

Avrupa'da istihdam edeceği insan sayısı 810.000 (tolerans sınırları: 720.000 ila 900.000 arası) ve elde edebilecekleri toplam ciro 240 milyar (tolerans sınırları: 213 ila 267 milyar arası) Mark olarak tahmin edilebilir.

2010: Almanya'da Türklerin serbest girişimci oranı %9

Serbest girişim oranı



Kaynak: KPMG analizi

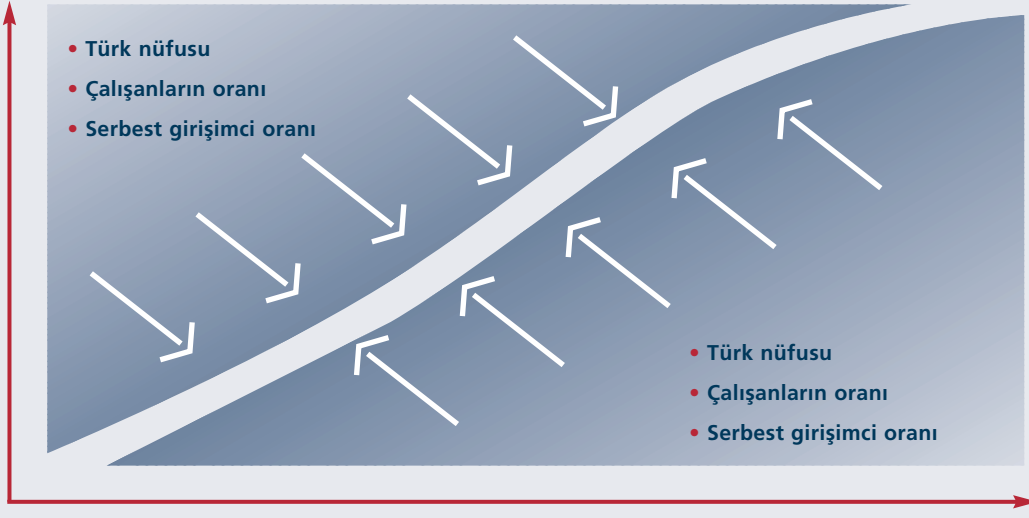
2010 yılı projeksiyon modeli

2010 yılına yönelik tahminler, Almanya'da yerleşik Türk nüfusunun tekdüze bir işçi toplumundan çok yönlü bir topluma dönüşeceği ve yapısının, -50 yıllık gurbetçilik süreci ve kabarık bir sayıya varacak üçüncü kuşak Türklerinin yetişmesinden sonra-, Almanya'daki toplumsal yapıya eş duruma geleceği ana varsayımı üzerine inşa edilmektedir. Aynı şey, Almanya'da 70'li yıllardan beri %8,5 ila 9,5 arasında yer alan serbest girişimci oranı için de geçerlidir. Karşılaştıracak olursak: Almanya'ya yerleşen İtalyanlardaki serbest girişimci oranı 1976 ila 1999 arasında %5,3'ten 11,5'e Yunanlılarınki ise %3,4'ten 13,5'e yükselmiş bulunmaktadır.

Söz konusu her üç göçmen halk grubunda da dinamik bir gelişme eğilimi olduğu açıkça görülmektedir. Bu tür eğri biçimine "S-eğrisi" adı da verilir. Ülkenin bütün nüfusu için geçerli olan serbest girişimci eğrisi son kesiminde eşdüze bir seyir izlemektedir. İtalyan ve Yunan nüfusu, üst düzeyde bulunan, fakat düşük bir artış eğimi gösteren son kesime erişmiş bulunuyorlar. Fakat, aynı şey Türk nüfusu için geçerli değildir; buradaki gelişim eğrisi henüz artış anlamı içeren, yükseliş durumundaki kesimde bulunuyor.

İşte bu bilgi temelinde inşa edilmiş bir projeksiyon modeli geliştirildi. Metodun açıklanması, model varsayımları ve hesaplamalar için "Metodik" bölümüne bakınız.

Projeksiyon modeli ve üç önemli etkenin boyutları



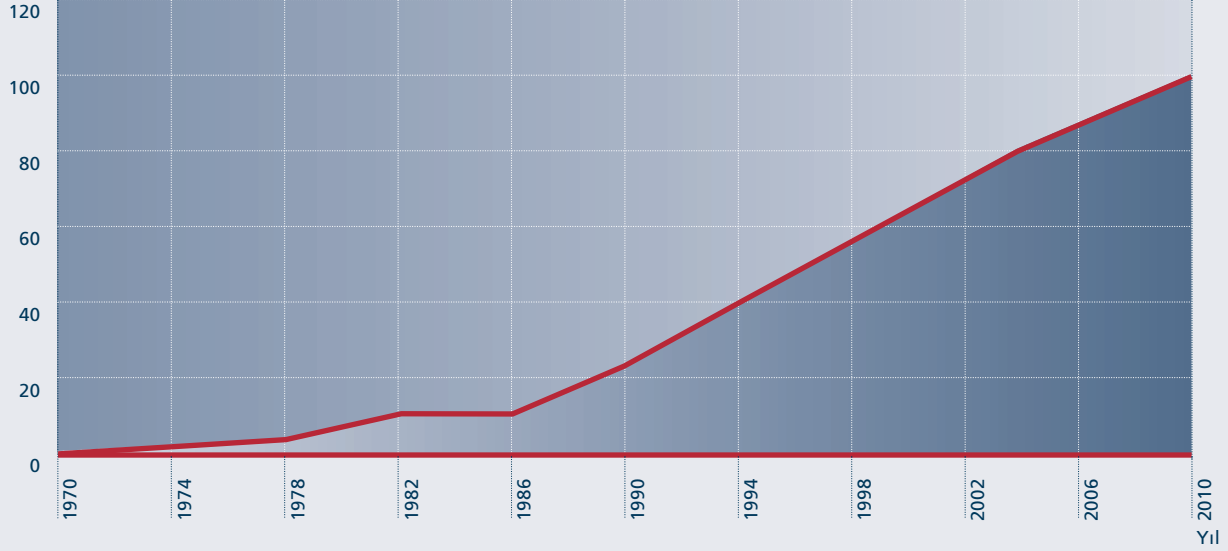
Kaynak: KPMG analizi

Girişimcilikte telafi ihtiyacı

Gelişmeye yönelik olumlu tahmin, önemli ölçüde Türk toplumunda henüz ortalamanın altında seyreden serbest girişimcilik oranına dayanmaktadır. Toplam Alman nüfusunda serbest girişimci oranı %9'dur. Toplam çalışan nüfusun %8'inin devlet memuru olması, bu oranı aşağıya doğru çekmektedir. Bu nedenle sözkonusu %9'luk değer, Türk nüfusu için bir alt sınır sayılabilir. Üst sınır olarak ise, İtalyanların ve Yunanlıların ulaştığı yaklaşık %11 veya %13'lik serbest girişimci oranı geçerli olabilir. Öte yandan nüfus olarak sayıca daha küçük olan İtalyan toplumu (1999: 654.000) ve Yunanlılar (1999: 383.000) daha çok Ethnic Business alanında faaldirler ki, bu da daha yüksek bir serbest girişimcilik oranına olanak sağlamaktadır. Türk nüfusunun büyüklüğü nedeniyle (2010 yılında yaklaşık 3 milyon) Alman nüfusunun ortalamasını esas almak daha gerçekçi gözükmemektedir. Türk girişimciler, hemen hemen her sektörde temsil edilecek ve branş dağılımında küçük yabancı grupların girişimcilerinden çok, Alman girişimcileriyle karşılaştırılacaklardır. Alman firmalarıyla oluşacak doğrudan rekabet ise, %9'un çok üzerinde bir serbest çalışma oranının beklenemeyeceğini göstermektedir.

2010: Almanya'da yaklaşık 100.000 Türk girişimci

Serbest girişimci sayısı (1.000 olarak)



Kaynak: KPMG analizi

Nitelikli meslek eğitimi ile doğan potansiyel

1999 yılında Türk nüfusunun eğitim düzeyi Almanya'daki düzeyin bir hayli altında idi. Ama, meslek eğitimi görenlerin sayısı kısa bir süre içinde bir kaç kez katlanarak 44.000'e, yüksek öğrenim görenlerin sayısı ise 24.000'e ulaştı. Türk nüfusunun okul eğitimi giderek yükselmekte ve daha iyi meslek eğitimi almaktadırlar. 2010 yılına kadar Türk nüfusu, toplumun iyi eğitilmiş ve

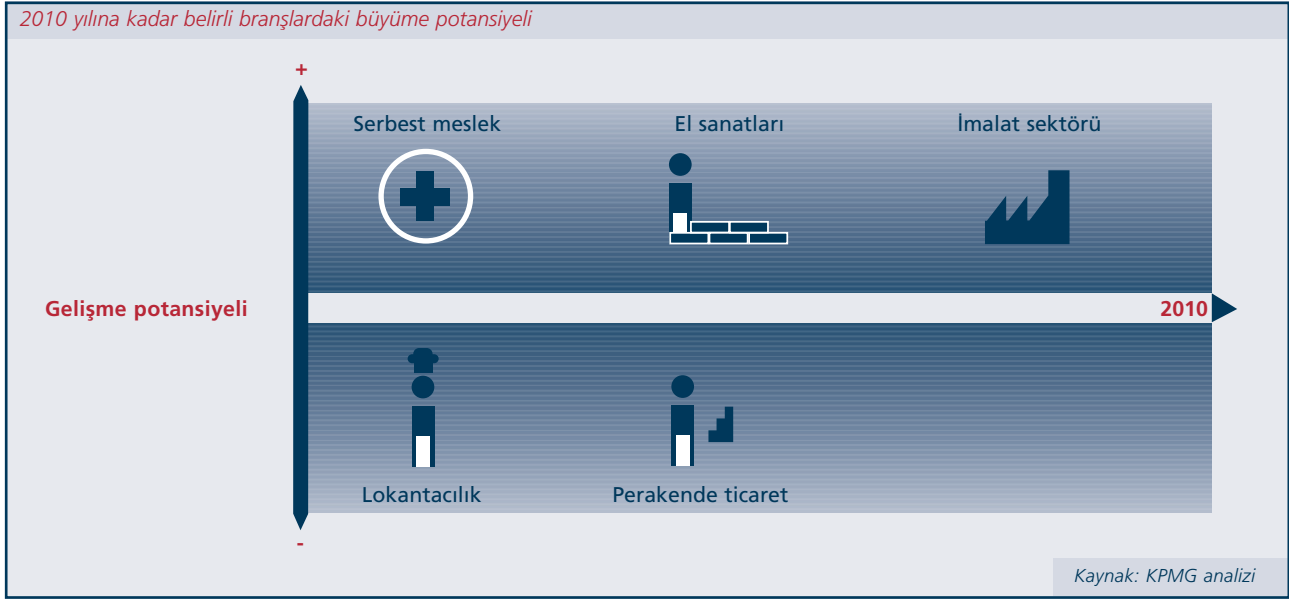
nitelikli bir parçası durumuna gelecektir. Ana babalarının aksine, Türk çocukları 80'li yıllardan bu yana artan bir oranda meslek eğitimine yöneliyorlar ve ustalık sınavı vererek kendi başına işyeri açmanın temelini oluşturuyorlar. Buna karşılık meslek eğitimi gören Alman gençlerinin oranı, ikinci kuşak yabancı gençler lehine sürekli gerilemektedir.

Bazı sektörlerdeki olağanüstü büyüme

Türk girişimcilerin sayısı bazı branşlarda olağanüstü bir artış gösterecektir. Belirli sektörlerde Türk girişimcilerin oranı düşük olmakla beraber, Türkiye'de büyüme olan sektörlerden de yararlanacaklardır.

Büyük giderme gereksinimi nedeniyle örneğin el sanatları ve imalat sektörleri hızlı bir gelişim sergileyeceklerdir. 80'li yıllardan beri yüksek öğrenim yapanların sayısının

artması da, gelecekte serbest meslek hayatına atılacak Türk sayısının artacağını açık bir göstergesidir. Alman vatandaşlığına geçiş de, birçokları için serbest girişim yollarını açan bir olgudur. 1995'den 1999'a kadar el sanatları dalında serbest çalışmaya başlayan Türklerin sayısı 800'den 4.000'e yükselerek birkaç katına çıkmıştır.



Ethnic Business'ın klasik iş alanları olan bakkal ticareti ve lokantacılık dallarında ise serbest girişimcilerin artış hızı yavaşlayacaktır. Bu dallarda özellikle büyük kentlerdeki yüksek arz dolayısıyla piyasa doygunluğuna ulaşılmıştır ve 2010 yılında İtalyanların ve Yunanlıların bugünkü hizmet arzı düzeyine çıkmış olacaktır.

Dünya piyasalarında rekabet güçleri yüksek olan Türk tekstil, turizm ve inşaat sektörleri, Almanya'da da dinamik bir gelişmeye neden olacaklardır: 1 Ocak 1996 tarihinden beri Avrupa Birliği ile ihdas edilen gümrük birliği çerçevesinde geniş ölçüde liberalleşen ticaret, Almanya'da ve diğer Avrupa ülkelerinde Türk firma-

larının olanaklarını arttırmaktadır. Bu firmalar, iki çekirdek pazarda var olmanın avantajlarına sahiptirler. Bu avantaj, şirketler büyüdükçe ve sınırlarötesi etkinlikleri arttıkça, daha da belirginleşmektedir. Her iki pazarın özelliklerini tanıyanlar, yatırım teşviklerinden, üretim ve marketing olanaklarından en etkin bir şekilde yararlanabilmektedirler. Bu suretle büyük Türk firmaları Türkiye'de uygun şartlarda üretim yapabilecek, üretim maliyetlerinde Mark'tan veya EURO'dan bağımsız olabileceklerdir. Buna karşılık, satış gelirlerini ağırlıklı olarak EURO üzerinden elde edeceklerdir.

TEZ 2 :

Türk göçmenleri Türkiye'deki en önemli yabancı yatırımcılar olacaktır

20. yüzyıl sayısız göçe sahne oldu. Göçmenlerin çoğunluğu ilerleyen kuşaklarda yeni bir kimlik edindiler; eski vatanları ve kültürleriyle olan ilişkileri ya koptu veya düşük bir düzeye indi. Ancak bu durum yurtdışı Hintlileriyle, yurtdışı Çinlilerinde böyle olmadı. Göçün başlangıcının her iki grupta da kuşaklar boyu geride kalmış olmasına ve yıllardır yeni ülkelerindeki toplumsal gelişmeyi özümsemelerine rağmen, eski yurtlarına ve kültürüne olan bağlılıkları sürmektedir. Hatta, 90'lı yılların ortalarında eski yurtlarında en büyük yabancı kaynaklı

yatırımcı konumuna geldiler ve ekonomik gelişmesine önemli katkıda bulundular.

Almanya'daki Türkler ve onların girişimciliği ise henüz nispeten yenidir. Fakat Hintliler ve Çinlilerde gördüğümüz gelişme, yurtdışı Türklerinin geleceği üzerine bir trend tahmini yapmaya olanak veriyor:

Yurtdışındaki Türk girişimcileri, Türkiye'nin en büyük "yabancı" yatırımcıları olma potansiyeline sahiptirler ve eski yurtlarındaki ekonomik büyümeye büyük bir ivme kazandırabilirler.

Yurtdışı Türkleri, yurtdışı Hintlilerinin içinde mi?

Hintlilerin yurtdışına göçleri, Türklerinkinden daha eski bir tarihe dayanıyor. Onlar, daha 20'li yıllarda büyük gruplar halinde yurtlarını terkedip, daha çok bugünkü "Commonwealth" ülkelerine yerleştiler. Göç; fakirlik, işsizlik, gelecek güvensizliği ile siyasal karışıklıklar neden olmuştu. 0 Hintlilerin kısmen altıncı ve yedinci kuşakları günümüzde İngiltere'de, Amerika Birleşik Devletleri'nde, Kanada'da, Basra Körfezi ülkeleri ve Güney Afrika'da yaşamaktadırlar. Pekçoğu Hindistan uyruğunu terketmiş bulunuyor. Sayısı 13 milyonu bulan Hintli göçmenlerin toplumdaki yeri ve eğitim seviyesi, göçün başlangıcından bu yana sürekli olarak yükseldi. Onlar, çalışarak kuşaktan kuşağa durumlarını düzelttiler ve bugün bütün dünyada yüz milyar dolarlarla ölçülen bir "gayri safi milli hasıla" üretiyorlar.

Bugünün Hindistan'ında gurbetçiler en büyük yatırımcı grup olup ülkenin ekonomik gelişimine çok önemli katkıda bulunuyorlar. Buna karşılık yer yüzünde bir örneği daha bulunmayan bir önceliğe sahipler: Göçmen Hintliler Hindistan'da resmen, "Non Residential Indians" (NRI'ler) adı verilen, özel bir hukuki konumdalar. Bu statü onlara, Hindistan vatandaşlığını bırakmış da olsalar, tam bir Hindistan yurttaşı gibi davranabilme olanağı veriyor. Diğer yabancı yatırımcılardan farklı olarak, onların yatırım için gerekli izin işlemleri başitleştirilmiş; ayrıca daha düşük bir kurumlar vergisi oranı ödemekle yükümlüler ve Hintli olmayan yatırımcılara kısmen kapalı sektörlerde de etkinlik gösterebiliyorlar.

Gurbetçi Hintliler, Hindistan'a yalnız yatırım sermayesi değil, onun yanında, yeni teknolojiler, modern pazarlama, ileri finansman araçları biçiminde "know-how" da getiriyorlar. Onlar, ayrıca Hindistan'da yatırım yapmak ve NRI'lerin önceliklerinden yararlanmak isteyen yabancı yatırımcıların da ortaklık için peşinden koştuğu bir kesim durumundalar.

Göçmen Hintlilerin yeni yurtlarında da işveren ve vergi mükellefi olarak bir ağırlıkları var. Yalnız ABD'de Hint kökenli 20.000 doktor muayehane işletiyor. "Hinduja Group of Companies Ltd." ise İngiltere'nin en önde gelen şirketlerinden ve dünya çapında 11 milyar \$'lık ciro yapıyor.

Yurtdışı Çinlileri: Girişimci bir toplum

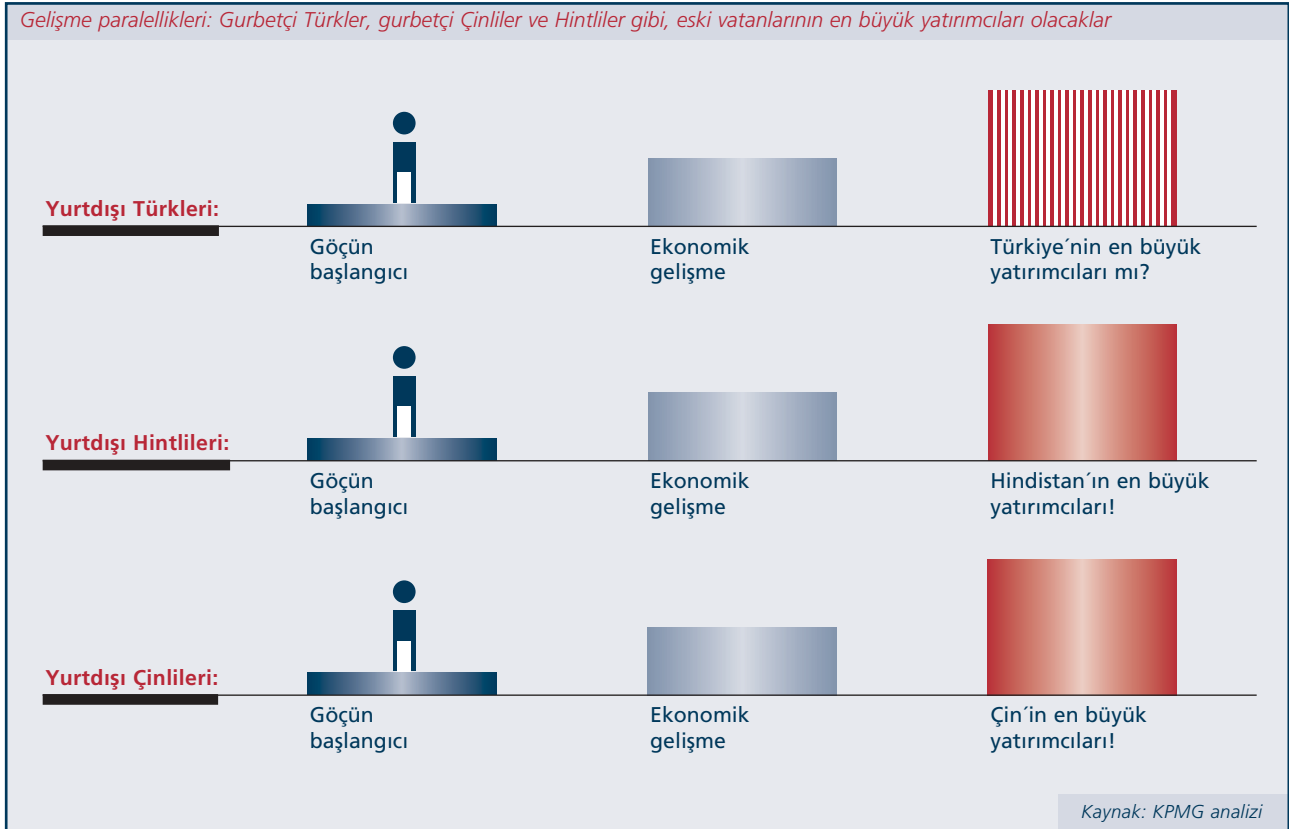
Göçmen bir toplumun toplumsal yükselişine gurbetçi Çinliler klasik bir örnek oluştururlar. Bugün ABD, Kanada, Avustralya, Singapur, Malezya, Hong-Kong, Tayland ve Avrupa'da 55 milyona yakın Çinli yaşamakta. Onların göçleri, 19. yüzyıl sonlarında başlamıştı, halen de sürmekte. Göçmen Hintlilerin aksine gurbetçi Çinliler öncelikle ticaretle uğraşıyorlar. Onlar Çin'deki en büyük yabancı yatırımcı grubu. Bu ülkedeki yabancı yatırımların %70'inde hisseleri var. Parolaları ise: "Çin'de üretim, dünyada ticaret". Onlar bir taraftan yatırımcı olarak ortaya çıkarken, bir yandan da yöresel pazarlara girebilecek kültürel özelliğe sahip "Joint-venture" ortakları olarak karşımıza çıkıyorlar. Onların bütün dünyaya yayılmış olan iletişim ağıları, -Guanxi-, bugün, eski yurtları Çin'de gittikçe önem kazanıyor. Gurbetçi Hintlilerin aksine, gurbetçi Çinlilerin Güneydoğu Asya bölgesinde büyük bir ağırlıkları var. Örneğin Hong-Kong'un, Singapur'un ve Tayvan'ın nüfusunun %90'ını göçmen Çinliler oluşturuyor. Malezya'da ise, nüfusun %30'unu oluşturuyorlar. Buna rağmen gurbetçi Çinlilerin Güneydoğu Asya bölgesi dışındaki ekonomik etkinliklerini de küçümseyemeyiz. Ülke nüfusunun yalnızca %2 ve %0,5'ini oluşturdukları ABD ve Kanada'da serbest girişimci Çinlilerin oranı yerlilerden bir hayli yüksek. Ayrıca Güney Doğu Asya dışındaki Çinliler, Çin'de yapılacak yatırımlarda ortaklık ve işbirliği için aranan kişiler konumundalar.

Hintliler ve Çinlilerin izinde

Türk girişimciler bugün Almanya'dan Türkiye'ye yönelik etkinliklere girişmekte ve oraya 2,5 milyar DM'lık yatırım yapmış bulunuyorlar. Onlar, Alman şirketleriyle, üçüncü pazarlar kazanmak (öncelikle Orta Asya ve BDT'de) ve büyük projeler gerçekleştirmek amacıyla branşlara yönelik stratejik ortaklıklara giriyorlar. En az iki dile hakimler ve hem eski yurtlarının, hem de yeni ülkelerinin kültürünü tanıyorlar. Hiç de önemsiz sayılmayacak bir özellikleri ise, gurbetçi Türklerin çoğunluğunun kendilerini Türkiye'ye ve Türk kültürüne bağlı hissetmeleri. Ama yatırımlar yalnızca kültürel bağlılık nedeniyle yapılmıyor. Almanya'daki Türk firmaları, ikinci bir ana pazara girme yoluyla kendileri için en uygun alternatifi

veya bileşimi seçme şansına sahip oluyorlar. Bu strateji, büyük şirketlerde şimdiden görülebiliyor: Türkiye'de üretim, Avrupa ve BDT'de pazarlama, Almanya'da konuşlanma ve yönetim.

Böylelikle gurbetçi Türkler, onların içinde ise öncelikle Almanya'da yaşayanlar, gurbetçi Hintlilerle gurbetçi Çinlilerin konumlarına paralel olarak, önümüzdeki bu yüzyılın başlarında, kısmen kendi öz yatırımları aracılığıyla, kısmense Türkiye pazarına girmek isteyen yabancı şirketlerin ortağı sıfatıyla, en büyük "yurtdışı" yatırımcıları konumuna gelecekler. Bu konumdan, teknoloji ve know-how transferi de yarar sağlayacak.



Yurtdışı Türkleri, Türkiye dışında yatırım amaçlayan Türk firmaları için de ilk temas edilecek kişiler konumuna geliyorlar. Bu gelişmeden Almanya büyük yarar sağlaya-

cak: Çünkü Türk girişimciliği burada en yüksek seviyeye sahip.

TEZ 3:

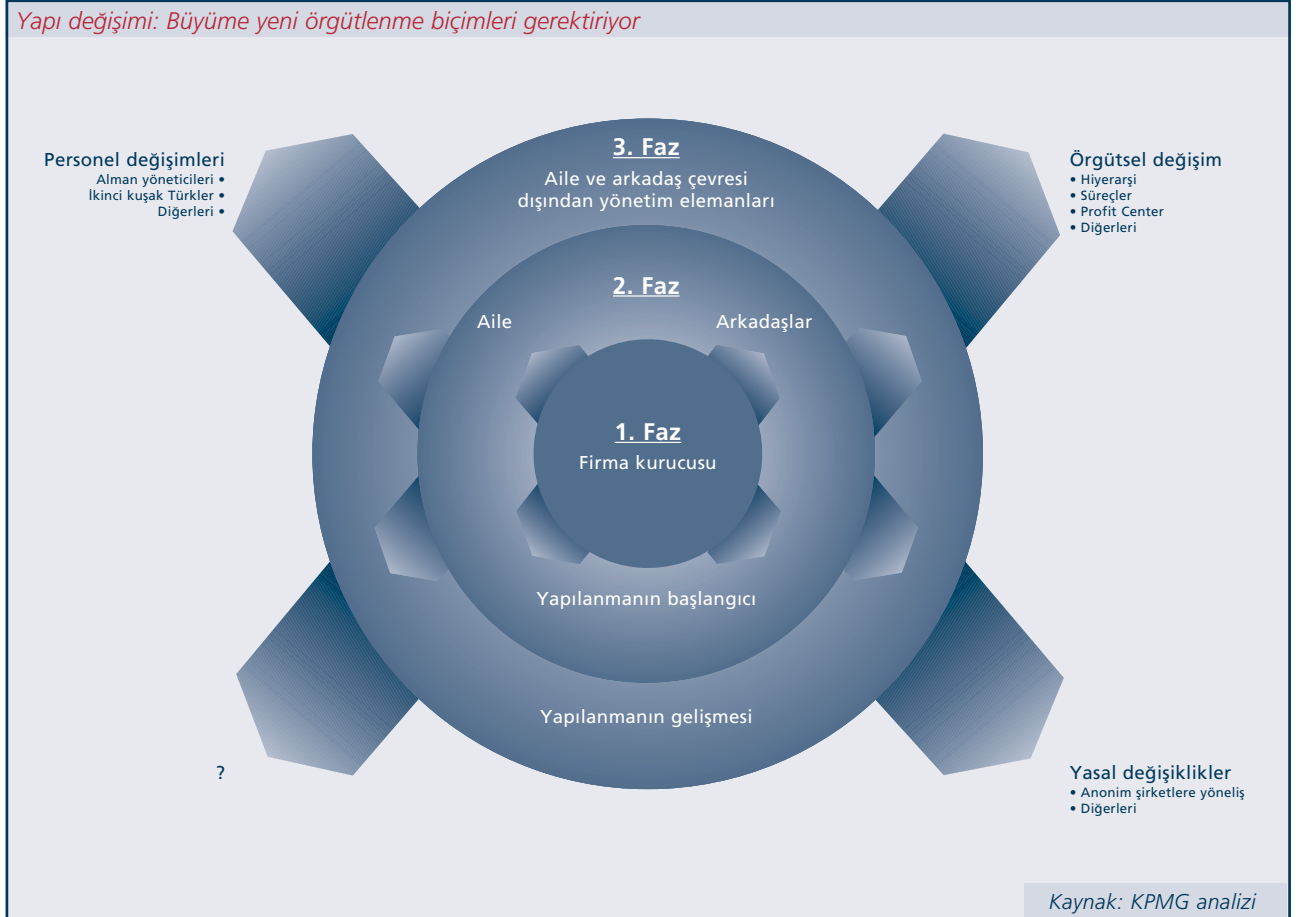
Büyüme, Türk girişimcilerini "Management of Change" e yönlendiriyor

Gelecek yıllar, büyük ve orta büyüklükteki Türk şirketlerinde örgütlenme, personel yapısı, kısmen de yasal statü yönünden değişmelere gebe. Çünkü büyüyen iç hacmi şu andaki yapıyı zorlamakta; başka bir deyimle

Türk girişimciliği "Management of Change" adı verilen değişim yoluyla yönetim olgusunun çekim alanına giriyor. Bu gelişmeyi kaçırın firmalar, rekabet güçlerini çabucak yitirecekler.

Büyüme sonucunda yapılanma değişimi

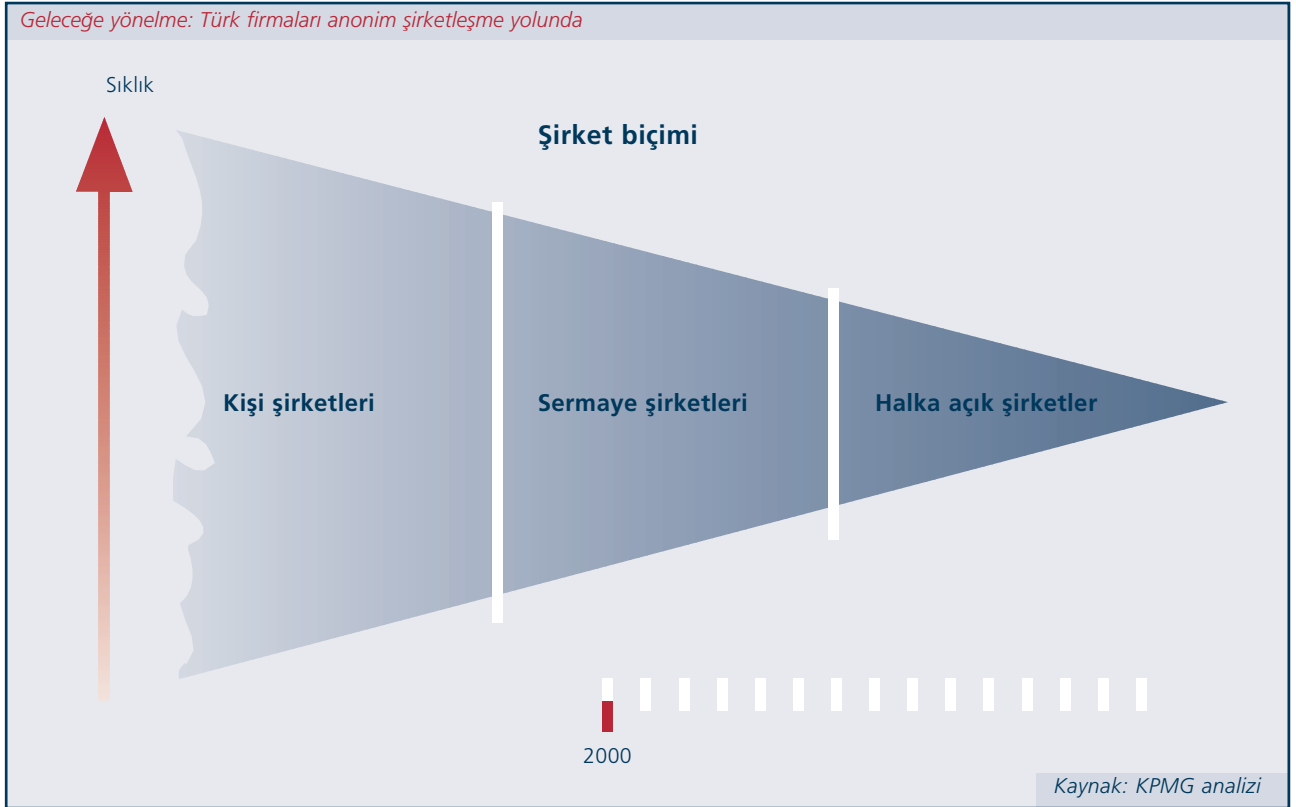
Başlangıçta, firmanın kurulduğu dönemde, Türk işletmelerinin bütün işlevleri şefin elinde bulunuyordu. Bunu büyüme ve firma kurucusunun tek başına üstesinden gelemeyeceği sorunların ortaya çıkması izledi. Bunun sonucunda işlevlerin bir kısmı ayrıldı ve firmanın alt bölümleri halinde, genellikle aile fertleri veya arkadaşlar tarafından üstlenilip yönetildi. Daha sonraları, iş anlayışının gelişmesine paralel olarak, firmalara "yabancı" yönetim elemanları da girdi ve böylelikle ilk "örgüt yapıları" oluşturuldu. Şu var ki, bugüne kadar firma kurucusunun, kısmen de kendilerine yer edinmiş aile fertlerinin hakimiyetleri dokunulmazlık gösteriyordu. Avrupa'da çok az sayıda büyük Türk işletmesi daha "olgun" örgütlenme yapıları oluşturabildiler.



Değişim ve etkileri

Personel konusundaki değişiklikler öncelikle firma kurucusunun, dolayısıyla firma sahibi aile fertlerinin firma yönetiminden el çekmesi ve bu fonksiyonun giderek maaşlı yöneticiler tarafından üstlenilmesi şeklinde olmaktadır. Bu yöneticilerin çoğu kez Alman olması, fakat giderek her iki kültürü de tanıyan, her iki dili de mükemmel konuşan, Alman üniversitelerinde öğrenim görmüş ve Almanya'daki Türk firmaları için son derece ilginç olan ikinci kuşak Türklere oluşması, Türk firmalarının etnik görünümünü de değiştirmektedir. Firma sahibinin sahnedeki çekilmesi ve firmadan daha yüksek performans beklenmesi nedeniyle Türk firmalarının örgütsel yapıları değişmektedir. Hiyerarşi ve sorumluluk alanları daha belirgin bir biçimde düzenlenmekte, iş işlevleri standartlaştırılmakta ve en verimli düzeye getirilmekte, yönetici maaşları verim ve başarıya bağlı olarak saptanmaktadır.

Örgütlenme bölümlerinin oluşturulması, kâr merkezlerine yönelik bir gelişmeye, bunun sonucunda da belli ölçüde bir çok merkezliliğe neden olacaktır. Personel ve örgütlenme yönünde yapılan değişikliklerin sonucu olarak, Türk firmaları hukuksal yapı yönünden de değişime uğramaktadırlar. Bu alandaki en önemli gelişme, firma sahibinin aktif iş alanından çekilmesini takiben limited şirket biçimindeki firmaların anonim şirketlere dönüştürülmesi olmaktadır. Bunun ardından ise çok merkezleşme, hukuksal yapıya yeni beklentiler getirecek olan bir holding yapısının gelişimine neden olacaktır. Sonuçta da, menkul kıymetler borsasına girmek olanağının sağlanması için gerekli şartların oluşturulması gerekecektir. Bir zamanların işçi şirketleri, halka açık kuruluşlara dönüşmektedirler!



"Management Of Change" in getirdiği değişiklikler

- Yeniden örgütlenme: Sorumlulukların değişmesi, yetkilerin yeniden düzenlenmesi
- Bilgişlem: e-Business'e ve daha karmaşık rapor ve bilgilendirme sistemlerine geçiş
- Yönetmelik ve standartlar: Yasa koyucunun veya pazarın taleplerine uyma (Örneğin ISO 9000 veya ekolojik bilançolar)
- Yönetim teknikleri: "Management by Objectives" ve grup çalışması, daha özendirici iş üretme metodları uygulama
- İşletmenin mükemmelleştirilmesi: Yeni faturalama metodlarına uyum, yeni kullanım talimatnameleri, tam kapasite kullanımı, v.b.
- Eğitim: Yeni değerler ve gereksinimlere uyum amacıyla yönetim kadrolarının eğitilmeleri

Değişiklikler bütün işletmeleri etkilemiyor

Merkezi Türkiye'de olup, Almanya'da etkinlik gösteren Türk firmaları genellikle büyük Türk holdinglerinin yan kuruluşlarıdır. Onlar baştan itibaren profesyonel yöneticiler tarafından yönetildikleri için hukuksal ve örgütsel

yönden bir avantaja sahip bulunmaktadır. Bu nedenle değişim baskısı orta ve büyük ölçeklerde olup, Almanya'da konuşlanmış Türk firmalarında kendini hissettirmektedir.

"Management of Change"e olan eğilim

Gelecekte büyük firmalar sahipleri tarafından yönetilen şirketlerden, yöneticileri tarafından yönetilen şirketlere dönüşecekler. Bu, işletmeler için önemli sonuçları da beraberinde getirecektir. Yeni örgüt yapılarının devreye girmesiyle yüksek standartlı çalışma alanları oluşturulacak. Etnik yapıya sahip eleman görünümü, firmalardaki Alman eleman oranının önemli ölçüde artması suretiyle

değişecek. Türk firmasından, sermaye şirketine dönüşüm eğilimi oldukça hız kazanacak. Bütün bu değişimlerin üstesinden ancak gayet belirgin bir "Management of Change" yöntemi gelebilecektir. Bunun yararı uzun dönemde görülecektir. Firmalar dinamikleşecek, daha randımanlı çalışabilecek ve rekabet güçlerini artıracaklardır.

TEZ 4:

Avrupa sermaye piyasaları: Türk Şirketleri "Going Public"

Büyüme ve değişim aracılığıyla yönetim sonucunda Almanya'daki Türk firmalarının büyük ölçüde finansman gereksinimleri oluşmaktadır. Firmaların büyüklüğünden bağımsız olarak sermaye darlığı daima tıkanıklıklara neden olarak gösterilmektedir. Güncel likidite, büyümeyi finanse edebilmek için uzun vadede yeterli olmaz. Yaşadıkları büyüme süreci, Türk firmalarında yüksek bir sermaye gereksinimi oluşturmaktadır. Firmalar, halen fazla sermaye gereksinimlerini kredilerle karşılamaktadırlar; kaldı ki bankalar da Türk girişimcilerine karşı isteksiz bir tavır sergilemektedirler. Türk firmaları, bu

pahalı kredili finansman zorluğunu aşmak istiyorlarsa, daha çarpıcı finansman araçlarına yönelmek zorundadırlar. Halka açık anonim Şirketlere giden yol, olası alternatiflerden birisidir; kaldı ki büyüme daha geniş bir pazar hakimiyeti anlamına gelir ve toplum tarafından daha fazla tanınmayı gerektirir - borsaya gidiş ise, yeni sermaye akışının yanısıra bir imaj kazancı anlamına da gelecektir. "Global player" olma yolundaki firmalar için borsaya yönelmek kesin bir zorunluluktur.

"Investor Relations" öğrenilmelidir

Henüz borsaya girmek için aşılması gereken önemli engeller var. Önce Türk firmaları, finansmanlarına ilişkin verilerinin kamuoyuna açıklanması konusunda çekingen davranıyorlar, bugüne dek olsa olsa cirolarına ait sayıları duyuruyorlar. Sonra, personel ve organizasyon yapısı ancak birkaç firmada borsa olgunluğuna erişmiş durumda. Üçüncü olarak yeni hissedarların ortaya çıkması, firma kurucusunun mutlak egemenliğinin ve kısmen de

otoriter yönetiminin son bulması anlamına geliyor. Toplum ve hissedarlarla kurulacak olan ilişkiler, İngilizce adıyla "investor Relations"e, yani çok yönlü bir öğrenim sürecine gereksinim gösterir. Şu var ki, yönetimdeki zorunlu değişiklikler, ikinci yönetici kuşağının başa geçmesi ve sermaye gereksinimine paralel olarak önümüzdeki yıllarda borsaya gitmenin alternatifi gitgide ağırlık kazanacak.

Kote edilen hisse senedi az, ama emisyon hacmi geniş

Alman sermaye piyasalarındaki yeni Türk emisyonları iki kaynaktan karşılanmaktadır: Almanya'daki Türk Şirketleri ve Türkiye çıkışlı Türk firmaları. Ancak sermaye piyasaları yoluyla finansman sağlama, Almanya'daki büyük Türk Şirketlerinin sadece küçük bir bölümü için sözkonusudur. Bunlar hacimleri ve örgüt yapıları itibarıyla birkaç yıl içinde borsaya açılma şansına sahiptirler. Bu Şirketler öncü bir rol üstleneceklerdir ve giderek artan sayıda taklitçileri olacaktır.

Orta vadede borsa olgunluğuna erişen Şirketlerin potansiyeli iki haneli rakamlarla ortaya çıkacak, emisyon hacimleri ise iki ila üç rakamlı milyonlarla belirtilecektir. Almanya'daki çok çekici sermaye piyasası, yenilikçi ve

yaratıcı Şirketler için "Yeni Pazar", orta ölçekli Şirketler için ise "SMAX" gibi çeşitli türevleriyle bu gelişme için iyi bir platform oluşturmaktadır.

Piyasaya hakim olmak için Türkiye'de borsaya girmiş bulunan holdingler de hisse senetlerini Almanya'da kote edeceklerdir. Nitekim Türkiye'nin bütün büyük holdingleri ve bankaları halen Almanya piyasasına girmiş bulunuyorlar. Alman borsalarında (Stuttgart, Hamburg, Berlin) Türkiye'den halen 20 dolayındaki hisse senedi ihracı gelecekte daha da artacaktır. Türk Şirketleri geçmiş yıllarda daha çok anglosakson borsalarını tercih etmişlerdir.

Rekabet halindeki borsa alanları

Yeni hisse senedi ihraçlarının nerede yapılacağı konusunda borsalar arasında güçlü bir rekabet oluşacaktır. Borsa yerinin saptanması; giriş şartları, kote masrafları, vergi avantajları, hukuksal yapılandırma olasılıkları, tanıtım gereksinimleri ve pazarların alış kapasitelerine göre gerçekleşecektir. Vergilendirme ve kote masrafları yönünden İstanbul'daki borsa küçümsenmeyecek avan-

tajlar sağlamaktadır. Buna karşılık Alman borsa alanı, pazarının genişliği ve özellikle Almanya'da önem taşıyan, firmanın tanınma derecesini artırma olanağı nedeniyle cezbediyor. Üretim alanında daha düşük olan personel masrafları çoğu kez tercihin Türkiye yönünde yapılmasını sonuçlamıştı. Vergi iadeleri ve yardımlar, Türk borsa alanını giderek çekici hale getiriyorlar.

Çok sayıda potansiyel hisse senedi alıcısı

Türk işletmeleri için, bilinen yatırımcıların yanısıra iki grup daha hisse senedi sahibi olarak sözkonusu olmaktadır. Bunlardan birisi, yüksek büyüme şansına sahip dinamik yan değerleri oluşturdukları değişik riskli paketler için talep edecek olan yatırım fonları, ikincisi ise Almanya'da yaşayan Türk vatandaşlarıdır. Onlar sermaye sahibi olarak alternatif yatırım alanlarına karşı devamlı artan bir ilgi duymaktalar. Bu durumda "kendi" firmalarının hisse senetlerine yatırım yapmaları hiç de uzak bir olasılık değildir. Halen serbest piyasada alınıp satılan altı Türk hisse senedine yönelen talep, bunu şimdiden kanıtlamak-

tadır. Türk yatırımcı bugün ayrıca 70'li yılların işçi şirketlerinde yaşanan durumun aksine, büyüme olanağına ve yüksek kârlılık şansına sahip, yaratıcı firmaların hisselerine sahip olabilecektir.

O halde, Almanya'daki Türk firmalarının bir kısmı Alman borsalarına kote olacaklardır. Diğer bir kısmı ise, gereken sermayeyi, Türkiye'de üretim yapan yan kuruluşları üzerinden İstanbul borsasından sağlayacaklardır. Kesin olan şudur : en uygun finansman yapısını oluşturabilen firmalar, dünya çapında şirketler haline geleceklerdir.

METODİK

PROJEKSİYON MODELİ HAKKINDA AÇIKLAMALAR

"Serbest Girişimci" kavramının tanımı

Biz, çoğu kez belirsiz bir biçimde tanımlanan "serbest girişimci" kavramı konusunda, bu gruba kendi adına profesyonel iş yapanları, serbest meslek sahiplerini ve ticari temsilcileri dahil eden Federal İstatistik Dairesi'nin tarifine katılıyoruz. "Serbest girişimci" ve "işletme" eş anlamlı kavramlar değildir. Çeşitli hukuksal biçimlerde değişik sayıda malik tarafından yönetilen firmaların sayısı, serbest girişimcilerin sayısına eşit değildir. Klasik işletmecilik anlamdaki, üretim yapan "işletme" kavramı da burada uygun düşmüyor. İşyeri kavramı da "işletme" kavramıyla eş anlamlı değildir. Federal İstatistik Dairesi'nin işyerleri sayımı da başka kriterlerden yola çıkıyor ve örneğin şube-

leri de kapsıyor.

Federal dairenin istatistikleri sadece "mikrozensus" aracılığıyla saptanmış olan yabancı serbest girişimcileri içeriyor. Bunun dışında sadece tahminler ve ortalama hesaplamalar bulunuyor.

Bu araştırmada veriler daima serbest girişimcilerin sayılarına yönelik olarak verilmiştir. Yani biz, Federal İstatistik Dairesi'nin tarifine uyuyoruz. Bizim analizlerimiz ve tezlerimiz ağırlıklı olarak ciroları iki rakamlı milyonların altında olmayan büyük firmalara yöneliktir. Basitleştirme amacıyla bazen de serbest girişimcileri "Türk girişimciliği" diye adlandırıyoruz.

"İkinci Kuşak" kavramının tanımı

Biz, "İkinci kuşak" derken, Türk nüfusunun Almanya'da doğmuş olan, veya çocuk yaşta Almanya'ya göçmüş olan kesimini kastediyoruz. Üçüncü kuşak terimi de

buna paralel olarak kullanılmaktadır.

"Türk Nüfusu" kavramının tanımı

Biz, Almanya'daki "Türk nüfusu" terimiyle Türk uyruklu insanların toplamını ve Alman vatandaşlığına geçmiş Türk kökenli eski Türk yurttaşlarını kastediyoruz.

Buradaki ortak özellik Türkiye'den göç etmiş olmaktır.

"Avrupa" kavramının tanımı

Bu inceleme kapsamında "Avrupa" , Avrupa Birliği'ne üye devletlerin bütünü anlamında kullanılmaktadır

(1 Ağustos 2000 tarihi itibarıyla üye ülkeler; diğer üye adayları hesaplamalara dahil edilmemiştir).

Merkezi model varsayımı

Projeksiyon modeli, göçmen Türk nüfusunun 70'li yıllardan bu yana tekdüze bir işçi toplumundan, çok yönlü, çok kesimli bir topluma dönüşmekte olduğu yönündeki merkezi model varsayımına dayanmaktadır. 2010 yılına kadar Türk nüfusu, -yine aynı varsayımına göre- özellikle ekonomik yapı yönünden, Alman nüfusun toplumsal yapısıyla aşağı yukarı denkleşmiş olacaktır. Buna bağlı olarak da çalışan nüfus içerisindeki serbest

çalışanların oranı birbirleriyle denkleşecektir.

Bu merkezi model varsayımı, 70'li yıllardan beri izlenen sosyolojik gelişmeye dayanarak yapılmıştır. Bir yönden, Almanya'daki İtalyan ve Yunan nüfusuyla yapılan karşılaştırma, öte yandan göçmen Hintlilerle göçmen Çinliler örneklerindeki paralellikler bu varsayımı güçlendirmektedir.

Dinamik bir büyüme modeli

Bizim hesaplarımız, Federal İstatistik Dairesi'nin mikrozensus aracılığıyla 1999 yılına kadar (bakınız: kaynakça) elde edilmiş olan verilere dayanmaktadır. 2010 yılına kadar uzanan istatistiki gelişme hesaplaması, "S-eğrisi" adı da verilen, dinamik gelişmeli bir eğriyi takip etmektedir.

1999'e kadar olan veri tabanının analizi ve Türk nüfusunun sosyo-kültürel gelişmesi gayet net bir şekilde doğrusal olmayan bir akış ortaya koymaktadır. O halde

götürü bir doğrusal tahmin hesaplaması gelişme eğilimini yeterli olarak açıklayamayacaktır. Ön planda olan, serbest girişimcilerin mutlak sayısı değildir. Bundan çok daha önemlisi, bir karşılaştırma birimine göre izafi oranıdır, çünkü o, gelişmenin dururnunu gösterir. Böylelikle, halihazır durumun bir gelişme başlangıcı mı, yoksa bir son durum mu olduğunu belirler ve Türk serbest girişimcilerin göresel sayısının 90'lı yılların ortasında yükselmekte olduğu sonucuna varırız.

Model değişkenleri

Hesaplama formülünde üç değişken yer almaktadır: Nüfusun sayısı, çalışanların oranı ve serbest girişimcilerin oranı. Hesaplamanın sonucu 2010 yılına kadar Almanya'da ortaya çıkacak Türk serbest girişimcilerin sayısıdır.

Model değişkenli nüfus sayısı: Türk vatandaşlarının sayısına ilişkin veriler, yabancılar merkezi kayıt bürosunun yıllık istatistiki değerlendirmelerine dayanmaktadır. Bu tabana biz Alman vatandaşlığına geçen eski Türk vatandaşlarının sayısını ekledik. Yıllık istatistikler her iki sayı hakkında da bilgi içermektedir. Buna göre 1999 yılında Almanya'da 2.152.000 Türk vatandaşıyla, 339.000 eski Türk vatandaşı yaşamaktadır. Bunlar, sayısı 2.491.000 olan Türk nüfusunun tamamını oluşturmaktadırlar. Kaydı bulunmayan Türk vatandaşlarını, onlar hakkında sayı bulunmadığından, gözönüne alamadık. Ayrıca, Alman vatandaşlığına alınmış olanlarda, yeni doğumlar, ölümler ve göç edenler hakkında herhangi bir sayı bulunmadığı için, hesaba katılmamışlardır ve bu nedenle bu noktada da bir hata payı sözkonusudur. Birbirine zıt yönde gelişen olguların birbirlerinin etkilerini giderdiklerini varsayarsak ve bu kesimin bütünü içerisinde önemli sayılmayacak bir bölüm oluşturduğunu düşünürsek, her iki yöndeki etkileri de gözardı edebiliriz.

2000'den 2010'a kadar olan süreye ait veriler için aşağıdaki öncelikler geçerlidir: Hesaplama için Türk vatandaşlığında olanlarla Alman vatandaşlığına geçenler ayrımını yapmak gereksiz, çünkü bu iki kesimdeki

değişimler sonuçta birbirini egalize edecektir. Türk nüfusunun artış oranı, son 10 yılın göç bilançosu (1989-1999) da dahil edildiğinde, günümüzde yılda %3'ün epey üzerindedir. Yaş dağılımı ve kişisel değerlerdeki değişimler gözönüne alındığında, 2010 yılına kadar büyümenin %2'ye gerileyebileceği gerçekçi olarak varsayılabilir.

Model değişkenli çalışan nüfus oranı: Federal İstatistik Dairesi, serbest girişimcilerin oranını hesaplarken, nüfus içindeki çalışanların oranı üzerinden gidiyor. Öte yandan, bir toplumdaki çalışanların oranı, işsizlerin oranıyla birlikte o toplumun çalışan nüfus oranını vermektedir. Hesaplamalarda, çalışanların oranı, çalışma oranının aksine, iş piyasasındaki oynamalardan etkilendiği için, sorunludur. Yani, mutlak sayıda hiçbir değişiklik olmasa da, işsizlerin oranında olacak herhangi bir değişim sonucunda serbest girişimcilerin oranı da değişecektir.

Çalışanların gerçek sayısı Federal İstatistik Dairesi tarafından belirlenmiyor. Bu nedenle Türk çalışanların sayısında alt sınır olarak, Federal Çalışma Dairesi tarafından ortaya konan, sosyal sigortalara kayıtlı olarak çalışan işanların tamamının oluşturduğu sayı alınabilir. Buna, Almanlarla birlikte sayılan Alman vatandaşlığına geçmiş olanlarla, sosyal sigortalı olmadan çalışan Türk vatandaşlarının sayısının eklenmesi gerekir.

Bizim, kendi projeksiyon modelimize esas aldığımız çalışan oranları, Federal çalışma Dairesi'nin verileri ve mikrozensus göz önünde tutulmak suretiyle bulun-

muştur. Özellikle, 1980-1983 veya 1993-1994 dönemleri gibi işsizliğin yüksek olduğu dönemlerde küçük düzeltmeler yapılmıştır. Ne var ki bu, eğrinin gidişatıyla modelin anlatım gücünü etkilememektedir.

1995 ile 2010 arasındaki dönem için çalışanların oranındaki yükseliş %40 kabul edilmiştir, çünkü biz Türk nüfusu içerisindeki 15 yaştan küçük olanların oranının gerileyeceği ve Almanya'daki nüfus gelişimi sonucunda çalışma çağındaki insanlara yönelik gereksinimin artacağını varsayıyoruz. Bu durumda modeldeki oran, bugün Almanya genelinde saptadığımız takriben %44'lük oranın da biraz altında kalmaktadır.

Model değişkenli serbest girişimci oranı: Biz, çalışan nüfus içerisindeki serbest girişimcilerin oranı anlamına gelen serbest girişimci oranını mikrosensüsdan üstlendik. Aradaki cüz'î farklar, yukarıda sözü edilen düzeltmelerden oluşmuş bulunuyor. Mikrosensus verilerinin analizi kısa süreli dönemlerde uyumsuzluklar ortaya

koymaktadır. Bu, örneğin 1985, 1989, 1991 ve 1993 yıllarının verilerindeki değişimlerde belli oluyor. Serbest girişimcilerin sayısı 1985'den 1989'a kadar artmaktadır; 1991'den sonra ise bu gelişme sıçramaya dönüşmektedir. Buna karşılık 1989-1991 yılları arasındaki konjunktürel canlılık dönemine isabet eden dönemde serbest girişimcilerin sayısı anlaşılabilir bir biçimde sabit kalıyor. Bu nedenle oran, dinamik bir eğilime hafifçe uyarlanmıştır. Uzun vadeli karşılaştırmalarda bu bozukluklar ortadan kaybolmaktadır ve modelin varsayımlarının Federal İstatistik Dairesi'nin belirlemeleriyle eşitlendiği belirlenecektir. 2000 ile 2010 yılları arasındaki dönem için, 2010 yılının hedef büyüklüğü olan %9'dan hareket ederek (bakınız tez 1) eğri yansıtıldı. İstatistiki ve sosyolojik gerçeklerin eşit olarak gözönüne alınması açıkça dinamik gelişen bir S-eğrisine uygun bir gelişme göstermektedir.

KAYNAKÇA

Gazeteler ve dergiler

AID – Ausländer in Deutschland, Asia Week, Bank und Markt, Business Week, Capital, China Economic News, Das Handelsblatt, Die Welt, Haftalık Dünya, Ekonomist, Financial Times, Financial Times Deutschland, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Harald Tribune Asia, Hürriyet, Intermedya Ekonomi, İStR, Lebensmittel-Zei-

tung, Milliyet, Nachrichten aus der Türkei, Neue Zürcher Zeitung, RWI-Mitteilungen, Sabah, Süddeutsche Zeitung, Türkei-Kurier, Vergi Dünyası, Wall Street Journal Asia, Wall Street Journal Europe, Wirtschaftswoche, Wirtschaft und Statistik.

Raporlar ve kitaplar

Statistisches Jahrbuch (Federal İstatistik Dairesi 1961'den 1999'a kadar olan yayınlar), Ergebnisse des Mikrozensus Deutschlands (Federal İstatistik Dairesi: 1976'dan 1999'a kadar olan yayınlar), Daten und Fakten zur Ausländersituation (Beauftragter der Bundesregierung für die Belange der Ausländer), Avrupa Birliği'ndeki Türk Ekonomisi (Türkiye Araştırmalar Merkezi, 2000), Federal Almanya'daki Türk İşadamları ve Bunların Ülke İçindeki Sosyo-Ekonomik Gelişmelere Katkıları (Türkiye Araştırmalar Merkezi), 2000'li Yıllara Doğru Ekonomik Süpergüç: Çin (TÜSIAD), Gastarbeiter – Konsumenten in einer neuen Heimat (Marketing

Journal), Konsumgewohnheiten und wirtschaftliche Situation der türkischen Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland (Türkiye Araştırmalar Merkezi), 2030'larda Türkler (Zarif; Goldberg; Ően, İstanbul 1994), Jahresberichte der Bundesbank, 2000'li yıllarda Türkiye (TÜSIAD), Sermaye Piyasası Kurulu Yıllık Raporları, DIE İstatistik Yıllığı, diverse TOBB-, ITO- und ISO-Zeitschriften, Sons of the Yellow Emperor (Lynn Pann, New York 1994), Lords of the Rim (S. Seagrave, New York 1995), TİD – Türken in Deutschland (IPA+), interne KPMG-Berichte und Analysen (KPMG Türkei Archiv).

Impressum

Yayınlayan:

ATIAD, Avrupa Türk İşadamları ve
Sanayicileri Derneği

Sorumlu:

Eşref Ünsal, Yönetim Kurulu Başkanı

Tasarım ve Koordinasyon:

COMAD
Advertising & Public Relations
Bozkaya & Küçükler GbR
Mainstraße 21
45487 Mülheim an der Ruhr
Tel.: 0208-37 749-10
Faks: 0208-37 749-19

Baskı:

WAZ-Druck, Duisburg

ATIAD

Avrupa Türk İşadamları ve
Sanayicileri Derneği
Wiesenstraße 70 A 1
D-40549 Düsseldorf
Tel.: 0211 – 50 21 21
Faks: 0211 – 50 70 70

KPMG

Olof-Palme-Straße 31
D-60439 Frankfurt am Main
Tel.: 069-95 87-0
Faks: 069-95 87-13 35



VERBAND TÜRKISCHER UNTERNEHMER UND INDUSTRIELLER IN EUROPA e.V.
ASSOCIATION OF TURKISH BUSINESSMEN AND INDUSTRIALISTS IN EUROPE
AVRUPA TÜRK İŞADAMLARI VE SANAYİCİLERİ DERNEĞİ

Wiesenstraße 70 A 1 • D-40549 Düsseldorf
Tel.: 0211-50 21 21 • Faks: 0211-50 70 70 • Internet: www.atiad.org • E-mail: info@atiad.org