

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**İŞLETME ANABİLİM DALI
YÖNETİM VE ORGANİZASYON PROGRAMI**

**2008 KÜRESEL EKONOMİK KRİZİNİN ALMANYA'DAKİ TÜRK ETNİK
GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Engin TOSUN

NİSAN - 2014

TRABZON

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**İŞLETME ANABİLİM DALI
YÖNETİM VE ORGANİZASYON PROGRAMI**

**2008 KÜRESEL EKONOMİK KRİZİNİN ALMANYA'DAKİ TÜRK ETNİK
GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Engin TOSUN

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Tülay İLHAN NAS

MART - 2014

TRABZON

ONAY

Engin TOSUN tarafından hazırlanan *2008 Küresel Ekonomik Krizinin Almanya'daki Türk Etnik Girişimciler Üzerindeki Etkisi* adlı bu çalışma 10.04.2014 tarihinde (*Savunma Sınavı Tarihi*) yapılan savunma sınavı sonucunda *oybirliği* ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Anabilim dalında **yüksek lisans tezi** olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Tülay İLHAN NAS (Başkan-Danışman)

Doç. Dr. Birol KARAKURT (Üye)

Öğr. Gör. Dr. Aykut KARAKAYA (Üye)

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

/ /2014

Prof. Dr. Ahmet ULUSOY

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada orijinal olmayan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her tür yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ediyorum.

İmza

Engin TOSUN

10/04/2014

ÖNSÖZ

Almanya'daki Türk etnik girişimciliğinin gelişmesi konusunda son yıllarda gösterdiği olağanüstü performansın ardında yatan sebepleri araştırdığım tezim, başlangıcından bugüne kadar uzun ve yorucu bir yolculuğu gerektirdi. Bu bilimsel yolculuğun her aşamasında elimden tutarak beni yalnız bırakmayan ve kaybolduğum her noktada bana bir rehber ve can simidi olan kıymetli hocam Doç. Dr. Tülay İLHAN-NAS'a, eğitim ve araştırma zemini temin eden Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün öğretim elemanları ve idarecilerine sonsuz teşekkürü borç bilirim. Onların destekleri olmaksızın eğitimimi ve bu tezin tamamlanması mümkün olamazdı.

Trabzon, Nisan 2014

Engin TOSUN

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	IV
İÇİNDEKİLER	V
ÖZET	VII
ABSTRACT.	VIII
TABLolar LİSTESİ	IX
ŞEKİLLER LİSTESİ	XI
GRAFİKLER LİSTESİ	XII
KISALTMALAR LİSTESİ	XIII
GİRİŞ.....	1-3

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ÇALIŞMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ	4-40
1.1. Etnik Girişimcilik Kavramı	3
1.1.1. Tanım	3
1.1.2. Etnik Grupları Girişimde Bulunmaya Sevk Eden Faktörler	6
1.1.2.1. İtici Faktörler	8
1.1.2.1.1. Ayrımcılık ve Ekonomiden Dışlanma	8
1.1.2.1.2. Dil Engeli.....	9
1.1.2.2. Çekici Faktörler	11
1.1.2.2.1. Ekonomik Getirinin Fazlalığı	11
1.1.2.2.2. Dil Birlikteliği.....	12
1.1.2.2.3. Sosyal Sermaye	13
1.1.2.2.4. Bağımsızlık Hissi.....	15
1.1.3. Schumpeter'in Kalkınma Teorisi	15
1.1.4. Schumpeter'in Kalkınma Teorisi'nin Etnik Girişimciliğe Bakışı.....	18
1.1.5. Ağ Teorisi (Sosyal Ağ Teorisi)	20

1.1.6. Ağ Teorisi'nin Etnik Girişimciliğe Bakışı	23
1.2. Ekonomik Kriz.....	27
1.2.1. Ekonomik Kriz Kavramı	27
1.2.2. Ekonomik Krizlerin Ortaya Çıkma Sebepleri	28
1.2.3. Ekonomik Krizlerin Etkileri.....	30
1.2.4. 2008 Küresel Krizinin Avrupa'ya Yansıması	32
1.3. Avrupa'daki Türk Kökenli Etnik Girişimciler	33
1.4. Almanya'da Etnik Girişimcilik ve Türk Kökenli Etnik Girişimciler	35

İKİNCİ BÖLÜM

2. KRİZİN ALMANYA'DAKİ TÜRK ETNİK GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE ETKİSİ	41-62
2.1. Almanya'daki Türk Etnik Girişimcilere Genel Bakış	41
2.2. Araştırma Modeli	43
2.3. Araştırma Kapsamı ve Örneklem Süreci	44
2.4. Veri Toplama Yöntemi ve Veri Toplama Süreci.....	44
2.5. Veri Seti ve Analiz Yöntemi.....	45
2.6. Araştırma Bulguları	45
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	63
YARARLANILAN KAYNAKLAR.....	66
EKLER	72
ÖZGEÇMİŞ.....	76

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; 2008 Küresel Ekonomik Krizi'nin Avrupa Birliği ve Almanya'daki olumsuz etkilerine rağmen, bu ülkede yaşayan Türk etnik girişimcilerin ekonomik faaliyetlerini geliştirerek sürdürmelerinin altında yatan nedenleri bilimsel olarak açıklamaktır. Bu bağlamda, Almanya'daki Türk etnik girişimcilerin başarıları Joseph Alois Schumpeter'in 'Kalkınma Teorisi' ve 'Sosyal Ağ Teorisi' ile açıklanmaya çalışılmakta ve bu nedenle benzer şartlarda yaşayan etnik gruplar üzerinde de yapılabilecek araştırmalarda bu teoriler bağlamında incelenmesi yolunda bir adım atılmaktadır. Buna ek olarak, Almanya'da ticari faaliyet yürütmekte olan 200 Türk asıllı etnik girişimci ile yapılan anket çalışması aracılığıyla, Almanya'daki Türkler'in kendi aralarında oluşturdukları sosyal ağların bu durumda bir etkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmada; Almanya'da yaşayan Türk etnik girişimcilerin başarılarının; Kalkınma Teorisi'nin üzerinde durduğu "yenilik" kavramı ve bu kişilerin sahip oldukları sosyal şartların Sosyal Ağ Teorisinde öngörülen şartlara uygunluğu ile açıklanabileceği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Almanya, Etnik Girişimcilik, Türk Etnik Girişimciler, Schumpeter, Kalkınma Teorisi, Sosyal Ağ Teorisi, Ağ Teorisi.

ABSTRACT

The aim of this study is to scientifically study the underlying reasons for the ongoing process of economic growth of ethnic Turkish entrepreneurs living in Germany, in spite of the negative effects of 2008 Global Economic Crisis both in Germany and the European Union. To put differently, in this thesis, the trend which the ethnic Turkish entrepreneurs follow will be explained with a theory that may also be applied in other economies and other ethnic groups. The push and pull factors affecting commercial activities of ethnic Turkish entrepreneurs have been examined, the extensions of those factors in Germany that has been going through the global economic crisis have been indicated with causal relationships. Additionally, a survey was conducted with 200 Turkish participants who were doing business in Germany to find out whether there is an impact of social networks they have on their current commercial performance. The findings obtained were tried to be explained with Joseph Alois Schumpeter's Development Theory in which he puts emphasis on renovation and entrepreneurship in economic development, and Social Network Theory. The results of the research showed that the success of Turkish entrepreneurs living in Germany can be explained with the concept "renovation" which is emphasized by the Development Theory and also with the compatibleness between the social conditions in which those people live and the conditions stipulated in Social Network Theory.

Key Words: Germany, ethnic entrepreneurship, ethnic Turkish entrepreneurs, Schumpeter, Development Theory, Social Network Theory, Network Theory.

TABLolar LİSTESİ

<u>Tablo Nr.</u>	<u>Tablonun Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Almanya’da Bağımsız ve Bağımlı Çalışanların Oranları ve Kazançları	37
2	Örnekleme Yer Alan Türk Etnik Girişimcilerin Nitelikleri	46
3	Anket sorularına Likert Yöntemine göre verilen cevaplar	47
4	İşyerinin Yenilikçiliği ile Krizin Etkisi Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	48
5	İşyerinin Yenilikçiliği ile İşçi Sayısında Değişiklik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	49
6	İşyerinin Yenilikçiliği ile Ciroda Değişiklik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	49
7	Müşteri Profili ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	51
8	Türkler Erişebilir ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	52
9	Müşterilerin Haberdar Olması ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	53
10	Çevresindeki Kişiler ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	54
11	Türk Kuruluşları ile İlişkiler ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	55
12	Fikir Alışverişinde Bulunduğu Kişiler ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	56
13	Yardıma Hazır Kişiler ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	57
14	Fırsatları Öğrenme Yönünden ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları	58
15	Türklerin Performansı Hakkında Katılımcıların Görüşleri	59

16	Müşteri Kitesine Sahiplik ile Krizin Etkisi Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları.....	60
17	Müşteri Kitesine Sahiplik ile İşçi Sayısında Değişiklik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları.....	61
18	Müşteri Kitesine Sahiplik ile Ciroda Değişiklik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları.....	61

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Şekil Nr.</u>	<u>Şeklin Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Granovetter'in "Zayıf Bağların Kuvveti" Modeli	22
2	Almanya'da Türk Girişimlerinin Gelişmesine Etki Eden Faktörler.....	36
3	Araştırmanın Modeli	43

GRAFİKLER LİSTESİ

<u>Grafik Nr.</u>	<u>Grafığın Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Etnik Grupların Girişimde Bulunmalarında Dilin Etkisi.....	13
2	Almanya'da Yaşayan Türkler, İtalyanlar ve Yunanlılar'ın Girişimcilik Oranlarının Karşılaştırılması	36
3	Almanya'daki Türk Nüfusu.....	39
4	Almanya'daki Türk Girişimcilerin Bu Ülkedeki Etnik Türk Nüfusuna Oranı....	40

KISALTMALAR LİSTESİ

- AB : Avrupa Birliği
ABD : Amerika Birleşik Devletleri
ATİAD : Avrupa Türk İşadamları ve Sanayicileri Derneği
İGIAD : İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği
GSMH : Gayri Safi Milli Hâsıla

GİRİŞ

Türkiye ile Almanya arasında 1961 yılında yapılan Türk Alman İşçi Alımı Anlaşması'na istinaden bu tarihte 6.700, daha sonraki tarihlerde de gittikçe artan sayılarda Türk çalışmak amacıyla Almanya'ya gitmiştir. Bu kişiler başlangıçta sadece işçi olarak bu ülkede bulunmuş olsalar da, zamanla bu ülkede yaşayan diğer etnik gruplar gibi Türkler de, ülke nüfusu ve ekonomisinin ayrılmaz parçası olarak kabul edilmişlerdir.

Türk işçiler için Almanya'ya gitmek o dönemde bir zorunluluk olarak görülmüştür. Çünkü 1958-1963 yılları arasındaki beş yıllık kalkınma planında da belirtildiği gibi, 2. Dünya Savaşı'nın yaralarını saramayan Türkiye'de hızlı nüfus artışı büyük bir problemdir ve ekonomik gelişmeler bu artışa cevap verebilecek istihdamı üretememektedir. 1963 yılı verilerine göre Türkiye'deki işsiz sayısı 1,5 milyon civarındadır. Büyük işsizlik sorunu ile mücadelede Almanya'dan gelen teklif memnuniyet ile karşılanmıştır ve iki devlet arasında 1961 yılında yapılan anlaşma ile toplam 825.000 Türk işçisinin Almanya'da bir işe yerleştirilmesi sağlanmıştır.

İşçi olarak gittikleri Almanya'da zamanla etnik Türkler arasında kendi işletmelerini kurma eğilimi gelişmiş ve her geçen yıl kurdukları işletmelere yenileri eklenmiştir. 2010 yılı itibarı ile Türk etnik işletmecilerinin tüm Türk etnik nüfusuna oranı % 9'a, sayıları 106.000'e, yıllık ciroları ise 95 milyar Euro'ya ulaşmıştır.

Etnik Türklerin kendi işletmelerini açma oranları bu ülkedeki Yunanlılar ve İtalyanların seviyelerine ulaşmış değildir. Ancak, diğer iki etnik grupta 1985 yılından itibaren bir duraksama gözlemlenmekte iken, girişimcilik artış oranı Türkler için yıllık % 1'in üzerine çıkmış durumdadır. Yapılan tahminlere göre 2025 yılında Almanya'da 130.000 Türk kendi işletmesinin sahibi olacaktır (ATİAD, 2010).

Tüm dünya ekonomik kriz ile mücadele etmekte iken, acaba etnik girişimciler krizden nasıl etkilenmişlerdir ve etkilenmektedirler? Değişik parametrelere göre (istihdam

ettikleri işçi sayısı, ciroları, işletme sayıları vb.) bu girişimler, faaliyet gösterdikleri ülkelerin ekonomileri ile mukayese edildiğinde ekonomik krizden ne oranda etkilenmişlerdir? Şayet bir farklılık mevcut ise, bu fark hangi nedenlerle açıklanabilir? Tüm bunların ötesinde bu işletmelerin mevcut durumları hangi teori ile açıklanabilir?

Araştırmada Almanya’da faaliyet gösteren Türk etnik girişimcileri ele alınmış, bu girişimcilerin 2008 Küresel Ekonomik Krizi’nden ne oranda etkilendikleri araştırılmış, bu etkinin sebepleri ve Almanya geneli ile benzerlik gösterip göstermedikleri incelenmiş, yapılacak mukayesenin ve uygulanacak anketin neticeleri iki teori ile açıklanmaya çalışılmıştır.

Literatür incelendiğinde Almanya’daki Türk girişimcileri çeşitli çalışmalarda incelenmiş ancak bu çalışmalarda Türk etnik girişimcilerinin ana ülkenin ekonomisindeki rolleri ve iş gücüne katılımları incelenmiş olup etnik girişimcilerin krizden etkilenip etkilenmedikleri konusuna değinilmemiştir. Özbek (2004:89-101) etnik işgücünün küresel kentlerdeki sektörel rollerini ve 1990’ların başlarındaki Alman ekonomisine Türk işgücü katılımını incelemiş ve işçilerin Batı Avrupa emek piyasalarında, formel ve informal sektörlerde önemli aktörler olarak rol oynadığı, yeni iş göçü dalgaları ile Batı Avrupa’daki etnik işgücü katılımıyla ilgili önemli dönüşümlere neden olduğu ve işçi statüsünden girişimci statüsüne geçtiğini, iktisadi olarak ise pasif durumdan aktif bir durum geçtikleri sonucuna ulaşmıştır.

Şen ve diğerleri (2007:405-418) ise Almanya’da Türk girişimciliğini incelemişler ve Türk girişimcilerinin Almanya ve Avrupa çapında eriştikleri ekonomik gücü ampirik veriler ışığında ortaya koymuşlardır.

Özbek ve Şen etnik girişimciliği farklı konularda ele almışlardır. Daha sonraki araştırmalarda da krizin etnik girişimciler üzerindeki etkisi araştırılmamıştır. Literatürde de etnik girişimciler açısından kriz boyutuna değinilmemiş olması çalışmanın bu bağlamda yapılmasına teşvik etmiştir. Almanya’da yaşayan Türkler arasındaki girişimcilik 2008 yılında başlayan küresel ekonomik kriz sırasında da gelişmeye devam etmiştir. Almanya’nın –diğer pek çok Avrupa ülkesi kadar olmasa da- krizden etkilendiği görülmüştür. Ancak, bu ülkedeki etnik Türkler herhangi bir şekilde krizden etkilenmeden

girişimci faaliyetlerini artırarak sürdürebilmişlerdir. Bu çalışmanın amacı, devlet hazinelerini dahi iflasa sürükleyen bu ekonomik krize rağmen Türk etnik girişimciliğinin başarı hikyesinin ardında yatan sebepleri ve bu durumun yapılan ankette elde edilen sonuçlar ile açıklanıp açıklanamayacağını araştırmaktır. Çalışma, uzun yıllar Almanya ekonomisine katkı sağlayan ve küresel ekonomik krize rağmen dikkat çekici boyutta başarı elde eden bu girişimci grubun daha önce incelenmemiş olması açısından önem arz etmektedir. Yapılan literatür taramalarında konunun yeteri kadar araştırılmamış olduğu görülmüş ve elde edilecek sonuçların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Bu da çalışmanın Almanya rneklemleri olarak yapılmasını teşvik etmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde etnik girişimcilik kavramı hakkında bilgi verilerek etnik grupları girişimde bulunmaya sevk eden faktörler ele alınmıştır. Bu bölümde ayrıca araştırmada ele alınacak olan Schumpeter'in 'Kalkınma Teorisi' ve 'Ağ (Sosyal Ağ) Teorisi'ne, bu teorilerin etnik girişimciliğe bakışlarına, *ekonomik kriz* kavramına, 2008 yılı küresel ekonomik krize ve ekonomik krizin etnik girişimciler üzerindeki etkilerine de değinilmiştir. Bölümde son olarak Almanya'daki Türk etnik girişimcilere ait bilgiler ile bu girişimcilere ait rakamsal verilere yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde; araştırma tasarımı ve modeli çerçevesinde türetilen hipotezler açıklanmıştır. Bölüm, araştırma bulguları ile araştırmada elde edilen değerlerin 'Kalkınma Teorisi' ve 'Sosyal Ağ Teorisi' kapsamında değerlendirilmesi ile sona ermiştir.

Çalışmanın son bölümü olan Sonuç ve Değerlendirme kısmında ise etnik Türk girişimciler açısından bulguların tartışması, araştırma kısıtları ve gelecek çalışmalara yönelik önerilere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ÇALIŞMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Etnik Girişimcilik

2007 yılında başlayıp 2008 yılında etkisi hissedilmeye başlayan ve günümüzde dahi etkilerini devam ettirmekte olan küresel ekonomik kriz, tüm dünyada (hemen hemen) genel ekonomik değerleri olumsuz etkilemiş etkilemektedir. Bunun aksine *Türk etnik girişimcilik*, kriz sırasında dahi büyümeyi sürdürebilmiştir. Etnik girişimciliğin öncelikle bir kavram olarak ele alınması ve muhtemel kavram kargaşalarına sebep olunmaması bakımından benzer kavramlar ile arasındaki benzerlik ve farklılıkların ortaya konması gerekmektedir.

1.1.1. Tanım

Etnik girişimci kimdir? “Nüfusun genelinden ayrılma” kriteri kullanıldığında; ataları Amerikan İç Savaşından (Kuzey-Güney Savaşı) önce köle olarak Amerika kıtasına götürülmüş bir Afrikalı, Liberya’da değerli taş ticareti yapan Lübnan asıllılar, ülkemizde Musevi cemaate mensup işadamları, ülkelerinden iki nesil önce ayrılarak Fransa’ya sığınmış ve kendi işyerlerini işleten Cezayirli aile... Felaketler ve değişik sebeplerle ülkelerinden ayrılmak zorunda kalan veya gönüllü olarak ülkelerinden ayrılarak başka ülkelerde yaşama mücadelesi veren kişilere ait bu örnekler çoğaltılabilir. Günümüzde sınır ötesi geçişleri kolaylaştıran küreselleşme akımının da etkisi ile genel anlamda göçlerin ve buna bağlı olarak da ticari faaliyetlerin artması kaçınılmazdır. Ancak, *etnik girişimci* kavramı ile anlatılmak istenen bu *ötekiler*’in tamamı değildir; dolayısı ile kavramın çerçevesinin çizilmesi gerekmektedir.

Etnik girişimcilik kavramı; “ortak bir ulusal geçmişi veya göç tecrübelerini paylaşan insanlar arasındaki etkileşime ait bağlantılar ve düzenli kalıplar dizisi” olarak tanımlanmıştır (Waldinger ve diğerleri, 1990: 33). Literatürdeki pek çok kaynağın doğrudan bu tanıma kabul etmesine rağmen, sosyolojiyi ön plana çıkaran bu tanım yerine bu çalışmada, daha hukuki bir tanım olarak nitelendirilebilen, tabiiyet ve/veya kültür olarak halen yaşamakta oldukları devletin genel nüfusundan ayrılan etnik grupların, yaşamakta oldukları ülkelerin sınırları dahilinde ve o devletin kurallarına tabi olarak ve doğrudan hayatta kalma amacına matuf olmaksızın ekonomik faaliyetlerde bulunmaları şeklindeki tanım benimsenmektedir.

Etnik girişimcilik kavramı ile benzerlik gösteren ve çoğu defa bu kavram yerine kullanılan iki farklı kavramın tanımlanmasında fayda vardır. Bunlardan birincisi olan *göçmen girişimciler* kavramı, “bir ülkeye yakın bir zamanda gelmiş ve ekonomik olarak hayatta kalma amacıyla ticarete başlamış kişiler” olarak tanımlanabilir ki bu grup; ülkeye yakın bir zamanda gelen göçmenleri, daha önceki zamanlarda gelen göçmenleri ve ortak bir orijine ve varış noktasına sahip olup göçmen olmayan kişileri birbirlerine bağlayan göç ağlarını içine alabilir (Butler ve Greene, 1997’den aktaran: Chaganti ve Greene, 2002: 128). İkinci kavram olan *azınlık girişimcileri* ise “ticari müessese sahipleri olup çoğunluğu teşkil eden gruba ait olmayanlar” olarak tanımlanabilir ki, ABD için bu grup içinde mütalaa edilen girişimciler; siyahiler, Latin Amerika kökenli olanlar, Asyalılar, Pasifik Adalarından gelenler, Kızılderililer ve Alaska yerlileri olarak sayılmaktadır (Chaganti ve Greene, 2002: 128). Bütün bu farklı tanımlara rağmen tanımlar arasında net bir ayırım literatürde bulunmamaktadır.

Bu araştırmadaki hedef kitleyi teşkil eden “Almanya’da yaşayan Türkler”in bu kavramlardan “etnik girişimci” kavramının kapsamına girdiği anlaşılabacaktır. Bu hedef kitlenin *göçmen girişimci* olarak nitelendirilmesi mümkün değildir. Çünkü işçi olarak çalışmak üzere bu ülkeye giden ve sahip oldukları statü belli bir seviyede hayatlarını devam ettirmeye imkân veren Türklerin kendi bağımsız işyerlerini oluşturmalarını doğrudan hayatta kalabilme amacı ile açıklanabilir. Gerek Waldinger ve diğerlerinin (1990: 33) literatüre hâkim etnik girişimcilik tanımı ve gerekse bizim bu araştırmada kullandığımız tanıma göre, Almanya’da yaşayan ve asıl gönderilme gayelerinin dışına

çıkarak kendi kendilerinin patronu olmayı tercih eden Türkler “Türk etnik girişimci” tanımına uymaktadır.

Etnik girişimciliğin dünyada bugün itibarı ile geldiği noktaya bakıldığında literatür, genel olarak gelişmiş ülkelerdeki durumu incelemiş ve tüm bu ülkelerde etnik girişimciliğin giderek geliştiğini ortaya koymuştur. Bu ülkeler arasında ABD, Almanya, İngiltere ve Avustralya gibi gelişmiş ülkeler bulunmaktadır. Ancak, bu noktada ABD’deki “etnik grup” kavramının diğer devletlerden daha farklı bir şekilde algılandığını vurgulamakta yarar bulunmaktadır. Diğer tüm devletler “etnik grup” kavramını, kültürel özellikleri ile nüfusun genelinden ayrılan topluluklar şeklinde tanımlamakta iken, ABD için bu kavram beyaz Amerikalılar (Caucasians) dışında kalanları anlatmakta kullanılmaktadır. Yukarıda da bahsettiğimiz gibi, Almanya’da yaşayan Türk işçileri ve başka milletlere mensup kişiler *etnik* kavramı içerisinde yer alırken; ABD’de yaşayan, bu devletin vatandaşı olan, hatta ataları yüzyıllardır bu devletin tabiiyetinde olan siyahi, Latin Amerika kökenli, Arap, Güney Asya asıllı vs. tüm insanlar *etnik grup* olarak nitelendirilmektedirler.

Etnik girişimcilik kavramını ve etnik girişimcilerin daha iyi kavranması amacıyla, etnik grupları girişimde bulunmaya sevk eden faktörlerin incelenmesinde fayda bulunmaktadır.

1.1.2. Etnik Grupları Girişimde Bulunmaya Sevk Eden Faktörler

Alman araştırmacı-yazar Günter Wollraff 1985 yılında yazdığı “En Alttakiler” (Ganz Unten) isimli kitabında, bu ülkede yaşayan Türk işçilerini Alman toplumunun en altına yerleştirmiş ve hayatta kalma, ekonomik olarak daha müreffeh bir hayat sağlama gibi amaçlarla Almanya’da bulunan Türklerin maruz kaldıkları muamelelere dair gözlemlerini ve hatıralarını aktarmıştır. Saç ve göz rengini değiştirip tebdil-i kıyafet yaparak geçici de olsa bir Alamancı kimliğine bürünen Wollraff, aynı işi yapmalarına rağmen bir Alman ile bir Türk’ün elde ettikleri getiriler arasındaki farkı gözler önüne sermektedir.

Yayımlandığı yıllarda kitap, Almanya’daki Türk işçileri ile tek yürek olan ve Türkiye’de kitabı okuyan kişiler arasında büyük yankı uyandırmıştır. Sadece tasviri dahi

bu etkiyi yapabilen ayrımcı muameleleri bir de bu muamelelerin mağduru açısından değerlendirmek gerekmektedir. Almanya’da iken “Türk” Türkiye’de buldukları zaman ise “Alaman” olarak nitelendirilen bu insanlar, kendi kimliklerini kaybetmeden, ama artık “en altta” da kalmayı kabul etmeden Almanya’da yaşamının yollarını aramışlar ve kendi işletmelerini kurma alternatifine yoğun olarak yönelmişlerdir.

Etnik girişimler çeşitli yönlerden ele alınabilir. Öncelikle, bu girişimler hem buldukları ülkelerin ekonomilerine dinamizm aşılar, hem de o ülkelerin ekonomileri için büyük önem taşırlar. Bu girişimlerin işsizlikle mücadele, istihdam oluşturma ve devrimsel nitelik taşıyan işlerin meydana getirilmesinde katkıları yadsınamaz (Constant ve Zimmerman, 2006: 279). Ancak, göz önünde tutulması gereken bir husus; özellikle gelişmiş ülkelerin ekonomileri içerisinde gittikçe artan bir role sahip olmalarına rağmen, etnik girişimcilerin finans ve işgücü temini ile pazarlama gibi zorluklarla karşılaşmaları ve bu zorlukları da grup-içi bağlantılar yoluyla aşmaya çalışmalarıdır (Assudani, 2009: 1).

Bir başka ifadeyle bu kişiler, kendi ekonomik girişimlerini kurmaya bir taraftan “itilirken” diğer taraftan da “çekildiler.” Bu gözlemi, yaptığı sınıflandırmaya esas kabul eden Bates (1997), etnik gruplara mensup kişileri kendi işyerlerini açmaya teşvik eden faktörleri, *itici ve çekici faktörler* olmak üzere iki kategoride incelenmektedir (Bates, 1997’den aktaran Shinnar ve Young, 2008: 244). Bunlardan *çekici faktörler*, etnik gruplara mensup kişilerin kendi işyerleri açmalarının olumlu yanlarına odaklanmaktadır. Buna göre kendi işyerlerini açmak, bu gruba mensup kişiler için halen istihdam edildikleri işyerlerine nazaran daha cazip seçenekler sunabilir. Diğer taraftan, genel istihdam pazarından tecrit edilmeleri, bu kişilerin kendi işyerlerini açmaları konusunda *itici faktör* görevi üstlenebilir. Bunlara ilave olarak, girişimcilerin özellikleri ve buldukları yerin coğrafi özellikleri de *itici veya çekici faktörler* olarak rol oynayabilirler.

Aşağıda, literatürde “itici faktörler” ve “çekici faktörler” olarak nitelendirilen bu faktörler daha ayrıntılı olarak incelenmiştir.

1.1.2.1. İtici Faktörler

Dünya genelindeki manzara; etnik grupların bir ülkede her ne ad altında yaşamakta olurlarsa olsunlar, yerel halka oranla daha olumsuz yaşama ve çalışma şartlarına sahip olduklarını göstermektedir. Bazen buldukları ülkelerin istihdam piyasasında kendilerine yer bulamayan bu kişiler yoksulluktan çıkışın bir vesilesi olarak kendi ticari teşebbüslerini açma yoluna müracaat etmektedirler (Shinnar ve Young, 2008: 244). Buna göre bu gruba mensup kişiler kendi ticari girişimlerini kurmaya bir anlamda “itilmektedirler.” Literatürde bu *itme*'nin sebepleri arasında; yapılması istenen iş ile teklif edilen ücret arasındaki dengesizlik, ayrımcılık, dil engeli, yerel nüfus ile mukayese edilemeyecek derecede eğitim eksikliği ve işte yükselme yollarının kapalı olması gibi sebepler sayılmaktadır. Bu çalışmada itici faktörler aşağıdaki başlıklar altında incelenmiştir.

1.1.2.1.1. Ayrımcılık ve Ekonomiden Dışlanma

Literatürde, bir ülkede yaşamakta olan etnik grupların, o devletin insan unsurunu oluşturan asıl insan topluluklarına göre ekonomik anlamda ayrımcılığa maruz kaldıkları ve bu durumun da etnik grupların kendi ticari teşebbüslerini kurmaya yönelttiğine dair araştırma sonuçları mevcuttur (Köllinger ve Minniti, 2006; Mora ve Davila, 2005; Clark ve Drinkwater, 2010; Constant ve Zimmerman, 2006 vb).

Sonuçlara göre, ayrımcılık sebebiyle genel ekonomiden dışlanan etnik gruplar alternatif olarak işyeri kurmaya yönelmekte, böylelikle de kendi kendilerinin patron olmayı diğer seçeneklere tercih etmektedirler. Bu husus; çeşitli topluluklar, göçmenler ve azınlıkların hayatta kalma stratejisi olarak girişimciliğe meyilemeleri ve bu topluluklarda küçük işyeri sahibi olma oranlarının yüksek olmasının sebeplerini açıklamakta kullanılmaktadır (Köllinger ve Minniti, 2006: 60).

Mora ve Davila (2005: 390) etnik grupların ticari girişimlerde bulunma konusunda gösterdikleri temayülün başlıca sebebinin, işgücü piyasasında etnik gruplara yönelik ayrımcılık olduğunu, işsizliğin veya düşük ücretlerin bu gruplara mensup kişileri kendi işyerlerini açmaya teşvik ettiğini ileri sürmektedirler.

Köllinger ve Minniti'nin (2006: 72) araştırması ise siyahî Amerikalılar'ın kendi işyerlerini açma oranının beyazlara göre daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma, bu durumun temelinde bu kişilerin tercihlerinin değil, mali engellerin bulunduğunu tespit etmiştir. Yukarıda da belirtildiği gibi, konu ile ilgili bilimsel araştırmalarda her ne kadar ABD'de yaşayan siyahîler için "etnik grup" nitelendirmesi yapılsa da, Almanya'yı çalışma alanı olarak ele alan bu çalışmada böyle bir nitelendirmenin isabetli olmadığı düşünülmüştür. Ancak, nüfusun genelinden ayrılma ve ayrımcı davranışların mağduru olma gibi sebeplere istinaden Amerikalı siyahîlerin kendi işyerlerini açmaya yönelmeleri, bu konuda yapılmış bulunan diğer araştırmaların sonuçlarını doğrular niteliktedir. Benzer şekilde, Clark ve Drinkwater'ın (2010: 106) araştırması da, İngiltere'de ücretli işlerde çalışan göçmenlerin ücretlerdeki ayrımcılıktan korunmak amacıyla kendi işyerlerini açma yoluna gittiklerini ortaya koymuştur.

1.1.2.1.2. Dil Engeli

Yapılan araştırmalarda, etnik grupların buldukları ülkenin dilini akıcı bir şekilde veya yeterli seviyede konuşup konuşmadıkları ile bu kişilerin kendi işyerlerini kurma eğilimleri arasındaki ilişki araştırılmış ve bu iki değişken arasında dolaylı veya doğrudan bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu ilişkinin iki farklı şekilde değerlendirilmesi mümkündür:

1. Etnik gruplar, yerel dili yeterli derecede konuşamama sebebiyle genel ekonomik hayattan kısmen tecrit edilmekte ve kendi ticari işletmelerini kurmaya yönelmektedirler.

2. bu gruplar aynı dili konuştukları ve sayıları yeterli bir seviyeye ulaşan kişilerden oluşan kapalı toplum içerisinde ticaret yapabilecekleri ortamı bulabilmekte ve kendi ticarethanelerini açabilmektedirler.

Bunlardan birincisi "itici" bir faktör olarak değerlendirilebilirken, ikincisinin "çekici" bir faktör olduğu açıktır. Bu alt başlık altında sadece itici bir faktör olarak incelenecek olan dil engelinin çekici özelliğine bir sonraki alt başlıkta değinilmektedir.

Etnik gruplara mensup kişilerin, buldukları ülkenin yerel diline yeterli derecede hâkim olmamaları, onların ekonomik hayatta arzu ettikleri seviyede yer alamamalarına

sebepe olabilmektedir. Bir işverenin iletişim dili olan yerel dili yeterli seviyede konuşamayan ve bu nedenle iletişimde sorunlar yaşanması kuvvetle muhtemel olan kişiler yerine, anadili aynı olan ve bu sayede iletişim kazalarının daha az yaşanması ihtimali bulunan kişileri istihdam etmesi (diğer değişkenler sabit kalmak kaydıyla) mantıklı karşılanabilir. Ancak, gözden uzak tutulmaması gereken bir durum daha vardır ki, bu iki grup kişinin sadece dilleri farklı olmayabilmektedir. Bu özelliğe bağlı olarak başka değişkenler de denklemin sonucuna etki edebilir ki araştırma sırasında bu değişkenlerinin bağımsız değişkene etkisini en aza indirmek oldukça zordur.

Konu ile ilgili olarak şu örnek verilebilir: Almanya’da çalışan birinci nesil bir Türk işçisi ile Alman işverenin dillerinin farklı olduğu barizdir. Ancak, tek farkları bu olmayan işveren ve işçilerin dinleri, alışkanlıkları, misafirlerine karşı tavırları, iş disiplini anlayışları, başkaları ile ilişkilerde kullandıkları seviyeler gibi çok sayıda farklılıklar bulunabilir ve iki farklı kültüre mensup bu kişiler işçi-işveren ilişkilerinde sıkıntı yaşayabilirler. Profesyonel anlamda diğer tüm nitelikleri aynı olsa bile, bir Alman işçinin Türk işçisine tercih edilmesini sadece dil farkı ile açıklamak mümkün değildir.

Mora ve Davila (2005: 390) incelemenin daha fazla değişkenin denkleme dâhil edilmesi suretiyle makro planda yapılması gerektiğini belirtmektedirler: Örneğin, ulusal seviyede dil çeşitliliğine karşı gelişen müsamahasızlık sebebiyle ulusal dile yeterince hâkim olmayan etnik gruplara yeterince veya eşit seviyede iş imkânı sağlanamayabilir. Sonuçta da bu gruplar kendi ticari müesseselerini kurmaya teşvik edilirler. Diğer taraftan, küresel entegrasyon bu grupların ev sahibi ülkenin dilini akıcı bir şekilde kullanamamalarına bağlanabilen sonuçları ortadan kaldırmaktadır (Mora ve Davila, 2005: 390-391).

Mora ve Davila’nın (2005: 401) etnik grupların yaşadıkları yerlerdeki büyüklükleri ve dil engeli ile ilgili olarak ABD’de yaptıkları araştırma neticesinde; etnik nüfusun büyüklüğünün, İngilizceyi akıcı bir şekilde konuşan ve konuşmayan gruplar arasında girişimciliği önemli ölçüde artıran bir değişken olmadığını tespit etmişlerdir. Ancak, bu durum ABD gibi yabancılara karşı hoşgörüsü ile bilinen ve nüfusunun önemli bir oranı etnik olarak nitelendirilebilecek olan ülkeler için geçerli olabilecek iken, yabancı korkusu ve bunun da ötesinde yabancı düşmanlığının kimi zaman ürkütücü boyutlara geldiği

lkeler için geçerli olmayabilir. Almanya'nın bu ikinci kategoriye koyulmasının doğru bir değerlendirme olacağı düşünülmektedir (Mora ve Davila, 2005: 401).

1.1.2.2. ekici Faktörler

Etnik grupları ticari girişimde bulunmaya iten faktörlerin yanında, özellikle ait oldukları etnik topluluktan kaynaklanan çekici faktörler de bulunmaktadır. Örneğin, yukarıda itici bir faktör olarak incelediğimiz *dil engeli*; 'yaşamakta oldukları ülkede konuşulan yerel dile yeterli seviyede hâkim olmamak' olarak tanımlanabilmekte ve bu faktör kişiye ticari girişimde bulunmaya *itebilmektedir*. Bu zellik, 'kişinin yaşamakta olduğu ülkenin ana dilini değil, ait olduğu etnik topluluğun dilini kullanmak zorunda kalması veya bunu tercih etmesi' olarak yorumlandığında, bu kişiye ticari girişimde bulunmaya çeken bir faktör ile karşılaşılmaktadır. Buna göre bu çekici faktörün 'ait oldukları etnik topluluğun dilini kullanarak kendisini o topluluğun bir parçası hissetmek ve o topluluğun kendisine sunduğu ekonomik fırsatlardan yararlanmak' olarak tanımlanması mümkündür. Bu ve benzeri çekici faktörlerden başlıcaları aşağıda ayrıntılı olarak incelenmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, azınlık ve etnik gruplar için kendi işyerlerini açma ve alıştırma, genel istihdam piyasasına nazaran daha caziptir. Çünkü bu yeni statü, mteşebbislerine daha yüksek kazanç, daha profesyonel bir duruş ve daha fazla özgürlük temin edebilmektedir. Kendi kendinin patronu olma yönündeki çabalar, Waldinger ve diğerlerinin (1990) kitaplarının başlığı gibi "yukarıya doğru tırmanma" olarak tanımlanabilecek "upward mobility" gayretlerinin bir ürünü olabilmekte ve sosyoekonomik adaptasyon ve gelişimin bir yolu olarak nitelendirilebilmektedir.

1.1.2.2.1. Ekonomik Getirinin Fazlalığı

Etnik grupları ticari girişimde bulunmaya teşvik eden sebepler arasında, girişimde bulunmanın ekonomik getirisinin işçi olarak çalışmaya oranla daha fazla olması da gösterilmiştir.

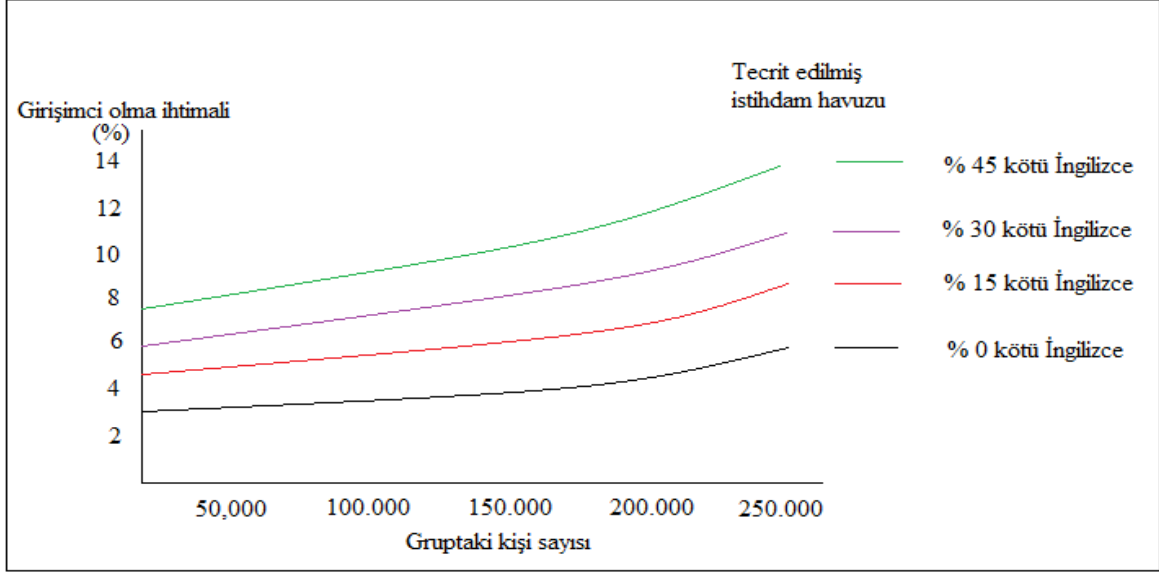
Constant ve diğerlerinin (2007: 94) Almanya’da yaptıkları çalışmada bu ülkede yaşayan etnik grupları ticari girişimlerde bulunmaya teşvik eden faktörler araştırılmıştır. Yazarlar eğitim, mesleki eğitim, dil seviyesi, Almanya’da yaşama süresi gibi değişkenlerin etkilerinin kontrol edildiği regresyon analizi neticesinde; etnik grupların girişimde bulunmaları halinde, aynı özellikleri taşıyan Almanlar ile aralarında önemli bir kazanç farkı olmadığını, etnik grupların özellikle genç yaşlarda Almanlardan daha yüksek oranda girişimciliğe yöneldiklerini, ileriki yaşlarda ise Almanların üstünlüğü ele geçirdiklerini tespit etmişlerdir. Araştırma, girişimciliğin etnik grupları yerel ekonomik hayata entegrasyonlarını sağlama konusunda önemli bir vasıta olduğu sonucuna varmıştır.

1.1.2.2.2. Dil Birlikteliği

Etnik grupların, yaşamakta oldukları ülkelerde kendi ana dillerini kullanmaları ile bu ülkelerde yaptıkları ticari girişimler arasındaki ilişki araştırılmış ve bu iki değişken arasında doğru orantı olduğu gözlemlenmiştir. Evans (1989: 950), göçmenlerin kalabalık topluluklar halinde yaşadıkları bölgelerde daha fazla girişimci fırsatlara sahip olduklarını ifade etmekte, bu duruma da gerekçe olarak daha iyi iletişim kurmalarını ve etkili bir şekilde iş yapmalarına imkân verecek şekilde dil ve kültür vasıtalarına sahip olmalarını göstermektedir. Araştırmacı, buldukları ülkenin dilini yeterli seviyede kullanamamanın etnik girişimcilere nispi avantaj sağladığını, özellikle büyük etnik piyasalar ve dil yönünden tecrit edilmiş bulunan işgücü havuzlarının etnik girişimciler için kaynaklık teşkil ettiğini ve bu durumun da etnik girişimcileri kendi işyerlerini açmaları konusunda teşvik ettiğini ileri sürmektedirler. Bir başka ifadeyle, bu gruba giren insanların kendi dillerini kullanmak zorunda kalmaları, girişimcilik için çekici bir güç oluşturmaktadır.

Etnik gruplara ait bireyleri birbirlerine bağlayan önemli bir özellik de, içerisinde yaşadıkları kapalı topluluklarda kullandıkları ortak dildir ve bu ortak özelliğin etnik girişimciliği teşvik etmede rol sahibi olduğu düşünülebilir. Evans (1989: 957), dil farkının eğitim, istihdam tecrübesi ve mesleki konum gibi çok sayıda değişkenin etkisi çıkarıldığında dahi, etnik girişimcilerin kendi işyerlerini açma konusunda etkisi bulunduğunu aşağıdaki Grafik 1 ile ortaya koymuştur:

Grafik 1: Etnik Grupların Girişimde Bulunmalarında Dilin Etkisi



Kaynak: Evans (1989: 957)'den uyarlanmıştır.

Grafik 1’de, tecrit edilmiş istidam piyasasına sahip olup olmadıklarına göre etnik grupların yerel dili (içinde yaşamakta oldukları ülkenin dili) yeterli derecede konuşamamalarının, bu kişilerin kendi işyerlerini açmaları üzerindeki etkileri karşılaştırılmıştır. Grafikten anlaşılacağı üzere, böyle bir istihdam piyasasına sahip olan etnik gruplara mensup kişiler arasında yerel dili iyi konuşamayanların kendi işyerlerini açma oranı, bu özelliklere sahip piyasası olmayan etnik gruplara göre daha yüksektir. Ayrıca, etnik grupların nüfusları arttığında bu oran daha da yükselmektedir. Evans’ın araştırması, aynı büyüklüğe sahip iki farklı gruptan tecrit edilmiş istihdam piyasasına sahip olmayan etnik gruplara göre, böyle bir piyasaya sahip etnik grupların kendi işyerlerini açma oranının yaklaşık 2,5 kat daha yüksek olduğunu göstermiştir. Araştırmacı bu durumu, daha geniş etnik toplulukların daha büyük etnik pazar ihtiyacını doğurması ve bu ihtiyacın da genel olarak yerel dile hâkim olmayanlarca karşılanması ile açıklamaktadır.

1.1.2.2.3. Sosyal Sermaye

Yurtdışında Türk girişimciler tarafından kurulan ve işletilen ticari işletmelerin çok büyük bir çoğunluğu şahıs ve aile şirketleri, çok az bir kısmı da sermaye şirketleridir (Şen ve diğerleri 2007: 40). Başlangıç olarak küçük bir işletme kuran Türk girişimciler, ihtiyaç

duydıkları az sayıdaki kişiyi kendi aile ve yakın çevresinden seçmektedirler (İlhan-Nas ve diğerleri: 621).

Fairchild (2010: 292), göçmenlerin¹ grup-içi istihdama diğer tüm gruplardan daha fazla meyilemeleri üç sebep ile açıklamaktadır: (1) göçmenler işgücü piyasasında ayrımcılığın mağdurları konumundadırlar ve bu yüzden kendi kendilerini istihdama yönelirler (2) göçmenler genel olarak grup-içi istihdamın daha yaygın olduğu ülkelerden gelmektedirler (3) göçmen nüfusunun hızla artması ve göçmenlerin kendi dünyalarında yaşama yönündeki temayülleri, aynı etnik gruba dâhil kişilerin zevkleri ve ihtiyaçlarına hitap eden pazarların oluşmasına yol açmaktadır. Shinnar ve Young (2008: 245) ise, etnik grupların ticari faaliyetlerini kapalı topluluklar içerisinde yürütmelerini, düşük ücretle işçi temini ve müşteri kitlesinin kapalı toplum içinde zaten mevcut olması ile açıklamaktadır.

Bu durum Sosyal Sermaye Teorisi ile uyum göstermektedir. Bu teoriye göre belli bir etnik gruba ait olma ve birbirleri ile irtibatlı sosyal ağlardan yararlanma, etnik gurupların ekonomik girişimde bulunmalarında ve girişimi devam ettirmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Teoride, genellikle ‘sosyal sermaye’ olarak isimlendirilen avantajlar aynı etnik gruba dâhil işçileri, pazarları, tedarikçileri, gruba ait sermayeyi, tavsiye ve bilgi kaynaklarını kullanmayı ve etnik grup kuruluşlarına üye olma gibi avantajları kapsamaktadır (Menzies ve diğerleri, 2007: 269). Ancak etnik girişimciler, oyunlarını içerisinde yaşadıkları toplumların kurallarına göre oynamalıdırlar. Etnik girişimcilerin özellikle gelişmiş ülkelerde yoğunlaştıkları ve bu ülkelerdeki yatırımların da büyük oranda sermaye odaklı oldukları dikkate alındığında, etnik girişimcilerin büyümek ve çoğu defa hayatta kalabilmek için kendi kabuklarını kırıp ulusal ekonominin şartlarına göre hareket etmeleri kaçınılmazdır.

İnsan ve finans sermayeleri, firmaların kuruluşu ve büyümeleri için temel faktörlerdir (Bruder de diğerleri, 2007: 4). Etnik grupların insan sermayelerini özellikle grup-içi bağlantıları vasıtasıyla sağladıkları varsayıldığında, ekonomik girişimde bulunabilmek için finansal desteğe şiddetle ihtiyaç duyulduğu açıktır. Bu durumda etnik girişimcilerin bu sorunu aşmada yerli rakipleri ile aynı derecede şanslı olup olmadığı

¹ Adı geçen makalede her ne kadar ‘‘göçmen’’ tabiri kullanılmakta ise de, bu durumun bir kavram kargaşasının neticesi olduğunu ve kavramın esas olarak etnik grupları ifade ettiğini değerlendirmekteyiz.

sorunu akla gelecektir. Bruder ve diğerlerinin (2007: 1) Almanya’da 3.000 etnik ve yerli yatırımcı üzerinde yaptıkları çalışma neticesinde; iki grup arasında finansal destek sağlama bakımından bazı farklılıklar bulunduğu ve etnik bir kökene sahip yatırımcıların kredi taleplerinin reddedilme ihtimalinin yerli yatırımcılara göre daha fazla olduğu ortaya koymaktadır.

1.1.2.2.4. Bağımsızlık Hissi

İşçi olarak çalışma ve karşılığında anavatanında kazanabileceği paradan çok daha fazlasını kazanma gayesiyle bir başka ülkeye giden etnik gruplar için bir işverene bağlı ve bağımlı olarak çalışmak önceden kabullenilmiş bir şarttır. Ancak zaman içinde şartlar değişebilmekte, etnik nüfus artabilmekte, işçiler kendilerini (kapalı da olsa) bir topluma ait hissederek grup psikolojisi ile hareket edebilmekte ve işçilerin ekonomik şartları gelişebilmektedir. Tüm bunların sonucunda etnik gruba mensup kişiler iş hayatlarında da bağımsız olmak isteyebilmekte ve kendi ticari işletmelerini açabilmektedir.

Kendi işyerinin sahibi olma, bu teşebbüste bulunanlar adına riskli bir macera olabilmektedir, ancak bu teşebbüsler müteşebbislerinin bağımsızlık hissi tatmalarına, kendilerini daha önemli hissetmelerine ve hayatın onları daha fazla tatmin etmesine imkân verebilmektedir (Constant ve Zimmerman, 2006: 279).

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde burada kullanılan kalkınma teorisi ve sosyal ağ teorisi ile bu teorilerin etnik girişimciliğe bakış açıları ele alınmaktadır.

1.1.3. Schumpeter’in Kalkınma Teorisi

Dünyada hemen hemen bütün ülkelerin etkilendikleri küresel ekonomik krize rağmen Almanya’da yaşayan Türk etnik girişimcilerin sayılarının, tüm etnik nüfusa oranlarının ve cirolarının artışı ne ile açıklanabilir? Araştırmamızda cevaplanmasına çalışılan bu soruya en uygun cevaplardan birinin, bir Alman ekonomi teorisyeni olan Joseph Alois Schumpeter’in kalkınma teorisi kullanılması suretiyle bulunabileceği düşünülmektedir. Çünkü Schumpeter’e göre girişimci; yeni bir ürün ya da yeni bir üretim yöntemi keşfeder, yeni bir pazara açılır, ya da yeni bir endüstride yeni bir organizasyon

gerçekleştirir (Schumpeter, 1949). Schumpeter, 20. yüzyılın henüz başında ortaya attığı değişik ve ilgi çekici görüşleri ile iktisat bilimine farklı bir bakış açısı getirmiş ve ekonomik kalkınma sürecinin nasıl tanımlanacağı üzerinde durarak özellikle yeniliklerin ve girişimcilerin önemine dikkat çekmiştir.

Schumpeter'in eksik görerek karşı çıktığı neo-klasik kalkınma teorisi, kalkınmayı büyüme ile eşit görmüş ve üretim fonksiyonunu sadece sermaye (K) ve işgücü (L) ile açıklamıştır. Buna göre neo-klasik teorinin üretim fonksiyonu (Y) aşağıdaki denklem ile gösterilebilir (Aydoğuş ve diğerleri, 2009:9):

$$Y = F(K, L)$$

Schumpeter'e göre ise, üretim işlemi kısmen maddi ve kısmen de gayri-maddi unsurlardan meydana gelmektedir. Maddi unsurlar, neo-klasik teoride de yer alan sermaye ve işgücü unsurları ile bunlara ilave ettiği toprak (N) unsurudur. Schumpeter'in teorisi gayri-maddi unsurlar olarak teknoloji (T) ve sosyo-ekonomik unsurları (U) üretim fonksiyonuna eklemiştir. Buna göre Schumpeter'in kalkınma teorisinin denklemi aşağıdaki şekli almıştır (Aydoğuş ve diğerleri, 2009:9):

$$Y = f(K, L, N, T, U)$$

Schumpeter büyüme ve kalkınma kavramlarına açıklık getirmiş ve ekonominin gelişiminde etkili olan faktörleri bu iki kavram altında incelemiştir. Buna göre Schumpeter'in ekonomik büyüme denklemindeki değişkenlerden sermaye (K), işgücü (L) ve toprak (N) *büyüme unsurları*; diğer değişkenler olan teknoloji (T) ve sosyoekonomik (U) unsurlar ise *kalkınma ve gelişme unsurları* olarak adlandırılmıştır.

Schumpeter ayrıca, kalkınmanın kesintisiz bir süreç olmadığını, bunun aksine yeniliklere bağlı olduğunu ve sık sık duraklayacağını savunmuştur. Schumpeter'e göre yenilik olgusu teknolojik gelişme veya yeni kaynakların keşfi anlamına gelmektedir. Bundan dolayı bu kavram, bir fikrin ele alınışındaki değişiklik ve ekonomik sürece yeni mallar ve kaynak bileşimleri sokulmasıyla ilişkilendirilmeye başlanmıştır (Aydoğuş ve diğerleri, 2009: 10). Bir diğer anlatımla, üretim fonksiyonunda meydana gelen ve mevcut

Üretim faktörleri ile meydana getirilmekte olan hâsılayı artıran herhangi bir değişme yenilik olarak kabul edilmiştir.

Schumpeter, *Ekonomik Kalkınma Teorisi* isimli kitabında yenilik kavramını aşağıdaki başlıklar altında sınıflandırmıştır (Schumpeter, 2012: 66):

1. Piyasaya yeni bir mal veya mevcut bir malın yeni bir tipinin veya kalitesinin getirilmesi,
2. Yeni bir üretim tekniğinin kullanılması,
3. Yeni bir piyasanın açılması,
4. Yeni bir hammadde veya yarı mamul kaynağının bulunması,
5. Herhangi bir sektörün organizasyonunda yapılan bir değişiklik.

Schumpeter'e göre, yenilikler var olan kaynaklar kullanılarak ortaya çıkarılır. Bir başka ifadeyle yenilikler bir keşif veya icadın ticari alanda uygulanmaya başlamasını ifade etmektedir. Her ne Şekilde olursa olsun, yeniliğin ortaya çıkması için öncelikle kaynakların tahsis edilmesi gerekmektedir ve bu Schumpeter'in modelinin ilk aşamasını oluşturur. Piyasaya ilk defa giren firma bu kaynağa sahip olmayacağı için kredi temini yoluna gider. Kişi bu sermayeyi ya bizzat kendisi karşılar ya da finans kuruluşlarına başvurur. Schumpeter, yeniliğin yönetimini bu Şekilde üstlenen ekonomik aktörlere *girişimci* adını vermektedir.

Bu anlamdaki girişimciler, yenilikleri uygulamak, gerekli yatırımları yapmak ve bu yatırımlar sonucu ortaya çıkan risklere katlanmak zorundadırlar (Aydoğuş ve diğerleri, 2009: 11). Girişimcilerin asıl görevleri, yeni ürünlere ve yeni üretim yöntemlerinin kullanılmasına, yeni sanayi organizasyonlarının kurulmasına ve yeni pazarların açılmasına öncülük etmektir. Schumpeter'e göre girişimcinin fonksiyonu, yeni bir buluşla veya yeni bir mal üreterek ya da eski bir malı denememiş teknolojileri kullanarak yeni bir yöntemle üretmek suretiyle üretim sürecine yeni bir bakış açısı sağlamaktır (2008 Girişimcilik Raporu; İGİAD, 2008: 21).

Schumpeter'in kalkınma teorisinin ikinci aşamasında, sermayeyi meydana getirecek etken olan yeni satın alma gücünün elde edilmesi yer almaktadır. Modelin son aşamasında

ise, temin edilen kredi ve kaynaklar ile yeni bir üretim tekniğinin oluşturulması ve bu tekniğin üretim sürecine dâhil edilmesi bulunmaktadır (Aydoğuş ve diğerleri, 2009: 12). Neticede girişimci, sonu gelmeyen bir yenilik ve öğrenme süreci içine girmektedir. Risk almaya gönüllü bulunan “yenilikçi” girişimciler sürekli fırsat kollayan tavırlarıyla bu ekonomik sürece dâhil olurlar (Masarel ve diğerleri, 2004’den aktaran: İlhan-Nas ve diğerleri, 2011: 621).

1.1.4. Schumpeter’in Kalkınma Teorisinin Etnik Girişimciliğe Bakışı

Literatür incelemesi bölümünde etnik toplulukları ekonomik girişimlerde bulunmaya teşvik eden faktörlere değinilmiş ve bu faktörler “itici” ve “çekici” olarak sınıflandırılmıştı. Genel olarak bakıldığında, içinde buldukları olumsuz şartların etnik toplulukların kendi ticari işletmelerini açmaya bir anlamda zorladıkları, diğer taraftan bu toplulukların kendi kendilerinin patronu olmanın maddi ve manevi çekiciliğine muhatap buldukları gözlemlenmektedir.

Etnik grupların ekonomik girişimlerde bulunmak büyük riskler barındırmaktadır. Bu kişilerin kendilerine yabancı bir ülkede işçi olarak çalışma amacıyla buldukları göz önüne alındığında, bu amaçtan sapan her türlü faaliyet rutinin dışına çıkma, dolayısı ile bilinmeyen bir deryaya yelken açma anlamına gelebilmektedir. Bu duruma bu kişilerin yeteri kadar sermayeye sahip olmadıkları, o ana kadar yapabildikleri tasarrufların tamamını ve yakın çevrelerinden temin edebildikleri borçları belli bir girişime yatırdıkları da eklenmeli, girişimde başarısız olmanın bu kişiler bakımından ekonomik bir yıkım olacağı değerlendirilmelidir. Bu durumda, ekonomik girişimde bulunmanın etnik gruplar açısından risk teşkil ettiği sonucuna varmak kaçınılmazdır. Buna göre, Schumpeter’in kalkınma teorisinde geçen “risk alma” şartı etnik gruplar açısından gerçekleşmiştir.

Kalkınma teorisinin en önemli sacayağını, girişimde bulunan kişilerin “yenilikçi olmaları” oluşturmaktadır. Etnik grupların şartları içerisinde “yenilik” ne anlama gelmektedir? Steve Jobs için “müşterilere neye ihtiyaçları olduğunu öğretme” amacı doğrultusunda ortaya konulan icatlar “yenilik” kavramını karşılayabilir. Ancak, etnik gruplar bakımından bu kavramın açıklanmasında, bu grupların içinde buldukları her türlü şartın (ekonomik, psikolojik, sosyal vb.) değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada ana örneklem olarak seçilen Almanya'ya bakıldığında, Türk girişimcilerin işletmelerinin daha çok Türk lezzet anlayışına hitap eden küçük işletmeler olduğu görülmektedir. Başlangıçta bu ülkeye giden gurbetçiler, kendilerine tamamen yabancı bir ortam ile karşılaşmışlar ve bunun sonucu olarak ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanmışlardır. Türk mutfağından yemeklerin servisinin yapıldığı lokantalar o zamanın Almanya'sı için bir yenilikti. Bugün dahi, artan Türk nüfusu dikkate alındığında, bu kişilerin damak tatlarını karşılamak amacıyla Alman lokantaları ve fast-food'ların yanında Türk lokantaları açmak bir yenilik sayılabilmektedir.

Schumpeter, bir faaliyetin *yenilik* olarak nitelendirilebilmesi için yapılan beş sınıflandırmadan birinin kapsamına girmesi gerektiği belirtilmektedir. Bu beş grup "yenilik" incelendiğinde, Almanya'daki Türk etnik girişimcilerinin bu girişimlerinin yenilik olarak nitelendirilmesinin mümkün olduğu değerlendirilmektedir. Zira, bir faaliyetin yenilik olarak adlandırılması için; (1) numaralı sınıflandırmaya göre "piyasaya yeni bir mal veya mevcut bir malın yeni bir tipinin veya kalitesinin getirilmesi" ve (3) numaralı sınıflandırmaya göre ise "yeni bir piyasanın açılması" gerekmektedir. Başta gastronomi işletmeleri olmak üzere bu girişimler piyasaya yeni bir "mal" getirmişler ve daha önceden var olmayan bir piyasanın açılmasına sebep olmuşlardır.

Schumpeter'e göre, yenilikler var olan kaynaklar kullanılarak ortaya çıkarılır. Buna göre, yenilik olarak nitelendirilebilecek bir mal veya hizmet, yeni bir kimliğe büründürülerek uygulamaya başlanmalıdır. Her ne kadar Schumpeter bu yeniliklerin bir keşif veya icadın ticari alanda uygulanmaya başlanmasını bir şart olarak görse de, bu şartın sert bir şekilde uygulanmaması ve piyasada daha önce mevcut olmayan mal ve hizmetlerin piyasaya sokulmasının da en azından o piyasa için bir icat veya keşif olarak değerlendirilmesi gerektiği kanaatindeyiz.

Schumpeter'in modelinin ilk aşamasında, yeniliğin ortaya çıkması için kaynakların tahsis edilmesi bulunmaktadır. Bizzat kendi kaynaklarından veya finans kuruluşlarından bu kaynağı elde ederek "yenilik" ortaya koyma amacına tahsis eden kişi bundan böyle "yatırımcı" olarak anılacaktır. Bir başka ifadeyle *girişimci*, yeniliğin yönetimini bu şekilde üstlenen kişidir.

Almanya'daki Türk etnik girişimcilerin, Schumpeter'in girişimciler için öngördüğü bu kriteri de sağladığı düşünülmektedir. Türk etnik girişimciler, özellikle yakın çevrelerinden elde ettikleri finans ve işgücü kaynaklarını bir yenilik ortaya koyma amacıyla, bir başka ifadeyle, o zamana kadar tam olarak karşılanmayan bir ihtiyacın giderilmesi yolunda tahsis etmektedirler.

Schumpeter'in kalkınma teorisinin bu birinci aşamasına göre, artık girişimci olarak adlandırılan kişi kendi döngüsünü kurmuştur. Bu döngünün bundan sonraki aşamalarında yeni satın alma gücünün elde edilmesi ve elde edilecek yeni kredi ve kaynaklar ile yeni bir üretim tekniğinin oluşturulması ve bu tekniğin üretim sürecine dâhil edilmesi bulunmaktadır. Böylelikle girişimci süregelen bir yenilik ve öğrenme süreci içine girmiş olmaktadır.

1.1.5. Ağ Teorisi (Sosyal Ağ Teorisi)

En genel ifade ile, sosyal ağlar, “bir dizi aktörler (birey veya kuruluş) ve bu aktörler arasındaki bir dizi bağlantılar” olarak tanımlanır (Brass, 1992: 295). Brass'a (1992:295) göre, bu bağlantılarda odak noktası, aktörlerin özelliklerinden ziyade ilişkiler ve bağlantıların yapısıdır. Niteliklerine göre ağlar fırsat veya sınırlama getirirler; aktörler arasındaki uzun süreli ilişkiler karşılıklı davranış ve tutumları etkiler. Ağ teorisi; bireyin sosyal bağlarının kendisi ve mensubu bulunduğu topluluğun rekabetçi başarısı için fırsatlar oluşturduğunu ileri sürmektedir. Bu kapsama giren ilişkiler kişi ve topluluklar için bir anlamda sosyal veya ticari nitelikli kazanımların elde edilmesi için sermaye niteliği taşımaktadır. Bu noktada karşılaştığımız kavram olan sosyal sermaye; “birey veya topluluğun sahip olduğu ilişkiler ağı içerisinde yer alan, bu ağ sayesinde meydana gelen veya bu ağın oluşturduğu mevcut veya potansiyel kaynakların toplamı” olarak tanımlanmaktadır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 243). Sosyal sermaye ile anlatılmak istenen; kişilerin sahip oldukları, hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olan bireyler arası kaynaklardır (Coleman, 1988: 96).

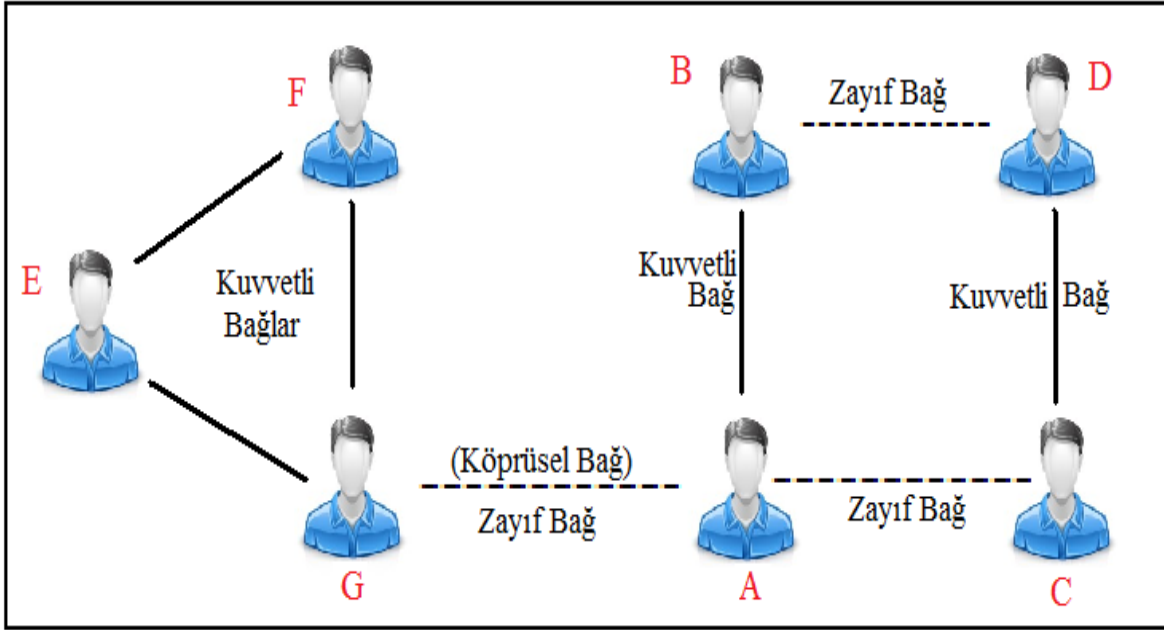
Ağ teorisi, bireyler ve gruplar için belirli sonuçların elde edilmesi amacıyla, ağ yapıları içindeki unsurlar arasında yer alan mekanizma ve süreçlere işaret etmektedir. Brass'a (1992: 296) göre; ağ teorisi, ağ değişkenlerinin sebep olduğu sonuçlar hakkındadır

(çok sayıda bağlantıya sahip olmak veya ilişkilerin merkezinde bulunmak vb.). Teori kapsamında yapılacak incelemeler bakımından kimin kim ile ve ne tür ilişkiye sahip olduğu, kimin bu ilişkilerin merkezinde yer aldığı ve genel olarak ağın taşıdığı nitelikler önem taşımaktadır (Borgatti ve Halgin, 2011: 1168).

Bu bağlantıların nitelikleri ve bireylerin bu bağlantıların hangi noktasında yer aldığını inceleyerek bir sonuca bağlaması bakımından, Granovetter'in (1973: 1362) "Zayıf Bağların Kuvveti" modelinden bahsetmekte fayda vardır. Granovetter'in terminolojisinde; *kuvvetli bağlar*; 'zaman, duygusal yoğunluk, yakın ilişki ve arkadaşlar arasındaki gibi hizmetlerin karşılıklı olması;' *zayıf bağlar* ise 'tanışmaktan öteye gitmeyen ilişkiler' olarak tanımlanmaktadır. Araştırmacıya göre kuvvetli bağlar kişileri birbirlerine kuvvetli bir şekilde bağlar, ancak aralarında zayıf bağ bulunan kişiler arasındaki bağlılık ve karşılıklı iletişim bu derece kuvvetli değildir. Bu nedenle; *kuvvetli bağlar*, aynı grupta yer alan kişiler arasında veya farklı gruplara ait olsalar dahi pek çok yönü ile birbirlerine benzerlik gösteren kişiler arasında mevcut iken; *zayıf bağlar*, birbirlerinden farklı ve bağlantısız topluluklar içerisinde yer alan kişiler arasında oluşabilir ve bu tür bağlantılarda sadece gerekli bilgi akışı sağlanabilir.

Zayıf Bağların Kuvveti modelinde, kişiler arasındaki kuvvetli ve zayıf bağlar ele alınmaktadır. İki kişi arasında kuvvetli bağ bulunabilir. Şekil 1'e bakıldığında A ile B arasındaki ilişkinin kuvvetli olduğu görülmektedir. *Kuvvetli ilişki* kavramından maksat, bu kişiler arasındaki sosyal hayatlarının birbirine çok fazla benziyor olmasıdır. C ile D arasında da kuvvetli bir bağ mevcuttur. A ile C arasındaki bağ ise zayıf niteliklidir.

Şekil 1: Granovetter'in “Zayıf Bağların Kuvveti” Modeli



Zayıf Bağların Kuvveti modelinde ele alınan bir diğer kavram da “köprüsel bağ” kavramıdır. Kişilerin, içerisinde yaşadıkları toplulukların dışında yaşayan kişiler ile de ilişkileri vardır. Bu kişiler ile olan zayıf ilişkiler *köprüsel bağ* olarak isimlendirilir. Aralarında köprüsel bağ bulunan iki kişi arasındaki bilgi akışı, aralarında kuvvetli ilişki bulunan veya aynı topluluk içerisinde yaşayıp aralarında zayıf bir ilişki bulunan iki kişi arasındaki bilgi akışından daha hızlı ve verimlidir. Başka gruptan kişilere köprüsel bağ ile bağlanmış olan kişiler, kendileri için faydalı bilgileri topluluğun diğer üyelerinden daha hızlı bir şekilde elde ederler. Bu tip bilgiler, A'nın ait olduğu topluluk için yenidir, dolayısı ile bu grup içerisinde başkalarına aktarılması ilk planda beklenemez. Ancak, topluluğun, dışarıdan bir kişi ile bağlantısı olan üyesi A için durum farklıdır; A ile G arasındaki “köprüsel bağ” her ne kadar zayıf nitelikli olsa da, bu bağ sayesinde elde edilen bilgiler A açısından orijinaldir ve topluluğun diğer üyelerinden daha hızlı bir şekilde elde edilmiştir.

Granovetter bu iki argümanı bir araya getirmek suretiyle modelini geliştirmiştir. Bu modele göre; herhangi bir topluluğa ait olan bir bireyin, o topluluğa ait olan tüm kişiler ile zayıf veya dolaylı dahi olsa bir bağı vardır. Ayrıca bu birey, topluluk dışından kişiler ile zayıf dahi olsa bağ oluşturmak suretiyle, bilgi kazanımı bakımından topluluğun diğer üyelerine üstünlük sağlamış olur. Sonuç olarak, bir bireyin başkaları ile sahip olduğu zayıf

bağlar, o kişi bakımından bir kuvvet ifade etmektedir. Granovetter, kişilerin yeni bir iş imkânı hakkında sahip oldukları bilgiyi ait oldukları grubun üyelerinden değil, grup dışı kişilerden edinmeleri hususunu ‘Zayıf Bağların Kuvveti’ modeli ile açıklamaktadır (Borgatti ve Halgin, 2011: 1173).

Yukarıdaki açıklamalardan, kişilerin herhangi bir şekilde grup içinden veya dışından kişiler ile aralarındaki bağların, onların davranış biçimlerine etki ettiği, daha genel bir ifade ile bu kişilerin sosyal sermayelerini oluşturduğu anlaşılmaktadır. Ağ teorisi bakımından, kişinin bu ilişkilerin hangi noktasında bulunduğu ve bu ilişkilerin niteliği önem taşımaktadır.

1.1.6. Ağ Teorisi’nin Etnik Girişimciliğe Bakışı

Etnik grupları kendi işyerlerini kurmaya teşvik eden ve ‘itici’ ve ‘çekici faktörler’ olarak sınıflandırılan faktörleri inceleyen Light ve Bonacich (1988: 24) etnik grupların yaşadıkları ülkedeki dil, ırk veya etnik farklılıkların kendi işyerlerini kurma konusunda önemli teşvik unsurları olmasına rağmen, bu unsurlar yalnız başlarına etnik girişimciliğin sebepleri sayılamayacaklarını ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Raijman (2001: 395), etnik girişimciliğin başlaması ve gelişebilmesi için aynı zamanda yeterli sayıda göçmenin bir araya gelmesini ve yerel siyasi ve ekonomik şartların da buna imkân vermesini şart koşmaktadır. Diğer taraftan Zhou (2004: 1042) boyutlarına bakılmaksızın etnik girişimlerin işleyişini sosyal ağlara bağlamaktadır. Araştırmacıya göre, belli bir etnik grubun üyeleri arasındaki bağlılık ve güven duygusu, bu kişilerin asıl ülkelerinin dışında risk almaları için önemli bir unsurdur. Bu durumda, sosyal sermaye, en azından belli bir ticari işletmenin açılması aşamasında mali sermayenin eksikliğini telafi etmektedir. Portes ve Borocz’un (1989: 621) yaptıkları araştırmada ise sosyal ağların meydana getirilmesinden sonra daha fazla sayıda bireyin göç ettiği tespit edilmiştir.

Ülkelerinden ayrılarak başka bir ülkede yaşam ve çalışma şartları arayan kişiler zamanla kendi aralarında bir sosyal ağ oluştururlar. Massey (1988: 1396) bu sosyal ağı “göçmen ağı” olarak isimlendirmekte ve kavramı “göçmenleri, daha önce o ülkeye gelen göçmenler ve köken olarak göçmen olmayanları akrabalık, arkadaşlık ve ortak bir toplum

temelinde birleştiren bireyler arası bağlantılar” olarak tanımlamaktadır (Portes ve Borocz, 1989: 607-608).

Ağ Teorisine göre sosyal ağlar göçmenlerin barınacak yer, iş, arkadaşlık ve korunabilecekleri bir ortama sahip olmalarını kolaylaştırır ve bu kolaylaştırma sayesinde göçmenler varlıklarını devam ettirirler. Göçmenlerin sayıları arttıkça bu ağlar daha etkili bir hale gelirler ve yeni iş ve barınacak yer imkânı sağlarlar. Bu imkân da yeni göçmenleri bu topluluğa katılmalarını teşvik eder (Light, Bhachu ve Karageorgis, 1989: 2).

Göçmenlerce kurulan sosyal ağlar, ev sahibi ülkede karşılaştıkları fırsatları geliştirmek için göçmenlerce kullanılan girişim kaynaklarıdır (Light, Bhachu ve Karageorgis, 1989: 6). Davila ve Saenz’e (1990: 98) göre göçmenlerin yoğun olarak yaşadıkları toplumlarda ekonomik girişimlerin artmasını teşvik eden başlıca iki faktör bulunmaktadır:

1. Mevcut güvenilir sosyal ağlar göçmen olmayan girişimcileri bu yerleşim yerlerinde girişimde bulunmaya teşvik eder. Bu durumda meydana getirilen yeni iş imkânlarından çoğunlukla göçmenler yararlanır. Bunun bir örneği ABD-Meksika sınırının ABD tarafında Amerikalı müteşebbislerce kurulmuş olan ve işçilerinin çoğunluğunu Meksikalıların oluşturduğu fabrikalardır.

2. Göçmen girişimciler yaşadıkları toplumda yatırım yaparlar ve kendi etnik gruplarından olan kişileri istihdam ederler. Çalışmamızda bu ikinci faktör üzerinde yoğunlaşacağız. Girişimcilik hakkındaki *ağ perspektifi*, yardımcı nitelikli faktörleri harekete geçirmek suretiyle girişimciliği kolaylaştıran sosyal yapılara odaklanmaktadır (Greeve, 1995: 6). Aldrich ve Zimmer (1986) girişimciliğin sosyal bir ağ içerisinde oluştuğunu ve bu durumun girişimcilik süreci için çok önemli bir rol oynadığını ileri sürmektedirler.

Light, Bhachu ve Karageorgis (1989: 6-7) göçmenlerce oluşturulan ağların etnik girişimcilik üzerindeki olumlu etkisini şu üç yolla açıklamaktadırlar:

1. Bu sosyal ağlar, gerek göçmen ve gerekse göçmen olmayan girişimciler için ucuz işgücü pazarı oluşturur.

2. Sosyal ağlar sürekli bir biçimde mevcut ekonomik girişimciler ve buralarda yatırım yapmayı düşünen girişimciler için bilgi temin ederler. Bu bilgi akışı yatırım yapılabilecek en verimli alanlar, fiyatlandırma, teknoloji, iş metotları ve benzerlerini kapsamaktadır. Sosyal ağlar, bilginin ucuz, sürekli ve etkin bir şekilde iletilmesinde sıklıkla başvurulan bir iletişim vasıtasıdır.

3. Bilgi akışına ilave olarak, sosyal ağlar, her türlü yardıma ulaşılmasına da imkân verir. Bu tür yardımlara; uygun fiyatlardan satın alma, kamu bürokrasisi, mahkemeler ve tüketiciler ile ilişkiler, tedarikçi ilişkileri, mali yönetim, kalite kontrolü, pazarlama ve yeni üretim tekniklerinin kullanılması örnek olarak verilebilir. Granovetter'in yukardaki bölümde açıklanan *Zayıf Bağların Kuvveti* modeli ile Light, Bhachu ve Karageorgis'in açıklamaları birlikte değerlendirildiğinde, (2) ve (3) numaralı açıklamaların Granovetter'in modeli ile açıklanabileceği, zayıf dahi olsalar oluşan bağların kuvvetli bir veri akışına imkân verebileceği anlaşılmaktadır.

Girişimcilik literatüründe, ağlara ait olup teorik ve gözleme dayalı araştırmalar için kritik önem taşıyan üç unsurun belirdiğini görmekteyiz:

1. Aktörler arasında değişimi yapılan içeriklerin niteliği,
2. İlişkilerdeki yönetim mekanizmaları
3. Aktörler arasındaki karşılıklı ilişkilerin oluşturduğu ağ yapısı. Bu üç unsur, girişimsel faaliyetler sırasında ağların gelişim süreçlerini ve ağların girişimcilik faaliyetlerinden elde edilen neticeler üzerindeki etkilerini açıklamayı amaçlayan modeller için kilit konumda bulunan unsurlar olarak ortaya çıkarlar (Hoang ve Antoncic, 2003: 168).

- Ağların içeriği: Bireyler ve kuruluşlar arası ilişkiler, diğer aktörlerin sahip olduğu çeşitli kaynaklara erişebilmek için kullandıkları iletişim araçları olarak görülmektedir. Girişimcilik için ağlardan faydalanmanın başlıca faydası, bilgi ve tavsiye temin edebilmektir.
- Ağ Yönetimi: Bu kavram ağ kapsamına giren üyeler arasındaki karşılıklı güven olarak tanımlanabilir ki, bu güven neticede kaynak akışına imkân verir. Bu kavram ayrıca; hukukun gerektirdiği ilişkilerden ziyade, güç ve etkileşim gibi aleni ve açık uçlu sözleşmeler olarak da tanımlanmıştır.

- Ağın Yapısı: Bu kavram, aktörler arasındaki doğrudan veya dolaylı bağlar olarak tanımlanmaktadır. Bu konudaki genel yaklaşım; ağ yapısı içerisinde aktörlerin değişken ve birbirleri ile göreceli konumlarının, kaynakların akışı ve dolayısı ile girişimlerden elde edilen kazançlar üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğudur. Aktörlerin ağ içerisindeki konumları, bu aktörlerin kim olduklarından daha fazla önem arz eder (Hoang ve Antoncic, 2003: 170).

Araştırmacılar tarafından üçüncü maddede belirtilen hususların, Granovetter'in "zayıf" ve "kuvvetli" olarak ifade ettiği bağlar ile benzerlik gösterdiği, ancak Granovetter'in bağların kuvveti yönünden yaptığı bu nitelendirmenin, Hoang ve Antoncic tarafından "aktörlerin birbirlerine yakınlıkları" kriterine oturtulduğu görülmektedir.

İncelenen çalışmaların önemli bir kısmı, sosyal ağlar ile girişimcilik arasındaki nedensellik ilişkisinin "sosyal ağlar girişimciliğin gelişmesine sebep olur" şeklinde tek yönlü olarak oluştuğunu ifade etmiş iseler de, Hoang ve Antoncic (2003: 172), sosyal ağlar ile girişimcilik arasındaki sebep sonuç ilişkisini iki şekilde incelemektedirler. Araştırmacılara göre; her iki faktörün de birbirleri üzerinde etkili olması, bir başka deyimle, her ikisinin de birbirlerine göre sebep ve sonuç olmaları mümkündür. Hoang ve Antoncic'in oluşturdukları hipotezlere göre;

- sosyal ağlar girişimcilik sürecini etkiler ve bu ağlar girişimciler veya onların şirketleri için olumlu sonuçların doğmasına sebep olur (burada sosyal ağlar bağımsız değişken olarak kullanılmaktadır)
- girişimcilik süreçleri veya elde edilen sonuçlar zaman içerisinde sosyal ağ gelişimini etkiler (sosyal ağlar bağımlı değişken olarak kullanılmaktadır).

Sosyal ağların girişimcilik üzerinde bağımsız değişken olarak incelendiği durumlarda; fırsatlar hakkındaki bilgilere erişim, kaynakların kullanımı, kuruluşların vücuda getirilmesi ve olumlu sonuçların elde edilmesi, şirketlerin kurulması, performanslarının artması, halka açılmaları, başka şirketlerle birleşmeleri, diğer girişimleri kendi şirketlerine katmaları ve ittifak teşkili gibi hususlarda sosyal ağların büyük etkisi olduğu tespit edilmiştir (Hoang ve Antoncic, 2003: 173).

Sosyal ağlar ile girişimcilik arasındaki ilişkide sosyal ağların bağımlı değişken olarak incelendiği durumlarda ise; yeni bir ekonomik girişimin oluşturulmaya çalışıldığı sırada girişimcinin; aile çevresi, arkadaşlar ve mevcut iş ilişkilerinden başlamak üzere sahip olduğu sosyal ilişkileri gözden geçirdiği, bu ilişkileri geliştirdiği ve ilişkilerin sayılarının ve niteliklerinin artmasına çalıştığı gözlemlenmiştir (Alrich ve Reese 1993: 329).

Dikkatle incelendiğinde, bu hususların birbirlerinden tamamen farklı olmadıkları, bilakis birbirlerini destekler mahiyette oldukları görülecektir. İki değişken arasındaki etkileşimin başlangıcı mevcut sosyal ağlar veya ticari girişimler olabilmektedir. Ancak, araştırmaların ortaya koyduğu gerçek; bu iki değişkenin birbiri üzerinde etkili olması, bir başka ifadeyle girişimcilikte elde edilen pozitif sonuçların sosyal ilişkilerin nitelik ve sağlamlığı arasında pozitif bir korelasyon bulunmasıdır. Çalışmamızda sosyal ağların girişimcilik üzerindeki etkileri tek yönlü olarak ele alınmıştır.

1.2. Ekonomik Kriz

Çalışmanın bu bölümünde ekonomik kriz kavramı, ekonomik krizlerin ortaya çıkma sebepleri ve etkileri incelenecek, son olarak Avrupa’da yaşanan krizler hakkında bilgi verildikten sonra 2008 küresel ekonomik krizi üzerine yoğunlaşılacaktır.

1.2.1. Ekonomik Kriz Kavramı

Çeşitli bilim dallarında ve konuşma dilinde yaygın bir şekilde kullanılan “kriz” kelimesinin etimolojik kökeni Yunanca “krisis” kelimesine dayanmaktadır (Turgut, 2006: 35). Sosyal bilimciler tarafından çoğu kez; “birden bire meydana gelen kötüye gidiş yönündeki gelişme”, “büyük sıkıntı” ve “bunalım” gibi kelimelerle eş anlamda kullanılmakta olan “kriz” kelimesi esasen “önceden bilinmeyen, hesaba alınmayan, ya da öngörülmeleyen bazı gelişmelerin, makro düzeyde devlet, mikro düzeyde ise firmaları, dolayısıyla girişimcileri ciddi olarak etkileyecek sonuçlar ortaya çıkarması” anlamına gelmektedir (Turan, 2011: 56; Aktan ve Şen, 2001: 1225).

Aşağıda genel olarak ekonomik krizlerin ortaya çıkma sebepleri ile etkileri ayrı başlıklar halinde incelenecek ve bu çalışmanın odak noktasını oluşturan 2008 Küresel Ekonomik Krizine yoğunlaşmıştır.

1.2.2. Ekonomik Krizlerin Ortaya Çıkma Sebepleri

Dünyada, en büyüğü 1929 yılındaki Büyük Buhran olmak üzere çok sayıda ekonomik kriz yaşanmıştır ve günümüz itibarı ile 2008 yılı küresel ekonomik krizinin etkileri halen devam etmektedir. Bu kriz, dünya ekonomisinin 1929 Büyük Buhranı'ndan bugüne yaşanan krizlerin en büyüğüdür (Dubey, 2009: 454).

1929 krizi; denetim altında tutulmayan piyasaların istikrarsız oldukları ve sahtecilik ve manipülasyonlara karşı hassas buldukları, bu özellikleri ile de ekonomik krizleri, siyasi ve sosyal huzursuzlukları tetikleyici niteliklere sahip oldukları kanaatini yaygınlaştırdığından, 1930'lu yılların ortalarından itibaren başlayan ve 1970'li yıllara kadar ABD Hükümeti tarafından sürdürülen katı düzenleyici sistemin benimsenmesine yol açtı. Ancak, 1970'li yıllardan itibaren bir paradigma değişimi yaşandı ve günümüze kadar süren bir deregülasyon politikası takip edilmeye başlandı (Crotty, 2009: 563). Bu politika 1980'lerden sonra mali patlamaları tetikledi, ancak hükümetler bu tehditlere piyasaları mali olarak doğrudan desteklemek suretiyle cevap verdiler. Sonrasında ise bir kısır döngüye girildi: Devlet destekleri krizlere sebep olurken, hükümetler de krizlere yeni destekler ile cevap vermeye başladılar. Sonuçta ise mali krizler daha büyük çaplı ve daha fazla tehdit edici olmaya başladı ve bu süreç sonunda küresel ekonomiyi buhranın eşiğine getiren mevcut kriz ortaya çıktı (Crotty, 2009: 563). Temelde ABD kaynaklı olmasına rağmen, bu kriz, içinde barındırdığı belirsizlikten dolayı 1929 buhranını hatırlatan bir derinlik korkusu salmıştır (Karabıçak, 2010: 252).

Küresel ekonomik krizlerin ortaya çıkmasının çeşitli sebepleri vardır. Öncelikle belirtilmesi gereken husus; serbest piyasa ekonomisinde piyasaya yön vermek isteyen kurumsal politikaların küresel ölçekte ciddi dalgalanmalara sebep olabilecekleri gerçeğidir. Bir anlamda *ekonomik krizlerin sebepleri* olarak da isimlendirebileceğimiz bazı faktörler krizlerin belirtileri olarak nitelendirilmiştir. Turgut (2006: 36-39) bu belirtileri; 'finansal liberalizasyon, sabit döviz kuru sistemleri, makroekonomik nedenler, finansal kriz

göstergeleri, bütçe açığı/GSMH oranı, reel döviz kurundaki artış, merkez bankası döviz miktarı, para arzındaki artış' olarak özetlemektedir.

2008 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) konut kredilerindeki özensizlik ve şişkinlik ile başlayan finansal problemler giderek derinleşmiş (Alantar, 2008: 75), ABD'de faaliyet gösteren önemli çokuluslu finans şirketlerinin bazılarının çökmesi ve iflası ile devam etmiş ve çok kısa bir zamanda Avrupa Birliği'nin finans sektörünü (Dubey, 2009: 454), dünyanın hemen hemen tüm gelişmiş ekonomilerini ve ardından da gelişmekte olan ekonomileri içine alarak (Claessens ve Köse, 2010: 239) küresel bir ekonomik krize dönüşmüştür.

Bu krizin nedenleri; likidite bolluğu ve bunun sonucunda özensiz bir şekilde verilen krediler, aşırı menkul kıymetleştirme (nakit akışlarının bir havuzda toplanması ve yatırımcılara satılmak üzere mali bir varlık olarak menkul kıymetler üretilmesi), saydamlık eksikliği, derecelendirme kuruluşlarının etkinliğindeki yetersizlik ve düzenleyici ve denetleyici kuruluşların müdahalelerinde gecikmesi olarak sıralanabilir (Alantar, 2008: 75).

Akgüç (2009: 6-8), 2008 küresel ekonomik krizinin sebeplerini şu üç başlıkta toplamaktadır:

- Kriz, finansal krizin reel sektöre yansımalarıdır: Kriz aslında yatırım bankaları krizidir. Bu bankaların aktifleri içinde değeri olmayan finansal varlıkların yüksekliği, bankaları yükümlülüklerini yerine getirememeye durumuna düşürmüştür ve sermaye yetersizliğine yol açmıştır.
- Krizi özellikle ABD'de gayrimenkul sektöründe oluşan balonun finansal sektör aracılığı ile yansımalarıdır: Dünyada 2000'li yılların başlarından itibaren yaşanan hızlı ekonomik büyüme ve likidite genişlemesi, özellikle gayrimenkul piyasasında hızlı fiyat yükselişine yol açmıştır. Yalnız konut sahibi olmak isteyenler değil, yatırımcılar ve spekülâtorler de kârlı bir alan gördükleri için taşınmaz mal piyasasına yönelmişlerdir. İpotek karşılığı gayrimenkul kredisi veren finans kurumları ya kredilerini satmışlar veya varlığa dayalı menkul kıymet çıkararak verdikleri kredileri fonlamışlardır. İpotek karşılığı krediler

çıkarılan varlığa dayalı menkul kıymetlerin önemli bir bölümü yatırım bankaları ve/veya ticaret bankalarının yatırım bankacılığı yapan bölümleri tarafından alınmıştır.

- Kriz kapitalist düzenin meydana getirdiği krizdir: Bu yaklaşıma göre, krizler kapitalist düzenin doğal ekonomik sonucudur. Kapitalist düzende üretim kapasitesinin hızla artması, yığınsal üretime karşı talebin, aynı hızla artmaması, geleceğe ilişkin belirsizlikler, dönem dönem ekonomik kriz doğurmaktadır.

ABD Kongresi Araştırma Birimi tarafından yapılan daha kapsamlı bir araştırmada ise, 2008 Küresel Ekonomik Krizi'nin sebepleri olarak şu hususlara ulaşılmıştır: ihtiyatsızca verilen mortgage kredileri, gayrimenkul fiyatlarının aşırı bir şekilde artması, mali kaynakların küresel düzeyde dengesiz bir şekilde akışı, mortgage borçlarının güvence altına alınmaması, mortgage piyasasında şeffaflık ve hesap verilebilirlik konularında görülen eksiklikler, derecelendirme kuruluşları ile yaşanan sorunlar, mali kuruluşların durumlarına ait gerçek dışı bilgilerin yayınlanması, mali alana genel olarak müdahaleye izin vermeyen mevzuatın hakim olması, gölge bankacılık sistemi, bankaların dışındaki ve daha kırılgan kurumların sisteme dahil olması, bankaların riskli yatırımlarda bulunmaları, alt gelir grubuna hükümet destekli olarak verilen krediler, risk yönetim sistemlerinin gerektiği gibi çalışmaması, mali alanda meydana gelen yeniliklere ayak uydurulamamış olması, alanın karmaşıklığı, kişilerin akılcı bir şekilde yatırım yapamamaları, bu alanda geçmişe dönük tecrübe ve verilerin azlığı, faiz oranları ile mevcut sermaye arasındaki dengesizlik, bu dengesizliği düzenleyecek hukuki düzenlemelerin gevşekliği, alanın çok fazla sayıda devlet kurumu tarafından düzenleniyor olması, kullanılan mevzuatın tüm alanı kapsayamaması, kısa vadeli hedefler ile verilen kredilerin sigortalanması ile ilgili sorunlar (Jickling, 2010: 5-10).

1.2.3. Ekonomik Krizlerin Etkileri

Ekonomik krizlerin ortak yanı; meydana geldikleri coğrafya itibarı ile sınırlı olmalarına rağmen, etkilerini çok sayıda ülkeye ve hatta dünyanın tamamına taşıyor olmalarıdır. Bu kapsamda literatürde yer alan başlıca ekonomik krizler ve başladığı ülkeler şunlardır: 1907 paniği (ABD), 1929-1939 Büyük Buhranı (ABD), 1973-1975 banka krizi (İngiltere), 1986-2003 gayrimenkul fiyat krizi (Japonya), 1983 banka stoku krizi (İsrail),

1987 Kara Pazartesi (Hong Kong), 1980'ler ve 1990'larda yaşanan tasarruf ve borç krizi (ABD), 1991 ekonomik krizi (Hindistan), 1990'lar bankacılık krizi (Finlandiya), 1990'lar bankacılık krizi (İsveç), 1994 ekonomik krizi (Meksika), 1997 Asya mali krizi (Asya ülkeleri), 1998 mali krizi (Rusya), 1999-2002 mali krizi (Arjantin), 2000'li yıllarda başlayan dünya enerji krizi ve 2008 yılında ABD kaynaklı ekonomik kriz ile bu krizin uzantıları niteliğindeki İzlanda, İrlanda, Yunanistan, Rusya mali krizleri (List of Economic Crises, 2013).

Her ne kadar “ekonomik” veya “mali” kelimesi etrafında toplanıp aynı kategori içerisinde değerlendirilseler de, her bir krizin kendine has bir niteliği, büyüklüğü ve etki alanı bulunmaktadır. Bu çalışmada 2008 yılında başlayan ABD kaynaklı ekonomik krizin etkileri Almanya'daki Türk etnik girişimcileri açısından incelendiğinden, burada sadece bu krizin etkilerine değinilecektir.

2008 ekonomik krizinin başlıca etkileri şunlardır (Alantar, 2008: 80-84):

- Konut Fiyatlarındaki Düşüş: Konut fiyatlarındaki yükselişler küresel finansal krizin nedenlerinden birini teşkil ederken, konut fiyatlarının düşmesi bu krizin sonuçları arasında bulunmaktadır. ABD'de 2007 yılının başından itibaren konut fiyatlarında önemli düşüşler yaşanmıştır.
- Büyüme Oranlarındaki Düşüşler: Finansal krizin reel ekonomiye yansımaları nedeniyle gelişmiş dünyada ve gelişmekte olan ülkelerde büyüme oranlarında azalmalar görülmüştür.
- İşsizlik Oranlarında Artışlar: Özellikle ABD ve gelişmiş ekonomilerde işsizlik oranlarının arttığı gözlemlenmiştir.
- Enflasyonist Etki: Petrol ve gıda fiyatlarındaki yükselmeler önemli miktarda enflasyonist etkiye yol açmıştır. Özellikle enerji talebi hızla artan gelişmekte olan ülkelerde enflasyon oranları hızla yükselmiştir.
- Regülasyonlar ve Müdahaleci Yaklaşımlar: Özellikle gelişmiş ekonomilerde tüm finans alanında yeni regülasyonlar beklenmektedir. Piyasanın tüm sorunlarını kendiliğinden çözeceği veya kendi kendini denetleyebileceği tezi artık kabul görmemektedir.

1.2.4. 2008 Küresel Krizinin Avrupa'ya Yansıması

Yapılan literatür taraması, Avrupa'da 1929 Dünya Ekonomik Buhranından sonraki en büyük ekonomik krizin 2008 yılında ABD'de başlayan ve tüm dünyaya yayılan ekonomik kriz olduğunu ortaya koymaktadır.

Kılıç ve Bayar'a (2012: 56) göre Avrupa'nın, özellikle de Avrupa Birliği ülkelerinin krizden etkilenmeleri şu şekilde gerçekleşmiştir: ABD konut piyasasında 1997–2006 yılları arasında oluşan spekülasyon balonunun sönmeye başlaması, ilk olarak 2007 yılı sonunda ABD'de eşikaltı krizine neden olmuş, daha sonra küresel finansal piyasalarda yayılarak 2008'in son çeyreğinde küresel finansal krize yol açmıştır. Küresel finansal krize karşı alınan ekonomiyi canlandırma paketleri, bankalar ile özel kesim borçlarının kamulaştırılması ve vergi gelirlerindeki düşüşler, tasarruf açıkları ve rekabetçi olmayan ekonomik yapıları nedeniyle hâlihazırda cari açığa sahip bazı Euro bölgesi ülkelerinde kamu borcunu artırarak borç krizine yol açmıştır.

Bu kriz genel olarak değerlendirildiğinde, krizin arkasında ekonomik (para ve mali) politikaların koordinasyonundaki sorunların bulunduğu görülmektedir. Euro bölgesindeki ülkelerin kalkınma düzeyleri ve ekonomilerinin rekabet güçleri arasında önemli farklılıklar da bulunmaktadır (Kılıç ve Bayar, 2012: 53).

Avrupa Birliği Genel Sekreterliği'nin hazırladığı raporda şu hususlara yer verilmiştir: Krizin Avrupa Birliği üzerinde ciddi boyutlarda etkileri olmuştur. Euro Alanı 2009 yılında % 4,1 oranında küçülerek tarihindeki en büyük daralmayı yaşamıştır. AB ülkelerinde kamu açıkları ve borç stoklarının ciddi boyutlarda artmasına ve birçok üye ülkede kamu maliyesinin sürdürülebilirliğinin tehlikeye girmesine neden olmuştur. 2006 yılında 7,1 trilyon Euro olan AB hükümetlerinin borç yükü, kurtarma paketlerinin de devreye girmesi ile 2009 yılı sonunda 8,6 trilyon Euro'ya yükselmiştir. Euro Alanı ülkelerinin ekonomik performanslarında son yıllarda gözlemlenen gerileme ekonomik krizle birlikte daha da belirgin bir hal almış ve bu durum Euro'nun, dolayısıyla Ekonomik ve Parasal Birliğin ve nihayetinde AB'nin geleceğine dair endişeleri artırmıştır (Avrupa Birliği'nde Küresel Finansal Krize Karşı Alınan Önlemler ve Birliğin Rekabet Gücünün Arttırılmasına Yönelik Girişimler: "Euro Rekabet Paketi", 2011: 1).

Avrupa Komisyonu Ekonomik ve Mali İşler Genel Müdürlüğü tarafından, mevcut krizin etkileri, sonuçları ve krize karşı alınan önlemler hakkında hazırlanan raporda da; krizin Avrupa ekonomisinin 1930'lardan bugüne kadar yaşadığı en derin ekonomik durgunluğa sebep olduğu, gayrisafi milli hasılanın 2009 yılında % 4 oranında rekor seviyede küçüldüğüne işaret edilmiştir (Economic Crisis in Europe: Causes, Consequences and Responses, 2009: iii).

Kriz, Avrupa Birliği üyesi ülkelerde işsizlik oranlarının yükselmesine, halk protestoları ile mali ve ekonomik belirsizliklerin artmasına, AB üyesi devletlerin ve siyasi liderlerinin yüklenmek zorunda kaldıkları siyasi risklerin çoğalmasına sebep olmuştur. Bununla beraber kriz, üye devletler arasındaki bağların da zayıflamasına ve dolayısı ile de devletlerin dayanışma içerisinde ve ortak menfaat etrafında birleşmeleri idealine de zarar vermiştir. Bu hususlara ilave olarak, ekonomik kriz uzadıkça AB üyesi devletler üzerindeki baskılar ve üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirmedikleri şeklindeki suçlamalar da artacaktır (Jackson, 2009: 1).

1.3. Avrupa'daki Türk Kökenli Etnik Girişimciler

2. Dünya Savaşı sonunda yenilgiye ve neredeyse topyekûn yıkıma uğrayan Almanya'nın 1950'li yıllardan sonra ekonomi başta olmak üzere her alanda nasıl bir büyüme süreci içine girdiği ve sonuçta dev üretim kapasitesi ile krizlerden bile hemen hemen hiç etkilenmeyen ve Avrupa Birliği'nin lokomotifini bir devlet konumuna geldiği artık herkesçe bilinen bir gerçektir. Bu gelişimin altında yatan sebepler araştırma kapsamının dışında kalmaktadır. Ancak asıl faktörün Schumpeter'in kalkınma teorisini oturttuğu dayanaklardan biri olan "insan sermayesi" olduğunu ifade etmek yerinde bir tabir olmaktadır.

Ardındaki sebepler her ne olursa olsun, 1950'lerin başına gelindiğinde, gelişen sanayisinin işgücü ihtiyacını karşılamak amacıyla Almanya yabancı işçi alımına müracaat etmek zorunda kalmıştır. İlk İtalya ile yapılan yabancı işçi anlaşmalarının ikincisi 30 Ekim 1961 tarihinde Türkiye ile akdedilmiş ve bu anlaşma gereğince 825 bin 383 Türk, Alman işverenler tarafından işçi olarak işe alınmıştır. Bu noktada insan sermayesinin ekonomik gelişmede oynadığı rolü göstermesi bakımından şu hususa dikkat çekmekte fayda

bulunmaktadır: Hitler'in Almanya'sı ve Mussolini'nin İtalya'sının her ikisi de II. Dünya Savaşının mağlup devletlerinden iken, ekonomik seviyeleri arasında kısa zamanda meydana gelen fark birini patron, diğerini ise işçi konumuna getirmiştir.

Türkler için 1961 yılında başlayan bu macera günümüze kadar devam etmiş; işçi alımlarının durdurulmasına rağmen Almanya'daki etnik Türklerin nüfusu, aile birleşmeleri, evlenmeler ve kendi içindeki hızlı nüfus artışı ile 2010 yılı itibarı ile 3 milyon kişiyi aşmıştır (ATİAD, 2010: 24).

Almanya'da yaşayan etnik Türklerin bugünkü konumların çok yönlü olarak anlaşılabilmesi için, öncelikle konunun 1961'den itibaren ve hatta onun da öncesindeki Türk-Alman ilişkileri zaviyesinden ele alınmasında fayda bulunmaktadır.

Almanya ile Türkiye arasındaki ilişkiler, Alman şirketlerinin projelerini gerçekleştirmek için Osmanlı İmparatorluğu'na gittikleri 19. yüzyıla kadar uzanmaktadır. İngiltere ve Fransa gibi zamanın süper güçlerine nazaran milli birliğini ve ekonomik gelişimini daha geç tamamlamış, bunun sonucu olarak da dünyanın sömürgeleştirilmesi sürecinden fazlaca nasibini alamamış Almanya için böyle bir yakınlaşma, kısmen bakir konumda bulunan Osmanlı toprakları üzerinde beslediği benzer bir amaçla açıklanabilir.

1960'lı yıllara gelindiğinde, ilk nesil Türkler işçi olarak Almanya'ya gitmişlerdir. Bu kişiler kısa zamanda çalışkanlıkları ve becerileri sayesinde kendilerini kabul ettirdiler, ancak bu kişilerin Alman halkına ve diğer etnik kitlelere nazaran daha eğitimsiz ve daha az mesleki kalifikasyona sahip oldukları görülmüştür. Bu yüzden Türk işçiler genellikle düşük ücretli işlerde çalışabilmişlerdir. İlk grup işçiler genellikle, yakın bir zamanda yeteri kadar sermaye ile Türkiye'ye dönmeyi amaçlamakta iseler de, zamanla çeşitli sebeplerden dolayı bu hedef sürekli ertelenmiştir (ATİAD, 2011: 10).

Zamanla bu manzara değişmiş ve Türkler Almanya'nın ayrılmaz parçası haline gelmişlerdir. Bu durumda Almanların zaman içinde yabancılar ve özellikle de Türkler ile beraber yaşamaya alışmalarının payı da yadsınamaz. Almanya macerasının 50. yılında etnik Türklerin, bu ülkeye giden ilk nesil Türkler ile aynı özelliklere sahip olmaları elbette

beklenmemektedir. Üçüncü ve hatta dördüncü nesil Türkler dil, eğitim ve mesleki kalifikasyon gibi nitelikleri bakımından Alman nüfus ile entegre olmuş bir haldedir.

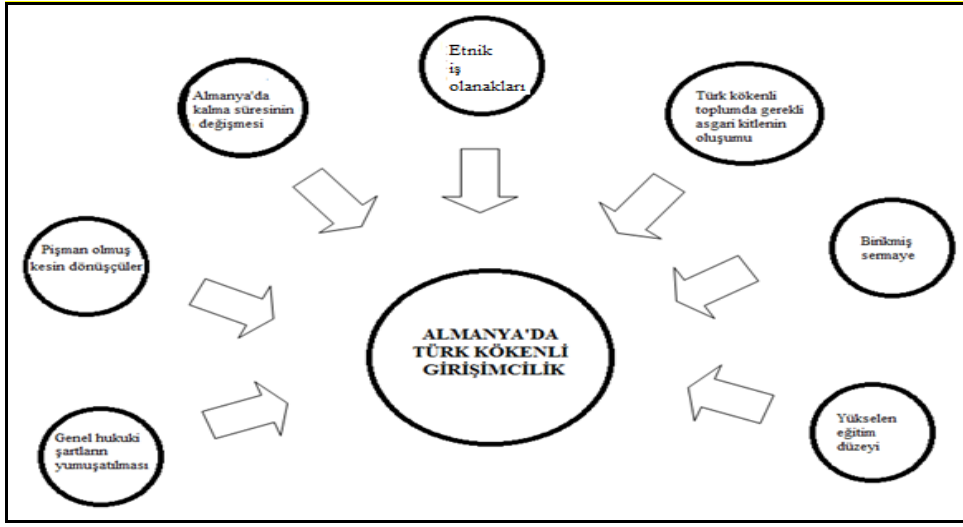
Bu entegrasyon, sermaye birikimini ve bağımsız çalışma isteği gibi daha pek çok ihtiyacı da beraberinde getirdi. Zamanla, Almanya'da yaşayan diğer etnik gruplar gibi, Türkler arasında da kendi işletmelerini açma yönünde bir temayül geliştirdi ve bu temayülün ivmesi günümüze kadar artarak devam etti. Öyle ki, küresel ekonomik kriz bile bu artış grafiğini düşürmeye yetmedi ve Türkleri, oran olarak, etnik girişimcilik konusunda Yunanlılar ve İtalyanlara çok daha yaklaştırdı. Bu incelemenin ayrıntılarına aşağıda değinilecektir. Ancak, etnik Türklerdeki girişimcilik akımının daha iyi anlaşılması bakımından genelde tüm etnik grupları, özelde ise etnik Türkleri girişimde bulunmaya sevk eden faktörlerin incelenmesinde fayda bulunmaktadır. Bu incelemeden sonra Almanya'daki etnik Türklerin durumuna daha ayrıntılı bir şekilde değinilecektir.

1.4. Almanya'da Etnik Girişimcilik ve Türk Kökenli Etnik Girişimciler

Türklerin 1961 yılında Almanya'da başlayan işçilik mücadelesi ve özellikle toplumla entegrasyon konusunda karşılaştıkları zorluklar zamanla değişmiş ve durum bu ülkede yaşayan Türklerin lehine gelişmiştir. Geçen 50 yılda nesiller ile birlikte bazı alışkanlıklar ve kalifikasyon seviyeleri de değişmiştir. Artık Almanya doğumlu Türkler, Almancayı Almanlar kadar iyi konuşabiliyor, gittikleri meslek okullarında onlar ile aynı mesleki eğitimi alabiliyorlardı.

Bu genel entegrasyon sürecine Türklerin Akdeniz insanına mahsus yatırımcı ruhu ve sermaye birikimi de eklenince, etnik Türkler Almanya'da ekonomik girişimlerde bulunmaya başladılar. Almanya'daki Türkleri kendi ekonomik yatırımlarını başlatmaya teşvik eden bu faktörler aşağıda Şekil 2'de gösterilmiştir:

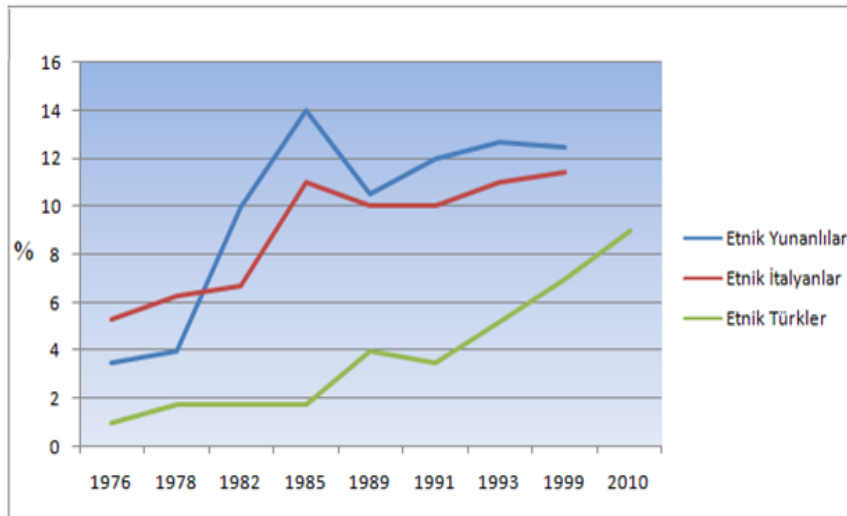
Şekil 2: Almanya’da Türk Girişimlerinin Gelişmesine Etki Eden Faktörler



Kaynak: ATİAD, 2010: 13’den uyarlanmıştır.

Değişen ekonomik ve sosyal koşullara karşın, etnik Türkler arasındaki girişimcilik oranı bu ülkede yaşayan İtalyanlar ve Yunanlıların seviyesine ulaşabilmiş değildir. 1999 yılı verilerine göre girişimcilik oranı Yunanlılar arasında %13,5 ve İtalyanlar arasında % 11,5 iken Türkler arasında sadece % 6,7’dir. Ancak Türkler için bu oranın 2010 yılı itibarı ile % 9 olduğu tahmin edilmektedir. 1999 yılı verilerini gösteren grafik aşağıda verilmiştir:

Grafik 2: Almanya’da Yaşayan Türkler, İtalyanlar ve Yunanlılar’ın Girişimcilik Oranlarının Karşılaştırılması



Kaynak: ATİAD, 2010: 18

Her üç ana etnik grup için de girişimcilik oranlarında yükselme mevcuttur. Bir sanayi devi olarak Almanya'nın göç almasına ve bu ülkede yaşayan etnik grupların da ticari girişimlerde bulunmaya meyletmelerine rağmen, Constant ve Zimmerman (2006: 287) tarafından yapılan araştırmada, Almanya'daki etnik girişimcilik faaliyetlerinin, ABD ve diğer göç alan ülkelere nazaran çok daha düşük oranlarda olduğu tespit edilmiştir. Araştırmacılar, Almanya'da 5509 kişi üzerinde yaptıkları çalışma neticesinde şu tabloyu ortaya koymuşlardır:

Tablo 1: Almanya'da Bağımsız ve Bağımlı Çalışanların Oranları ve Kazançları

	İşgücüne katılım oranı (%)	
	Bağımsız çalışanlar	Bağımlı çalışanlar
Yerli Almanlar	89,7	82,4
Tüm etnik gruplar	10,3	17,6
Etnik Almanlar	2,4	5,3
Etnik Türkler	2,1	3,8
Etnik İtalyanlar	1,5	2,4
Diğer Etnik Gruplar	4,3	6,1
	Haftalık Kazanç (Euro)	
	Bağımsız çalışanlar	Bağımlı çalışanlar
Yerli Almanlar	1648,49	1266,36
Tüm etnik gruplar	1768,40	1069,93
Etnik Almanlar	1885,48	1118,17
Etnik Türkler	1686,10	987,19
Etnik İtalyanlar	1770,81	1047,85
Diğer Etnik Gruplar	1740,73	1089,01

Kaynak: Constant ve Zimmerman (2006: 287)'dan uyarlanmıştır.

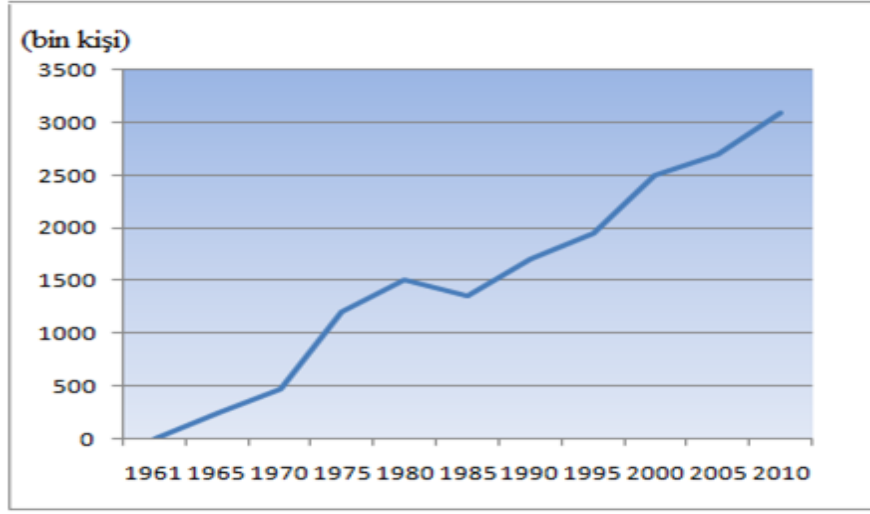
Tablo 1'e göre, Almanlar arasında kendi işletmelerinin sahibi olma oranı nispeten düşük olmasına rağmen (%12), bu oran ülkedeki etnik gruplar arasında daha da düşüktür (%6,6). Bu mukayese ayrıca, araştırmaya konu etnik gruplar arasında bağımsız en yüksek çalışma oranına etnik İtalyanların (%8,7), en düşük çalışma oranına ise etnik Türklerin (%5,5) sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Bu bilgilere ek olarak, Tablo 1'den; kendi işletmelerini kuran etnik gruplar ile yerli Alman müteşebbislerin aynı oranda kazanç elde ettikleri ve her iki grubun da ücretli işlerde çalışanlara nazaran daha iyi gelir elde ettikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 1'de Almanya'da kendi teşebbüslerini kuran ve işleten kişiler ile ücretli işlerde çalışanlar arasındaki gelir seviyelerini de karşılaştırmaktadır. Araştırmadaki veriler ticari girişimlerden elde edilecek kazancın ücretli işlerden elde edilecek kazanca göre daha yüksek olduğu şeklindeki varsayımı desteklemektedir. Bu istatistik, Almanya'da ücretli işlerde çalışanlar ile kendi işletmelerini işleten kişiler arasındaki gelir farkının en düşüğünün yerli Almanlar arasında, en yüksekini ise etnik Türkler arasında olduğunu, diğer etnik grupların ise bu iki grup arasında yer aldığını göstermektedir. Bu veriler, Almanya'da kendi ticari girişimlerini kurmanın ve çalıştırmanın etnik gruplar açısından çok daha avantajlı olduğunu gözler önüne sermektedir. Ancak bu ekonomik cazibe ile birlikte etnik grupların ayrımcılık yüzünden kendi işyerlerini açmaya zorlandıklarını da gözden uzak tutmamak gerekmektedir (Constant ve Zimmerman, 2006: 295). Bu sonuçlar Almanya'daki etnik Türklerin kendi işyerlerini açma konusunda kuvvetli bir kazanç motivasyonuna sahip olduğunu göstermektedir.

30 Ekim 1961 tarihinde Almanya ile Türkiye arasında imzalanan işçi alım anlaşmasına istinaden o yıl 6.700 kişi Almanya'ya gönderilmiş ve bu ülkede yaşayan Türklerin sayısı günümüze kadar artmaya devam etmiştir. 2010 yılı için Almanya'da yaşayan Türk etnik topluluğunun nüfusunun 3 milyonu aştığı tahmin edilmektedir (ATİAD, 2010: 10). Yıllar içindeki bu nüfus artışı Grafik 3'de sunulmaktadır.

Grafik 3: Almanya'daki Türk Nüfusu



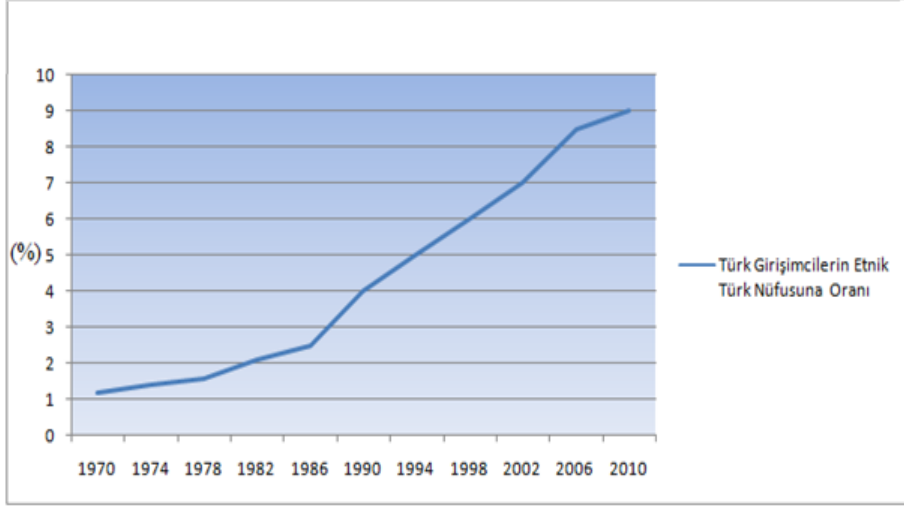
Kaynak: ATİAD, 2010: 11

Nüfus artışı ile birlikte Almanya'daki işçi Türkler arasında zamanla kendi ticari işletmelerini kurma yolunda bir anlayış gelişmiştir. Bunun neticesinde Türkler Almanya'da yaşayan başlıca etnik girişimci gruplardan biri konumuna gelmişlerdir (Şen ve diğerleri, 2008: 406).

Almanya'daki Türk işçiler tarafından kurulan ilk Türk işletmelerinin kuruluş tarihleri 1960'lı yılların başlarına kadar uzanmaktadır. Bu işletmeler başlangıçta kendi yurttaşlarının beklentilerine hizmet verecek şekilde faaliyetlerine başlamışlardır. "Etnik ticari faaliyet" olarak isimlendirilebilecek bu girişimler başlangıçta Türkiye'den yapılan ithalat ile yetiniyorlardı. Başlangıç döneminin Türk etnik ticari işletmelerine örnek olarak; Türk müşterilere hitap eden bakkal dükkânları ve gastronomi işletmeleri (büfe, lokanta, aşçı, fırıncı, kebabçı v.b.) verilebilir. Bu işletmeler için pratikte Alman rekabeti de söz konusu değildi (ATİAD, 2010: 10).

Almanya'da ticari girişimlerde bulunan Türk etnik grubunun Almanya'da yaşayan toplam Türk nüfusuna oranının yıllar içinde gelişimi Grafik 4'de sunulmaktadır.

Grafik 4: Almanya'daki Türk Girişimcilerin Bu Ülkedeki Etnik Türk Nüfusuna Oranı



Kaynak: ATİAD, 2010: 19

2010 yılı itibarı ile gelinen noktadaki girişimcilik oranı Yunanlılar ve İtalyanların 1999 yılı oranlarını dahi yakalayamamış olmasına rağmen, sürekli bir çıkış trendi yakalamış olan girişimcilik akımı neticesinde önümüzdeki yıllarda etnik Türklerin diğer iki etnik grubun da önüne geçerek bu ülkede etnik girişimcilik konusunda en yüksek orana sahip olacağını tahmin edilebilir.

Bundan sonraki bölümde Almanya'daki Türk etnik girişimciler hakkında genel bilgi verilmiştir. 2008 küresel ekonomik krizinin Türk etnik girişimciler üzerindeki etkileri ele alınmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KRİZİN ALMANYA'DAKİ TÜRK ETNİK GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE ETKİSİ

Konjonktürel dalgalanma, küreselleşme neticesinde her ülke tarafından mutlaka hissedilmektedir. 2008 küresel ekonomik krizi, haliyle önde gelen sanayileşmiş ülkelerden birisi olan Almanya'yı da etkilemiştir. Ancak, krizin etkileri her sektör için olumsuz çıktılar getirmemiştir. Ekonomik krizin bazı sektörler için ağır etkilerine rağmen bundan spekülatif kazanç sağlayan girişimcilerin olduğu da muhakkaktır.

Çalışmanın bu kısmında 2008 küresel ekonomik krizi sonrasında Almanya'daki Türk girişimcilerin kriz sonrası geri bildirimleriyle, krizin kendileri üzerindeki etkileri incelenecektir.

2.1. Almanya'daki Türk Etnik Girişimcilere Genel Bakış

Yapılan literatür taramaları Almanya'nın 2008 yılı küresel ekonomik krizinden belli bir oranda dahi olsa olumsuz yönde etkilendiğini ortaya koymaktadır. Ancak bu olumsuz etkilenmeye rağmen bu ülkede yaşayan etnik Türkler tarafından işletilen işletmelerin sayılarında, cirolarında ve bu işletmelerde istihdam edilen işçilerin sayılarında yükselme olduğu gözlemlenmektedir. Bir başka ifadeyle, küresel ekonomik kriz bu işletmeler üzerinde olumsuz herhangi bir etki meydana getirmemiş, bilakis bu işletmelerin kriz öncesi yükselen trendi krize rağmen devam etmiştir. Bu genel tabloya göre Türk etnik girişimcilerin 2007 yılında başlayan ve etkileri içinde bulunduğumuz 2014 yılında dahi devam eden küresel ekonomik krize rağmen, Almanya'da yaşayan Türklerin sahibi oldukları ve işlettikleri girişimlerin çeşitli kriterlere göre (işletme sayısı, istihdam edilen işçi sayısı, ciroları, büyüme oranları) gelişmelerinin altında yatan sebeplerin neler olduğu" şekilde ifade edilebilecek sorunsal alanlarında yapmış oldukları yenilikler ya da buldukları bölgelerde sahip oldukları sosyal ağlar ile açıklamak mümkün müdür? Bu

soruya cevap arayabilmek için Schumpeter'in Kalkınma Teorisinde yer alan yenilik kavramı ile Sosyal Ağ Teorisinde yer alan sosyal ağ kavramlarından faydalanmakta yarar görülmektedir.

Schumpeter girişimciyi yeniliğin yönetimini elinde bulunduran kişi olarak tanımlamıştır. Buradan elde edilen çıkarımla Almanya'da yaşayan Türk etnik girişimlerde başta gastronomi olmak üzere burada yaşayan ve sürekli artmakta olan Türk nüfusu için bir yenilik yapmış sayılmaktadır. Çünkü bu girişimciler piyasaya yeni bir mal veya hizmet getirmişler ve daha önceden var olmayan bir piyasanın açılmasına sebep olmuşlardır. Örneğin, Almanya'da yaşayan bir Türk'ün küçük bir işletme ile başladığı ticari hayatında elde ettiği sermayeyi kullanarak Türkiye'de gelişmiş olan hazır mutfak sektörünü Almanya'ya taşıdığını düşünelim. Bu sayede, hem bu ülkede yaşayan Türklerin zevklerine uygun ürünler sunmak hem de bu ürünleri Alman zevklerine adapte ederek daha uygun şartlarda ürünler temin etmek mümkün olabilir. Bu durumda Schumpeter'in "yeni bir üretim tekniği" kavramının şartları tam olarak tatmin edilmiştir. Neticede de girişimci sonu gelmeyen bir öğrenme ve yenilik sürecine girmiş olur ve kalkınma gerçekleşir.

Bu açıklamalar ışığında aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₁: *"Almanya'da yaşayan Türk etnik girişimcilerin küresel ekonomik krize rağmen son yıllarda gösterdikleri olumlu yöndeki gelişmeler ile Schumpeter'in Kalkınma Teorisindeki yenilik kavramı arasında anlamlı bir ilişki vardır."*

Araştırmalarımız sırasında, Almanya'da ticari faaliyet göstermekte olan Türklerin, Almanya için 'yenilik' niteliği taşıyan faaliyetlerde bulunmaları sebebiyle ticari bakımdan gelişmeyi sürdürdükleri ihtimali bu hipotezin geliştirilmesinde büyük rol oynamıştır.

Sosyal Ağ Teorisinde yapılan çalışmalarda ise, çalışmaların önemli bir kısmı sosyal ağlar ile girişimcilik arasındaki ilişkinin sosyal ağların girişimciliğin gelişmesine sebep olacağını savunan tek yönlü değerlendirmelerdir. Ancak sosyal ağlar ile girişimcilik arasındaki sebep-sonuç ilişkisi iki yönlü olarak gerçekleşmektedir (Hoang ve Antoncic; 2003:172). Araştırmalara göre; her iki faktöründe birbiri üzerinde etkili olması, bir başka ifade ile her ikisinin de birbirine göre sebep-sonuç etkileşimine sahip olmaları ile mümkün

olmaktadır. Hoang ve Antoncic'in oluşturdukları hipotezlerin sonuçlarına göre; sosyal ağların girişimcilik sürecini etkilediği gibi, girişimcilik süreçlerinin de sosyal ağ gelişimini etkilediği bilinmektedir. Ancak çalışmamızda sosyal ağların girişimcilik üzerindeki etkileri tek yönlü olarak ele alınacaktır.

Bu açıklamalar ışığında aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

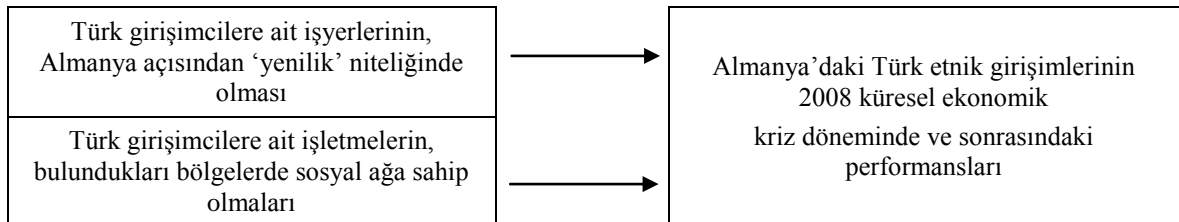
H₂: *“Almanya’da yaşayan Türk etnik girişimcilerin küresel ekonomik krize rağmen son yıllarda gösterdikleri olumlu yöndeki gelişmeler ile sosyal ağa sahip olmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.”*

Almanya’da sayıları üç milyonu aşan Türklerin birbirlerine yakın yerlere yerleştikleri, ticareti daha çok aynı etnik gruba mensup kişiler ile yaptıkları ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik işletmelerin yine aynı kişilerce işletildiği ve dolayısı ile grup içinde ticaret yapmanın bir anlamda zorunlu bir konu olduğu ihtimali, etnik Türklerin ekonomik gelişme göstermelerinin “sosyal ağ teorisi” (ağ teorisi) ile açıklanabileceği düşüncesinin gelişmesinde önemli bir rol oynadı.

2.2. Araştırma Modeli

Kalkınma teorisini bağlamında ve Sosyal ağ teorisini bağlamında kullanılacak olan araştırma modeli Şekil 3’de özetlenmiştir.

Şekil 3: Araştırmanın Modeli



2.3. Araştırma Kapsamı ve Örnekleme Süreci

Araştırma Almanya'da yaşayan Türk etnik girişimcileri kapsamaktadır. Bu amaçla, Almanya'nın Köln ve Düsseldorf şehirleri seçilmiştir. Bunun nedeni de Türk nüfusunun yoğun olarak olduğu bölgeler olması ve Türk etnik girişimcilerin bölgede yoğunlaşmış olmasıdır. Bu amaçla iki şehirde yaşayan ve ticari faaliyet yürüten 200 Türk etnik girişimciye uygulanmak üzere bir soru kağıdı formu hazırlanmıştır (EK-1). Soru kağıdı formu hazırlanırken literatür incelenmiş ve sorular bu bağlamda hazırlanmıştır.

2.4. Veri Toplama Yöntemi ve Veri Toplama Süreci

Bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak soru kağıdı formu kullanılmıştır. Görüşme yapılan kişilere soru kağıdının ne amaçla yapılmakta olduğu ve gizliliği konusunda bilgi verilmiştir.

Soru kağıdı formu dört bölümden oluşmaktadır. Birinci Bölüm katılımcının ailesinin Almanya'da yaşayan kaçıncı nesil olduğu ve kişinin Almanya'da bir Türk toplumu içerisinde yaşayıp yaşamadığını öğrenmeyi amaçlamaktadır.

İkinci Bölüm katılımcının işyeri ile bilgileri edinmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda katılımcıya işyerinin büyüklüğü, sahibi, çalışma hayatına başlamadan önce Türklerden tavsiye alıp almadığı, müşteri kitlesi ve işyerinin sunduğu mal ve hizmetlerin Türkler için ne anlama geldiği gibi sorular sorulmaktadır.

Üçüncü Bölüm, katılımcının iş ve arkadaş çevresi hakkında bilgi edinme amaçlıdır. Bu bölümde sorulan sorularla katılımcının iş ve sosyal çevresinde Türkler ile ne derece yakın ilişkide olduğu öğrenilmek istenmektedir.

Son bölümde ise, katılımcının işyerinin 2008 ekonomik krizinden ne derece etkilendiği ve bu neticeyi hangi sebep ile açıklayabildiği sorulmaktadır.

2.5. Veri Seti ve Analiz Yöntemi

Kullanılan teorilerden elde edilen hipotezlerin test edilmesi amacıyla soru formu uygulamasından elde edilen veriler SPSS yazılımı kullanılarak Ki-kare istatistik metodu ile analiz yapılmıştır.

Kalkınma Teorisi bağlamında oluşturulan hipotezde soru formunun 8. sorusuna verilen cevap bağımsız değişkeni oluştururken 17. 18. ve 19. Sorularına verilecek cevaplar bağımlı değişkenler olarak belirlenmiştir.

Sosyal Ağ Teorisi bağlamında oluşturulan hipotezlerde ise soru formunun 7. sorusu bağımsız değişkeni oluştururken 17. 18. ve 19. sorulara verilecek cevaplar bağımlı değişkenler olarak belirlenmiştir.

Sosyal ağ teorisi bağlamında hazırlanan çalışma hipotezlerinin test edilmesi amacıyla, anket uygulamasından elde edilen değerler SPSS bilgisayar yazılımı kullanılarak ki-kare istatistik metodu ile analize tabi tutulmuştur.

2.6. Araştırma Bulguları

Bu kısımda ilk olarak Almanya'daki Türk etnik girişimciliğine ait değerler soru kağıdı formuna verilen cevaplara göre değerlendirilecektir. Bu değerlendirme neticesinde Türk etnik girişimlerinin performanslarının Kalkınma Teorisi ile açıklanıp açıklanamayacağı tespit edilmiştir.

İkinci olarak Almanya'daki Türk etnik girişimciliğine ait değerler ile girişimlerin içerisinde buldukları şartlar birlikte değerlendirilecektir. Bu değerlendirme ile de Türk girişimlerinin performanslarının Sosyal Ağ Teorisi ile açıklanıp açıklanamayacağının tespitine çalışılacaktır.

Bu çalışma kapsamında ele alınan Türk etnik girişimcilerin açıklayıcı istatistikleri Tablo 2'de sunulmuştur;

Tablo 2: Örnekleme Yer Alan Türk Etnik Girişimcilerin Nitelikleri

Demografik Özellik	N	%
Katılımcının Almanya’da yaşadığı şehir		
Köln	100	50
Duesseldorf	100	50
Katılımcının Türkiye’deki memleketinin bulunduğu coğrafi bölge		
Marmara	48	24
Ege	26	13
İç Anadolu	85	42,5
Karadeniz	14	7
Akdeniz	15	7,5
Doğu Anadolu	4	2
Güneydoğu Anadolu	8	4
Katılımcının ailesinden Almanya’da yaşayan kaçınıcı nesil birey olduğu		
1. nesil	0	0
2. nesil	28	13,9
3. nesil	107	53,2
4. nesil	66	32,8
Katılımcının Almanya’da çoğunluğunu Türkler’in oluşturduğu bir topluluk içerisinde yaşamadığı		
Türk topluluğu içerisinde yaşıyor	125	62,5
Kısmen Türk topluluğu içerisinde yaşıyor	48	24
Türk topluluğu içerisinde yaşamıyor	27	13,5
Katılımcının çalıştığı işyerinde kaç kişinin çalıştığı		
2-4	119	59,5
5-6	63	31,5
7 ve fazlası	18	9
Katılımcının çalıştığı işyerinin kendisine veya bir başkasına ait olduğu		
Kendisine ait	76	38
Ailesine ait	67	33,5
Başka Türk veya Türkler ile ortak	8	4
Başka Türk veya Türklere ait	25	12,5
Başka etnik gruptan kişilere ait	8	4
Türk ve Alman ortaklığı	8	4

(N=200)

Almanya’da etnik Türklere ait girişimlerin kalkınma teorisi anlamında “yenilikçi” niteliğe sahip olup olmadığını araştırmak amacıyla, anketin 8. sorusuna verilecek cevap (bağımsız değişken) ile 17, 18 ve 19. sorularına verilecek cevaplar (bağımlı değişkenler) arasındaki ilişkilerin niteliği araştırılacaktır.

Bu analizde bağımsız değişken olarak, anketin 8. sorusu olan “Çalıştığınız işletme, çevrede yaşayan Türklerin başka yerlerde kolaylıkla tatmin edemeyecekleri ihtiyaçlara mı hitap ediyor? İşyeriniz, müşteri kitlesi için büyük bir eksikliği giderici ve vazgeçilmez konumda mıdır?” sorusuna verilen ve “kesinlikle katılmıyorum” cevabı ile başlayıp “kesinlikle katılmıyorum” cevabı ile sona eren 5’li likert yöntemi kullanılmıştır.. Bağımlı değişken olarak ise, kriz sırasında işletmenin genel performansını gösteren ve anketin 17, 18 ve 19. sorularına verilen ve işyerinin ekonomik kriz sırasındaki performansını ölçen cevapların oluşturduğu nominal (atanmış) değişken kullanılmıştır. Bu dört soruya katılımcılar tarafından verilen cevaplar doğrultusunda hazırlanan tablolar aşağıdadır:

Tablo 3: Anket sorularına Likert Yöntemine göre verilen cevaplar

	Cevap	N	%
Soru 8: Çalıştığınız işletme, çevrede yaşayan Türklerin başka yerlerde kolaylıkla tatmin edemeyecekleri ihtiyaçlara mı hitap ediyor? İşyeriniz, müşteri kitlesi için büyük bir eksikliği giderici ve vazgeçilmez konumda mıdır?”	Katılıyorum	188	94
	Katılmıyorum	12	6
	Cevap	N	%
Soru 17: Çalıştığınız işletme 2008 yılında başlayan ekonomik krizden genel olarak nasıl etkilendi?	Krizi hissetmedim	187	93.5
	Kriz işletmeyi olumsuz yönde etkiledi	13	6.5
Soru 18: 2008 yılı öncesi ve sonrası karşılaştırıldığında, çalıştığınız işletmenin işçi sayısında herhangi bir değişiklik oldu mu?	Arttı	186	93
	Azaldı	14	7
Soru 19: 2008 yılı öncesi ve sonrası karşılaştırıldığında, çalıştığınız işletmenin cirosunda bir değişme yaşandı mı?	Arttı	188	94
	Azaldı	12	6

Bu noktada, işyerinin yenilikçi olup olmadığı ile işyerinin ekonomik kriz sırasındaki ekonomik performansı karşılaştırılacaktır. Bir başka ifadeyle, işyerinin yenilikçi olup olmadığının ekonomik kriz sırasında işyerinin performansı üzerindeki etkisi istatistiksel olarak tespit edilecektir. Değişkenlerin varyanslarının farklı olması, cevaplayıcı sayısının eşit olmayışı ve verilerin normal dağılmamasından dolayı veri analizinde

parametrik olmayan istatistiksel ilişki testleri kullanılmıştır. Söz konusu bu testlerden ki-kare bağımsızlık testi ile ilişkinin olup olmadığı belirlenmiş ardından da ilişkinin düzeni ve yönü açısından da durumsallık katsayısı (contingency coefficient) ile tahminler yapılmıştır.

5’li likert yöntemi kullanılarak elde edilen “katılıyor” ile kesinlikle katılıyor” ve “katılmıyor” ile “kesinlikle katılmıyor” arasındaki ayrım her katılımcı için aynı anlamı ifade etmeyebileceğinden, bu cevaplar “katılıyorum” ve “katılmıyorum” kriterleri esas alınarak birleştirilmiştir. Sonuçta, bağımsız değişkenin alabileceği değerlerin sayısı ikiye indirilmiştir.

İlk olarak, işyerinin yenilikçi olup olmaması (Soru 8) ile ekonomik krizin işyeri üzerinde doğurduğu etki (Soru 17) arasındaki ilişki incelenecektir:

Tablo 4: İşyerinin Yenilikçiliği ile Krizin Etkisi Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

İşyerinin Yenilikçiliği * Krizin Etkisi Çapraz Tablolama				
		Krizin Etkisi		Toplam
		Hissetmedi	Olumsuz etkiledi	
İşyerinin Yenilikçiliği	Katılıyorum	183	5	188
	Katılmıyorum	4	8	12
Toplam		187	13	200

İşyerinin yenilikçi nitelik taşıması ile krizden etkilenmesi arasındaki ilişkinin varlığını test etmek için Ki- kare analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen çapraz tabloda katılımcıların % 93,5’lük kısmı işyerinin yenilikçi nitelik taşımasının krizden etkilenmemesini sağladığı düşünülmektedir. Ki-kare değeri 65,873 ve $p=0.000$ değerini alması bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Ayrıca durumsallık katsayısı 0.52’lik bir değerle iki değişken arasında güçlü bir ilişki olduğunu desteklemektedir.

Bu sonuçlara göre işyerinin yenilikçi nitelik taşıması onların krizden etkilenmemelerinin sağlamaktadır ve böylece Schumpeter’in Kalkınma Teorisi bağlamında oluşturulan hipotez desteklenmektedir.

Tablo 5: İşyerinin Yenilikçiliği ile İşçi Sayısında Değişiklik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

İşyerinin Yenilikçiliği * İşçi Sayısında Değişiklik Çapraz Tablolama				
		İşçi Sayısında Değişiklik		Toplam
		Arttı	Azaldı	
İşyerinin Yenilikçiliği	Katılıyorum	182	6	188
	Katılmıyorum	4	8	12
Toplam		186	14	200

İşyerinin yenilikçi nitelik taşıması ile işyerinde çalışan işçi sayısındaki değişiklik arasındaki ilişkinin varlığını test etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen çapraz tabloya göre katılımcıların % 93'lük kısmı işyerinin yenilikçi nitelik taşımasının, işçi sayısında artışa neden olduğunu belirtmiştir. Ki-kare değeri 60.403, $p=0.000$ değerini alması bu iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Ayrıca durumsallık katsayısı 0.509'luk bir değerle iki değişken arasında güçlü bir ilişki olduğunu desteklemektedir. Bu sonuçlara göre Almanya'da Türk etnik girişimcilere ait işyerlerinin yenilikçi nitelik taşıması onların işçi sayısında artışa sebep olmuştur.

Üçüncü olarak, işyerinin yenilikçi olup olmaması ile işyerinin cirosundaki kriz sırasında yaşanan değişim arasındaki ilişki incelenecektir.

Tablo 6: İşyerinin Yenilikçiliği ile Ciroda Değişiklik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

İşyerinin Yenilikçiliği * Ciroda Değişiklik Çapraz Tablolama				
		Ciroda Değişiklik		Toplam
		Arttı	Azaldı	
İşyerinin Yenilikçiliği	Katılıyorum	184	4	188
	Katılmıyorum	4	8	12
Toplam		188	12	200

İşyerinin yenilikçi nitelik taşıması ile işletmelerin cirolarındaki değişim arasındaki ilişkinin varlığını test etmek için Ki-kare testi uygulanmıştır. Elde edilen çapraz tabloya göre işletmelerin yenilikçi nitelik taşıması işletmelerin cirolarında olumlu etkiye neden olmuştur diyenlerin oranı % 94 olarak tespit edilmiştir. Ki-kare değeri 72.256 ve $p=0.000$ değerini alması bu iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Ayrıca durumsallık katsayısı 0.542'lik oranla bu iki değişken arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Elde edilen sonuçlara göre işyerinin yenilikçi olması onların cirolarında artışa neden olmaktadır. Böylece Schumpeter'in Kalkınma Teorisi bağlamında oluşturulan hipotez desteklenmiştir.

Araştırma bulguları genel olarak değerlendirildiğinde, yukarıda yapılan karşılaştırma ve testlerden, 2008 yılında başlayan küresel ekonomik krize rağmen Almanya'da faaliyet göstermekte olan Türk etnik girişimcilerinin çeşitli kriterlere göre performanslarını artırarak sürdürmelerinin bu işletmelerin Schumpeter'in kalkınma teorisinde ifade edildiği şekliyle yenilikçi niteliğe sahip olmaları ile açıklanabileceği tespit edilmiştir.

Buna göre, "Almanya'daki Türk etnik girişimciliğinin son yıllardaki gelişmesi ile Schumpeter'in kalkınma teorisindeki yenilik kavramı arasında anlamlı bir ilişki vardır." şeklindeki hipotez doğrulanmaktadır.

Almanya'da Türk etnik girişimcilere ait ticari girişimlerin krize rağmen gelişme göstermelerinde sahip oldukları sosyal ağlarla arasındaki ilişkiyi test edilebilmek amacıyla anketin 7. sorusuna verilecek cevaplar ile anketin 17. 18. ve 19. sorularına verilecek cevaplar analiz edilecektir. Analiz dört adet alt hipotez ile test edilecektir. Yapılacak analiz için SPSS yazılımı kullanılacaktır. Sosyal ağ teorisinin değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklayıp açıklamayacağı hususundaki tartışma analizlerden sonra yapılacaktır.

H_{2a} : "Almanya'daki Türk etnik girişimcilerin krize rağmen ekonomik bakımdan güçlü bir performans sergilemeleri ile bu girişimlerin müşterilerinin çoğunlukla Türkler olması sebebiyle Almanlara nazaran daha avantajlı konumda olmaları arasında ilişki vardır."

Bu analiz için anketin 7. (Müşteri profilinizi daha çok kimler oluşturur?) ve 16. (Çevrenizde bulunan ve ilişkili bulunduğunuz Türkleri göz önünde bulundurduğunuzda, müşteri kitlesine sahip olma ve bu kitle ile ilişkileri devam ettirme yönünden kendinizi Almanlara karşı daha avantajlı hissediyor musunuz?) sorularına verilen cevaplar kullanılmıştır. Her iki değişken de nominal olduğundan, analizlerde ki-kare testi uygulanmıştır.

Tablo 7: Müşteri Profili ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Yönünden Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Müşteri Profili*Müşteri Kitlesine Sahiplik Çapraz Tablolama				
		Müşteri Kitlesine Sahiplik		Toplam
		Oldukça Avantajlı	Avantajlı Değil	
Müşteri Profili	Türkler	180	8	188
	Diğer Etnik Gruplar	8	4	12
Toplam		188	12	200

Müşteri profilinin Türklerden ve diğer etnik gruplardan oluşması ile müşteri kitlesine sahiplik arasındaki ilişkinin test edilebilmesi için Ki-kare testi uygulanmıştır. Test sonucundaki çapraz tabloya göre işletmelerin müşterilerinin daha çok Türklerden oluşmasının müşteri kitlesine sahiplik önünden avantajlı olduğunu belirtenlerin oranı % 94'dür. Ki- kare değeri 12.148 ve $p=0.000$ değerini alması bu iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Durumsallık katsayısı değeri de bu ilişkiyi desteklemektedir. Elde edilen sonuçlara göre müşteri profilinin daha çok Türklerden oluşması işletmelere büyük oranda avantaj sağlamaktadır. Böylece Sosyal Ağ Teorisi bağlamında oluşturulan hipotez desteklenmektedir.

H_{2b}: "Almanya'daki Türk etnik girişimcilerin krize rağmen ekonomik bakımdan güçlü bir performans sergilemeleri ile bu girişimcilerin işyerlerinin Türklerin yoğun olarak erişebilecekleri konumda bulunmaları sebebiyle Almanlara nazaran daha avantajlı konumda olmaları arasında anlamlı ilişki vardır."

Bu analiz için anketin 3. (İşyeriniz Türklerin rahatlıkla erişebileceği bir konumda mı?) ve 16. (Çevrenizde bulunan ve ilişkili bulunduğunuz Türkleri göz önünde bulundurduğunuzda, müşteri kitlesine sahip olma ve bu kitle ile ilişkileri devam ettirme yönünden kendinizi Almanlara karşı daha avantajlı hissediyor musunuz?) sorularına verilen cevaplar sırasıyla değişken olarak kullanılmıştır.

Tablo 8: Türkler Erişebilir ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Türkler Erişebilir*Müşteri Kitlesine Sahiplik Çapraz Tablolama				
		Müşteri Kitlesine Sahiplik		Toplam
		Oldukça Avantajlı	Avantajlı Değil	
Müşteri Profili	Türkler	178	10	188
	Diğer Etnik Gruplar	10	2	12
Toplam		188	12	200

Türk etnik girişimcilerin işyerlerinin Türklerin rahatlıkla erişebilecekleri konumda bulunanların müşteri kitlesine sahiplik yönünden avantajlı olup olmadığının belirlenmesi için Ki- kare testi uygulanmıştır. Ki – kare değeri 0.956 ve $p=0.328$ değerleri bu iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu nedenle Sosyal Ağ Teorisi bağlamında oluşturulan hipotez desteklenmemiştir.

H_{2c} : “Almanya’daki Türk etnik girişimcilerin krize rağmen ekonomik bakımdan güçlü bir performans sergilemeleri ile bu girişimcilerin kendilerine sosyal ve ekonomik bakımdan avantaj sağlayan bir sosyal ağ oluşturmuş olmaları sebebiyle Almanlara nazaran daha avantajlı konumda olmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

Bu araştırma sorusunu cevaplandırabilmek için sosyal ağ teorisinin çeşitli argümanlarından faydalanılacak ve kişiler arasında sosyal ağın varlığını gösteren her bir özelliği birer değişken olarak kullanılacaktır. Tüm analizlerde değişken, anketin 16. sorusuna (Türk girişimcilerin başka millet ve etnik gruplardan girişimcilere nazaran avantajlı konumda bulunup bulunmadıkları) verilen cevap olacaktır.

a) Müşteri kitlesinin işyerinden haberdar olma vasıtası ile ticari bakımdan avantajlı konumda bulunma arasındaki ilişki: Sosyal ağ teorisi, ağ içerisindeki insanların doğrudan veya dolaylı olarak birbirleri ile irtibatlarının bulunması gerektiğini ifade eder. Buna göre, aynı durumun Almanya’da yaşayan Türkler arasında da geçerli olması halinde, Türklerin diğer Türkler ile kurduğu doğrudan veya dolaylı ilişkiler vasıtası ile işyerlerinin tanıtımını diğer Türklere yapması gerekir. Yapılacak test ile bu durumun ticari yönden bir avantaj oluşturup oluşturmadığı araştırılacaktır.

Sosyal ağ teorisinde hem doğrudan hem de dolaylı ilişkiler kabul edildiğinden, ankette (soru 10) bu iki grup ilişkiler birbirlerinden farklı olarak belirtilmiş ise de, analiz aşamasında bir arada değerlendirilmiştir.

Tablo 9: Müşterilerin Haberdar Olması ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Müşterilerin Haberdar Olması*Müşteri Kitlesine Sahiplik Çapraz Tablolama				
		Müşteri Kitlesine Sahiplik		Toplam
		Oldukça Avantajlı	Avantajlı Değil	
Müşterilerin haberdar olması	Doğrudan ve dolaylı ilişkiler	181	8	189
	Aynı çevrede oturduğundan	6	5	11
Toplam		187	13	200

Müşterilerin işletmeden haberdar olması ile müşteri kitlesine sahiplik açısından avantajlı olup olmadığını test etmek için Ki-kare testi uygulanmıştır. Ki-kare değeri 29.063 ve $p=0.000$ değerleri bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Durumsallık katsayısı 0.356’lık bir değerle bu iki değişken arasında orta düzeyde bir ilişki olduğunu desteklemektedir. Çapraz tabloda müşterilerin doğrudan ve dolaylı olarak işletmeden haberdar olmalarının işletmenin müşteri kitlesine sahip olmasında %93,5 oranla avantaj sağladığını belirtmişlerdir. Elde edilen sonuçlar hipotezi desteklemektedir.

b) Almanya’daki Türk etnik girişimcilerin çevrelerinde bulunan ve sık sık fikir alışverişinde buldukları kişilerin çoğunlukla Türklere oluşması ile bu kişilerin ticari

bakımdan avantajlı konumda bulunmaları arasındaki ilişki: Sosyal ağ teorisi Almanya'daki Türklere uygulandığında, bu kişilerin çevrelerinde daha çok Türklerin bulunduğunu ve çoğunlukla bu kişiler ile sosyalleştikleri düşünülmüş ve araştırma sorusu da bu doğrultuda şekillendirilmiştir. Her ne kadar anketin 11. sorusunda bu kapsama giren “çevre” ayrıntılı bir şekilde ve “aile-akraba-Türkler” şeklinde ifade edilmiş ise de, teori bakımından bu kişiler arasında herhangi bir fark olmadığından, bu üç seçenek tek olarak kabul edilerek analize tabi tutulmuştur. Yukarıdaki gibi, bağımsız değişken yine “Türk girişimcilerin başka millet ve etnik gruplardan girişimcilere nazaran avantajlı konumda bulunup bulunmadıkları” olacaktır.

Tablo 10: Çevresindeki Kişiler ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Çevresindeki Kişiler * Müşteri Kitlesine Sahiplik Yönünden Çapraz Tablolama				
		Müşteri Kitlesine Sahiplik		Toplam
		Oldukça Avantajlı	Avantajlı Değil	
Çevresindeki Kişiler	Aile-Akraba-Türk	178	9	187
	Sadece İş Arkadaşları	9	4	13
Toplam		187	13	200

Etnik Türk girişimcilerin sosyal çevreleri ile müşteri kitlesine sahiplik arasındaki ilişkinin belirlenmesi için Ki-kare testi uygulanmıştır. Ki- kare değeri 9.542 ve $p=0.002$ değerleri ile bu iki değişken arasındaki ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Durumsallık katsayısının 0.251 değer alması da iki değişken arasındaki ilişkiyi desteklemektedir. Etnik Türk girişimcilerin sosyal çevrelerin aile, akraba ve Türklerden oluşması onları müşteri kitlesine sahiplik yönünden avantajlı hale getirdiğini söyleyenler %93,5 oranındadır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre hipotez desteklenmektedir.

c) Almanya'daki Türk etnik girişimcilerin Almanya'da faaliyet gösteren Türk dernekleri gibi kuruluşlarla olan ilişkileri ile bu kişilerin ticari bakımdan avantajlı konumda bulunmaları arasındaki ilişki: Sosyal ağ teorisi bağlamında Türk etnik girişimcilerin diğer Türkler ile bağlantılarını Türk dernekleri gibi sivil toplum kuruluşları vesilesi ile yerine getirebilecekleri düşünülmüş ve anketin 12. sorusuna verilen cevaplar

değişken olarak analize tabi tutulmuştur. Diğer değişken, yukarıdaki analizlerde olduğu gibi “Türk girişimcilerin başka millet ve etnik gruplardan girişimcilere nazaran avantajlı konumda bulunup bulunmadıkları” olacaktır.

Tablo 11: Türk Kuruluşları ile İlişkiler ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Türk Kuruluşları ile İlişkiler*Müşteri Kitlesine Sahiplik Yönünden Çapraz Tablolama				
		Müşteri Kitlesine Sahiplik		Toplam
		Oldukça Avantajlı	Avantajlı Değil	
Türk Kuruluşları ile İlişkiler	Kuvvetli	183	9	192
	Zayıf	4	4	8
Toplam		187	13	200

Türk kuruluşları ile ilişkiler ile müşteri kitlesine sahip olma arasındaki ilişkinin belirlenmesi için Ki –kare testi uygulanmıştır. Ki-kare değeri 19,026 ve $p= 0.000$ değerlerini alması bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Durumsallık katsayısının 0,339’luk değer alması da bu iki değişken arasında orta düzeyde bir ilişkinin varlığını desteklemektedir. Çapraz tabloya göre Türk kuruluşları ile ilişkilerin iyi olması müşteri kitlesine sahip olma açısından işletmeleri avantajlı konuma getirdiğini söyleyenler % 93,5 oranındadır. Böylece Almanya’daki etnik Türk girişimcilerin orada bulunan Türk kuruluşları ile iyi ilişkiler geliştirmeleri kendilerine müşteri kitlesine sahiplik konusunda avantaj sağlamıştır. Bu sonuçlara göre Sosyal Ağ Teorisi bağlamında oluşturulan hipotez desteklenmektedir.

d) Almanya’daki Türk etnik girişimcilerin fikir alışverişinde buldukları kişilerin daha çok kendi fikirlerini veya içinde yaşadıkları Türk topluluğunun fikirlerini yansıtmaları ile bu kişilerin ticari bakımdan avantajlı konumda bulunmaları arasındaki ilişki: Sosyal ağ teorisi, bir topluluk içinde yaşayan kişilerin sadece şahsi fikirlerini değil, topluluğun diğer bireylerinin fikirlerini de esas alarak hayatlarına yön verdiklerini öngörmektedir. Bu alt hipotezin oluşturulmasındaki amaç, Türk etnik girişimcilerin aldıkları tavsiyelerin doğrudan ilişkili buldukları kişilerin şahsi fikirleri veya topluluğun

genel fikri olduğunu araştırmak ve aynı zamanda bu durumun ticari yönden avantajlı durumda bulunup bulunmadıkları değişkeni ile olan ilişkisini tespit etmektir.

Tablo 12: Fikir Alışverişinde Bulunduğu Kişiler ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Fikir Alışverişinde Bulunduğu Kişiler*Müşteri Kitlesine Sahiplik Çapraz Tablolama				
		Müşteri Kitlesine Sahiplik		Toplam
		Oldukça Avantajlı	Avantajlı Değil	
Fikir Alışverişinde Bulunduğu Kişiler	Toplumun Fikirlerini Yansıtırlar	178	8	186
	Kendi Fikirlerini Yansıtırlar	9	5	14
Toplam		187	13	200

Türk etnik girişicilerin fikir alışverişinde buldukları kişiler ile müşteri kitlesine sahiplik arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için Ki-kare testi uygulanmıştır. Çapraz tabloya göre Türk etnik girişimcilerin fikir alışverişinde buldukları kişilerin çoğunlukla aynı topluluk içinde yaşayan kişilerin genel fikirlerini yansıtılmalarının müşteri kitlesine sahiplik açısından oldukça avantajlı olduğunu belirtenlerin oranı %93,5'dir. Ki-kare değeri 16,287 p= 0,000 değeri ile iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Durumsallık katsayısı değeri de 0,309'luk değerle iki değişken arasında orta düzeyde ilişki olduğunu göstermiştir. Bu sonuçlar Almanya'da yaşayan Türk etnik girişimcilerin fikir alışverişinde buldukları kişilerin çoğunlukla aynı topluluk içinde yaşayan kişilerin genel fikirlerini yansıtması, bu girişimcilere müşterileri açısından ticari bir avantaj sağlamaktadır. Bu sonuçlara göre Sosyal Ağ Teorisi bağlamında oluşturulan hipotez desteklenmektedir.

e) Almanya'daki Türk etnik girişimcilerin, ihtiyaç duymaları halinde yardım alabileceklerini düşündükleri şahısların çoğunlukla Türkler olup olmadığı ile bu kişilerin ticari bakımdan avantajlı konumda bulunmaları arasındaki ilişki: Yardımlaşma, topluluk halinde yaşamının bir olmazsa olmazıdır. İhtiyaç halinde yardıma koşacak olanların yine aynı milletten kişiler olması, sosyal ağ teorisi anlamında bir topluluğun oluştuğuna delil

olarak değerlendirilebilir. Bu amaçla, anketin 14. sorusuna verilen cevaplar ile “ticari bakımdan avantaj” değişkeni ile arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Tablo 13: Yardıma Hazır Kişiler ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Yardıma Hazır Kişiler*Müşteri Kitlesine Sahiplik Yönünden Çapraz Tablolama				
		Müşteri Kitlesine Sahiplik		Toplam
		Oldukça Avantajlı	Avantajlı Değil	
Yardıma Hazır Kişiler	Daha çok Türkler	177	9	186
	Daha çok Almanlar	10	4	14
Toplam		187	13	200

Türk etnik girişimcilerin ihtiyaç duymaları halinde yardım alabileceklerini düşündükleri kişilerin çoğunlukla Türkler olup olmadığı konusu girişimciler için bu durumun ticari avantaj olup olmadığının test edilebilmesi için Ki-kare testi uygulanmıştır. Çapraz tabloya göre yardıma hazır kişilerin daha çok Türklerin oluşması girişimciler için ticari bir avantaj sağlamıştır diyenlerin oranı %93,5’dir. Elde edilen Ki-kare sonuçları ve durumsallık katsayısı da bu iki değişken arasında anlamlılık düzeyi yönünden yüksek bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuçlara göre Sosyal Ağ Teorisi bağlamında oluşturulan hipotez desteklenmektedir.

f) Almanya’daki Türk etnik girişimcilerin, ekonomik gelişme ve fırsatlardan haberdar olma yönünden kendilerini Almanlar ve diğer etnik gruplardan daha avantajlı görüp görmedikleri ile ticari bakımdan avantajlı konumda bulunmaları arasındaki ilişki: Sosyal ağ teorisi ve özellikle de Granovetter’in Zayıf Bağların Kuvveti Modeli, aynı topluluk içinde bulunan kişilerin, aralarındaki ilişkinin kuvvetli veya zayıf olmasına bakılmaksızın fırsatlardan haberdar olma yönünden avantajlı konumda bulduklarını ifade etmektedir. Ankete eklenen 15. soru bu gerçeği tespiti yöneliktir. Bu araştırma sorusunun oluşturulmasındaki amaç ise, bu gerçeklik ile etnik Türklerin ticari bakımdan avantajlı konumda bulunup bulunmadıkları arasındaki ilişkiyi tespit etmektir.

Tablo 14: Fırsatları Öğrenme Yönünden ile Müşteri Kitlesine Sahiplik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Fırsatları Öğrenme Yönünden*Müşteri Kitlesine Sahiplik Yönünden Çapraz Tablolama				
		Müşteri Kitlesine Sahiplik		Toplam
		Oldukça Avantajlı	Avantajlı Değil	
Fırsatları Öğrenme Bakımından	Oldukça Avantajlı	177	10	187
	Almanlarla Aynı Avantaja Sahip	8	5	13
Toplam		185	15	200

Türk etnik girişimcilerin ekonomik gelişme ve fırsatlardan haberdar olma yönünden Almanlara göre avantajlı olup olmadığı ve bununda kendilerini avantajlı konuma getirip getirmediğinin test edilebilmesi için Ki-kare testi uygulanmıştır. Ki-kare=14,735 ve $p=0,000$ değerini alması bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Çapraz tabloya göre fırsatlardan haberdar olma yönünde Türk etnik girişimcilerin Almanlara oranla daha avantajlı olduğunu ve bu durumun girişimcilere avantaj sağladığını belirtenlerin oranı %92.5 olduğu görülmektedir. Ayrıca durumsallık katsayısı da 0,296'lık değerle bu ilişkiyi desteklemektedir. Elde edilen sonuçlara göre Türk etnik girişimciler ekonomik gelişme ve fırsatlardan haberdar olma yönünden Almanlara göre avantajlı olmaları onlara ticari avantaj sağlamaktadır. Böylece elde edilen sonuçlar Sosyal Ağ Teorisi bağlamında oluşturulan hipotezi desteklenmektedir.

H_{2d}: “Almanya’daki Türk etnik girişimcilerin krize rağmen etnik girişimlerinde başarı göstermeleri, bu konuda katılımcıların görüşleri alınmak suretiyle tespit edilebilir.”

Yukarıda yer alan dolaylı metodun yerine bir kez de katılımcılara doğrudan, 2008 küresel ekonomik krizine rağmen Türk etnik girişimcilerin başarılarının sebepleri konusundaki algılamaları sorulmuştur. Almanya’da yaşayan etnik Türkler arasında sosyal ağ teorisi anlamında bir şebekenin varlığı halinde, katılımcıların verecekleri cevapların bu doğrultuda olması beklenir.

Tablo 15: Türklerin Performansı Hakkında Katılımcıların Görüşleri

	Adet	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Türlere yönelik ticaret yürütmeleri-zaruri ihtiyaç maddeleriyle ilgilenmeleri	192	96.0	96.0	96.0
Türklerin çalışkanlıkları-disiplinleri	4	2.0	2.0	98.0
Türklerin Türklerle ticaret yapması	4	2.0	2.0	100.0
Toplam	200	100.0	100.0	

Katılımcıların % 96'sı gibi büyük bir çoğunluğu, Türk etnik girişimcilerin Türklere yönelik ticari faaliyet yürütmeleri ve yine bu topluluğa hitap eden zaruri ihtiyaç maddeleri ile ilgilenmeleri sayesinde ekonomik performansın arttığı konusundaki kanaatlerini belirtmişlerdir. Dolaylı olarak katılımcılar, sosyal ağ teorisinde öngörülen şartların Almanya'da faaliyet gösteren Türk etnik girişimciler bakımından oluştuğu kanaatindedirler. Bu şartların Türk girişimcilerin küresel ekonomik kriz sırasındaki performanslarını açıklayabildiği, dolayısı ile performansın sosyal ağ teorisi ile açıklanabileceği değerlendirilmektedir.

Araştırma bulguları genel olarak değerlendirildiğinde yukarıdaki analiz ve değerlendirmeler, Almanya'daki Türk etnik girişimlerinin sahip oldukları ve sosyal ağ teorisinde öngörülen şartların bu girişimler için ekonomik bakımdan avantaj sağladığını göstermektedir. Aşağıdaki analizlerde bu avantaj değişken olarak kullanılacak ve avantajın ekonomik performans parametreleri ile ilişkisi araştırılacaktır.

İlk olarak, anketin 17. sorusuna verilen cevapların oluşturduğu değişken ile ticari avantaj değişkeni arasındaki ilişki incelenecektir. Anketin 17. sorusunda, katılımcıya ekonomik kriz sırasında işletmenin ekonomik performansı sorulmuştur. Verilecek cevaplar arasında bulunan "hissetmedim" ve "krizden büyüyerek çıktık" şeklindeki cevaplar analiz sırasında birleştirilmiş ve tek bir cevap olarak kabul edilmiştir. Katılımcının bu iki cevap arasında tereddüt gösterebileceği ve bazı katılımcılar için her iki cevabın da doğru olabileceği düşünülmüştür. Genel olarak, kriz sırasında Türk etnik girişimcilerin performanslarını artırmaya devam ettikleri, dolayısı ile krizi hem hissetmediklerini hem de krizden büyüyerek çıktıklarını ifade edebilecekleri bir gerçektir.

Tablo 16: Müşteri Kitlesine Sahiplik ile Krizin Etkisi Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Müşteri Kitlesine Sahiplik*Krizin Etkisi Yönünden Çapraz Tablolama				
		Krizin Etkisi		Toplam
		Hissetmedim	Olumsuz etkiledi	
Müşteri Kitlesine Sahiplik	Oldukça Avantajlı	178	7	185
	Avantajlı Değil	9	6	15
Toplam		187	13	200

Türk etnik girişimcilerin müşteri kitlesine sahip olmalarının avantajı ile krizden etkilenip etkilenmemeleri arasındaki ilişkinin varlığını test etmek için Ki-kare testi uygulanmıştır. İşletmelerin müşteri kitlesi yönünden oldukça avantajlı olmaları onların krizden etkilenmelerine sebep olmuştur diyenlerin oranı çapraz tabloya göre %93.5 olarak hesaplanmıştır. Ki-kare 24,282 ve $p=0,000$ değerleri bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Durumsallık katsayısı 0,361 değerle iki değişken arasındaki anlamlı ilişkiyi desteklemektedir. Elde edilen sonuçlara göre Almanya'daki Türk girişimcilerin müşteri kitlesine sahiplik açısından Almanlara göre avantajlı olmaları Türk girişimcilerin krizi hissetmemelerini hatta krizden büyüyerek çıkmalarını sağlamıştır. Böylece elde edilen sonuçlar Sosyal Ağ Teorisi bağlamında oluşturulan hipotezi desteklenmektedir.

İkinci olarak, aynı değişken ile anketin 18. sorusuna verilen cevapların oluşturduğu değişken arasındaki ilişki incelenecektir. Değişken olarak kullanacağımız parametre, küresel ekonomik kriz sırasında Türk etnik girişimcilerine ait işletmelerin işçi sayısındaki değişikliklerdir.

Tablo 17: Müşteri Kitlesine Sahiplik ile İşçi Sayısında Değişiklik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Müşteri Kitlesine Sahiplik*İşçi Sayısında Değişim Yönünden Çapraz Tablolama				
		İşçi Sayısında Değişim		Toplam
		Arttı	Azaldı	
Müşteri Kitlesine Sahiplik	Oldukça Avantajlı	177	8	185
	Avantajlı Değil	9	6	15
Toplam		186	14	200

Türk etnik girişimcilerin müşteri kitlesine sahiplik açısından Almanlara göre avantajlı olup olmadığı ile işçi sayısındaki değişim arasındaki ilişkiyi analiz edebilmek için Ki-kare testi uygulanmıştır. Ki-kare =21,923 ve p=0,000 değerleri ile iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Durumsallık katsayısı 0,346 değerle iki değişken arasındaki ilişkiyi desteklemektedir. Elde edilen çapraz tabloda katılımcıların %93'lük kısmı Türk etnik girişimcilerin müşteri kitlesi açısından Almanlara göre avantajlı konumda olmaları bu girişimcilerin işletmelerdeki işçi sayısında artış olduğunu belirtmektedir. Böylece Türk etnik girişimcilerin müşteri kitlesine sahiplik açısından Almanlara göre daha avantajlı olmaları bu girişimcilerin işletmelerindeki işçi sayılarını artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar Sosyal Ağ Teorisi bağlamında oluşturulan hipotezi desteklenmektedir.

Üçüncü olarak, aynı değişken ile işletmenin cirosundaki değişiklik (anketin 19. sorusu) değişkeni arasındaki ilişki incelenecektir.

Tablo 18: Müşteri Kitlesine Sahiplik ile Ciroda Değişiklik Arasındaki Ki-Kare Testi Sonuçları

Müşteri Kitlesine Sahiplik Yönünden * Ciroda Değişiklik Çapraz Tablolama				
		Ciroda Değişim		Toplam
		Artı	Azaldı	
Müşteri Kitlesine Sahiplik	Oldukça Avantajlı	178	7	185
	Avantajlı Değil	10	5	15
Toplam		188	12	200

Almanya'daki Türk etnik girişimcilerin müşteri kitlesine sahiplik açısından Almanlara göre avantajlı olup olmaları ile işletmelerin cirolarındaki değişim arasındaki ilişkiyi test edebilmek için Ki-kare testi uygulanmıştır. Ki-kare=16,562 ve $p= 0,000$ değerinde bulunması bu iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Ayrıca durumsallık katsayısı 0,311 değeri bu iki değişken arasındaki anlamlı ilişkiyi güçlendirmektedir. Elde edilen çapraz tabloda katılımcıların %94'lük oranı Türk etnik girişimcilerin müşteri kitlesine sahiplik yönünden Almanlara göre avantajlı olmaları işletme cirolarında artışa neden olduğunu belirtmiştir. Almanya'daki etnik Türk girişimcilerin müşteri kitlesine sahip olma ve bu kitleler ile ilişkilerini devam ettirmeleri yönünden avantajlı olmaları 2008 yılı öncesi ve sonrası karşılaştırıldığında cirolarında artışa neden olduğu görülmektedir. Böylece elde edilen sonuçlar Sosyal Ağ Teorisi bağlamında oluşturulan hipotezi desteklenmektedir.

Sonuç olarak, sosyal ağ teorisi bağlamında oluşturulan hipotezin Almanya'da faaliyet gösteren Türk etnik işletmelerinin 2008 küresel ekonomik kriz sırasındaki performanslarının doğrulandığı, bir başka deyimle sosyal ağ teorisinin kriz sırasındaki bu performans artışını açıklayabildiği görülmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışma Türklerin yoğun olarak buldukları ülkelerden biri olan Almanya örneklemleri yapılmıştır. Almanya'nın seçilmesinde ise bu ülkeye işçi olarak giden etnik Türklerin zamanla girişimciliğe atılmaları, gün geçtikçe sayılarını artırmaları ve 2008 küresel ekonomik krizine rağmen başarılı yolculuklarına devam etmiş olmaları önemli rol oynamıştır. Ayrıca literatüre bakıldığında Almanya'daki Türk etnik girişimciliği çeşitli konularda ele alınmasına rağmen kriz dönemindeki performanslarına değinilmediği gözlenmiştir. Yapılan bu çalışma ile literatürdeki bu boşluğun doldurulması hedeflenmektedir.

Araştırma bulguları bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Schumpeter'in Kalkınma Teorisi bağlamında oluşturulan hipoteze bağlı olarak ankette oluşturulan soruların da yardımı ile Almanya'daki etnik Türk girişimcilerin ekonomik alanda gösterdikleri başarının, teoride geçen *yenilik* kavramı ile açıklanıp açıklanamayacağı araştırılmış ve sonuç anlamlı çıkmıştır. Buna göre, bu ülkedeki Türk etnik girişimciler, Schumpeter'in "girişimci" olarak adlandırdığı kategorinin içerisine girerek yeniliğin yönetimini üstlenmişlerdir. Sonraki aşamalarda ise Türk etnik girişimciler kendi döngülerini kurmuşlar, elde ettikleri yeni kaynakları yeni üretim sürecine dâhil etmişlerdir. Bu noktada "yeni bir üretim tekniği" kavramı da katı olarak yorumlanmaması ve özelde Türk etnik nüfusunun, genelde ise Almanya'da yaşayan herkesin ihtiyaçlarının az da olsa farklı bir şekilde giderilmesine yönelik her türlü gayretin "yeni bir üretim tekniği" kavramına dâhil edilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Araştırma soruları ve analizler ile ilgili bölümün sosyal ağ teorisine ayrılan kısmında farklı bir durum görülmektedir. İlk bakışta Türk etnik girişimcilerin sosyal bir ağ içerisinde yaşamının kendilerine sağladığı avantajı kendi lehlerine kullandıkları ve sonuçta ekonomik krize rağmen değişik parametrelere göre (işçi sayısı, ciro ve krizden etkilenme düzeyi) performanslarını artırdıkları izlenimi edinilmiştir. Nitekim yapılan istatistiksel analizler de bu değişkenler arasında olumlu bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur.

Ancak, bu noktada bir yanılgıya düşme ihtimaline karşı bu değişkenler arasında bir ara değişken olup olmadığının araştırılmasının faydalı olacağı değerlendirilmiştir. Şöyle ki: Müşterilerin daha çok Türk olması etnik girişimcilerin krize rağmen büyümelerine ve işçi sayısı ve cirolarını artırmalarına sebep olmuş olabilir. Bu istatistiksel olarak da doğru bir çıkarımdır. Ancak, araştırmanın odak noktası ekonomik kriz olduğundan, sorulması gereken soru şudur: “Bu avantaj sadece kriz dönemine mi mahsustur? Yoksa sosyal bir ağ içerisinde yaşayan etnik girişimciler zaman kavramı gözetilmeksizin (her zaman) bir avantaja sahip midirler ve bu avantaj onların krize rağmen performanslarını artırmalarını sağlamış mıdır?” Bu soruları cevaplandırmak ve dolayısı ile de nedensellik ilişkisini açıklayabilmek amacıyla bir ara değişkenin varlığı sorgulanmış ve “zaman üstü avantaj” anlamına gelebilecek olan “Türk müşteriler sayesinde ekonomik bakımdan Almanlardan daha avantajlı olma” ara değişkeni nedensellik ilişkisinin ortasına yerleştirilmiştir. Daha net bir ifadeyle, etnik Türklerin sosyal bir ağ içerisinde yaşamaları, onların Almanlara oranla ekonomik bakımdan daha avantajlı bir konuma sahip olmalarına, bu ikinci durum da krizi sorunsuz bir şekilde ve hatta büyüyerek atlatmalarına imkân vermiş olabilir. Bu sebeple değişkenler arasındaki analizler yapılmış ve sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Bu durumda cevaplanması gerekli bir sonraki soru da şu olmalıdır: Sosyal Ağ Teorisi etnik girişimcilerin kriz sırasındaki ekonomik performanslarını açıklar mı? İki aşamalı model ile ispat edilmiş olmasına rağmen, ilişkinin temel başlangıç noktasının sosyal ağların sağladığı avantaj olması sebebiyle kriz sırasında da ekonomik performansın artışının bu teori ile açıklanabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu durumda, ekonomik performansı iki farklı açıdan inceleyen her iki teorinin de Türk etnik girişimcilerini kriz sırasında gösterdikleri yüksek ekonomik performansı açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın daha detaylı yapılabilmesi ve sonuçların literatüre uygunluğunun test edilebilmesi için Türk etnik girişimcilere ait rakamsal verilerin kullanılması uygun görülmesine rağmen bu verilerin periyodik olarak tutulmadıkları gözlemlenmiş, bu konuda en ayrıntılı verileri tuttuğu tespit edilen Türkiye Araştırmalar Merkezi ve ATİAD ile yapılan yazışmalardan olumlu cevap alınamamıştır.

Çalışmada kullanılan her iki teorinin de benzer argümanlara sahip olduğu söylenebilir. Bir başka ifadeyle, Türk etnik girişimcilerin Almanya’da kendi oluşturdukları sosyal çevreler içerisinde yaşamak ve daha çok bu sosyal çevreyi oluşturan kişiler ile ticaret yapmak suretiyle Almanlara karşı ticari bir avantaj sağladıkları ve bu ticari ilişkinin kalkınma teorisi anlamında yenilikçi niteliği sayesinde ekonomik dalgalanmalara karşı daha iyi bir şekilde korunabildikleri düşünülebilir. Çalışmada kullanılan iki teoriden karma bir teori geliştirilebilir. Çalışma Almanya’nın iki şehri ile sınırlandırılmıştır. Bunun nedeni de çalışmanın Türkiye’de yapılması, Almanya ile Türkiye arasındaki uzaklık ve ekonomik kısıtlar sayılabilir. Ayrıca görüşme yapılan girişimci grubun krizden etkilenmeden ayakta kalmayı başaran kitle olması, krizden etkilenen girişimci grubun da araştırılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Yapılacak çalışmalar Almanya’nın tümünü kapsayan nitelikte yapıldığı takdirde daha geniş kitlelere ulaşma imkanı sağlayabilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda konunun ekonomik performans boyutu da incelenebilir ve sadece Almanya’da yaşayan Türk etnik girişimcilerin değil, başka ülkelerde yaşayan ve ticari faaliyet gösteren etnik grupların da araştırmaya dahil edilmesi suretiyle teorinin geliştirilmesi ihtimali araştırılabilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Akgüç, Öztin (2009), “Kriz Nedenleri ve Çıkış Yolları”, **Muhasebe ve Finansman Dergisi**, (42), 6-11.
- Aktan, Coşkun Can ve Şen, Hüseyin (2001), "Ekonomik Kriz: Nedenler ve Çözüm Önerileri", **Yeni Türkiye Dergisi Ekonomik Kriz Özel Sayısı**, 7(42), 1225-1230.
- Alantar, Doğan (2008), “Küresel Finansal Kriz: Nedenleri ve Sonuçları Üzerine Bir Değerlendirme”, **Maliye Finans Yazıları**, 22(81), 75-85.
- Aldrich, Howard ve Reese, Paola (1993), “Does networking pay off? A panel study of entrepreneurs in the research triangle”, **Frontiers of Entrepreneurship Research**, 325-399.
- Hoang, Ha ve Antoncic, Bostjan, (2003), "Network-based research in entrepreneurship: A critical review", **Journal of Business Venturing**, (23), 165-187.
- Assudani, Rashmi (2009), “Ethnic Entrepreneurship: the Distinct Role of Ties”, **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, 197-206.
- Avrupa Birliği’nde Küresel Finansal Krize Karşı Alınan Önlemler ve Birliğin Rekabet Gücünün Arttırılmasına Yönelik Girişimler: “Euro Rekabet Paketi” (2011), **Avrupa Birliği Genel Sekreterliği**, [Http://www.abgs.gov.tr/files/EMPB/euro_plus_pact.pdf](http://www.abgs.gov.tr/files/EMPB/euro_plus_pact.pdf) web adresinden 12/07/2013 tarihinde alınmıştır.
- Aydoğuş, Osman ve diğerleri (2009), **Kriz Teorileri: Kondratieff, Schumpeter ve Wallerstein**, Ege Üniversitesi Department of Economics Working Paper. [Http://iibf.ege.edu.tr/economics/papers/wp09-01.pdf](http://iibf.ege.edu.tr/economics/papers/wp09-01.pdf) (Erişim tarihi : 20/06/2012)
- ATİAD (2010), **Avrupa ve Almanya’daki Türk Girişimciler**, Düsseldorf (Almanya): ATİAD Yayınları.
- ATİAD (2011), **Türk-Alman Girişimci Kılavuzu**, Düsseldorf (Almanya): ATİAD Yayınları.

- Bates, Timothy (1997), **Race, Self-Employment and Upward Mobility: An Illusive American Dream**, Washington, D.C: The Woodrow Wilson Center Press.
- Blankenburg, Stephanie ve Palma, Jose Gabriel (2009), "Introduction: the global financial crisis", **Cambridge Journal of Economics**, (33), 531–538.
- Borgatti, Stephen ve Halgin, Daniel (2011), "On Network Theory", **Organization Science**, (Eylül-Ekim), 1168-1181.
- Brass, Daniel J. (1992), "Power in organizations: A social network perspective", Moore, G. ve Whitt, J.A. (Ed), **Research in Politics ans Society içinde** (295-323), Greenwich, CT: JAI Press.
- Bruder, Jana ve diğerleri (2007), "Financial Constraints of Ethnic Entrepreneurship: Evidence from Germany", 5-7 Aralık 2007 **Roma Üniversitesi 16. Uluslararası Bankacılık ve Finans Konferansı**.
- Butler, John Sibley ve Greene, Patricia (1997), "Ethnic Entrepreneurship: The Continuous Rebirth of American Enterprise", Sexton, D.L. ve Similor, R.W. (Ed), **Entrepreneurship 2000 içinde** (267-289), Chicago: Upstart Publishing.
- Chaganti, Radha ve Greene, Patricia (2002), "Who Are Ethnic Entrepreneurs? A Study of Entrepreneurs' Ethnic Involvement and Business Characteristics", **Journal of Small Business Management**, 40(2), 126–143.
- Claessens, Stijn ve Köse, Ayhan (2010), "The Financial Crisis of 2008–2009: Origins, Issues, and Prospects", **Journal of Asian Economics**, 21, 239–241.
- Clark, Ken ve Drinkwater, Stephen (2010), "Recent trends in minority ethnic entrepreneurship in Britain", **International Small Business Journal**, 28(2), 136–146.
- Coleman, J.S. (1988) "Social Capital in the Creation of Human Capital", **American Journal of Sociology**, (94), 95-120.
- Constant, Amelie ve Zimmerman, Klaus (2006). "The Making of Entrepreneurs in Germany: Are Native Men and Immigrants Alike?", **Small Business Economics**, 26, 279–300.

- Crotty, James (2009), "Structural Causes of the Global Financial Crisis: A Critical Assessment of the New Financial Architecture", **Cambridge Journal of Economics**, 33, 563–580.
- Davila, Alberto ve Saenz, Rogelio (1990), "The effect of Maquiladora Employment on the Monthly Flow of Mexican Undocumented Immigration to the US, 1978-1982", **International Migration Review**, 24(1), 96-107.
- Dubey, Muchkund. (2009), "Global Economic Crisis: Response of the International Community", **India Quarterly: A Journal of International Affairs**, (65), 453-467.
- Economic Crisis in Europe: Causes, Consequences and Responses (2009), **European Commission Directorate General for Economic and Financial Affairs**.
- Evans, Mariah Debra Ruperti (1989), "Immigrant entrepreneurship: Effect of Ethnic Market Size and Isolated Labor Pool", **American Sociological Review**, 54(6), 950–962.
- Fairchild, Gregory (2010), "Intergenerational Ethnic Enclave Influences on the Likelihood of Being Self-employed", **Journal of Business Venturing**, 25(3): 290-304.
- Granovetter, Mark S. (1973), "The Strength of Weak Ties", **American Journal of Sociology**, 78(6), 1360-1380.
- Greve, Arent (1995), "Networks and Entrepreneurship - An Analysis of Social Relations, Occupational Background, and Use of Contacts During the Establishment Process", **Scaninavian Journal of Management**, 11(1): 1-24.
- İĞİAD (2008), **İĞİAD 2008 Girişimcilik Raporu**, İstanbul: İĞİAD Yayınları.
- İlhan-Nas, Tülay ve diğerleri (2011), "International ethnic entrepreneurship: Antecedents, outcomes and environmental context", **International Business Review**, 20, 614-626.
- Jackson, James (2009), "The Financial Crisis: Impact on and Response by The European Union", **Congressional Research Service**, <http://www.fas.org/sgp/crs/misc/R40415.pdf> (Erişim tarihi :14/07/2013).
- Jickling, Mark (2010), "Causes of the Financial Crisis", **Congressional Research Service**, <http://www.fas.org/sgp/crs/misc/R40173.pdf> (Erişim tarihi: 14/07/2013).

- Karabıçak, Mevlüt (2010), “Küresel Krizleri Tetikleyen Nedenler ve Küresel Krizin Türkiye Boyutu”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 15(3) 251-270.
- Kılıç, Cüneyt ve Bayar, Yılmaz (2012), “Euro Bölgesi Borç Krizinin Türkiye Ekonomisi’ne Olası Yansımaları Üzerine Bir Değerlendirme”, **Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi**, 1(2): 53-70.
- Köllinger, Philipp ve Minniti, Maria (2006), “Not for Lack of Trying: American Entrepreneurship in Black and White”, **Small Business Economics**, 27, 59–79.
- Light, Ivan; Bonacich, Edna (1988), “**Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles 1965-1983**”, University of California, Los Angeles.
- Light, Ivan; Bhachu, Parminder ve Karageorgis, Stavros (1989), “Migration Networks and Immigrant Entrepreneurship”, **California Immigrants in World Perspective: The Conference Papers**, www.escholarship.org/uc/item/50g990sk web adresinden 01/04/2013 tarihinde alınmıştır.
- List of Economic Crises (2013), http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_economic_crises (Erişim tarihi: 14/07/2013).
- Massey, Douglas (1987), “Understanding Mexican migration to the United States”, **American Journal of Sociology**, (92): 1372-1402.
- Masurel, Enno ve diğerleri (2002), “Motivations and performance conditions for ethnic entrepreneurship”, İlhan-Nas, Tülay ve diğerleri (2011), “International ethnic entrepreneurship: Antecedents, outcomes and environmental context” *içinde* **International Business Review**, 20, 614-626.
- Menzies, Teresa ve diğerleri (2007), “Measuring Ethnic Community Involvement: Development and Initial Testing of an Index”, **Journal of Small Business Management**, 45(2), 267–282.
- Mora, Marie ve Davila, Alberta (2005), “Ethnic Group Size, Linguistic Isolation, and Immigrant Entrepreneurship in the USA”, **Entrepreneurship & Regional Development**, 17(September), 389–404.

- Nahapiet, Janine ve Ghoshal, Sumantra (1998), “Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage”, **The Academy of Management Review**, 23(2), 242-266.
- Özbek O. (2004),“Etnik işgücünün Batı Avrupa’nın küresel kentlerindeki rolü: yeniden birleşim sürecinde (1990-1995) Berlin’deki Türk işgücü”, **Selçuk Üniversitesi, Mühendislik.-Mimarlık Fakültesi Dergisi**, 19(2), 89-101.
- Portes, Alejandro ve Borocz, Jozsef (1989), “Contemporary Immigration: Theoretical Perspective on its Determinants and Modes of Incorporation”, **International Migration Review**, (23), 606-630.
- Raijman, Rebeca (2001), “Determinants of entrepreneurial intentions: Mexican immigrants in Chicago”, **Journal of Socio-Economics**, 30(5), 393-41.
- Schumpeter, Joseph A. (2012), **The Theory of Economic Development**, (translation of Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung), New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Shinnar, Rachel ve Young, Cheri (2008), “Hispanic immigrant entrepreneurs in the Las Vegas Metropolitan area: Motivations for entry into outcomes of self-employment”, **Journal of Small Business Management**, 46(2), 242–262.
- Şen Faruk, Ulusoy Yunus ve Şentürk Cem, (2007), “Avrupa Birliği ve Almanya’da Türk Girişimcilerin Ekonomik Gücü” **Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı**, Essen, 40.
- Şen, Faruk ve diğerleri (2008), “Almanya ve Avrupa Birliği’nde Türk Girişimciliği”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 1(2), 405-418.
- Turan, Zübeyir (2011),“Dünyadaki ve Türkiye’deki Krizlerin Ortaya Çıkış Nedenleri ve Ekonomik Kalkınmaya Etkisi”, **Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi**, 4(1), 56-80.
- Turgut, Ahmet (2006), “Türleri, Nedenleri ve Göstergeleriyle Finansal Krizler”, **Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi**, 20(4-5), 35-46.
- Waldinger, Roger ve diğerleri (1990), **Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Businesses in Industrial Societies**, Newbury Park: Sage Publications.
- Ward, Antonia ve diğerleri (2009), “Embedding Innovation: Design Thinking for Small enterprises”, **Journal of Business Strategy**, 30(2/3), 78-84.

Zhou, Min (2004), "Revisiting Ethnic Entrepreneurship: Convergencies, Controversies, and Conceptual Advancements", **International Migration Review**, 38(3), 1040-1074.

EKLER

EK-1: Anket Formu

Sayın Katılımcılar,

Bu çalışma, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Programı'nda Doç. Dr. Tülay İLHAN-NAS danışmanlığında yapılmakta olan **2008 Küresel Ekonomik Krizinin Almanya'daki Türk Etnik Girişimciler Üzerindeki Etkisi** konulu yüksek lisans tezinin uygulama kısmı ile ilgilidir. Yapılan çalışma kesinlikle akademik nitelikli olup, çalışmadan elde edilecek bilgiler bilimsel amaca yönelik olarak kullanılacak ve alınan cevaplar kesinlikle gizli tutulacaktır.

Çalışmaya yapacağınız değerli katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Engin TOSUN

Karadeniz Teknik Üniversitesi

Yüksek Lisans Öğrencisi

BÖLÜM 1

Anket Bilgileri

Anketi Uygulandığı Ülke: Almanya Şehir: _____

Anketin Uygulandığı Tarih:/...../2013

Türkiye'deki memleketiniz hangi coğrafi bölgede?

- Marmara Ege İç Anadolu Karadeniz Akdeniz
 Doğu Anadolu Güneydoğu Anadolu

BÖLÜM 2

Tanıttıcı Bilgiler

1- Ailenizin Almanya'da yaşayan kaçınıcı nesil bireyisiniz?

- 1 2 3 4

2- Almanya'da, çoğunluğunu Türkler'in oluşturduğu bir topluluk içerisinde mi yaşıyorsunuz?

- Evet Kısmen Hayır

İşyeri ile İlgili Bilgiler

3- İşyeriniz Türkler'in rahatlıkla erişebileceği bir konumda mı?

- Evet Kısmen Hayır

4- İşyerinizde kaç işçi çalışıyor?

- 1-4 5-10 11-15 16 ve fazlası

5- Çalışmakta olduğunuz işyeri;

- Kendime ait
 Aileme ait

- Başka Türk veya Türkler ile ortak
- Başka Türk veya Türkler'e ait
- Başka bir etnik gruptan kişilere
- Almanlar'a ait
- Türk ve Alman ortaklığı

6- Çalışma hayatına başlamadan önce çevrenizdeki Türklerden tavsiye aldınız mı?

- Evet Kısmen Hayır

7- Müşteri profilinizi daha çok kimler oluşturur?

- Türkler
- Almanlar
- Değişik etnik gruplara mensup kişiler
- Her etnik ve sosyal gruptan insanlar

8- Çalıştığınız işletme, çevrede yaşayan Türkler'in başka yerlerde kolaylıkla tatmin edemeyecekleri ihtiyaçlara mı hitap ediyor? İşyeriniz, müşteri kitlesi için büyük bir eksikliği giderici ve vazgeçilmez konumda mıdır?

- Kesinlikle katılmıyorum
- Katılmıyorum
- Kararsızım
- Katılıyorum
- Kesinlikle katılıyorum

9- Müşterilerinizi şahsen tanıyor musunuz?

- Tamamını tanıyorum
- Çoğunu tanıyorum
- Yarısını tanıyorum
- Bir kısmını tanıyorum
- Çok azını tanıyorum.

10- Müşteri kitleniz sizden (işyerinizden) nasıl haberdar oluyor?

- İkili doğrudan ilişki kurduğumdan
- Doğrudan ilişkili olduğum kişiler ile kurdukları ilişkiler sayesinde
- Sadece aynı çevrede oturduğumuzdan dolayı
- Tekel konumundayım. Müşteriler bana gelmek zorunda

BÖLÜM 3

İş ve Arkadaş Çevresi

11- Çevrenizde yaşayan ve sık sık fikir alışverişinde bulunduğunuz kişileri nasıl tanımlarsınız?

- Sadece iş arkadaşları
- Sadece aile fertleri
- Aile ve akraba çevresi
- Sadece kendi milletimden olanlar
- Almanlar
- Başka etnik gruplara ait kişiler

12- Almanya'daki Türk topluluğunun kurduğu dernek vb. kuruluşlar ile olan bağlarınızı nasıl tanımlarsınız?

- Hiç yok
- hemen hemen hiç yok
- biraz kuvvetli
- oldukça kuvvetli
- çok kuvvetli

13- İlişki kurduğunuz ve/veya fikir alışverişinde bulunduğunuz Türkler:

- Genel olarak şahsi fikir ve tecrübelerini yansıtırlar
- Genel olarak içinde yaşadıkları topluluğun ortak fikirlerini yansıtırlar

14- İhtiyacınız olduğunda yanınızda yer alıp size yardımcı olacaklarını düşündüğünüz şahıslar:

- Daha çok Türkler
- Daha çok Almanlar
- Değişik milletlerden arkadaşlarım/meslektaşlarım

15- Çevrenizde bulunan ve ilişkili bulunduğunuz Türkler'i göz önünde bulundurduğunuzda, "özellikle ekonomik gelişme ve fırsatlardan haberdar olma yönünden" kendinizi Almanlar'a karşı daha avantajlı hissediyor musunuz?

- Evet oldukça avantajlı
- Kısmen avantajlı
- Bu konuda Almanlar ile aynı oranda avantajlıyım

16- Çevrenizde bulunan ve ilişkili bulunduğunuz Türkler'i göz önünde bulundurduğunuzda, "müşteri kitlesine sahip olma ve bu kitle ile ilişkileri devam ettirme yönünden" kendinizi Almanlar'a karşı daha avantajlı hissediyor musunuz?

- Evet oldukça avantajlı
- Kısmen avantajlı
- Bu konuda Almanlar ile aynı oranda avantajlıyım

BÖLÜM 4

2008 Ekonomik Krizi ve Etkileri

17- Çalıştığınız işletme, 2008 yılında başlayan ekonomik krizden genel olarak nasıl etkilendi?

- Krizi hissetmedim
- İşletmenin kapanması noktasında olmasa da, kriz işletmeyi olumsuz olarak etkiledi
- Kriz işletmeyi kapanma noktasına getirdi
- Krizden büyüyerek çıktık

18- 2008 yılı öncesi ve sonrası karşılaştırıldığında, çalıştığınız işletmenin işçi sayısında herhangi bir değişiklik oldu mu?

- arttı azaldı aynı kaldı

19- 2008 yılı öncesi ve sonrası karşılaştırıldığında, çalıştığınız işletmenin cirosunda bir değişim yaşandı mı?

- arttı azaldı hemen hemen aynı kaldı

20- 2008 ekonomik krizine rağmen, Almanya'daki gurbetçilerin işyerleri ve işçi sayıları ile cirolarını arttırmalarını ne ile açıklarsınız? (birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- Türkler'in ekonomik alandaki çalışkanlıkları ve disiplinleri
- Türkler'in ekonomik alanda gösterdikleri cesaret
- Türkler'in daha çok Türkler'e yönelik olarak ticari faaliyet yürütmeleri
- Alman Hükümetinin azınlık işletmelerine gösterdiği kolaylıkların artması
 - Türkler'in ticari faaliyet gösterdikleri alanların, ekonomik kriz vs.'ye bakılmaksızın zaruri ihtiyaç malları tedarikine yönelik olması
 - Türkler arasındaki dayanışma neticesinde etnik Türkler'in yine etnik Türkler'in işletmeleri ile ticaret yapması

ÖZGEÇMİŞ

1985 yılında Sivas İli Suőehri İlçesinde doğdu. İlkokulu Hürriyet ilkokulunda, orta ve lise öğrenimini Kazım Ayan Anadolu Lisesinde Suőehri'nde tamamladı. 2009 yılında Gazi Osman Paőa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünden mezun oldu. Halen Cumhuriyet Üniversitesi Suőehri Timur Karabal Meslek Yüksek Okulunda Öğretim Görevlisi olarak görev yapmaktadır.