

AYTA

2023

AVRUPA'DA
YAŞAYAN
TÜRKLER
ARAŞTIRMASI

Sınır Kapıları Örneği



2023

AVRUPA'DA
YAŞAYAN
TÜRKLER
ARAŞTIRMASI

Sınır Kapıları Örneği

Bu saha araştırması
T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı
Diaspora Araştırmaları Koordinatörlüğü tarafından
08.08.2023-15.09.2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

ÇALIŞMA EKİBİ

Fatih HASDEMİR

Şule KARAKOÇ

DANIŞMAN

Prof. Dr. Sutay YAVUZ

İLETİŞİM

YURTDIŞI TÜRKLER VE AKRABA TOPLULUKLAR
BAŞKANLIĞI

OĐuzlar Mah. Mevlana Bulvarı No: 145 P.K: 06520
Balgat - ANKARA - TÜRKİYE

Telefon: 0 (312) 218-40-00

Fax: 0 (312) 218-40-49

E-mail: info@ytb.gov.tr

©2023 Bu kitabın tüm yayın hakları saklıdır. Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar BaŐkanlıĐının izni olmaksızın tamamı veya herhangi bir bölümü herhangi bir biçimde veya yöntemde, elektronik, mekanik, fotokopi, kayıt olarak çoğaltılamaz. Araştırmada yer alan görüŐlerin tüm sorumluluğu yazarlarına aittir.

▶ İÇİNDEKİLER

GRAFİKLER	4
TABLolar	6
GİRİŞ	8
TANIMLAYICI ÇERÇEVE	12
ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI.....	12
METODOLOJİ	14
1.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	14
2.ÖRNEKLEM.....	15
3.VERİLERİN İŞLENMESİ VE ANALİZİ.....	16
ARAŞTIRMA BULGULARI	19
1.FERT TEMEL ÖZELLİKLERİ.....	19
2.TÜRKİYE'Yİ ZİYARET.....	28
3.TÜRKİYE'YE EKONOMİK KATKI.....	33
3.1.Türkiye'ye Para Gönderme.....	33
3.2.Yatırım ve Ticaret.....	38
3.3.Bağış ve Hayırseverlik.....	39
4.KAMU HİZMETLERİ.....	42
SONUÇ	45
BİBLİYOGRAFYA	48

► GRAFİKLER

Grafik 1 : Cinsiyete göre dağılım.....	19
Grafik 2 : Yaş gruplarına göre dağılım.....	19
Grafik 3 : Medeni duruma göre dağılım.....	20
Grafik 4 : İkamet ülkelerine göre dağılım.....	20
Grafik 5 : Doğum yerine göre dağılım.....	21
Grafik 6 : Aslen nereli olduğuna göre dağılım.....	21
Grafik 7 : Vatandaşlık ülkesine göre dağılım.....	22
Grafik 8 : Vatandaşlık durumuna göre dağılım.....	23
Grafik 9 : Hangi yıldan beri sürekli bulunduğunuz ülkede yaşıyorsunuz?.....	23
Grafik 10-11 : En son hangi okuldan mezun oldunuz?.....	24
Grafik 12 : Şu anda herhangi bir işte çalışıyor musunuz?.....	25
Grafik 13 : Hangi sektörde çalışıyorsunuz?.....	25
Grafik 14 : İşteki statünüz/konumunuz nedir?.....	26
Grafik 15 : İşyerinizde düzenli olarak kaç kişi çalışmaktadır?.....	26
Grafik 16-17 : Türkiye'ye hangi sıklıkta geliyorsunuz?.....	28
Grafik 18 : Bu ziyaretinizde Türkiye'ye geliş amacınız neydi?.....	29
Grafik 19 : Bu ziyaretinizde nerelerde konakladınız?.....	29
Grafik 20 : Türkiye'de kaç gün geçirdiniz?.....	30
Grafik 21 : Bu ziyaretinizde ailenizden kaç kişi size eşlik etti?.....	30
Grafik 22 : Ailecek bu ziyaretinizde Türkiye'de toplam yaklaşık ne kadar harcadınız?	31
Grafik 23 : Bu ziyaretinizde en az bir gece hangi illerde konakladınız?.....	31
Grafik 24-25 : Türkiye'ye para gönderiyor musunuz?.....	33
Grafik 26 : Hangi amaçlarla Türkiye'ye para gönderiyorsunuz?.....	34
Grafik 27 : Türkiye'de kime para gönderiyorsunuz?	34
Grafik 28 : Gönderdiğiniz parayı hangi kişi ya da kurumlar adına gönderiyorsunuz?.....	35
Grafik 29 : Son bir yıl içinde yaklaşık olarak kendiniz veya başka bir kişi ve kurum/kuruluş adına Türkiye'ye toplam ne kadar para gönderdiniz?.....	35
Grafik 30 : Türkiye'ye parayı hangi yolla gönderiyorsunuz?.....	36
Grafik 31 : Son bir yıl içinde Türkiye'de yaşayan birine herhangi bir nakit olmayan ürün gönderdiniz mi ya da getirdiniz mi?.....	36
Grafik 32 : Son bir yılda Türkiye'ye gönderdiğiniz ya da getirdiğiniz nakit olmayan ürünlerin toplam değeri nedir?.....	37
Grafik 33 : Son bir yıl içinde aşağıda sayacağım nakit olmayan ürünlerden hangilerini gönderdiniz ya da getirdiniz?.....	37
Grafik 34 : Yaşadığınız ülkede sahibi olduğunuz veya ortak olduğunuz bir işletmeniz var mı?.....	39
Grafik 35 : Bu işletmeniz ya da işletmelerinizle Türkiye'yle bir ticaret yapıyor musunuz?.....	39
Grafik 36 : Son bir yıl içerisinde Türkiye'deki herhangi bir kişi ya da kuruluşa bağış ya da yardımda bulundunuz mu?.....	39

Grafik 37 : Ne tür bağış ya da yardımda bulundunuz?.....	40
Grafik 38 : Bağış ve yardımlarınızı şahsi olarak mı yoksa kurumlar üzerinden mi yapıyorsunuz?.....	40
Grafik 39 : Türkiye tarafından yurtdışında yaşayan vatandaşlara yönelik sunulan hizmetlerden hangilerinde bir iyileştirme yapılmalı?.....	42

▶ TABLOLAR

Tablo 1 : Ülke örneklem dağılım.....	15
Tablo 2 : Son bir yıl içinde siz veya hane üyelerinizden birisi Türkiye'de şimdi sayacağım yatırım araçlarından alım ya da satış yaptınız mı?.....	38

GİRİŞ

► GİRİŞ

Diasporalar, anavatanları ve yaşadıkları ülkeler arasında köprüler kurarak ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda önemli roller oynamaktadır. Bir yandan yaşadıkları ülkelerde edindikleri bilgi, deneyim ve sermayeyi anavatanlarına aktarmakta, diğer yandan ise anavatanlarının değerlerini, kültürel mirasını, kişisel tecrübe ve toplumsal beklentilerini buldukları ülkelere taşımaktadırlar. Bu karşılıklı etkileşim, diasporaların hem kendi ülkelerine hem de yaşadıkları toplumlara değer katmalarını sağlamaktadır. Anavatanlarına yönelik ekonomik ve sosyal gelişmelere destek sunan diaspora toplulukları aynı zamanda buldukları ülkelerin kültürel dokusunu da zenginleştirmektedir. Bu topluluklar, iş dünyasından akademiye, sanattan toplum hizmetlerine kadar geniş bir yelpazede faaliyet göstererek iki taraf arasında köprü kurma vazifesi görmektedirler.

Diasporalar, iki ülke arasında kültürel köprüler kurarken anavatanlarının mirasını yaşadıkları ülkelerde tanıtmakta ve buldukları topluma değer katmaktadırlar. Göçmenler, ev sahibi ülkelerin iş gücüne, ekonomik büyümesine ve girişimcilik ekosistemine dahil olarak, bu ülkelerdeki sosyal ve ekonomik dokunun gelişmesine katkıda vermektedirler.

Diğer taraftan, diasporalar anavatanlarına dönük sosyal projeler, eğitim, sağlık, ve teknoloji gibi alanlarda gelişim fırsatları yaratmaktadır. Bilgi ve deneyim transferi veya uzmanlık alanlarında yapılan iş birlikleri aracılığıyla anavatanın kalkınmasına destek olunmakta ve kazanılan birikim anavatanına aktararak oluşturulan bağlar, hem kültürel hem de ekonomik ilişkilerin güçlenmesine ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasına katkı sağlamaktadır. Bu çerçevede diasporalar, hem yaşadıkları ülkenin bir parçası olmayı başarmış hem de anavatanlarıyla olan bağlarını koruyarak çift yönlü bir kimlik inşa etmişlerdir. Bu toplulukların dinamik yapısı, küresel dünyada ulusların birbirine olan bağımlılığını ve iletişimini artıran önemli bir unsurdur.

Diasporaların anavatanları ve yaşadıkları ülkeler arasındaki köprü rolü, sadece kültürel ve sosyal alanlarla sınırlı kalmayıp, ekonomik katkılarla da şekillenmektedir. Diaspora üyeleri, anavatanlarına yönelik para transferleri, ticari faaliyetler, yatırımlar ve bilgi transferleri yoluyla önemli ekonomik katkılar sağlamaktadır. Diaspora üyeleri, anavatanlarına yatırım yapmakla kalmayıp, aynı zamanda dış yatırımcıların güvenini artırarak onları da anavatanlarına yatırım yapmaya teşvik etmektedir. 2022 yılı itibarıyla göçmenlerin düşük ve orta gelirli ülkelere gönderdiği kişisel para transferleri, resmi kalkınma yardımlarını ve doğrudan yabancı yatırımları aşarak 647 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. Ancak bu resmi transferlerin yanı sıra, kayıt dışı kanallardan yapılan transferlerin de büyüklüğü dikkate alındığında, toplam diaspora katkılarının 1 trilyon dolara yaklaştığı tahmin edilmektedir.

Öte yandan, diasporalar bilgi ve teknoloji transferleriyle de gelişmekte olan ekonomilere katkıda bulunmakta ve yeni beceriler kazandırmaktadırlar. Diaspora üyeleri yurt dışında edindikleri deneyimleri, ülkelere geri dönerek ya da uzaktan iş birlikleri aracılığıyla paylaşmakta, girişimcilik ve iş geliştirme projelerinde etkin rol oynamaktadır. Dünya genelinde pek çok devlet, diasporaların bu potansiyelini keşfederek, onları ekonomik kalkınma projelerine dahil etmekte ve bu süreçte diaspora ile iş birliği yaparak çift yönlü bir etkileşim modeli geliştirmektedir.

Dünyadaki tüm diasporalar gibi yurtdışında yaşayan Türkler de hem buldukları ülkelere hem de Türkiye'ye çeşitli şekillerde katkıda bulunmaktadır. 1960'lı yıllarda başta Almanya olmak üzere Avrupa ülkeleri ile yapılan ikili anlaşmalara dayalı olarak düzenli ve planlı göçler bu katkıların temelini oluşturmuştur. 1957 yılında 12 kişilik bir işçi kafilesıyla başlayan Türk vatandaşlarının Avrupa'ya göç serüveni, bugün dördüncü nesile ulaşan Türk diasporasıyla devam etmektedir. 1961 ve sonrasında yapılan ikili anlaşmalar ile göçün ekonomik çerçevede ele alınması, Türkiye'nin diaspora faaliyetlerinde kullandığı kurumsal araçlara yenilerini kazandırmıştır. Çalışma Bakanlığı'nın yurtdışı teşkilatı, ilk kez 1964 gibi erken bir tarihte kurulmuştur.

Türkiye, 1970'lere kadar diasporanın sağladığı döviz birikimlerinden faydalanmaya odaklanmış ve yurtdışındaki işçilerin katkıları ödemeler dengesinde önemli bir rol oynamıştır. 1972'de Yurtdışı İşçi Sorunları Genel Müdürlüğü kurulmuş, 1973 petrol krizi sonrası Almanya'nın işçi alımını durdurmasıyla göç hareketi yavaşlamıştır. Ancak diaspora Türkiye ekonomisine katkı sağlamaya devam etmiş, iş çevreleri için önemli bir kaynak haline gelmiştir.

Bilhassa 1969'dan sonra işçi dövizleri, Türkiye'nin ödemeler dengesinde en büyük öneme sahip kalem hâline gelmiştir. 1963-1978 yıllarını kapsayan beş yıllık planlarda Türkiye'deki hükümetlerin yurtdışından beklenen fonlara göre plan yaptıkları göze çarpmaktadır. İşçi dövizleri, 1971-1973 dönemindeki bütün dış ticaret açığını kapatacak bir düzeye ulaşmış ve Türkiye'nin ödemeler dengesi sorununu tek başına çözmüştür. 1970'lerin sonlarına doğru ise aile birleşimlerinin etkisiyle birlikte Türk göçmenler gittikleri ülkelerde kalıcı olmayı düşünmeye başlamışlardır.

Türkiye'nin vatandaş diasporasına yönelik faaliyetleri 1960'lardan 1990'lara kadar geçen süre içinde bir takım kurumsallaşma çabalarına konu olmuştur. Türk diasporasının kendi gayretleriyle kaydettiği gelişmeler ve Türkiye'nin konuya bakışındaki değişimlerle birlikte diaspora faaliyetlerinin kurumsal nicelik ve niteliği de artmıştır. Türkiye'nin vatandaş diasporasına yönelik bu zamana kadarki faaliyetlerinin muhatabı ağırlıklı biçimde Almanya'daki Türkler oluşturmuştur. Öte yandan Almanya'daki Türk nüfusun oluşmaya başladığı yıllarda aynı zamanda Fransa, Hollanda, İngiltere, Avusturya ve Belçika gibi diğer Avrupa ülkelerinde de Türk diasporasının varlığı hissedilmeye başlamıştır.

2000'li yıllarda Türkiye ekonomisinin kalkınmasıyla birlikte gelen aktif dış politika vizyonu kapsamında Türk vatandaş diasporasına yönelik ilgi bütüncül bir hâl almış ve kurumsallaşma tarihindeki en zengin dönemi yaşamıştır. Bu sürecin neticesi olarak, vatandaşlarımızın sosyal, kültürel, hukuki, ekonomik ve siyasi ihtiyaç ve isteklerinin tespit edilmesi, bu gereksinimlere yönelik uygun politika ve stratejilerin yürütülmesi amacıyla 2010 yılında Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı kurulmuştur.

Günümüze kadar olan bu süreçte yurt dışındaki Türkler, yaşadıkları ülkelerde iş gücüne katılarak yerel ekonomilere de önemli katkılar sağlamışlardır. Avrupa'daki Türk işçileri, sanayi ve üretim sektörlerinde çalışarak, ülkenin yeniden inşa sürecine ve ekonomik büyümesine doğrudan destek vermiştir. Bugün, yeterli dil ve meslek eğitimi almış vatandaşlarımız sanattan, spora, ticaretten siyasete kadar hemen her alanda varlıklarını hissettirerek yaşadıkları toplumların ayrılmaz birer parçası haline gelmeyi başarmışlardır. Yurt dışındaki vatandaşlarımızın çoğu, artık sadece işçi konumunda olmayıp, bilim insanı, doktor, mühendis, avukat, gazeteci, iş insanı, sanatçı, politikacı,

sporcu gibi çeşitli alanlarda meslek sahibi olarak yaşadıkları ülkelerin siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik hayatına önemli katkılarda bulunmaktadır. Bunların da bir kısmı artık işveren statüsüne yükselmiş olup yaşadıkları ülke vatandaşlarını işyerlerinde istihdam edebilecek güce ulaşmışlardır. İş gücü olarak var olmanın yanında girişimci ruhlarını da devreye sokarak kurdukları bu işletmeler, yerel ekonomilere önemli katkılar sağlamış, istihdam yaratmış, ticaret hacmini artırmış ve inovasyonu teşvik etmiştir.

Bunun yanı sıra, Türk diasporası, Türkiye'ye yaptıkları ziyaretlerde gerçekleştirdikleri harcamalardan çeşitli yatırımlara, gönderdikleri bağışlardan memleketlerine yaptıkları projelere kadar pek çok alanda katkıda bulunmakta ve Türkiye ekonomisine yönelik sürekli bir kaynak akışı sağlamaktadır. En küçük çapta çeşme yapımlarından büyük ölçekli altyapı projelerine kadar uzanan bu katkılar, hem yerel kalkınmayı desteklemekte hem de Türkiye'nin ekonomik ve sosyal yapısına olumlu etkilerde bulunmaktadır. Ayrıca, her yıl milyonlarca Türk diaspora mensubunun Türkiye'yi düzenli olarak ziyaret etmeleri, turizm sektörüne de önemli bir fayda sağlamaktadır.

Sonuç olarak, yurtdışında yaşayan vatandaşların finansal transferler, turizm harcamaları ve yatırımlar gibi çeşitli kanallar aracılığıyla yaptıkları katkılar, Türkiye'nin ekonomik büyümesine ve kalkınmasına fayda sağlamış ve sağlayacaktır. Bu bağlamda, diasporaların potansiyelinin tam anlamıyla değerlendirilmesi ve onların Türkiye ile olan bağlarının güçlendirilmesi hem ekonomik hem de sosyal açıdan büyük önem taşımaktadır.

Bu saha araştırması ile yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarının Türkiye ile olan ilişkilerini ve çeşitli alanlardaki eğilimlerini daha iyi anlamak için elde edilen bu verilerin politika yapıcılar ve araştırmacılar için bir bakış elde edilmesi hedeflenmektedir.

Bu rapor, Avrupa'da yaşayan Türklerin Türkiye ile olan ilişkilerini detaylandırmayı amaçlayan bir anket çalışmasının sonuçlarını sunmaktadır. Araştırma kapsamında, katılımcıların Türkiye'ye para gönderme alışkanlıkları, Türkiye'de yaptıkları yatırımlar ve ticari işlemler, bağış faaliyetleri ve Türkiye ziyaretleri gibi konular ele alınmıştır. Anketin bulguları, Avrupa'da yaşayan Türklerin Türkiye ile olan bağlarını güçlendiren dinamiklerin anlaşılmasına katkı sağlamayı ve bu ilişkilerin gelecekte nasıl şekillenebileceğine dair önemli ipuçları sunmayı hedeflemektedir.

TANIMLAYICI ÇERÇEVE

▶ TANIMLAYICI ÇERÇEVE

ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI

Başkanlığımız Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında 4 nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi 738'inci maddesi uyarınca yurtdışında yaşayan vatandaşlarımız ve kaybettirme hâlleri dışında vatandaşlıktan çıkmış olanlar ile ilgili çalışmalar yapmak ve sorunlarına çözüm üretmek; yetkili kamu kurum ve kuruluşlarınca yapılacak çalışmaların koordinasyonunun bir plan dâhilinde yapılmasını sağlamak ile görevlendirilmiştir.

Başkanlığımızın görev tanımı çerçevesinde belirlediği hedeflere ulaşması için Türk diasporasına yönelik politikalara ilişkin öngörülerin oluşturulabilmesi ve hizmet kalitesinin artırılması açısından hedef kitleye ait istatistikî verilerin bütüncül bir şekilde ortaya koyulması büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda yapılacak saha araştırmalarının temel motivasyonu Türk Diasporasına ait mevcut durumun ve muhtemel sorunların ortaya konması ve ayrıca gelecekte ortaya çıkması olası sorunların çözümü için yapılacak olan politika önerilerinin temellendirilmesi için bütüncül ve nesnel bir yaklaşımın ortaya konmasıdır. Bu bağlamda yaz tatillerini Türkiye'de geçirmek üzere gelen vatandaşlarımızla yapılan bu saha araştırması, uzun vadede yapılacak araştırmalarla karşılaştırma yapma ve daha kapsamlı araştırmalara bir temel oluşturma amacı taşımaktadır. Bu araştırmanın sonuçları, yapılacak diğer çalışmaların katkısıyla ve aynı zamanda dönemsel koşulların anlaşılmasıyla birlikte verimli bir çerçeveye oturtulabilir.

Bu araştırmanın amacı, Avrupa'da yaşayan Türklerin Türkiye ile olan çeşitli bağlantılarını ve bu bağlantıların özelliklerini anlamaya katkı sağlamaktır. Araştırmada, Avrupa'daki Türklerin Türkiye'ye para transferleri, yaptıkları yatırımlar ve ticari faaliyetleri ele alınarak ekonomik etkileşimleri incelenmiştir. Ayrıca bağış yapma alışkanlıkları ile Türkiye'ye olan ziyaret sıklıkları araştırılmıştır. Elde edilen bulgular, diaspora politikasının gelişimine katkı sağlamanın kullanımına yöneliktir.

Sonuç olarak, bu araştırma, 2023 yazında Türkiye'yi ziyaret eden Türk vatandaşlarının Türkiye ile olan ilişkilerini ve bu ilişkilerin çeşitli temel özelliklere göre ne şekilde farklılık gösterdiğini anlamayı hedeflemektedir. Ayrıca, bu doğrultuda stratejik öneriler geliştirerek, politika yapıcılar ve kamu kurumlarının yurtdışındaki Türk vatandaşlarına yönelik daha etkili hizmetler sunmalarına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

METODOLOJİ

► METODOLOJİ

1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2022 yılı içinde yurtdışı ikametli 6.823.118 vatandaşımız Türkiye'ye giriş yapmıştır. Bu ziyaretin büyük çoğunluğu ise Mayıs-Eylül arası giriş yaparak sayıları 3.478.004'a ulaşmıştır. Vatandaşlarımız yaşadıkları ülkelere dönüşlerini ise genellikle Ağustos ve Eylül aylarının ortalarında yapmaktadırlar.

Bu araştırmanın örneklemini 18 yaş üzeri Avrupa'da yaşayan ve tatillerini memleketlerinde geçirmek üzere Türkiye'ye gelerek, 2023 yılının Ağustos ve Eylül aylarında Kapıkule sınır kapısı, İstanbul Havalimanı ve Sabiha Gökçen Havalimanı'ndan çıkış yapan vatandaşlar ve izinle vatandaşlıktan çıkan Almanya ve Avusturya'da yaşayan mavi kartlılar oluşturmaktadır. Saha araştırmasının tarihleri belirlenirken ülke ve eyaletlere göre tatil günleri baz alınmıştır. Yine araştırmanın yapılacağı konular belirlenirken vatandaşların yoğun olarak çıkış yaptığı konular seçilmiştir. Kapıkule Sınır Kapısında YTB dinlenme tesisi, pasaport kontrol noktası öncesi ve pasaport kontrol noktası sonrası olmak üzere 3 ayrı alanda görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yoğunluk yaşanması beklenen bu 3 alandan sadece pasaport kontrol noktası sonrasında bulunan bölümde yaşanmıştır. İstanbul Havalimanı'nda ise dış hatlar giden yolcu bölümünde görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Saha uygulamasında kantitatif araştırma yöntemi ve bu yöntemin yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Kapıkule Sınır Kapısı İstanbul Havalimanı ve Sabiha Gökçen Havalimanı'nda toplam 18 anketör görev almıştır. Görüşmeler ortalama 6 - 13 dakika sürmüştür. Araştırmada kullanılan soru formu 4 ana bölümden oluşmuştur. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini betimlemek amacıyla fert temel özellikleri, eğitim durumları ve çalışma durumlarını ilişkin sorular sorulmuştur. Bu sorular arasında, cinsiyet, yaş, medeni durum, yaşadığı ülke, doğum yeri, yurt dışında yaşama süresi, öğrenim durumu ve mesleği ile ilgili sorular yer almıştır. İkinci bölümde Türkiye'ye ne sıklıkla geldikleri, geliş amaçları, konakladıkları yer ve süre, kimlerle geldikleri, ne kadar harcama yaptıkları ve hangi illerde konakladıkları gibi Türkiye'ye ziyaretleriyle ilgili sorular sorulmuştur. Üçüncü bölümde katılımcıların Türkiye'ye olan ekonomik katkılarını ölçen Türkiye'ye para gönderme durumları, Türkiye'deki yatırımları ve başlıkları gibi sorular sorulmuştur. Dördüncü bölümde ise yurtdışında yaşayan vatandaşlara yönelik sunulan hizmetlere ilişkin cevaplar alınmaya çalışılmıştır.

2. ÖRNEKLEM

Bu araştırmanın büyüklüğü ve dağılımı, yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarının yoğun olarak bulunduğu ülkelere göre belirlenmiştir. Özellikle tatil dönemlerinde sınır kapılarında vatandaşların yoğun olarak geldikleri ülkeler dikkate alınarak, örnekleme dahil edilen ülkeler tespit edilmiştir. Çoğunlukla Avrupa ülkelerini kapsayan bu örnekleme, Türk vatandaşlarının ve mavi kart sahiplerinin yoğunlukta olduğu ülkeler öncelikli olarak seçilmiştir.

Örnekleme alınan ülkeler şunlardır: Almanya, Fransa, Hollanda, Avusturya, Belçika, İsviçre, İsveç ve Birleşik Krallık. Bu ülkeler, yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarının büyük bir kısmını temsil etmektedir ve bu nedenle araştırmanın hedef kitlesine uygun bir örneklem sunmaktadır.

Araştırma kapsamında örneklem seçimi yapılırken, Danimarka, İtalya, Norveç ve Finlandiya gibi ülkeler, Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü (NİİGM) veri tabanından alınan ve analiz edilen verilere göre Türk vatandaşlarının ve mavi kart sahiplerinin toplam yurtdışında yaşayan nüfus yoğunluğu içinde belirli bir yüzdeyi aşmayan ülkeler olduğu için örnekleme dahil edilmemiştir.

Araştırmanın örnekleme tarama yapılarak belirlenen kota örneklemesine dayanmaktadır. Toplam örneklem büyüklüğü yurt dışında yaşayan Türk vatandaşları dikkate alınarak 1920 olarak belirlenmiştir. Ülke örneklemi ise bu ülkelerdeki Türk nüfusu baz alınarak belirlenmiştir. Belirlenen ülke örneklem dağılımlarının cinsiyet ve yaş dağılımı Türk nüfusun cinsiyet ve yaş dağılımları dikkate alınarak belirlenmiştir (Ülke örneklem dağılımı). Araştırmada anket gerçekleştirilirken belirlenen ülke kotalarına riayet edilmiştir.

Tablo 1 : Ülke örneklem dağılımı

Ülke	Frekans
Almanya	960
Fransa	318
Hollanda	189
Avusturya	129
Belçika	129
İsviçre	65
İsveç	65
Birleşik Krallık	65
Toplam	1920

3. VERİLERİN İŞLENMESİ VE ANALİZİ

Saha araştırmasının uygulama aşamasından önce, İstanbul ve Edirne'de görev alacak anketörlere yönelik soru ve cevap içerikleri ile anketin uygulanması sırasında dikkat etmeleri gereken hususlar hakkında eğitim düzenlemiştir. Bu eğitimde, anketin amacına uygun şekilde yürütülmesi, katılımcılarla etkili iletişim kurulması, verilerin doğru ve eksiksiz şekilde toplanması gibi konular üzerinde durulmuştur. Ayrıca sahada karşılaşılabilecekleri olası güçlükler ve bu durumlarla nasıl başa çıkabilecekleri konusunda bilgi verilmiştir.

Saha araştırmasında toplanan anketlerin %15'i telefonla kontrol edilerek veri kalitesinin doğruluğunu sağlamak amacıyla kapsamlı bir veri kalite kontrol süreci yürütülmüştür. Bu kontrol sürecinde, anket verilerinin doğruluğu ve güvenilirliği titizlikle incelenmiş, böylece elde edilen verilerin tutarlılığı ve geçerliliği güvence altına alınmıştır. Anket kontrollerinin tamamlanmasının ardından, toplanan tüm veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizi sırasında, sorulara verilen yanıtların frekans ve yüzde değerleri hesaplanmış ve bu veriler anketin amacına ve araştırma sorularına göre yorumlanmıştır.

Veri analiz sürecinde, katılımcıların demografik özellikleri, ikamet ettikleri ülke, yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve Türkiye ile olan bağlantıları gibi çeşitli değişkenler dikkate alınarak veriler incelenmiştir. Bu inceleme sürecinde, çapraz tablolar kullanılarak soruların farklı değişkenlerle olan ilişkileri analiz edilmiştir. Ayrıca demografik değişkenlerle ilişkilendirilen veriler, yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarının Türkiye ile olan bağlarını, finansal alışkanlıklarını, yardım ve bağış eğilimlerini ve devlet hizmetlerine yönelik algılarını detaylı bir şekilde ortaya koymuştur.



ARAŞTIRMA BULGULARI

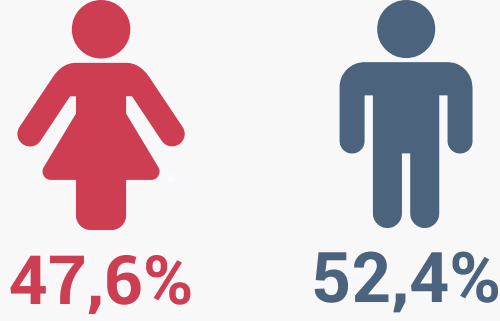
01

FERT TEMEL ÖZELLİKLERİ

► ARAŞTIRMA BULGULARI

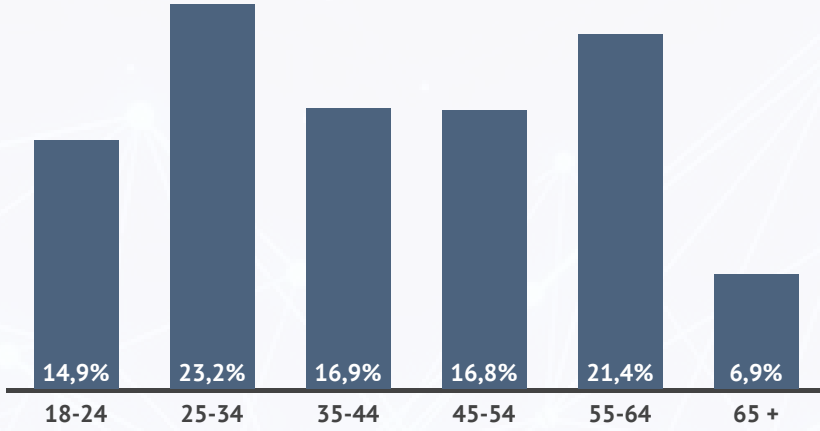
1.FERT TEMEL ÖZELLİKLERİ

Grafik 1 : Cinsiyete göre dağılım



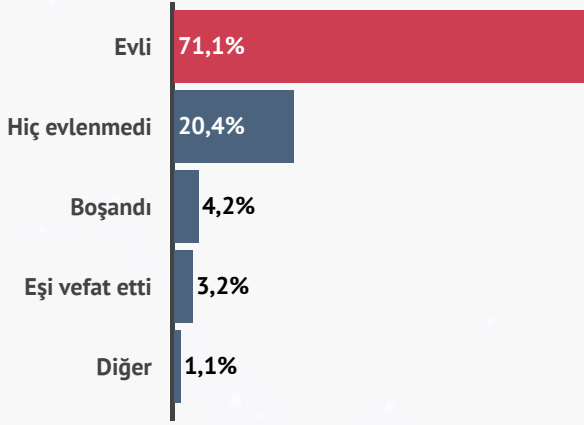
Ankete katılan 1920 kişiden 914'ü (%47,6) kadın 1006'sı (%52,4) ise erkektir.

Grafik 2 : Yaş gruplarına göre dağılım



Katılımcıların %14,9'u 18-24 yaş grubunda, %23,2'si 25-34 yaş grubunda, %16,9'u 35-44 yaş grubunda, %16,8'i 45-54 yaş grubunda, %21,4'ü 55-64 yaş grubunda ve %6,9'u 65 ve üzeri yaş grubundadır.

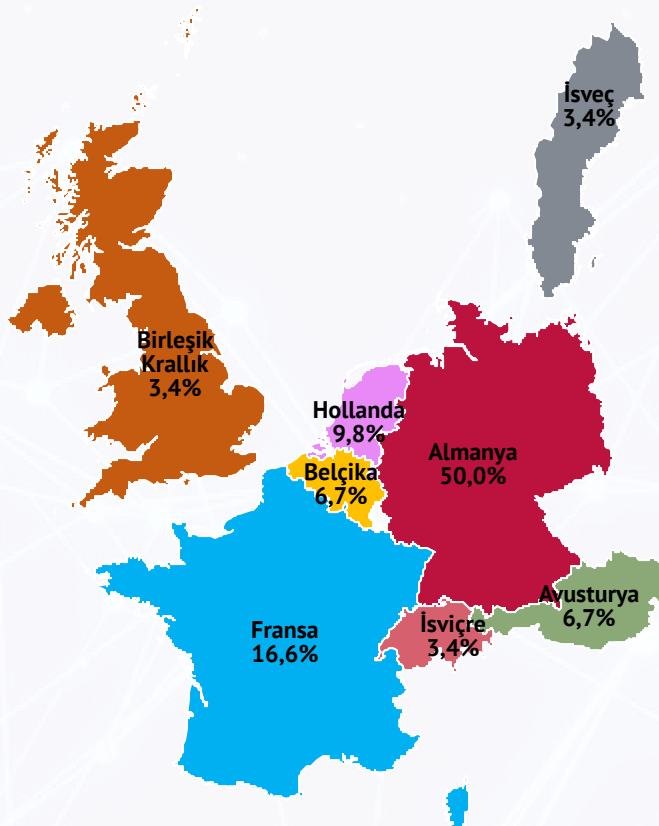
Grafik 3 : Medeni duruma göre dağılım



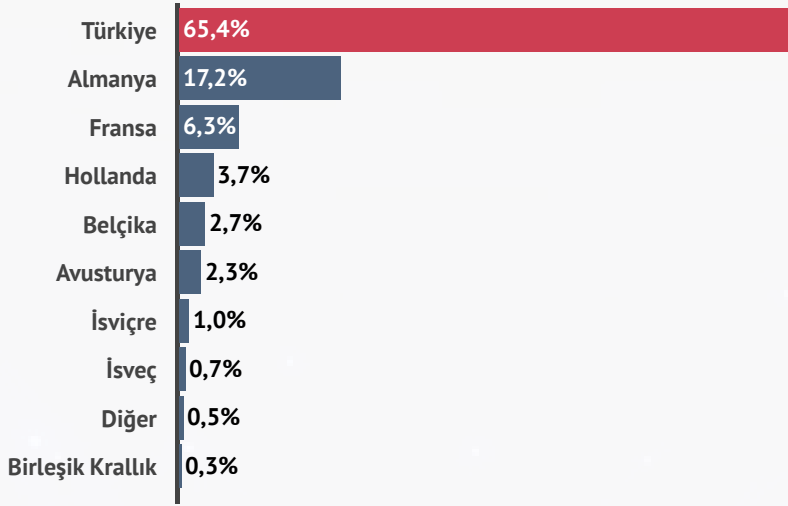
Medeni duruma göre dağılıma bakıldığında katılımcıların %71,1 ile evli olanların en büyük grubu oluşturduğu görülmektedir. Hiç evlenmemiş olanların oranı %20,4 boşanmış olanların oranı %4,2, eşi vefat etmiş olanların oranı %3,2 ve diğer cevabının oranı ise %1,1'dir.

Grafik 4 : İkamet ülkelerine göre dağılım

Katılımcıların ikamet ettikleri ülkelere göre dağılımlarına bakıldığında katılımcıların %50,0'si Almanya'da yaşamaktadır. İkinci sırada %16,6 ile Fransa yer almakta olup, bu ülkeyi %9,8 ile Hollanda takip etmektedir. Belçika ve Avusturya'da ikamet eden katılımcıların oranı ise eşit olup, her biri %6,7'lik bir paya sahiptir. İsveç, Birleşik Krallık ve İsviçre'de yaşayan katılımcıların oranı ise %3,4'tür. Bu dağılım, anket uygulama süreci öncesindeki belirlenen dağılımla birebir benzerlik göstermektedir.

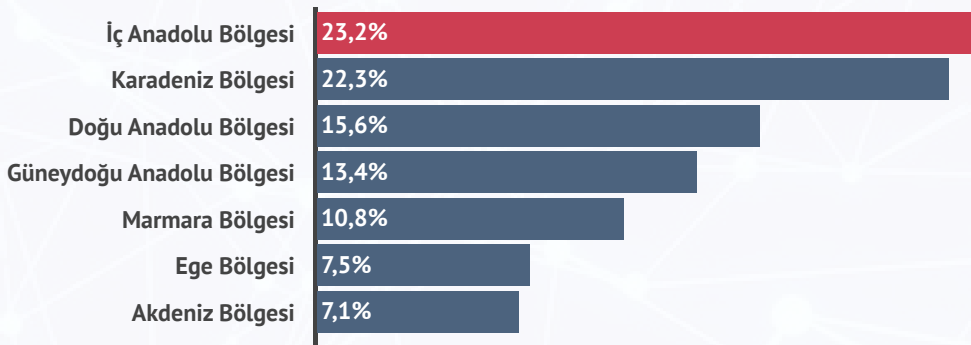


Grafik 5 : Doğum yerine göre dağılım



Katılımcıların %65,4'ü Türkiye doğumludur. Almanya'da doğanların oranı %17,2 olup bunu %6,3 ile Fransa izlemektedir. Hollanda doğumlu katılımcılar %3,7 iken Belçika %2,7, Avusturya %2,3, İsviçre %1,0 ve İsveç %0,7 ile daha düşük oranlara sahiptir. Diğer ülkelerde doğan katılımcılar ise %0,5 ve Birleşik Krallık doğumlu katılımcılar %0,3 ile en düşük oranı oluşturmuştur. Avrupa'da yaşayan ve 18 yaş üstü bireylerde Türkiye doğumlu olanların oranı yüksektir. Yaş gruplarına göre bakıldığında ise 18-34 yaş grubundaki bireylerin (%77,6) büyük bir çoğunluğu yurt dışı doğumlu iken Türkiye doğumluların çoğunluğunu ise 35 yaş (%81,9) üzerindekiiler oluşturmaktadır. Yurt dışına göçlerin yoğun yaşandığı ilk dönemlerde doğan orta yaş üzeri nüfusun bir büyük kısmının Türkiye doğumlu olduğu gözlemlenirken Türk diasporasının bulunduğu ülkelerde kalıcı hale gelmeye başlaması ile doğum yerlerinin yurt dışı olduğu görülmektedir.

Grafik 6 : Aslen nereli olduğuna göre dağılım

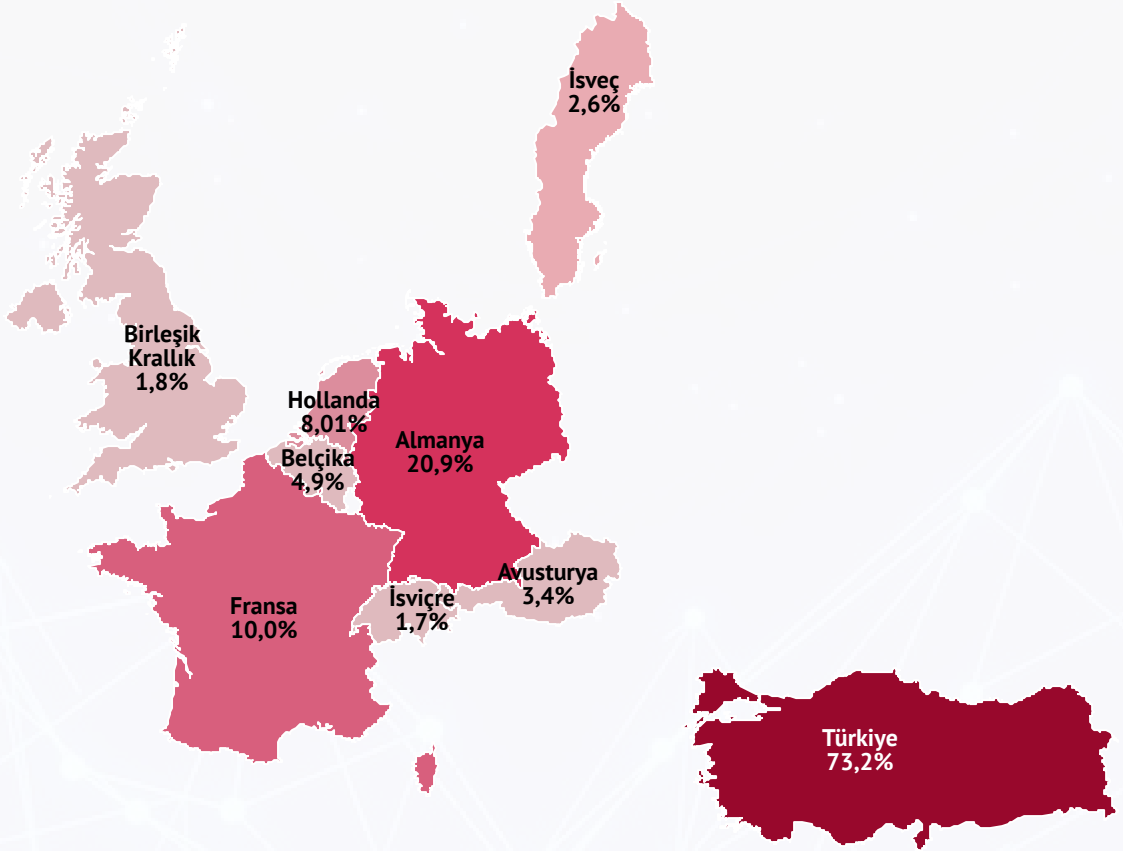


Katılımcılara Türkiye'de aslen nereli olduklarına dair bir soru sorulmuş ve il düzeyinde nereli oldukları bilgisi toplanmıştır. Genel olarak katılımcılar memleket bilgilerini verirken emin olmayan-

lara ise babalarının bağlı bulunduğu kütük ili sorularak cevaplar alınmıştır. Alınan cevaplar bölgelere göre sınıflandırılmıştır. Buna göre, katılımcıların çoğunluğunun aslen İç Anadolu Bölgesi (%23,2) ve Karadeniz Bölgesi'nden (%22,3) oldukları görülmektedir. Doğu Anadolu Bölgesi %15,6 ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi %13,4 ile önemli oranlara sahiptir. Marmara Bölgesi'nden olanlar %10,8 iken Ege Bölgesi %7,5 ve Akdeniz Bölgesi %7,1'dir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun İç Anadolu ve Karadeniz bölgelerinden olduğu görülmektedir.

Grafik 7 : Vatandaşlık ülkesine göre dağılım*

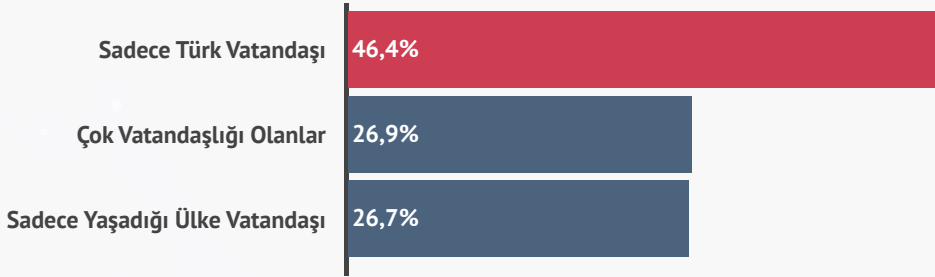
*Birden çok cevap alınmıştır. Diğer ülkeler 0,2%'tür.



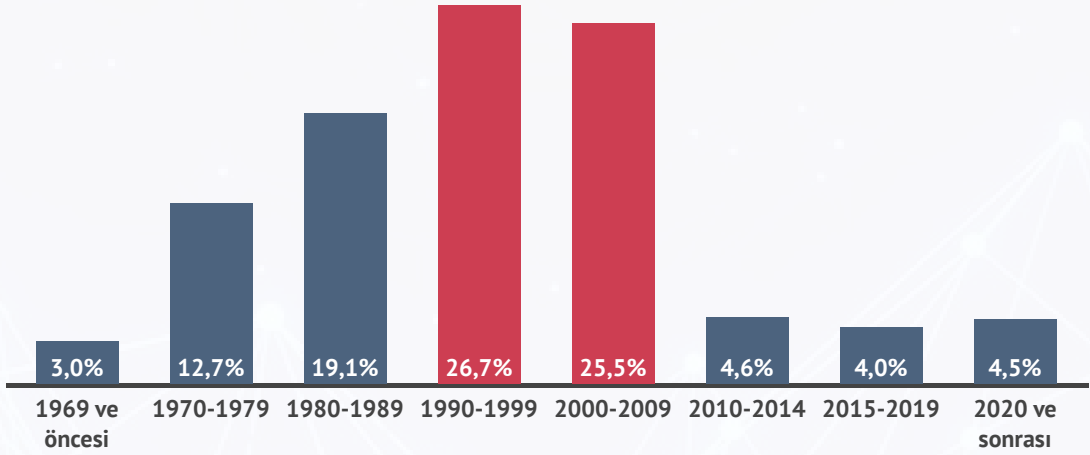
Katılımcıların vatandaşlık ülkelerine göre dağılımlarına bakıldığında %73,2'si Türk vatandaşdır. Alman vatandaşı olanlar %20,9 ile ikinci sırada yer alırken Fransa vatandaşı olanlar %10,0 ile üçüncü sırada bulunmaktadır. Hollanda vatandaşı olanlar %8,1 iken Belçika %4,9, Avusturya %3,4, İsveç %2,6, Birleşik Krallık %1,8, İsviçre %1,7 ve diğer ülke vatandaşları olanların oranı ise %0,2'dir.

Grafik 8 : Vatandaşlık durumuna göre dağılım

Katılımcıların %46,4'ü sadece Türk vatandaşı iken %26,9'u çok vatandaşlığı olanlar ve %26,7'si halen yaşadıkları ülkelerin vatandaşlığı olanlardır.

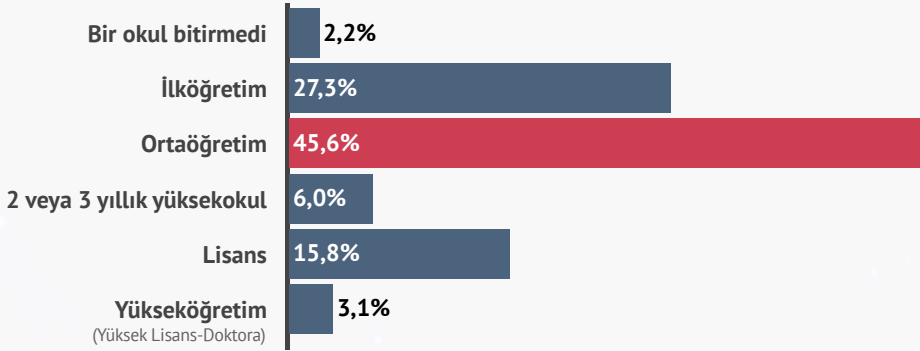


Grafik 9 : Hangi yıldan beri sürekli bulunduğunuz ülkede yaşıyorsunuz?

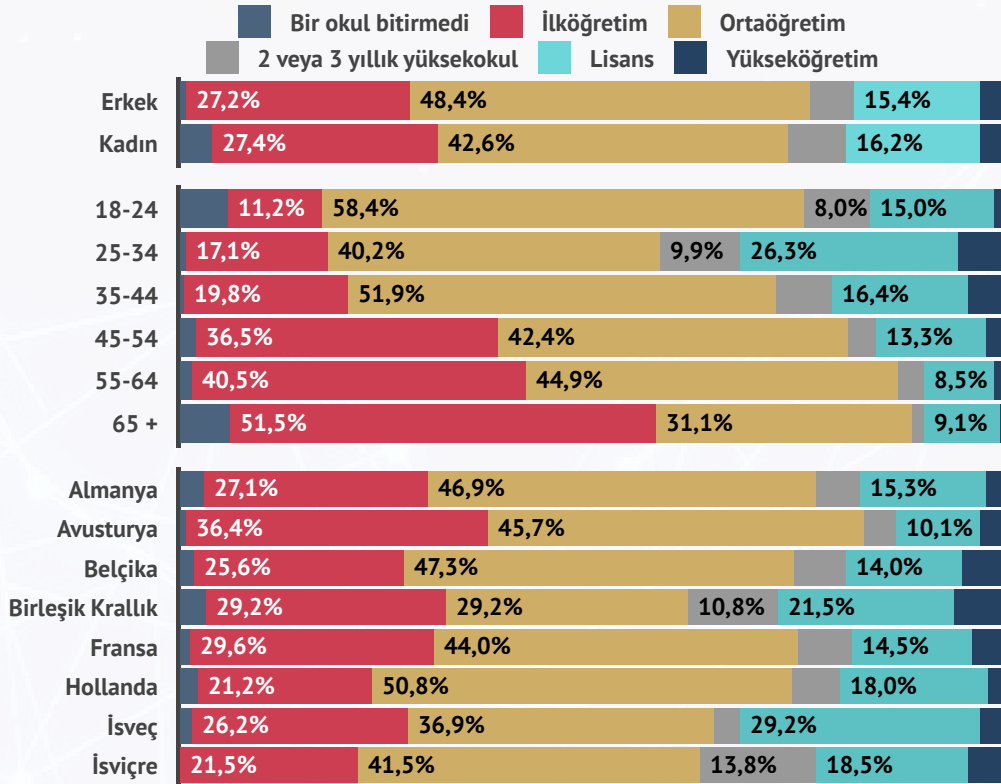


Katılımcıların %3,0'ü 1969 ve öncesinde, %12,7'si 1970-1979 yılları arasında, %19,1'i 1980-1989 yılları arasında yaşadıkları ülkelere yerleşmiştir. En yüksek oran %26,7 ile 1990-1999 yılları arasında yerleşenlerdir. 2000-2009 yılları arasında yerleşenler %25,5 iken, 2010-2014 arası %4,6, 2015-2019 arası %4,0 ve 2020 ve sonrası %4,5'tir. Katılımcıların çoğunluğunun 1990-2009 yılları arasında yaşadıkları ülkelere yerleştikleri görülmektedir. 1970'li yıllardan itibaren aile birleşiminin devam etmesi ile bu ülkelerde yaşama oranı artmıştır. Çalışma yapılan kitlenin yaş ve ülke durumları dikkate alındığında daha çok 2010 yılı öncesinde yaşadıkları ülkelere gidenlerin bulunduğu gözlemlenmiştir.

Grafik 10-11 : En son hangi okuldan mezun oldunuz?



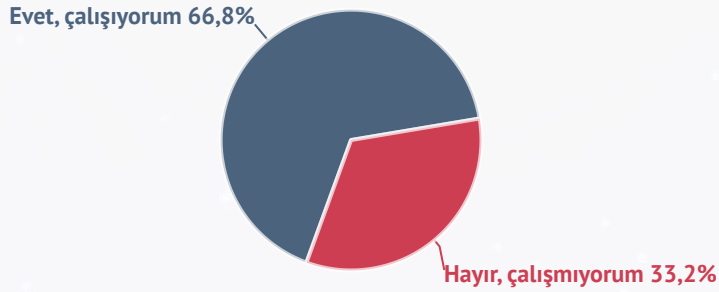
Katılımcıların %2,2'si bir okul bitirmemiştir. %27,3'ü ilköğretim mezunu olup %45,6 ile çoğunluğu ortaöğretim mezunlarıdır. Katılımcıların %6'sı 2 veya 3 yıllık yüksekokul mezunu, %15,8'i lisans mezunu ve %3,1'i yükseköğretim (yüksek lisans-doktora) mezunu olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun ortaöğretim düzeyinde eğitim almış olduğu görülmektedir.



Katılımcıların eğitim durumu, cinsiyet, yaş grupları ve ülkelere göre farklılıklar göstermektedir. Erkeklerin %48,4'ü ve kadınların %42,6'sı ortaöğretim mezunu olup kadınlarda bir okul bitirmeme

oranı (%3,8) erkeklere (%0,7) göre daha yüksektir. Genç yaş gruplarında (18-24) ortaöğretim mezunları %58,4 ile en yüksek orandayken yaş arttıkça yükseköğretim (yüksek lisans-doktora) mezunlarının oranı artmaktadır, özellikle 25-34 yaş grubunda %5,8'e kadar çıkmaktadır. Almanya'dan ve Avusturya'dan katılımcıların çoğunluğu ortaöğretim mezunu (%46,9 ve %45,7) olup Birleşik Krallık'ta yükseköğretim mezunlarının oranı (%6,2) diğer ülkelere kıyasla daha yüksektir. İsveç'te lisans mezunlarının oranı %29,2 ile en yüksek seviyededir. Genel olarak katılımcıların büyük çoğunluğunun ortaöğretim mezunu olup kadınlar arasında eğitim seviyesinin erkeklere göre daha düşük olduğu, yaş arttıkça yükseköğretim mezunlarının oranının azaldığı ve Birleşik Krallık, İsveç, İsviçre gibi bazı ülkelerde Türk nüfusunun eğitim seviyesinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Öte yandan, Türkiye'de doğup daha sonra yurt dışına yerleşenlerinde çoğunluğu ortaöğretim mezunudur.

Grafik 12 : Şu anda herhangi bir işte çalışıyor musunuz?

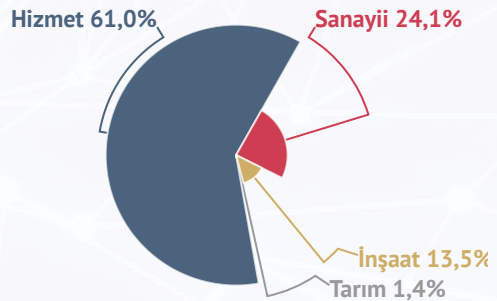


Katılımcıların %66,8'i şu anda bir işte çalıştığını, %33,2'si ise çalışmadığını belirtmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun aktif olarak iş hayatında yer aldığını göstermektedir. Çalışanların çoğunluğu ise erkeklerdir (%64,1).

Grafik 13 : Hangi sektörde çalışıyorsunuz?*

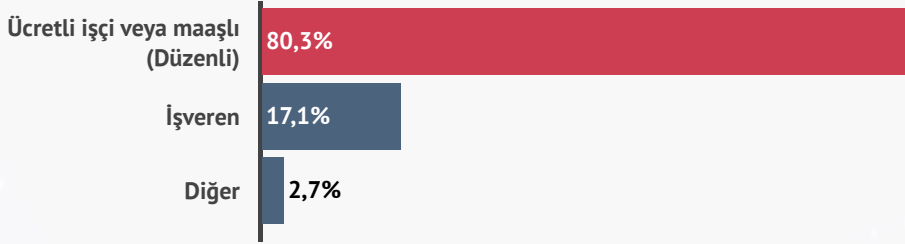
*Bu soru çalıştığını belirten 1283 kişiye sorulmuştur.

Katılımcıların büyük çoğunluğu (%61,0) hizmet sektöründe çalışmaktadır. Bunu %24,1 ile sanayi sektörü takip etmektedir. İnşaat sektöründe çalışanların oranı %13,5 iken, tarım sektöründe çalışanların oranı %1,4'tür. Katılımcıların ağırlıklı olarak hizmet sektöründe yer aldığı görülmektedir.



Grafik 14 : İşteki statünüz/konumunuz nedir?*

*Bu soru çalıştığını belirten 1283 kişiye sorulmuştur.

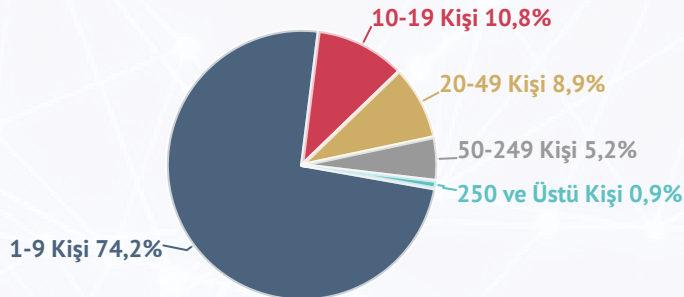


Katılımcıların %80,3'ü ücretli işçi veya maaşlı olarak düzenli bir işte çalışmaktadır. %17,1'i işveren konumunda olup %2,7'si diğer statülerde çalışmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun düzenli maaşlı çalışan olduğu, önemli bir kısmının ise işveren konumunda bulunduğu görülmektedir. İşverenlerin büyük çoğunluğu 25 yaş üstü (%98,2) ve erkek (%77,6) katılımcılardır.

Grafik 15 : İşyerinizde düzenli olarak kaç kişi çalışmaktadır?*

*İşveren olduğunu belirten 219 kişiye sorulmuştur. Soruya 213 kişi cevap vermiştir.

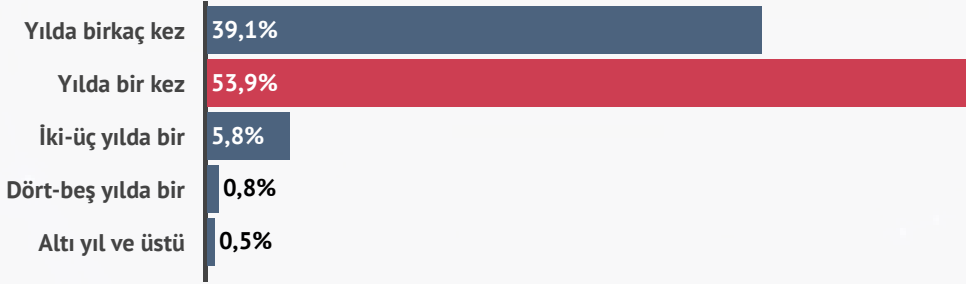
İşveren olduğunu belirten 219 kişiden bu soruya cevap veren 213 kişinin %74,2'si, sahip oldukları işyerinde düzenli olarak 1-9 kişi arasında çalışmanı olduğunu belirtmiştir. %10,8'i 10-19 kişi arasında, %8,9'u 20-49 kişi arasında, %5,2'si 50-249 kişi arasında ve %0,9'u ise 250 ve daha fazla çalışmanı olduğunu ifade etmiştir. İşveren olduğunu belirten kişilerin büyük çoğunluğunun küçük veya orta ölçekli işletmelere sahip olduğu görülmektedir.



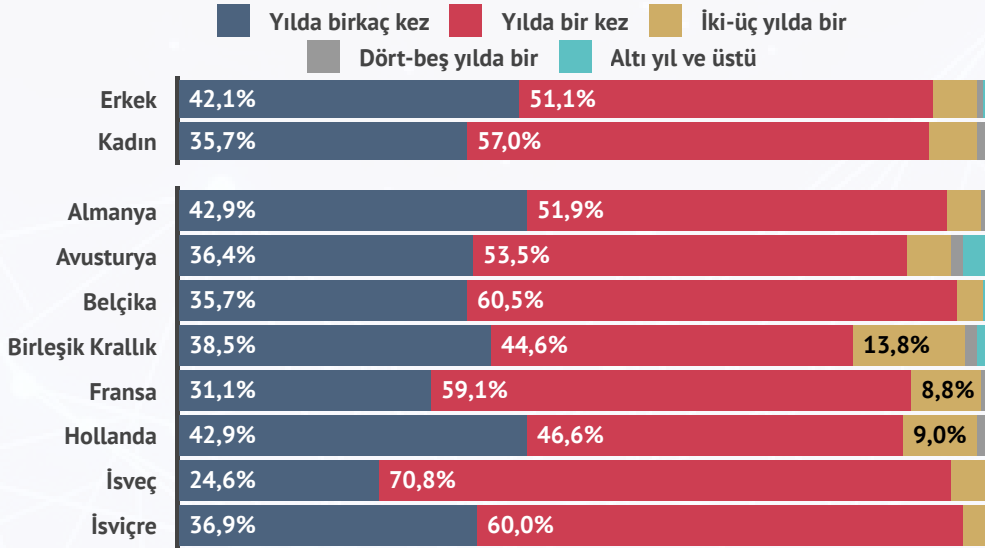
TÜRKİYE'Yİ ZİYARET

2. TÜRKİYE'Yİ ZİYARET

Grafik 16-17 : Türkiye'ye hangi sıklıkta geliyorsunuz?



Katılımcıların %53,9'u yılda bir kez Türkiye'yi ziyaret ederken %39,1'i yılda birkaç kez, %5,8'i iki-üç yılda bir, %0,8'i dört-beş yılda bir ve %0,5 ise altı yıl ve üstü bir sürede bir ziyaret ediyor. Katılımcıların Türkiye'ye ziyaret sıklıklarının genellikle yılda bir veya birkaç kez olduğu görülmektedir. Sınır istatistiklerine bakıldığında da 2022 yılında yurt dışında ikamet eden vatandaşlarımızın Türkiye'ye yaptığı girişlerin toplam sayısı 6.823.118 olup bu rakam aynı kişinin birden fazla girişini de kapsayabilir. Bu veriler ve katılımcıların ankete verdiği cevaplar göz önünde bulundurulduğunda yurt dışında yaşayan Türklerin Türkiye'yi sıklıkla ziyaret ettiği görülmekte ve bu da Türkiye'ye olan aidiyetlerini göstermektedir.

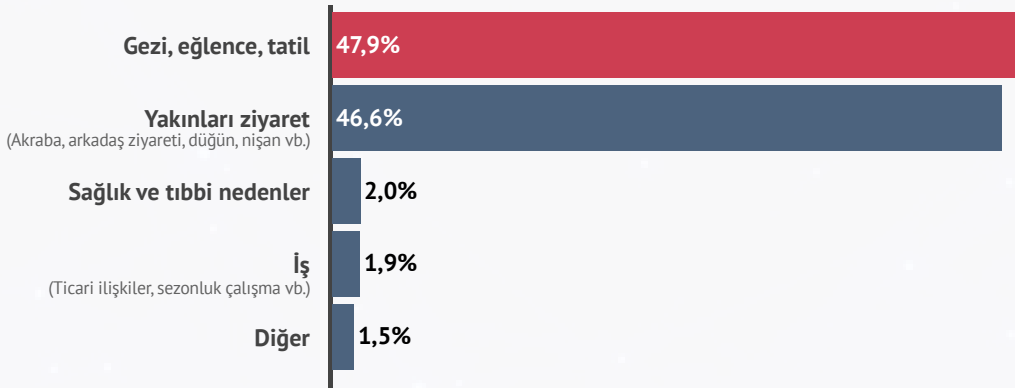


Erkeklerin ve kadınların ziyaret sıklıkları arasında belirgin bir fark görülmezken ülkeler arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. İsveç'te yaşayanların büyük bir kısmı yılda bir kez Türkiye'yi ziyaret ederken, Almanya ve Hollanda'da yaşayanların diğer ülkelere göre ziyaret etme sıklığı daha fazladır. Yılda bir kaç kez (%67,5) ve yılda bir kez gelenler (%61,4) Türkiye'yi ziyaret edenlerin çoğunluğu havayolunu tercih ederken gelme sıklığı azaldıkça ulaşımda karayolu tercihi artmaktadır. Havayolu ulaşımının hızlı olması sebebiyle daha sık yapılan ziyaretlerde tercih edildiği görülmektedir.

Grafik 18 : Bu ziyaretinizde Türkiye'ye geliş amacınız neydi?*

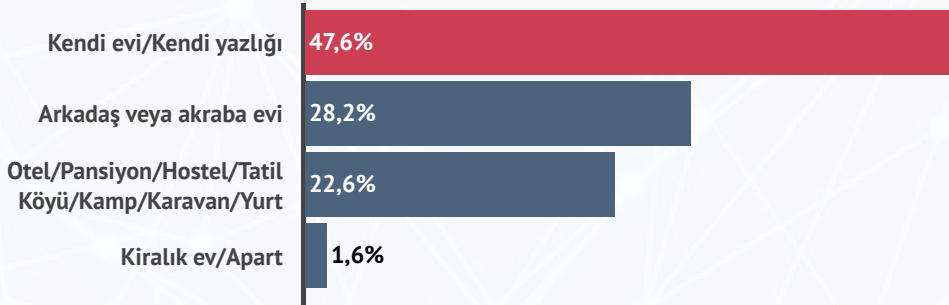
*Birden çok cevap alınmıştır.

Türkiye'ye yapılan ziyaretlerin amacı çeşitli kategorilere göre bakıldığında, cevapların %47,9'u gezi, eğlence ve tatil amaçlı ziyaretlerin en yaygın olduğunu göstermektedir. %46,6'sında yakınları, akraba veya arkadaş ziyaret etme gibi sosyal nedenler belirtilmiştir. Sağlık ve tıbbi nedenler %2,0, iş amaçlı ziyaretler ise %1,9 oranında ifade edilmiştir. Diğer nedenler ise %1,5 olarak belirtilmiştir. Katılımcıların Türkiye'yi hem turistik hem de sosyal bağlar açısından ziyaret etmeyi tercih ettikleri görülmektedir.



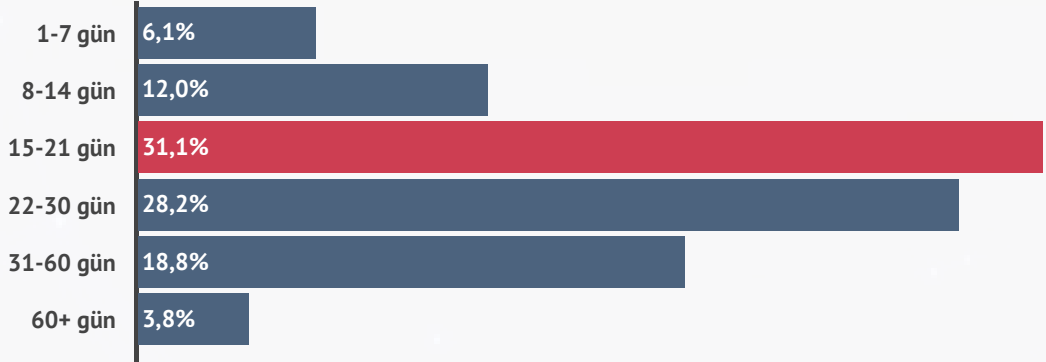
Grafik 19 : Bu ziyaretinizde nerelerde konakladınız?*

*Birden çok cevap alınmıştır.



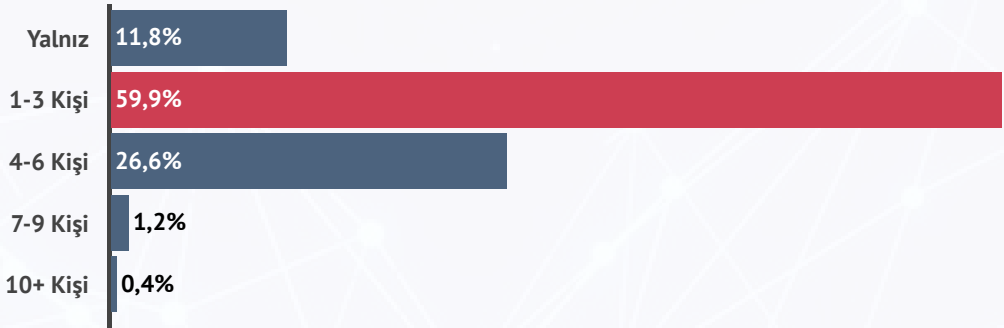
Türkiye'ye ziyaret edenlerin konaklama tercihlerine bakıldığında cevapların %47,6'sı kendi evi veya yazlığında konaklama iken %28,2'si arkadaş veya akraba evinde konaklamadır. Otel, pansiyon, hostel, tatil köyü, kamp, karavan veya yurt gibi konaklama tesisleri cevaplarının oranı %22,6'dır. Kiralık ev veya apart cevabının oranı ise %1,6'dır. Türkiye'ye yapılan ziyaretlerde katılımcıların kendi evlerini, yazlıklarını ve arkadaş-akraba evlerini daha çok tercih etmelerine rağmen, otel, pansiyon, hostel gibi turistik mekanları da tercih ettikleri görülmektedir.

Grafik 20 : Türkiye'de kaç gün geçirdiniz?



Türkiye'yi ziyaret edenlerin ziyaret sürelerine bakıldığında %6,1'i 1-7 gün arasında, %12'si 8-14 gün arasında, %31,1'i 15-21 gün arasında, %28,2'si 22-30 gün arasında, %18,8'i 31-60 gün arasında, %3,8'i ise 60 gün ve üzerinde Türkiye'de kalmıştır. Türkiye'de kalma süresi ise ortalama **28** gündür. Avrupa'da yaşayan Türklerin okul tatil süresi ve 20-30 iş günü arası olan yıllık izin süreleri göz önünde bulundurulduğunda bu sürenin izin süreleriyle uyduğu görülmektedir.

Grafik 21 : Bu ziyaretinizde ailenizden kaç kişi size eşlik etti?



Türkiye'ye yapılan ziyaretlerde katılımcıların aile üyeleriyle seyahat etme durumuna bakıldığında %11,8'i yalnız seyahat etmiştir. %59,9'u 1-3 kişi arasında aile üyeleriyle seyahat etmiştir. %26,6'sı 4-6 kişi arasında aile üyeleriyle seyahat etmiştir. %1,2'si 7-9 kişi arasında, %0,4'ü ise 10 kişiden fazla aile üyesiyle birlikte seyahat etmiştir. Türkiye'ye yapılan ziyaretlerde genellikle küçük ve orta büyüklükteki aile gruplarının seyahat ettiği görülmektedir. Türkiye'ye seyahat eden kişiye ortalama **2,8** kişi eşlik etmiştir. Ulaşım ve seyahat giderleri göz önüne alınarak iki veya daha fazla kişiyle yapılan ziyaretlerde karayolu (%72,5) tercih edilmektedir. İsveç (%23,1) ve Birleşik Krallık (%26,2) gibi ülkelerde yaşayanlarda ise yalnız seyahat etme oranı diğer ülkelere göre yüksektir.

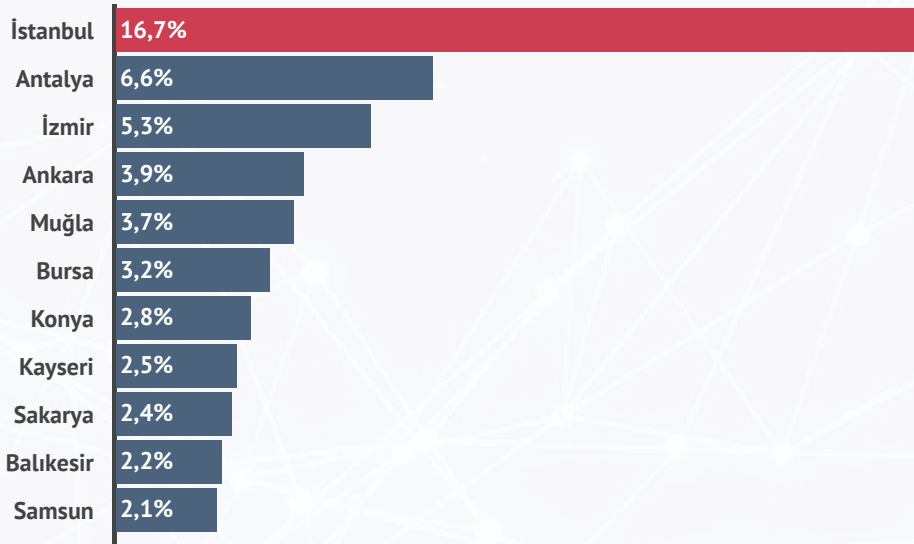
Grafik 22 : Ailecek bu ziyaretinizde Türkiye'de yaklaşık olarak toplam ne kadar harcadınız?



Türkiye'yi ziyaret edenlerin ailecek ortalama harcamalarına bakıldığında Fransa'dan gelenler €5.389, Belçika'dan gelenler €4.908 gelir beyan ederken bu ülkeleri sırasıyla Hollanda, İsveç, Almanya, Avusturya, Birleşik Krallık ve İsviçre takip etmektedir. Türkiye'de kişi başı ortalama harcama ise €1.130'dur. 2022 yılı turizm istatistiklerine göre yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçiler ortalama €1.061, yabancı ziyaretçiler ise €971 harcadıklarını beyan etmiştir.

Grafik 23 : Bu ziyaretinizde en az bir gece hangi illerde konakladınız?*

*Diğer iller %48,5



Türkiye'ye ziyaret edenlerin en az bir gece konakladığı illere bakıldığında İstanbul %16,7 ile en yüksek oranda konaklama yapılan ildir. Onu sırasıyla %6,6 ile Antalya, %5,3 ile İzmir, %3,9 ile Ankara takip etmektedir. Türkiye'ye yapılan ziyaretlerde özellikle büyük şehirlerin ve turistik destinasyonların önemli konaklama noktaları olduğu görülmektedir.

03

TÜRKİYE'YE EKONOMİK KATKI

3.1. Türkiye'ye Para Gönderme

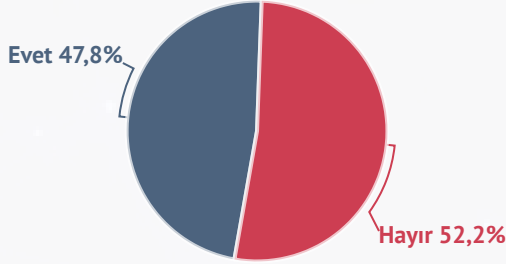
3.2. Yatırım ve Ticaret

3.3. Bağış ve Hayırseverlik

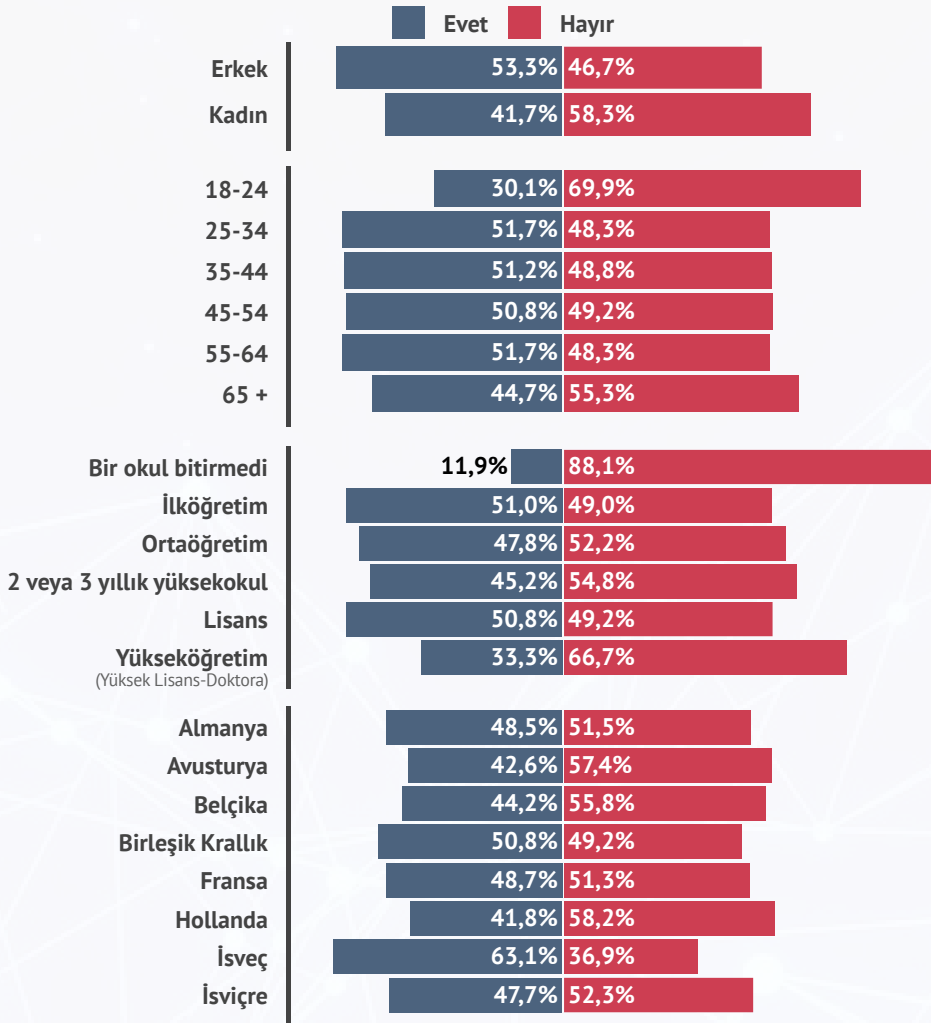
3. TÜRKİYE'YE EKONOMİK KATKI

3.1. Türkiye'ye Para Gönderme

Grafik 24-25 : Türkiye'ye para gönderiyor musunuz?



Bu soruda hiçbir amaç gözetmeksizin katılımcıların para gönderme alışkanlıkları sorulmuştur. Katılımcıların %47,8'i Türkiye'ye para gönderdiğini belirtmiştir. %52,2'si ise para göndermediğini ifade etmiştir.

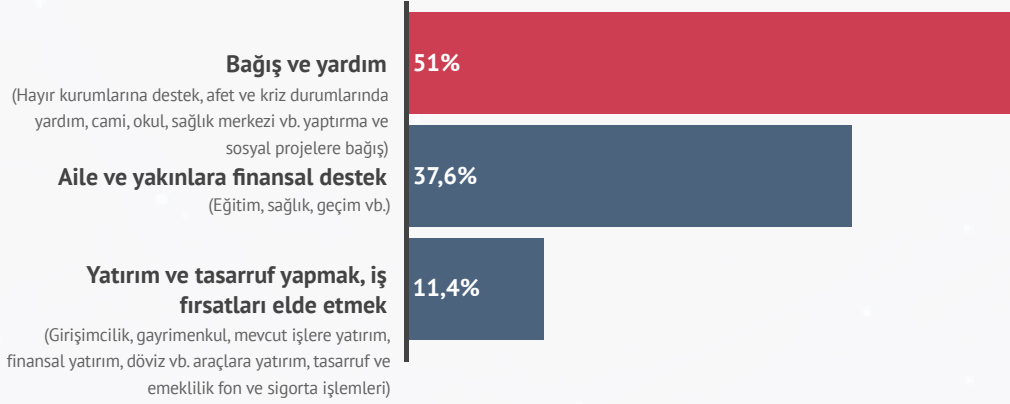


Türkiye'ye para gönderme durumu cinsiyet, yaş grubu, eğitim düzeyi ve ülkeye göre farklılık göstermektedir. Erkeklerin %53,3'ü, kadınların ise %41,7'si Türkiye'ye para gönderdiklerini ifade etmiştir. Yaş gruplarında en çok para gönderen yaş grubu 25-64 yaş grubu (%51.7) iken en az pa-

ra gönderen yaş grubu 18-24 yaş grubudur (%30,1). Eğitim düzeyine göre ilköğretim mezunlarının %51'i ve lisans mezunlarının %50,8'i para gönderirken bir okul bitirmemiş olanların %11,9'u para göndermektedir. Ükelere göre ise İsveç'te yaşayanların %63,1'i Türkiye'ye para göndermektedir.

Grafik 26 : Hangi amaçlarla Türkiye'ye para gönderiyorsunuz?*

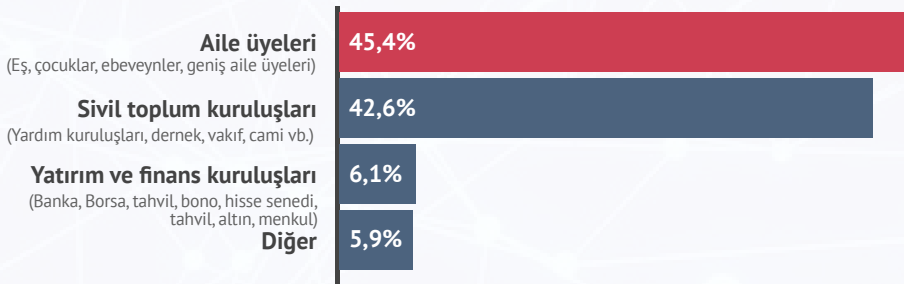
*Bu soru Türkiye'ye para gönderdiğini belirten 917 kişiye sorulmuştur. Cevap vermeyenler analiz dışı bırakılmıştır. Birden çok cevap alınmıştır.



Türkiye'ye para gönderme amaçları arasında bağış ve yardım %51 ile en yaygın neden olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların %37,6'sı aile ve yakınlarına finansal destek sağlamak amacıyla para gönderirken %11,4'ü yatırım ve tasarruf yapmak veya iş fırsatları elde etmek için para göndermektedir. Yatırım ve tasarruf gibi konularda para gönderenlerin çoğunluğu büyük yaş gruplarında iken bağış ve yardım konusunda tüm yaş grupları para göndermektedir. Avrupa'da yaşayan Türklerin Türkiye'ye afet durumlarında, cami yapımında veya diğer toplumsal projelerde anavatanlarına destek sağlama konusunda duyarlılık gösterdiklerini ve aidiyetlerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Grafik 27 : Türkiye'de kime para gönderiyorsunuz?*

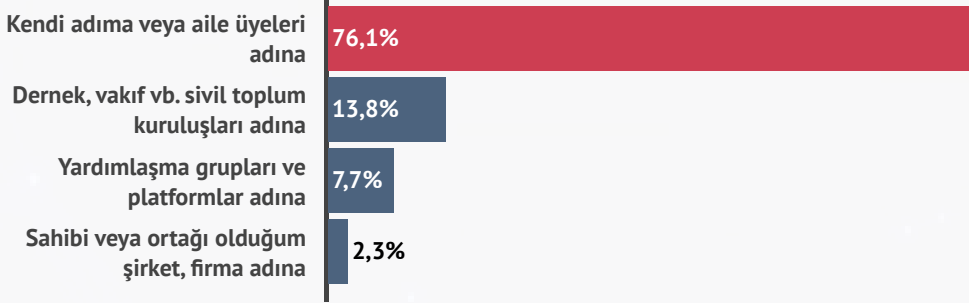
*Bu soru Türkiye'ye para gönderdiğini belirten 917 kişiye sorulmuştur. Birden çok cevap alınmıştır.



Türkiye'ye para gönderen katılımcıların %45,4'ü Türkiye'deki aile üyelerine, %42,6'sı sivil toplum kuruluşlarına, %6,1'i yatırım ve finans kuruluşlarına ve %5,9'u diğer alıcılara para göndermektedir. Avrupa'da yaşayan Türklerin büyük çoğunluğunun ailelerine ve sosyal yardım amaçlı kurumlara destek sağladığı görülmektedir.

Grafik 28 : Gönderdiğiniz parayı hangi kişi ya da kurumlar adına gönderiyorsunuz?*

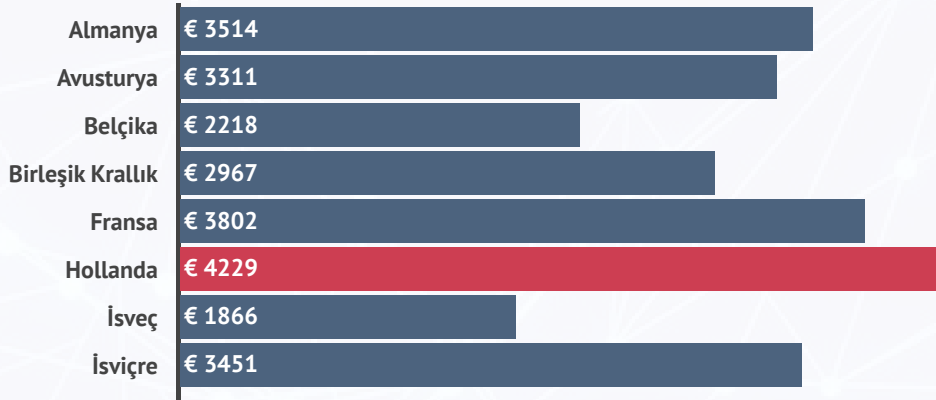
*Bu soru Türkiye'ye para gönderdiğini belirten 917 kişiye sorulmuştur. Cevap vermeyenler analiz dışı bırakılmıştır. Birden çok cevap alınmıştır.



Türkiye'ye para gönderen katılımcıların %76,1'i kendi adına veya aile üyeleri adına, %13,8'i dernek, vakıf gibi sivil toplum kuruluşları adına, %7,7'si yardımlaşma grupları ve platformlar adına, %2,3'ü ise sahibi veya ortağı oldukları şirket veya firma adına para göndermektedir. Para gönderimi bazen kişisel olarak veya aile üyeleri eliyle bazen ise kurum ve kuruluşlar üzerinden yapılmaktadır. Dernekleşmenin olmadığı alanlarda ise daha çok online platformlar üzerinden veya kurumsal bir yapıda olmayan yardımlaşma grupları üzerinden yapılmaktadır.

Grafik 29 : Son bir yıl içinde yaklaşık olarak kendiniz veya başka bir kişi ve kurum/kuruluş adına Türkiye'ye toplam ne kadar para gönderdiniz?*

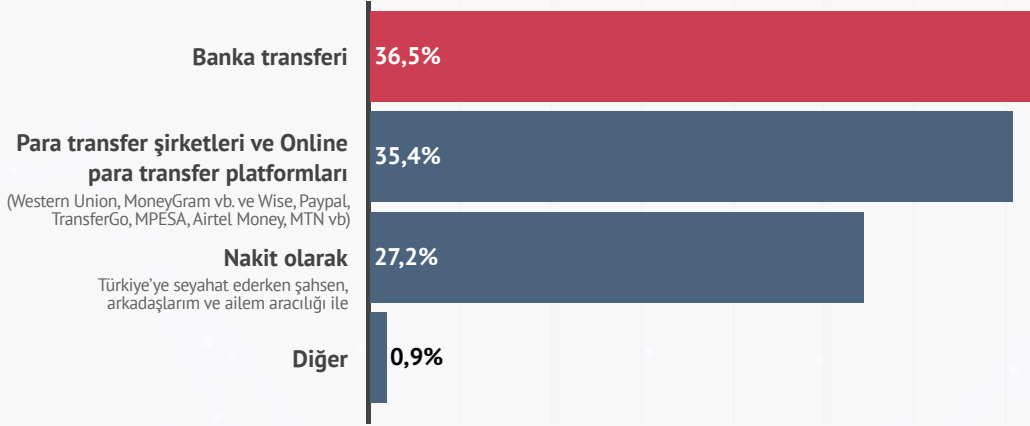
*Bu soru Türkiye'ye para gönderdiğini belirten 917 kişiye sorulmuştur. Cevap vermeyenler analiz dışı bırakılmıştır.



Katılımcıların son bir yıl içinde Türkiye'ye gönderdikleri toplam para miktarı ülkelere göre değişiklik göstermektedir. Almanya'dan gönderilen ortalama miktar €3.514, Avusturya'dan €3.311, Belçika'dan €2.218, Birleşik Krallık'tan €2.967, Fransa'dan €3.802, Hollanda'dan €4.229, İsveç'ten €1.866 ve İsviçre'den €3.451'dir. Türkiye'ye en fazla para gönderenlerin Hollanda ve Fransa'da yaşayan katılımcılar olduğu, en az para gönderenlerin ise İsveç'te yaşayan katılımcılar olduğu görülmektedir. Ankete katılım sağlayan Avrupa'da yaşayan Türklerin son bir yıl içinde Türkiye'ye gönderdikleri kişi başı ortalama para miktarı €3.432'dir.

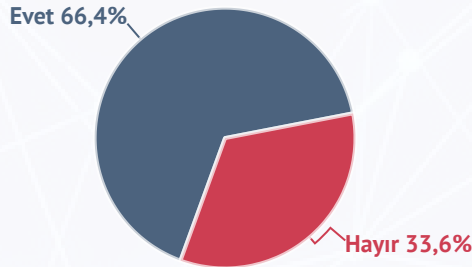
Grafik 30 : Türkiye'ye parayı hangi yolla gönderiyorsunuz?*

*Bu soru Türkiye'ye para gönderdiğini belirten 917 kişiye sorulmuştur. Cevap vermeyenler analiz dışı bırakılmıştır. Birden çok cevap alınmıştır.



Katılımcıların Türkiye'ye para gönderme yöntemlerine bakıldığında en çok tercih edilen yöntem %36,5 ile banka transferi olmuştur. Para transfer şirketleri ve online para transfer platformları %35,4 ile ikinci sırada yer alırken %27,2'si Türkiye'ye seyahat ederken şahsen veya arkadaşları ve aileleri aracılığıyla nakit olarak para taşımayı tercih etmiştir.

Grafik 31 : Son bir yıl içinde Türkiye'de yaşayan birine herhangi bir nakit olmayan ürün gönderdiniz mi ya da getirdiniz mi?

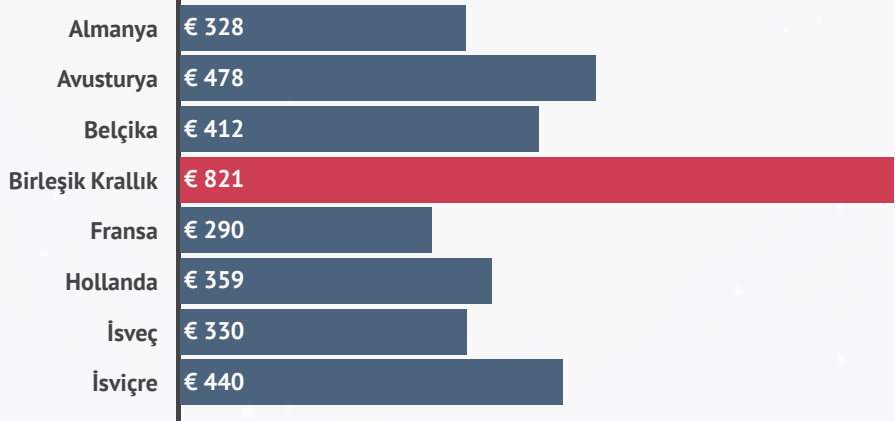


Son bir yıl içinde Türkiye'de yaşayan birine gıda, giyim-ayakkabı, elektronik eşyalar gibi herhangi nakit olmayan bir ürün gönderip göndermediği sorulan katılımcıların %66,4'ü "Evet" cevabını verirken, %33,6'sı "Hayır" cevabını vermiştir.

Grafik 32 : Son bir yılda Türkiye'ye gönderdiğiniz ya da getirdiğiniz nakit olmayan ürünlerin toplam değeri nedir?*

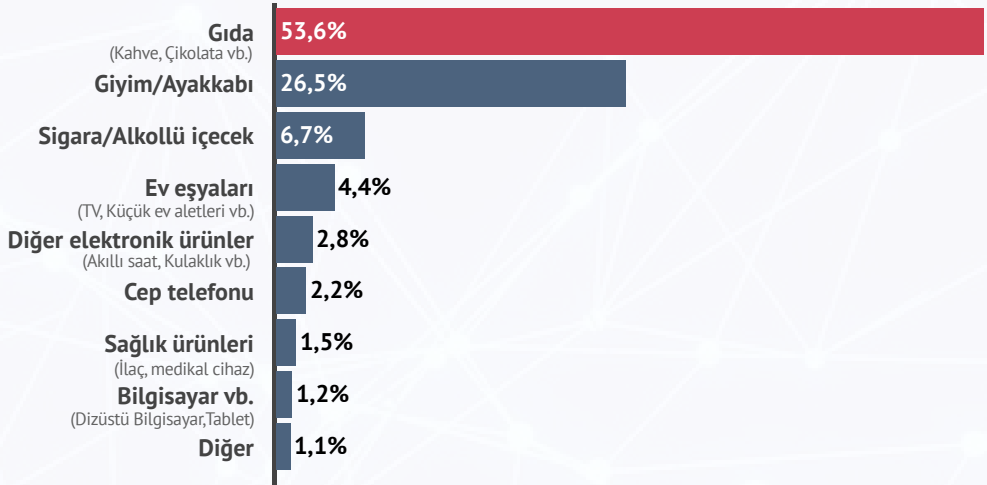
*Bu soru Türkiye'ye herhangi bir ürün gönderdiğini ya da getirdiğini belirten 1275 kişiye sorulmuştur. Cevap vermeyenler analiz dışı bırakılmıştır. Birden çok cevap alınmıştır.

Son bir yılda Türkiye'ye gönderilen veya getirilen nakit olmayan ürünlerin toplam değeri ülkelere göre değişiklik göstermektedir. En yüksek değer Birleşik Krallık'tan €821 iken en düşük değer Fransa'dan €290'dır. Avrupa'da yaşayan Türklerin son bir yıl içinde Türkiye'de yaşayan birine gönderdikleri nakit olmayan ürünlerin toplam ortalama değeri €360'dur.



Grafik 33 : Son bir yıl içinde aşağıda sayacağım nakit olmayan ürünlerden hangilerini gönderdiniz ya da getirdiniz?*

*Bu soru Türkiye'ye herhangi bir ürün gönderdiğini ya da getirdiğini belirten 1275 kişiye sorulmuştur. Cevap vermeyenler analiz dışı bırakılmıştır. Birden çok cevap alınmıştır.



Son bir yıl içinde Türkiye'ye gönderilen veya getirilen nakit olmayan ürünler arasında en yüksek paya sahip olan ürünler gıda (kahve, çikolata vb.) olmuştur (%53,6). Bunu giyim ve ayakkabı (%26,5), sigara ve alkollü içecekler (%6,7), ev eşyaları (TV, küçük ev aletleri vb.) (%4,4) ve diğer e-

lektronik ürünler (akıllı saat, kulaklık vb.) (%2,8) takip etmektedir. Cep telefonu (%2,2), ilaç, medikal cihaz ve sağlık ürünleri (%1,5), bilgisayar, dizüstü bilgisayar, tablet (%1,2) ve diğer ürünler (%1,1) ise daha düşük oranlarda getirilmiştir. Gıda ve giyim gibi temel ihtiyaçların, Türkiye'ye yapılan nakit olmayan ürün transferlerinde en çok tercih edilen ürünler olduğu görülmektedir.

3.2.Yatırım ve Ticaret

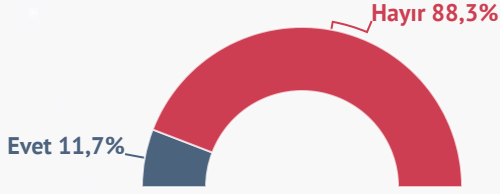
Tablo 2 : Son bir yıl içinde siz veya hane üyelerinizden birisi Türkiye'de şimdi sayacağım yatırım araçlarından alım ya da satış yaptınız mı?*

*Birden çok cevap alınmıştır. Cevap vermeyenler analiz dışı bırakılmıştır.

Alım Araçları	(%)	Satım Araçları	(%)
Döviz	40,2%	Döviz	74,0%
Altın, emtia ve değerli metaller (Gümüş vb.)	20,2%	Gayrimenkul (Konut, arsa alımı, tarla, devre mülk vb.)	8,1%
Gayrimenkul (Konut, arsa alımı, tarla, devre mülk vb.)	17,0%	Altın, emtia ve değerli metaller (Gümüş vb.)	4,9%
Emeklilik ürünleri (Bireysel emeklilik vb.)	6,3%	Emeklilik ürünleri (Bireysel emeklilik vb.)	2,9%
Banka mevduatları veya birikim hesapları	4,6%	Borsada hisse senetleri	2,7%
Sigorta ürünleri (Sağlık, yaşam için vb.)	3,6%	Banka mevduatları veya birikim hesapları	2,4%
Borsada hisse senetleri	3,3%	Sigorta ürünleri (Sağlık, yaşam için vb.)	1,9%
Kripto para	2,5%	Kripto para	1,6%
Bir işletme veya bir ortaklık (En az %10 hissedar olduğunuz)	1,7%	Bir işletme veya bir ortaklık (En az %10 hissedar olduğunuz)	0,9%
Bono ve tahviller	0,6%	Bono ve tahviller	0,6%

Son bir yıl içinde Türkiye'de yapılan yatırımlarda döviz alımının (%40,2) ve satımının (%74) yaygın olarak tercih edilen araçlar olduğu görülmektedir. Altın, emtia ve değerli metallerin (%20,2 alım, %4,9 satım) ile gayrimenkulün (%17 alım, %8,1 satım) de oldukça popüler yatırım araçları arasında yer aldığı anlaşılmaktadır. Daha düşük oranlarda ise emeklilik ürünleri (%6,3 alım, %2,9 satım), banka mevduatları veya birikim hesapları (%4,6 alım, %2,4 satım), sigorta ürünleri (%3,6 alım, %1,9 satım), borsada hisse senetleri (%3,3 alım, %2,7 satım) ve kripto para (%2,5 alım, %1,6 satım) gibi araçlar tercih edilmiştir. Ayrıca bir işletme veya ortaklık yatırımları (%1,7 alım, %0,9 satım) ve bono ve tahviller (%0,6 alım, %0,6 satım) en az tercih edilen yatırım araçları olmuştur. Döviz ve gayrimenkul gibi daha geleneksel yatırım araçlarının hala önemli bir yer tuttuğu görülmektedir.

Grafik 34 : Yaşadığınız ülkede sahibi olduğunuz veya ortak olduğunuz bir işletmeniz var mı?

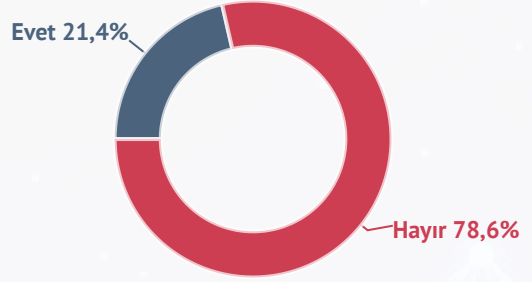


Katılımcıların %11,7'sinin buldukları ülkede bir işletmeye sahip veya ortak olduğu, %88,3'ünün ise işletme sahibi veya ortağı olmadığı görülmektedir. İşletme sahiplerinin büyük çoğunluğu erkek (%73,2) katılımcılardır.

Grafik 35 : Bu işletmeniz ya da işletmelerinizle Türkiye'yle bir ticaret yapıyor musunuz?*

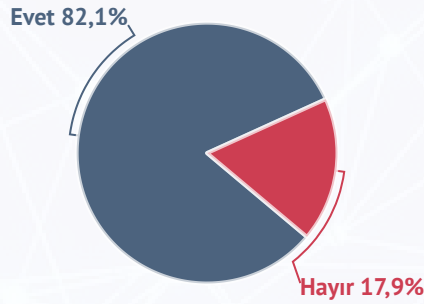
*Bu soru yaşadığı ülkede bir işletmeye sahip olduğunu veya ortak olduğunu belirten 224 kişiye sorulmuştur.

Yaşadığı ülkede işletmesi veya işletmeleri olanların %21,4'ünün Türkiye ile ticaret yaptığı çoğunluğunun (%78,6) ise Türkiye ile doğrudan ticaret yapmadığı görülmektedir.



3.3.Bağış ve Hayırseverlik

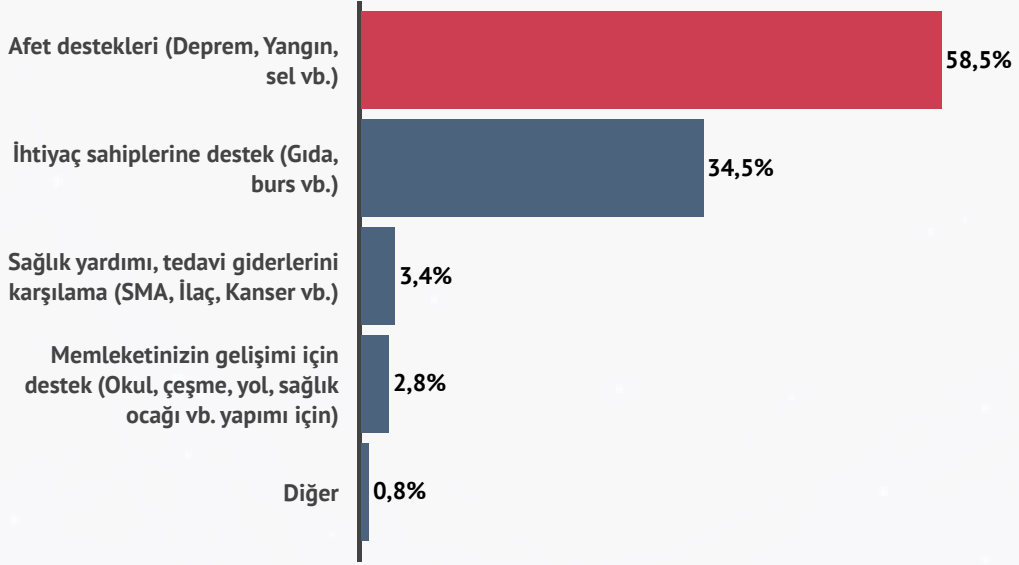
Grafik 36 : Son bir yıl içerisinde Türkiye'deki herhangi bir kişi ya da kuruluşa bağış ya da yardımda buldunuz mu?



Katılımcıların %82,1'i son bir yıl içinde Türkiye'deki bir kişiye veya kuruluşa bağış veya yardımda bulunduğu görülmektedir. Türkiye'ye yapılan bağışların ve yardımların yaygın olduğunu göstermektedir. 2023 yılı Şubat ayında meydana gelen depremin, bağış yapma oranının yüksek olmasına neden olduğu düşünülmektedir. Ayrıca yurt dışında yardım diplomasisi yürüten bir çok Türk kuruluş ve platformu bulunmaktadır. Bu kuruluşların yaptığı çalışmaların, deprem sonrası bağışların artmasında etkili olduğu düşünülmektedir.

Grafik 37 : Ne tür bağış ya da yardımda bulundunuz?*

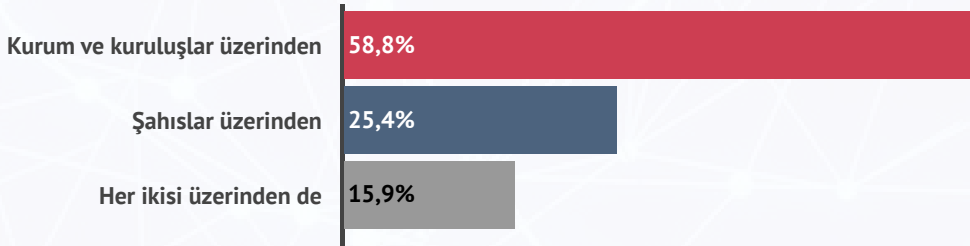
*Bu soru son bir yıl içinde Türkiye'ye para bağışında ya da yardımda bulunduğunu belirten 1577 kişiye sorulmuştur. Birden çok cevap alınmıştır.



Katılımcıların %58,5'i afet destekleri (deprem, yangın, sel vb.) için bağış veya yardımda bulunmuş, %34,5'i ihtiyaç sahiplerine destek (gıda, burs vb.) sağlamış, %3,4'ü sağlık yardımı ve tedavi giderlerine katkıda bulunmuş, %2,8'i memleketlerinin gelişimi için destek vermiş, ve %0,8'i diğer amaçlarla yardımda bulunmuştur. Türkiye'ye yapılan yardımların çeşitliliği ve önemli ölçüde afet desteklerine odaklanıldığı görülmektedir.

Grafik 38 : Bağış ve yardımlarınızı şahsi olarak mı yoksa kurumlar üzerinden mi yapıyorsunuz?*

*Bu soru son bir yıl içinde Türkiye'ye para bağışında ya da yardımda bulunduğunu belirten 1577 kişiye sorulmuştur.

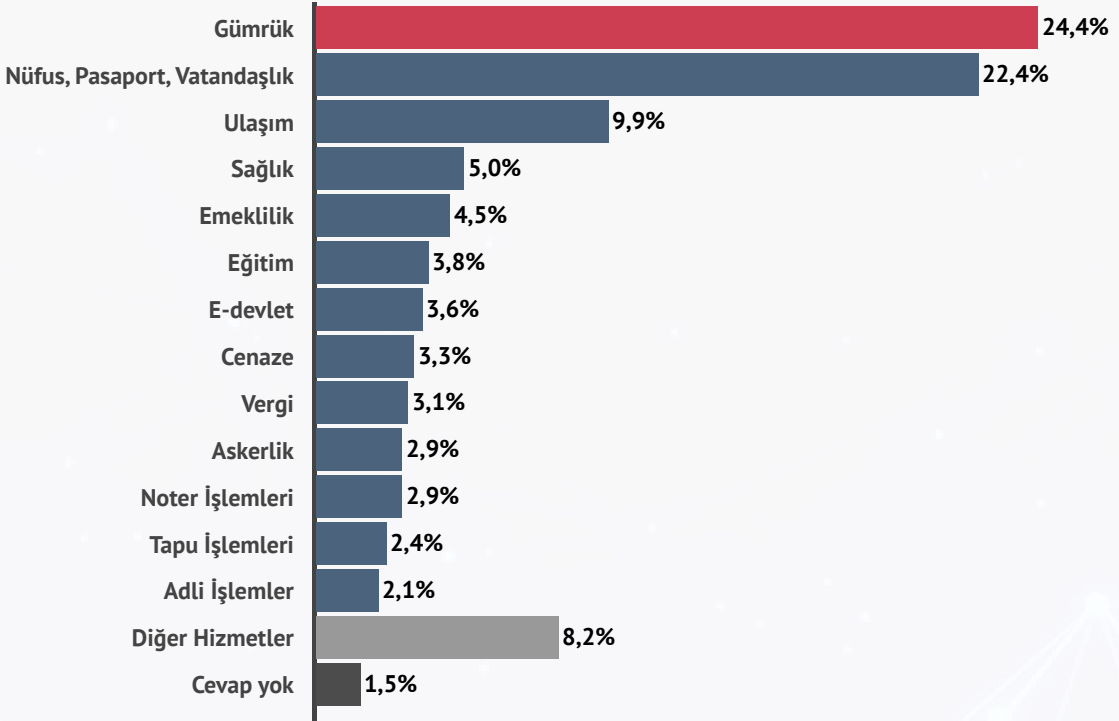


Katılımcıların %58,8'i bağış ve yardımlarını kurum ve kuruluşlar üzerinden yaparken, %25,4'ü kendileri şahsen gerçekleştirmektedir. %15,9'luk bir kesim ise her iki yöntemi de kullanmaktadır. Yurtdışındaki Türklerin bağışlarını yaparken çoğunlukla kurum ve kuruluşlara güvenerek bağış yapmayı tercih ettikleri görülmektedir.

KAMU HİZMETLERİ

4.KAMU HİZMETLERİ

Grafik 39 : Türkiye tarafından yurtdışında yaşayan vatandaşlara yönelik sunulan hizmetlerden hangilerinde bir iyileştirme yapılmalı?



Katılımcıların Türkiye tarafından yurtdışında yaşayan vatandaşlara sunulan hizmetlerle ilgili iyileştirme önerileri çeşitlilik göstermektedir. Bu öneriler yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarının karşılaştıkları temel sorunları ve ihtiyaçlarını yansıtmaktadır. Bu sorun ve ihtiyaçlardan bazıları şunlardır:

- Bilet fiyatlarının pahalılığı: Bilet fiyatlarının yüksek olması, yurtdışında yaşayan Türk vatandaşları için Türkiye'ye seyahat etmeyi ekonomik olarak zorlaştırmakta veya kara yolu ile Türkiye'yi ziyaret etme eğilimini artırmaktadır. Özellikle aile indirimleri uygulanarak daha uygun fiyatlı uçuş seçeneklerinin sunulması vatandaşlarımızın seyahat sıklığını artırabileceği düşünülmektedir.
- Uçuş sayısı: Yurtdışında yaşayan vatandaşlar yaz tatillerinde belli destinasyonlara uçuş sayısının az olduğunu belirtmişlerdir. Uçuş sayılarının Türkiye'yi ziyaretlerde artırıcı bir etkisi olacağı düşünülmektedir.
- Bagaj hakkı: Yurtdışında yaşayan vatandaşlarımızdan Türkiye'ye yaptıkları yolculuklardaki bagaj taşıma limitlerinin yetersiz olduğu yönünde cevaplar alınmıştır. Özellikle Türkiye'ye uzun süreli ziyaretler ve aile ziyaretinde bulunan vatandaşlarımız için yanlarında taşıdıkları eşyalar sebebiyle bagaj limitlerinin yeterli gelmediğini belirtmişlerdir.
- Direkt uçuş: Vatandaşlarımız Türkiye'de seyahat edeceği destinasyonlara yönelik direkt uçuşların azlığı, aktarma yapma zorunluluğu ve bunun getirdiği zorluklar nedeniyle direkt uçuşların artırılmasını talep etmektedirler.

- Fazla bilet satılması: Ankete katılanlar uçuşlarda yer bulamama veya ertelenme gibi sorunlar yaşandığını beyan etmişlerdir.
- Araç kalma süresi: Yurtdışında yaşayan vatandaşlar, Türkiye'ye getirdikleri araçların kalma süresi ve getirme haklarının genişletilmesini talep etmektedirler.
- Bulgar ve Sırp kapısında sıkıntılar: Bulgaristan ve Sırbistan sınır kapılarındaki bekleme süreleri ve gümrük işlemleri, karayolu ile seyahat eden katılımcılar tarafından en çok dile getirilen konulardan biridir.
- Telefon hattı açık kalma süresi: Yurtdışından getirilen telefonların Türkiye'de kullanımı için gereken sürenin yetersizliği iletişimde aksamalara yol açabilir. Bu sürenin uzatılması, yurtdışında yaşayan vatandaşlar için büyük bir kolaylık sağlayacaktır.

SONUÇ

► SONUÇ

Çoğunluğu iş bulma amacıyla ağırlıklı olarak Avrupa ülkelerine göç eden Türkler, aradan geçen 60 yıl içinde hem toplumsal ve ekonomik konumları hem de karşılaştıkları sorunlar açısından büyük değişim ve dönüşüm yaşamışlardır. İlk nesil göçmenler ağırlıklı olarak ekonomik sebeplerle göç ederken, sonraki nesiller eğitim, sosyal uyum ve kimlik gibi daha farklı konularla ilgilenmeye başlamışlardır. Bu süre zarfında, Avrupa'daki Türk toplulukları, işçi sınıfından, iş sahiplerine, akademisyenlere ve çeşitli meslek gruplarına kadar geniş bir yelpazeye yayılan bir demografik yapıya kavuşmuşlardır. Aynı zamanda, göç süreci boyunca kültürel kimlik, vatandaşlık hakları ve sosyal uyum gibi alanlarda çeşitli zorluklarla da karşı karşıya kalmışlardır.

Bu araştırma yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarının finansal alışkanlıkları, yardım ve bağış eğilimleri, sivil toplum kuruluşlarına katılım oranları ve Türkiye devleti tarafından sunulan hizmetlere yönelik görüşleri üzerine yapılan anket sonuçlarını içermektedir. Avrupa'da Yaşayan Türkler Araştırması anket bulguları şöyledir:

- Finansal alışkanlıklarına bakıldığında katılımcıların, Türkiye'ye para gönderme konusunda farklı motivasyonlara sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %51'i bağış ve yardım amaçlı para gönderirken %37,6'sı aile ve yakınlarına finansal destek sağlamak için para gönderdiğini belirtmiştir. Yatırım ve tasarruf yapmak veya iş fırsatları elde etmek amacıyla para gönderenlerin oranı ise %11,4'tür. Para gönderdikleri kişilerin ise büyük çoğunluğunun aile üyeleri (%45,4) ve sivil toplum kuruluşları (%42,6) olduğunu belirtmişlerdir.
- Para gönderme yolları arasında banka transferi (%36,5) ve para transfer şirketleri ile online para transfer platformlarının (%35,4) en yaygın yöntemler olduğu görülmektedir. Türkiye'ye seyahat ederken şahsen veya arkadaş-aile aracılığıyla nakit olarak para taşıyanların oranı ise %27,2'dir. Ülkelere göre incelendiğinde ortalama olarak Hollanda'da yaşayan katılımcılar €4.229, Fransa'da yaşayan katılımcılar €3.802 ve Almanya'da yaşayan katılımcılar €3.514 gönderdiğini beyan etmiştir. Özellikle Almanya, Fransa ve Hollanda'dan yapılan ortalama para transfer miktarları, yurtdışında yaşayan Türklerin Türkiye'ye olan ekonomik katkılarının önemli boyutlarda olduğunu ve bu katkının Türkiye'ye olan bağlarını güçlendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu durum yurtdışında yaşayan Türklerin anavatanları ile olan finansal ilişkilerini sürdürme ve destek olma motivasyonlarını yansıtmaktadır.
- Katılımcıların %66,4'ü son bir yıl içinde Türkiye'ye nakit olmayan ürün göndermiş veya getirmiştir. Bu ürünlerin değeri ülkelere göre farklılık göstermektedir. Birleşik Krallık'ta yaşayan katılımcıların getirdikleri veya gönderdikleri ürünlerin ortalama değeri €821 iken Fransa'da yaşayan katılımcıların €290'dur. En sık gönderilen ürünler arasında gıda (%53,6) ve giyim/ayakkabı (%26,5) bulunmaktadır. Gıda, giyim ve ayakkabı gibi sık gönderilen ürünler, yurtdışında yaşayan Türklerin anavatanlarıyla olan bağlarını güçlendirmek ve ailelerine, arkadaşlarına fayda sağlamak amacıyla gönderimlerde bulunduğunu göstermektedir. Bu durum hem kültürel bağların devam ettirildiğini hem de Türkiye'ye olan aidiyetin sürdüğünü ifade etmektedir.
- Katılımcıların yatırım ve finansal işlemlerine bakıldığında %40,2'si döviz, %20,2'si altın ve diğer değerli metaller, %17'si gayrimenkul alımı yapmıştır. Katılımcıların daha çok geleneksel yatırım araçlarını tercih ettikleri görülmektedir. Satış tarafında ise döviz (%74) ve gayrimenkul (%8,1) öne çıkmaktadır.

- Katılımcıların %11,7'si buldukları ülkede bir işletmeye sahip olduklarını veya ortak olduklarını belirtmiştir. Bu işletmelerin %21,4'ünün Türkiye ile ticaret yapması, Türkiye ile ticari ilişkilerin sürdürüldüğünü göstermektedir.
- Katılımcıların %82,1'i son bir yıl içinde Türkiye'deki herhangi bir kişi veya kuruluşa bağış veya yardımda bulunduğunu belirtmiştir. Bu bağışlar genellikle afet destekleri (%58,5) ve ihtiyaç sahiplerine yönelik yardımlar (%34,5) şeklindedir. Bağışların %58,8'i kurumlar üzerinden, %25,4'ü şahıslar aracılığıyla yapılmaktadır.
- Katılımcıların iyileştirme yapılımasını istedikleri alanlara bakıldığında bilet fiyatlarının pahalılığı, uçuş sayıları, bagaj hakları gibi Türkiye'yi ziyaretlerini kolaylaştıracak, araç getirme hakkı, araç kalma süresinin uzatılması, telefon hattı açık kalma süresinin artırılması gibi Türkiye'de kaldıkları süre içinde hayatlarını kolaylaştıracak iyileştirmeler istemektedirler.

Araştırmanın gerçekleştirildiği zaman, mekân ve maliyet kısıtlamaları göz önüne alındığında, bu çalışma Türk diasporasının bütünü için tam anlamıyla bir temsil iddiası taşımamaktadır. Ancak örneklem seçimi ve veri toplama sürecinin titizlikle yürütülmesi, çalışmanın hedeflerine başarılı bir şekilde ulaşmasına katkı sağlamıştır.

Bu araştırma, diasporada yaşayan vatandaşlarımızın sosyo-ekonomik durumlarını ve beklentilerini daha iyi anlamak adına önemli bulgular sunmakta ve diasporada yaşayan vatandaşlarımızın ihtiyaçları ve beklentileri konusunda dikkate değer eğilimler ortaya koymaktadır. Bu bulgu ve eğilimlerin, gelecekte yapılacak daha kapsamlı çalışmalar için bir temel oluşturarak diaspora politikalarının geliştirilmesine ve Türk diasporasını anlamaya, ekonomik hareketlerini görmeye önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

BİBLİYOGRAFYA

► BİBLİYOGRAFYA

1. Brannen, J. (Ed.). (1992). *Mixing methods: Qualitative and quantitative research* (1st ed.). Routledge.
2. Central Bank of Kenya. (2021, December). *Diaspora remittances survey*. <https://kenyaembassydc.org/central-bank-kenya-diaspora-remittances-survey-report/>
3. Cohen, R. (2008). *Global diasporas: An introduction* (2nd ed.). Routledge.
4. Bakanlıklara bağlı, ilgili, ilişkili kurum ve kuruluşlar ile diğer kurum ve kuruluşların teşkilatı hakkında Cumhurbaşkanlığı kararnamesi. (2018, 15 Temmuz). *Resmi Gazete*. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/07/20180715-1.pdf>
5. Delano, A., & Gamlen, A. (2014). Comparing and theorizing state-diaspora relations. *Political Geography*, 41, 43-53.
6. Dolan, L. R., & Zeitz, A. O. (2019). Financing development at home: A survey experiment on diaspora members. *Journal of Development Studies*.
7. Dufoix, S. (2003). *Les diasporas*. Presses Universitaires de France.
8. Dufoix, S. (2011). *La dispersion: Une histoire des usages du mot diaspora*. Editions Amsterdam.
9. Dünya Değerler Araştırması. (2011). *Araştırma formu*. World Values Survey. Bahçeşehir Üniversitesi.
10. Erdoğan, M. M. (2015). Avrupa'da Türkiye kökenli göçmenler ve 'Euro-Turks-barometre' araştırmaları. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 1, 108-148.
11. Gelb, S., Kalantaryan, S., McMahon, S., & Perez Fernandez, M. (2021). *Diaspora finance for development: From remittances to investment*. Publications Office of the European Union.
12. Global Diaspora Institute. (2023, September). *Diaspora contributions to development*. Migration Data Portal. https://www.migrationdataportal.org/sites/g/files/tmzbd1251/files/2023-09/GDI%20Briefs_Diaspora_210923.pdf
13. Gündoğmuş, B. (2021). Yurt dışı Türklerin siyasal katılımında yurt dışı seçim çevresi: Niçin ve nasıl? *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 765-779.
14. International Organization for Migration. (2020). *Contributions and counting: Guidance on measuring the economic impact of your diaspora beyond remittances*. International Organization for Migration. <https://publications.iom.int/books/contributions-and-counting-guidance-measuring-economic-impact-your-diaspora-beyond-remittances>
15. International Organization for Migration. (2021). *The future of diasporas*. International Organization for Migration. <https://publications.iom.int/books/future-diasporas>
16. Laguerre, M. S. (2015). Cosmonational integration of diaspora enclaves. *Revue européenne des migrations internationales*, 31(2), 55-78.
17. Migration Policy Institute. (2022). *What we know about diasporas and economic development*. <https://www.migrationpolicy.org/research/what-we-know-about-diasporas-and-economic-development>

18. Sakman, T. (2013). Türk diasporasının Avrupa siyasal sistemine katılım süreçlerinin analizi: Almanya, Hollanda, Belçika örneğinde. Yüksek lisans tezi, Harp Akademileri Komutanlığı.
19. Sheffer, G. (2003). Diaspora politics: At home abroad. Cambridge University Press.
20. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Sınır İstatistikleri (2022). Sınır İstatistikleri: 2022 yılı sınır giriş-çıkış İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-249709/yillik-bultenler.html>
21. Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı yurtdışı vatandaşlar çalışma alanları. <https://ytb.gov.tr/daireler/yurtdisi-vatandaslar>



T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
YURTDIŞI TÜRKLER VE AKRABA
TOPLULUKLAR BAŞKANLIĞI