DEİK
DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU
FOREIGN ECONOMIC RELATIONS BOARD

DTİK
DÜNYA TÜRK İŞ KONSEYİ
WORLD TURKISH BUSINESS COUNCIL

DÜNYADA DİASPORA STRATEJİLERİ

TÜRK DİASPORASI İÇİN ÖNERİLER

DEİK Başkanı
Ömer Cihad VARDAN

DTİK İcra Komitesi
Nail OLPAK
Başkan

Rona YIRCALI
Üye

Halim METE
Üye

Berna İLTER
Üye

DEİK Genel Sekreteri
Mustafa MENTE

DEİK - Dünya Türk İş Konseyi
Koordinatör Yardımcısı
Tuğba BAL

DEiK
DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU
FOREIGN ECONOMIC RELATIONS BOARD

DTiK
DÜNYA TÜRK İŞ KONSEYİ
WORLD TURKISH BUSINESS COUNCIL

River Plaza Büyükdere Cad. Bahar Sok. No: 13/9-10 34394 Levent/İSTANBUL
Tel: +90 (212) 339 50 00 Faks: +90 (212) 339 50 60
Email: info@dtik.org.tr
Web: www.dtik.org.tr | www.deik.org.tr

DEİK
DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU
FOREIGN ECONOMIC RELATIONS BOARD

DTİK
DÜNYA TÜRK İŞ KONSEYİ
WORLD TURKISH BUSINESS COUNCIL

DÜNYADA DİASPORA STRATEJİLERİ

TÜRK DİASPORASI İÇİN ÖNERİLER

İçindekiler

DEİK Yönetim Kurulu Başkanı'nın Mesajı 4
DTİK Yönetim Kurulu Başkanı'nın Mesajı 5
Takdim 7

1. DİASPORA NEDİR? 8

1.1 Diaspora Yapılanmaları ve Sınıflandırılması 8
1.2 Diasporanın Tanımlanmasına İlişkin Unsurlar 9

2. DİASPORA NEDEN ÖNEMLİ? 10

2.1 Küresel Diaspora Ağları 10
2.2 Uluslararası Ağ Örgüsünün/Mimarisinin Kurulması 11
2.3 İş Dünyası ile Ortak 'Değer' Yaratmak: İrlanda ve İskoçya Örnekleri 12
2.4 Çatı Diaspora Kuruluşları: İsrail ve Avustralya Örnekleri 13

3. ANAVATAN DİASPORA İÇİN NE YAPABİLİR? 14

3.1 Hizmeti Mükâfatlandırma Yoluyla Teşvik Etmek: Ödül Mekanizmaları 15
3.2 Ağı geniş atmak: Genişletilmiş Vatandaşlık Mekanizması 16
3.3 Diaspora Girişimcilerini Doğrudan Desteklemek 17
3.4 Stratejik Endüstrilerde Ortak Girişimlerde Bulunmak 17
3.5 Gelecek Kuşakların Anavatanla Bağlarını Güçlendirmek 18
3.6 'Yakınlık Diasporası'nı Önemsemek 19
3.7 Dönüş Kararı Verenlere Yer Açmak 20
3.8 Diaspora Öğrencilerini Anavatanda Eğitime Yöneltmek 20

4. DİASPORA ANAVATAN İÇİN NE YAPABİLİR? 21

DEİK DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU FOREIGN ECONOMIC RELATIONS BOARD
DTİK DÜNYA TÜRK İŞ KONSEYİ WORLD TURKISH BUSINESS COUNCIL

4.1 'Anahtar' Diaspora Üyelerinin İnisiyatif Alması 22
4.2 Ülke Marka Değerini Anavatanla Birlikte Yaratmak 24
4.3 Ülke Günleri: Anavatanla Ortak Projeler 25
4.4 Diaspora Yardım Kanallarının Oluşturulması 26
4.5 Uluslararası Para Transferlerinin Sağlanması 27
4.6 Doğrudan Diaspora Yatırımları 28
4.7 Girişim Sermayesi Çekmek 29
4.8 Anavatanın Geleceğini Birlikte Tasarlamak 31
4.9 Anavatana Know-How Transfer Etmek 31

5. DİASPORA STRATEJİSİ OLUŞTURMAK 32

6. BAŞARILI BİR DİASPORA STRATEJİSİ İÇİN 10 TEMEL PRENSİP 36

7. TÜRK DİASPORASI İÇİN ÖNERİLER 37

A. Anavatan, Diaspora için Ne Yapabilir? 37
A1. Diasporanın ekonomik varlığı nasıl güçlendirilebilir? 37
A2. Diasporanın yaşadığı ülkeye ve topluma entegrasyonunu güçlendirmek ve sosyal sermayesini artırmak için neler yapılabilir? 38
B. Diaspora, Anavatan için Ne Yapabilir ? 38
B1. Ekonomik varlığı ve sosyal sermayesi artan diaspora nasıl etkin bir şekilde örgütlenip lobi yapabilir? 39
B2. Diasporanın anavatan ile etkileşimi nasıl güçlendirilebilir, diaspora ulusal hedeflere nasıl katkı sağlayabilir? 39

KAYNAKÇA 41

Ömer Cihad Vardan
Yönetim Kurulu Başkanı
Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu

DEİK Başkanı'nın Mesajı

Türk Diasporası küresel aktör olabilmemiz ve dünyanın ilk 10 ekonomisi arasına girme hedefini gerçekleştirebilmemiz için en önemli değerlerimizden birisidir. Çin'i dünyanın üretim üssü, Hindistan'ı dünyanın yazılım merkezi, İsrail'i inovasyon merkezi yapan kendi dinamik diasporaları ile etkin iletişim içinde olmaları ve onları ortak hedefler doğrultusunda birleştirmeleridir.

Bu inançtan yola çıkarak sayıları 6 milyonu aşan Türk diasporası ile ortak hedeflerimiz etrafında kenetlenmek için Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) bünyesinde Dünya Türk İş Konseyini (DTİK) kuruldu.

DTİK tarafından düzenlenen Dünya Türk Girişimciler Kurultayları vatan toprağının dışında yaşayan Türk girişimci ve profesyonellerini aynı platformda buluşturdu ve bu kurultaylar sırasında 'Türk Diasporası' kavramını ilk defa pozitif anlamda kullanıldı. Düzenlenen ilk kurultaydan sonra hükümetimizin Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığını kurmuş olması başta olmak üzere Türk Diasporasına yönelik kurumsal adımlar atması da bizleri daha da motive etmiştir.

Hedefimiz sürdürülebilir diaspora stratejisi ile Türk Diasporası'nın dünyadaki en etkin diasporalardan birisi olmasıdır. Sürdürülebilir stratejimizin temel ekseni diasporamızın anavatanları, anadilleri ve öz kültürleriyle olan bağlarını korurken, bulundukları ülkelerin sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi hayatına aktif biçimde katılan, yasalara saygılı, mutlu, müreffeh ve başarılı bireyler halinde yaşamalarıdır. Türk Diasporasının yaşadıkları yerlerde daha mutlu, daha müreffeh ve güvenli yaşamalarının sağlanması ve aynı zamanda gerek yaşadıkları ülkeye gerek Türkiye'ye katkılarının artırılması için çalışmaya devam edeceğiz.

"Diaspora Stratejileri ve Türk Diasporası için Öneriler" yayınımız bu irademizin bir ürünüdür.

Yayınımızın, daha büyük küresel başarı öyküleri yazmak, değişimin öncüsü olma ve değişimi yönetme yolunda daha etkin örgütlenmek ve buna yönelik stratejileri hep beraber belirlemek için zemin oluşturacağına inanıyorum.

Nail Olpak
Yönetim Kurulu Başkanı
Dünya Türk İş Konseyi

DTİK Başkanı'nın Mesajı

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Türk şirketlerinin küresel pazara entegrasyonu için faaliyet gösteren DEİK, ülkemizin küresel pazardaki konumunun daha ileri seviyelere çıkması için yurt dışındaki en önemli varlığımız olan Türk Diasporasını da faaliyet alanları arasına almıştır. Başkanlığı şahsıma tevdi edilen DTİK bu stratejik kararın ürünüdür. DEİK'in bu alanda gayret göstermesi bizler için bir gurur vesilesidir.

DTİK dünyanın dört bir köşesine yayılarak girişimci ve profesyonel olarak faaliyet gösteren Türk diasporası için hizmet üretiyor. Bu çalışma bu amaca yönelik faaliyetlerimize stratejik bir ışık tutması için hazırlanmıştır. DTİK önümüzdeki dönem faaliyetlerini bu stratejisi metni ışığında sürdürecektir.

Bu çalışma için dünyadaki iyi örnekleri inceledik Türk diasporası için neler yapmamız gerektiğini belirmeye çalıştık.

Çalışmanın Türk diasporasının Küresel Türkiye vizyonuna katkı sağlaması dileğiyle.

TAKDİM

Diaspora kavramı, Türkiye'de, geleneksel olarak başka ülke diasporalarının ülkemiz aleyhine faaliyetleri nedeni ile olumsuz bir vurgu ile kullanılagelmiş ve adeta risk/tehdit kavramları ile özdeşleşmişti. İlk defa 2009 yılında İstanbul'da düzenlenen Dünya Türk Girişimciler Kurultuyı sırasında diaspora kavramı olumlu bir vurgu ile, hem bir durum tespiti hem de bir iddia olarak, ile getirilmiştir.

Gurbet kavramından Diaspora kavramına geçişte 3 temel olgudan bahsedilebilir: Birincisi, Batı Avrupa'da yerleşik Türkler'in göçmenlik statülerini kaybedip içinde bulundukları toplumun aslî bir unsuru haline gelerek ekonomiden siyasete, sanattan spora toplumsal yaşamın tüm veçhelerinde içinde yaşadıkları toplumlara entegre olmaları ve artık dördüncü nesile ulaşmalarıdır. İkincisi, 50 yıl önce Batı Avrupa ülkelerinden ibaret olan yurtdışı göçmen Türk varlığının coğrafyasının genişleyerek Amerika Birleşik Devletleri, Rusya Federasyonu ve Orta Asya Türk Cumhuriyetleri'ne, daha sonra neredeyse tüm dünyaya yayılmaya başlamasıdır. Üçüncüsü, profesyonel yöneticilerden iş sahiplerine, sanatçılardan sporculara kadar geniş bir alanı kapsayan ve göçmen/işçi statüsünde olmayan kesimlerin sayısındaki dikkate değer artıştır.

Artık yurtdışındaki Türk varlığı tek bir coğrafyaya, tek bir niteliğe ve tek bir nedene indirgenebilir değildir. Türk diaspora ailesi bir özne olarak tarih sahnesine çıkmaya başlamıştır. Bu koşullarda 2009 yılında gerçekleştirilen Kurultay milat olmuş, kamuoyunu ve karar vericileri diaspora üzerinde düşünmeye teşvik etmiştir. Öte yandan, çağımızın etkin diasporalarına sahip ülkelerin diasporalarına özel olarak oluşturduğu kurumlara ve bu kurumların üstlendikleri işlevlere sahip olmamamızın yarattığı boşluklar devlet tarafından da hissedilerek bu boşluklar doldurulmaya başlanmıştır. Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın kurulması, Türk Kültür Merkezleri'nin Yunus Emre Enstitülerine dönüştürülmesi, TİKA'ya verilen önemin ve bütçesinin artırılması gibi adımlar Türkiye'nin 'birinci nesil' diaspora mekanizmalarını oluşturmaya başlamasına denk düşmektedir.

Dünyadaki başarılı iyi uygulama örneklerinin irdelenmesini temel alan çalışmamızda Türk diasporasına özgü koşullara çeşitli açılardan yakınsayan (1990 sonrası etki alanını artırması, ticaret odaklı olması, tamamlanmamış-süren bir olgu olması, devlet-iş dünyası işbirliği esas alması nedenleri ile) başta Hint olmak üzere İrlanda, Meksika diasporaları özellikle irdelenmiştir. Önümüzdeki dönemde gerçekleştirilebilecek muhtemel çalışmalara yön göstermesi açısından Türkiye'de muazzam bir bilgi boşluğu bulunan diaspora çalışmalarına mütevazı bir katkı sunmasını ve mevcut tartışmalara zemin teşkil etmesini temenni ettiğimiz çalışmamızın çok daha kapsamlı çalışmalara vesile olmasını umuyoruz.

1 - DİASPORA NEDİR?

Herhangi bir diaspora stratejisinin tasarlanması öncesinde sorulması gereken ilk soru 'Diaspora derken ne kastedilmektedir?' olmalıdır. Basitçe diaspora 'anavatanın sınırları dışındaki bir veya birden fazla ülkeye dağılmış insan topluluğu; insanlar ve anavatanları arasındaki toplumsal bir bağ' olarak tanımlanabilir.

Uluslararası Göç Örgütü (IOM) diasporayı daha geniş bir ifadeyle 'vatanından ayrılmış, fakat bağlarını sürdüren, etnik ve ulusal toplum üyeleri' olarak tanımlamaktadır. "Diasporalar terimi, bir yerde yaşayan, fakat anavatanlarıyla olan ilişkilerini sürdüren, hem 'orada' hem 'burada' bulunan ulusaşırı populasyonlar düşüncesini karşılamaktadır."

Kelime anlamı olarak ise, diaspora Yunanca 'ile' ya da 'sonucunda' anlamına gelen dia kelimesiyle 'dağılma' anlamına gelen speiro sözcüklerinin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Geçmişte göçlerle alakalı, dini ve kültürel çalışmalara konu olan diaspora kavramı günümüzde politik bir alan haline de gelmektedir.

Diasporalar, kimlik politikaları üzerinden yürütülen ülkelerin siyasi tanınma çabalarından kalkınma ve yeniden yapılanma projelerinin milletlerarası mobilizasyonuna kadar uzanan geniş bir ilişkiler ağının merkezinde yer almaktadır. Göçmenlerin para transferleri, yatırımlar ve demokratikleşme yoluyla ülkelerine sağladıkları katkılar da dikkate değerdir.[i] Ülkeler ise diasporalarını ve populasyonları üzerindeki politik ilgilerini adlandırırken farklı terimler kullanmaktadır: yurtdışındaki yurttaşlar, kalıcı göçmenler, yurtdışında yaşayan (X) kökenli vatandaşlar, yerleşik olmayan (X) vatandaşları, (X) kökenli vatandaşlar, göçmenler, uluslararası vatandaşlar.[ii]

Diasporanın tanımlanması ve kategorizasyonu konusunda en çok referans alınan isim William Safran'dır. Safran'a göre spesifik bir grubun diaspora olarak tanımlanabilmesi için grubun altı temel karakteristik özelliği barındırması gerekmektedir:

1. Ortak bir merkezden iki ya da daha fazla bölgeye göç yoluyla dağılma
2. Anavatana ilişkin ortak bir geçmiş, mit ya da vizyonun sürdürülmesi
3. Ev sahibi ülkeye tam olarak aidiyet hissinin duyulmaması ve (kısmen) yabancılık hissi
4. Anavatanın yaşanılabilecek ideal ülke olduğu kanısı ve anavatana geri dönebilme isteği
5. Anavatanın kalkınması ve gelişmesi adına işbirliği içinde olunması gerektiği düşüncesi
6. Anavatanla (ticari, akrabalık, politik, vd.) karşılıklı ilişkiler içinde bulunulması

1-1 Diaspora Yapılanmaları ve Sınıflandırılması

Son 10 yılda araştırmacılar farklı diaspora türlerine vurgu yapmaya başlamışlardır: Zorunluluk Diasporları (Afrikalılar, Yahudiler, Filistinliler, İrlandalılar, vb.), İş Diasporaları (İtalyanlar, Hintliler, Türkler, Filipinliler, vb.), Ticaret Diasporaları (Levantenler, Çinliler, Lübnanlılar, vb.), Emperyal Diasporalar (İngilizler, Ruslar, Hollandalılar, Porrtekizliler, Fransızlar), Kültürel Diasporalar (Karayipliler, Kübalılar, vb.).

Diaspora tanımlanırken ne kastedildiği önemli olduğu kadar, bir diaspora stratejisinin tasarlanması sürecinde amaçtan saptırabilecek anlamlardan kaçınılması da önem taşımaktadır. Bu sebeplerden dolayı, diaspora stratejilerini tasarlama aşamasında diasporayı tanımlayabilmenin en sağlıklı yolu diasporayı sınıflandırmaktır.

Her ülke için, hiç şüphesiz, diaspora üye sayılarının artması fayda sağlayacaktır. Fakat her diasporanın kendi içinde farklılaşmış bir grup olduğu unutulmamalıdır. Bu sebepten diasporaların ayrışık yapılarının teşhis edilmesi ve diaspora stratejilerine yansıtılması önem kazanmaktadır.

Diasporanın sınıflandırması aşağıdaki şekilde kategorize edilebilir:

✔ Süreli diaspora – anavatanında doğup kalıcı ya da geçici bir süreliğine yurtdışında yerleşik bulunan bireyler. (Profesyonel Yöneticiler, Akademisyenler, İş insanları, vd.)

✔ Atadan kalma (Tarihsel) diaspora – anavatanlarıyla atalarından gelen bir bağa sahip olan bireyler (İkinci ya da üçüncü nesil diaspora üyeleri, azınlık statüsündekiler, vd.).

✔ Gelecek nesil diasporası – genellikle 35 yaşın altında olan, güncel diaspora stratejilerinin sürdürülebilirliği için önem taşıyan genç diaspora üyeleri.

✔ Geriye dönüş diasporası – yurtdışında yaşamış ve anavatanında yerleşik bulunan diaspora üyeleri. (Geriye dönen iş arayan/çalışan diaspora üyeleri, emekliler, vd.)

✔ Yakınlık diasporası – anavatanda okumuş ya da yaşamış, halihazırda tekrar göç etmiş yabancı diaspora üyeleri[iii]. (Türkiye'de okuyan öğrenciler, Türkiye dostları, vd.)

Diaspora segmentlerinin çeşitliliği de göstermektedir ki, diaspora üyeleri farklı motivasyonlara ve anavatanlarıyla farklı geçmişlere, ve bağlantılara sahip olabilmekte ve bu da işbirliğinin sağlanabilmesi için kategori odaklı stratejiler üretilmesini zorunlu kılmaktadır. Aksi takdirde, stratejinin uygulandığı modele uymayan diaspora üyeleri ile iletişim ve işbirliği sağlanması güç olacaktır. Bu bilgiler ışığında, diaspora stratejilerinde tüm üyeler kucaklanmaya çalışılırken her bir kategori profiline özel diaspora programları da geliştirilmelidir.

1-2 Diasporanın tanımlanmasına ilişkin unsurlar

Zaman: Bir 'göçmen' ne zaman 'diaspora'nın bir parçası haline gelir? Artan döngüsel göçlere bakıldığında, günümüz diaspora kavramını doğdukları ülke dışında kalıcı olarak yerleşik bulunanlar olarak kısıtlamak hayli zordur. Modern 'diasporalar' kavramı sürgün olma ya da geri döndürülemez olma boyutlarını kaybetmiştir. Günümüz dünyasında, göçmenler yurtdışına çalışmak amacıyla gitmekte, bazı zamanlar daha uzun süre kalmayı tercih edip, ülkelerine dönmekte ve tekrar ayrılmaktadırlar. Filipinler, Bangladeş, Ukrayna, Kenya, Etiyopya, Uganda gibi ülkelerin sağladığı destekleyici geçiçi iş göçleri de diasporaların katkıları olarak görülmektedir.

Doğum yeri: Göçmen ebeveynlerin yurtdışında dünyaya getirdikleri ikinci ve üçüncü nesil göçmenlerin diasporalara hissettikleri bağlılık, ilk nesillere oranla daha yüksek olurken, ebeveynlerinin doğduğu yerlere gösterdikleri ilgi de köklerine olan bağlılıklarını arttırmaktadır. Bu sebeplerden doğum yeri, diasporaya olan aidiyet duygusunu tanımlama da tek başına etkin değildir.

Vatandaşlık: Birçok yurttaş , ev sahibi ülkelerin vatandaşlıklarını almaktadır. Bu sebepten anavatanlarına yaptıkları katkılar 'işçi dövizi' olarak kaydedilemese de anavatanlarına farklı yollarla yatırımlar yapabilmektedirler. Bu nedenle, diaspora üyelerinin anavatan ile vatandaşlık bağının bulunup bulunmaması ana bir değerlendirme unsuru olarak değerlendirilmemektedir.

Kimlik ve aidiyet: Butler'ın diaspora tanımı, kavramın soyut boyutlarını ele almaktadır. 'Bir diasporanın parçası olmak, bir grupla özdeşleşme hissi ya da belirli bir kimliğe karşı aidiyet duygusunu beraberinde getirir. Aileler, yasal normlar (İkinci nesil için vatandaşlık gibi meseleler),

eğitim programları ve göçmenlerin anavatanlarını ziyaret edebilme olanakları, kimlik ve aidiyet duygusunun oluşmasında ya da körelmesinde önemli rol oynar.' Göçmenler ile ilgili bakanlıklar, konsolosluk ve elçiler, 'aidiyet duygusu' ve gelişen diaspora stratejilerinin bu soyut kısımlarına da yoğunlaşmaya başlamışlardır.

Kaynak: *Ionescu, D. (2006) Engaging Diasporas as Development Partners for Home and Destination Countries: Challenges for Policymakers (IOM Göç Araştırma Serisi, Rapor No 26) (Uluslararası Göç Örgütü, 2006)*

2 - DİASPORA NEDEN ÖNEMLİ?

Göç modellerinin daha entegre diaspora bağlantıları oluşturacak şekilde değişmesiyle birlikte, 21. yüzyılın 'küresel vatandaş' gerçeğinin kavranması güçlü bir diaspora stratejisi oluşturmanın önkoşulu haline gelmiştir. 20. ve 21. yüzyılı içine alan zaman diliminde, yüksek yüzde ve sıklıklarda meydanda gelen göç hareketleri küresel demografik trendler eğilimleri şekillendirmektedir.[iv]

Ekonomik göçmenler dünya üzerindeki toplam göçmen sayısının %85'ini meydana getirirken, geriye kalan %15'inin mülteci olduğu kaydedilmiştir.[ii] 2010 yılı verilerine göre toplam göçmen sayısının %49'unu kadınlar oluşmaktadır.[vi] Dünya genelinde sayıları 48 milyona ulaşan 25 yaş altındaki göçmenler ise, toplam göçmen nüfusunun yaklaşık %23'ünü temsil etmektedir.[vii] Veriler, yükselen diaspora ağlarının cinsiyet ve gelecek kuşaklara odaklanacak şekilde geliştiğini göstermektedir. Filipinli Kadınlar İletişim Ağı, İrlanda Fonları Küresel Genç Liderler Programı, Barbadoslu Genç Profesyoneller Cemiyeti bunlara birkaç örnek olarak gösterilebilir.

2.1 Küresel Diaspora Ağları

Bazı diaspora grupları küresel olarak yayılmış ve kalabalık durumdadır. Örneğin, dünyada yaklaşık olarak 70 milyon İrlandalı diaspora, 25 milyon yurtdışında yerleşik Hintli ve 60 milyona yakın Çinli bulunmaktadır. Ülkeler, geniş diasporalarını stratejilerine entegre etmek için küresel diaspora ağları kurmaktadır. Bu küresel ağları ülkeye özel olabileceği gibi, belli sektör ya da meslek gruplarına yönelik küresel iletişim ağları şeklinde de tasarlanabilemektedir. Küresel iletişim ağları arasında lider konumda bulunanlar, Advance Australia, GlobalScots, ChileGlobal, Ireland Funds ve KEA New Zealand'tır. Küresel diaspora ağlarına örnek olarak: yurtdışında yaşayan Hollandalı profesyoneller ve girişimcilerin sosyal etkileşim, kariyer geliştirme ve bilgi paylaşımında bulundukları, ABD'de 5.500, diğer 81 ülkede ise 6.500 kayıtlı kullanıcısı bulunan NLBorrels;[viii] yurtdışında yerleşik bulunan Rus diasporasının entellektüel, ekonomik ve finansal kaynaklarının konsolide edildiği, 2002 yılı sonunda kurulan Uluslararası Rus Vatandaşları Konseyi (ICRC) verilebilir.[ix]

Dünya genelindeki Hintli yurttaşlarımız, yaklaşık 400 milyar dolarlık ekonomik çıktı üreten marka elçileri haline gelmişlerdir ... Her on Hintli Amerikan vatandaştan biri milyoner iken Silikon Vadisi'nde kuruluş aşamasındaki her beş şirketten birinin sahibi Hintli yurttaşlardır. Kuşkusuz bu durum, Hindistan'ın görünümünü değiştirmektedir.

Vayalar Ravi, Denizaşırı Hint İlişkileri Bakanı, 2007

Beyin dolaşımını ön plana çıkaran diaspora stratejileri, yetişimiş elemanlarının yüksek oranda dışarıya göç etmelerini hedefleyen ülkeler için oldukça önem kazanmaktadır.[x] Bu trendin yükselişi, yetişmiş elemanların iş bulmaları amacıyla dış göçe yönlendirildikleri ekonomik durgunluk döneminde gerçekleşmiştir. İrlanda'da yakın tarihte yaşanan dış göç dalgası buna örnektir. İrlanda'da haftada ortalama 1000 genç yurtdışındaki daha geniş kariyer imkanlarını değerlendirmek üzere ülkesinden ayrılmaktadır. Dışa beyin göçü, 'insan sermayesinin uçuşu' olarak tanımlanmakta ve İrlanda'da yaşandığı gibi dışa göçün kaçınılmaz bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. İşte bu beyin göçlerinin ülkeler için beyin dolaşımlarına ve beyin kazanımlarına dönüştürülmesi, etkili diaspora stratejileri üretmekten geçmektedir.[xi]

Verilen istatistikler göstermektedir ki, dünyada artan göç hareketleri ev sahibi ülkeleri etkilediği kadar göç veren ülkeler için de kritik bir önem taşımaktadır. Dış göç arttıkça, diasporaların boyutları genişlemekte, etkili diaspora stratejilerinin potansiyeli yükselmektedir.

"Diaspora Hindistan'ın yumuşak güç diplomasisinde en etkili aracı olacaktır. Dispora, 2020 yılında Hindistan'ı gelişmiş bir ülke ve bilişim süpergücü haline getirecek olan kaynaktır"

J.C. Sharma, Eski Hindistan Dışişleri Bakanı, 2010

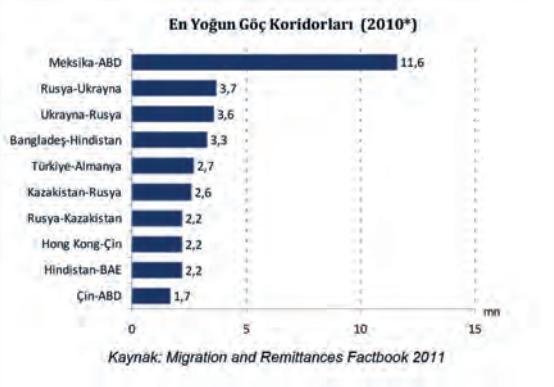
"Göçmenler/Diaspora üyeleri geri dönüşlerinde, girişimcilik ruhunu ve tecrübeyi de yanlarında getireceklerdir... Gidiş gelişleri, beyin göçünden ziyade beyin dolaşımının dinamik bir sürecidir. Önemli olan sadece beyin göçünü tersine çevirmek değil; beyinlerin anavatanda değilken de anavatan için anlamlı olabilecek çalışmaların içerisinde yer alabileceği sistemleri oluşturabilmektir" [xii]

2.2 Uluslararası Ağ Örgüsünün/Mimarisinin Kurulması

Geride bırakılan on yılda, küresel toplum iletişim ağlarına entegre olmak yükselen bir cazibe unsuru haline gelmiştir. Her alanda çeşitli fikirlerin paylaşıldığı bir platform sunan 'iletişim ağı' unsuruna bu denli ilgi duyulmasının nedeni ise diasporaların ülke stratejilerine entegre edilmesinde etkili rolüdür.[xiii]

Diaspora stratejilerinin merkezinde gruplar arası iletişim ağlarının oluşturulması yer almaktadır. Diaspora ağları, yurtdışında yerleşik bulunan üyeler ile anavatandaki yurttaşlar arasında bilgi alışverişi ve iletişim kurmayı hedeflemektedir.[xiv] Bu iletişim ağları, ülkelerin ekonomik, siyasi ve sosyal kalkınmalarında önemli rol oynamakta, diğer ülkeler ile aralarındaki farkları kapatmaları için köprü niteliği taşımaktadır. 'Özellikle yurtdışındaki Çinliler (Hong Kong ve Tayvan'da yerleşik bulunanlar dahil olmak üzere), Çin'e yapılan doğrudan yabancı yatırımların %70'ini gerçekleştirmektedir. Bu farkı şu üç avantaj yaratmaktadır: Yabancı dil, diğer kültürlere adapte olmak, bağlantılara sahip olmak.'[xv] The Economist dergisinin Ocak 2011 sayısında yayınlanan 'Tribes Still Matter' adlı makalede bahsedildiği gibi, 'Gezginlerin çoğu genelde köklerine bağlıdır. En kozmopolit birey dahi, aynı dili, kültürü ve tarihi paylaştıklarıyla arasında bir bağ hisseder. Bu sebepten diaspora ağları bu kadar güçlüdür ve çoğu üst düzey insan bu iletişim ağlarını önemsemektedir.'[xvi]

Ülkelerin Diaspora Strateji Potansiyelleri	Elverişsiz ülke şartları	Orta dereceli ülke şartları	Olumlu ülke şartları
Gelişmiş Diaspora Ağları	Ermenistan, Bangladeş, Sri Lanka	El Salvador, Hindistan, Vietnam	Çin, Tayvan, Güney Kore, İrlanda, İskoçya
Gelişen Diaspora Ağları	Kolombiya, Nijerya, Rusya, Ukrayna	Brezilya, Meksika, Pakistan, Güney Afrika	Hırvatistan, Şili, Macaristan, Türkiye, Slovenya, Malezya, Tayland



"Günümüzde 215 milyon olan küresel diaspora üye sayısının 2050 yılında 405 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir" [xvii]

2.3 İş Dünyası ile Ortak 'Değer' Yaratmak: İrlanda ve İskoçya Örnekleri

» İrlanda Diaspora Fonları, İrlanda

1987 yılında İrlanda Başbakanı Eamon De Valera'nın yardım ve girişimleriyle Amerika-İrlanda Fonuyla birlikte kurulmuştur. Dönem itibariyle 12 ülkede aktif bir şekilde çalışan İrlanda Fonu "Dünya çapındaki 70 milyonluk küresel ailemiz" sloganıyla çok etkili yardım kampanyaları yürütmektedir. Şu anda yıllık 350 milyon dolar bütçe ve Kuzey İrlanda ile İrlanda'dan 1200 STK'nın desteğiyle faaliyetlerini sürdürmektedir.

İrlanda Fonu'nun sağladığı başarılar;

ABD'de 12 eyalette etkin bir şekilde çalışmalarını yürütmektedirler.

Dünya çapında 11 ülkede İrlanda için yardım kampanyaları ve vizyon genişletme çalışmaları yürütülmektedir.

Dünyada kurulmuş en etkili diaspora fonları arasında yer almaktadır. Yaklaşık olarak 70 milyon İrlandalı diaspora üyesine ulaşmış ve 350 milyon dolarlık fon oluşturmayı başarmıştır.

Her yıl 39 şehirde gerçekleştirilen 100 etkinliğe ev sahipliği yaparak 40 bin kişiye ulaşılabilmektedir.

Kurulduğu günden bu zamana kadar yapmış oldukları etkinlikler ve girişimlerle dünya çapındaki diaspora üyelerine İrlandalı olma bilincinin aşılanmasında büyük mesafeler kat etmişlerdir.

» GlobalScot, İskoçya

GlobalScot, İskoç iş çevrelerinin bağlı bulunduğu uluslararası diaspora ağıdır. 2001 yılında kurulan GlobalScot, yeni iş ve yatırım olanakları arayan İskoç şirketlerine hizmet vermektedir. 2009 yılında açıklanan rakamlara göre GlobalScot 2009 yılı içerisinde toplam 2,7 milyar sterlinlik ek değer üretilmesine katkı sağlamıştır. Üye adaylığı sürecinde, adayların tanıtılmasında ve kabulünde İskoçya Başbakanı da bulunmaktadır. Dünya genelinde 650 GlobalScot üyesi bulunmaktadır:

GlobalScot üyeleri, her yıl gerçekleştirdikleri 600'ün üzerinde bağlantılarla İskoç iş dünyasına katkıda bulunmaktadır. Bu bağlantılar, İskoç Girişimi tarafından tasarlanan iş projelerinin öncelikleri doğrultusunda uluslararasılaşma, ticarileştirme, şirketlerin büyümesi ve anahtar sektörlerin bir araya getirilmesinde kullanılmaktadır.

Güncel GlobalScot projelerinden bazıları şunlardır:

2011 GlobalScot Uluslararası Konferansı – 106 GlobalScot üyesi ve 233 İskoç şirketinin katılımıyla gerçekleşen konferansta 150 üzerinde toplantı oturumu gerçekleşmiştir.

Offshore Teknolojileri Konferansı, Houston – İskoç şirketleri ve GlobalScot üyeleri arasında düzenlenen 70 toplantı gerçekleştirilmiştir.

Bio 2010, Chicago – 10 GlobalScot üyesinin katılımıyla yaşam bilimleri üzerine yapılan iş teklifleri değerlendirilmiştir.

Saltire Vakfı – GlobalScot tarafından 64 kontenjanlı bir staj programı yürütülmüştür.

Legal & General Başkanı John Stewart ile Liderlik Sınıfı – 45 İskoç şirketinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

Kasım 2010'da New York şehri GlobalScot Connect etkinliğine ev sahipliği yapmıştır. 'Liderlik' temalı etkinlikte katılımcılar ABD'de yerleşik GlobalScot üyeleriyle bir araya gelerek, workshoplar ve oturumlar aracılığıyla yeni iş bağlantıları kurma fırsatı elde etmişlerdir.

Şubat 2011'de ise GlobalScot Connect'e Dubai ev sahipliği yapmıştır. Ortadoğu bölgesinden 25 GlobalScot üyesinin yer aldığı etkinlikte, üye iş adamları katılımcı İskoç şirketlerine Ortadoğu'daki yatırım ve ticaret olanaklarıyla ilgili bilgi ve tecrübelerini aktarmışlardır.

2.4 Çatı Diaspora Kuruluşu Modelleri: İsrail ve Avustralya Örnekleri

» Kuzey Amerika Yahudi Federasyonu: İsrail ve Kıtalararası Entegrasyon, İsrail

Yahudi Federasyonu 4 ana kolun güçlendirilmesi noktasında çalışmalarını yürütmektedir: Eğitim ve kimlik bilinci; Fonların güçlendirilmesi; İsrail turları; Hukuksal altyapı

Kuzey Amerika Yahudi Federasyonunun çalışmaları ve elde ettiği başarılar;

157 Yahudi Federasyonu ve 400 küçük topluluk çerçevesinde sosyal refah ve eğitime her yıl 3 milyar dolarlık bir katkı sağlanmaktadır.

Amerika kıtasındaki en büyük 10 organizasyon arasına girmeyi başarmışlardır.

Taglit Birthright programı ile 18-26 arası diaspora Yahudileri İsrail'de katıldıkları programla yıllardır ülke sevgisinin aşılandığı ve tarihlerinin öğretildiği bir organizasyon haline gelmiştir.

Her yıl organize edilen "İsrail Bağımsızlık Günü" kapsamında festivaller, konferanslar ve çeşitli etkinlikler düzenlenmekte ve çok sayıda Yahudiye ev sahipliği yapılmaktadır.

Yeni kurulan üçlü bağlantılarla kardeş organizasyonlar olan İsrail, Avrupa ve Latin Amerika örgütleriyle bir araya gelinmektedir.

"İsrail Acil Yardım Kampanyası" çatışma dönemlerinde İsrail'deki Yahudi ve Yahudi olmayan unsurlara yardım etmeyi amaçlamaktadır.

"Eve Dönüş Fonu" 1990-1997 yılları arasında Sovyet ve Kuzey Amerika Yahudileri için 1 milyar dolarlık bir fon toplamıştır.

» Advance Australia, Avustralya

Advance, Avustralyalılar ve Avustralya üniversiteleri mezunlarının buluştuğu lider küresel bir platformdur. Advance'in başkanlık görevini Avustralya Başbakanı, Julia Gillard yürütmektedir. Kurucu başkanlar ise, Lachlan Murdoch, Anthony Bratt ve Peter Lowy'dir. Advance Australia, Avustralya Hükümeti, Dışişleri ve Ticaret Bakanlığı, Yenilik, Endüstri, Bilim ve Araştırma Bakanlığı ile bağışçılar, üniversiteler ve küresel paydaşlar tarafından desteklenmektedir.

Advance, New York, San Francisco, Hong Kong, Londra ve 80 ülkede bulunan diğer ofisleriyle dünya çapında faaliyet göstermektedir. Avustralyalılar, Avustralya üniversiteleri mezunları, dünyanın önemli şehirlerindeki 'Avustralya dostları'ndan oluşan 24.000 üyeyle, ABD, Asya, Birleşik Krallık, EMEA ve Avustralya'da yer alan iş ve iletişim ağlarıyla Avustralya'nın ekonomik, kültürel ve sosyal gelişimine hizmet etmektedir.

Advance Başarıları;

2002'de kâr amacı gütmeyen kuruluş olarak ABD'de kurulan Advance, kısa zamanda Birleşik Krallık ve Hong Kong'ta da faaliyete geçmiştir.

Sahip olduğu 24.000 üye, üst düzey Avustralyalı yöneticiler, mezunlar ve uzmanlardan oluşmaktadır. Dünya genelinde yıllık 100 etkinlik gerçekleştirilmektedir.

Çin, Japonya ve Hindistan dahil olmak üzere dünyanın 80 ülkesinde en geniş pazarlara ulaşılmıştır.

Kurum çatısı altında sekiz küresel endüstri ağı yer almaktadır: finansal hizmetler, yeşil teknoloji, profesyonel hizmetler, medya, iletişim ve teknoloji, sosyal girişimcilik, akademik ve araştırma.

Küresel liderlik fikrinin gerçekleştirilen zirvelerle başarılı biçimde aktarılması: Advance Kadın Liderler Zirvesi, Mart 2011; Advance Hindistan Yükselen Liderler Zirvesi, Mayıs 2010; Advance Asya 50 Zirvesi, Mart 2009; Advance Küresel 100 Zirvesi, Aralık 2006.

3 - ANAVATAN, DİASPORA İÇİN NE YAPABİLİR?

Diaspora stratejilerinin sürdürülebilirliği, diasporalar ve anavatan arasında karşılıklı faydaya dayalı ilişkilerin kurulmasına dayanmaktadır. Çok sık karşılaşılan bir soru olan 'Diaspora bizim için neler yapabilir?' sorusu yükselen diaspora stratejilerinde yeni bir soruyu daha sorma gereksinimini meydana getirmiştir: 'Biz, diaspora için ne yapabiliriz?'

"Diaspora üyelerine değer verilmesi duygusal bir bakış açısından fazlası ise, sadece onların görüşlerini dinlemekle yetinmemeliyiz. Aynı zamanda, onların diyalog yoluyla dile getirdikleri isteklerin uygun yollarla yerine getirilmesi sorumluluğu da bizlere aittir."

İrlanda Eski Başkanı, Mary Robinson, Şubat 1995

Devletlerin Diasporalara Yaklaşımları

Devletler diaspora ağlarına karşı çok farklı yaklaşımlar geliştirmektedir. Gelişmiş diaspora ağlarına sahip ülkeler Aracı Yaklaşım ve İdareci Yaklaşım arasında bir tutum sergilemekte ve farklı diaspora segmentlerine göre pozisyon almaktadır.

1. Gözlemci Yaklaşım	Anavatan ve diaspora arasındaki ilişkilerin kurulması işini devletin piyasaya veya sosyal, kültürel, siyasi hareketlerin sorumluluğuna bırakması.
2. Koruyucu Yaklaşım	Devletin yeni ve gelişmekte olan diaspora bağlantılarını beslemesi, koruması ve düzenlemesi.
3. Aracı Yaklaşım	Devletin potansiyel bağlantıları ve lider grupları belirlemesi ve mobilize etmesi, fakat mülkiyeti diasporaya bırakması.
4. İdareci Yaklaşım	Devletin halihazırdaki diaspora örgütleri ve iletişim ağları ile birlikte çalışması.
5. Hakim Yaklaşım	Devletin diasporaya yönelik girişimlerde bulunması, iletişim ağları kurması ve piyasanın sorumluluk almasını ileri bir tarihe bırakması.

3.1 Hizmeti Mükâfatlandırma Yoluyla Teşvik Etme: Ödül Mekanizmaları

Son yıllarda gelişen diaspora stratejilerinde, üyelerinin diasporayla olan bağlarının kuvvetlendirilmesi, ülkelerine katkılarından dolayı teşekkür edilmesi ve diğer diaspora üyelerinin de katkıda bulunmaları için farkındalık yaratılması ve teşvik edilmesi amacıyla diaspora ödülleri ya da üye grupların diasporaya kabul edilmesi hususu önem kazanmaktadır.

Gerçekleştirilen ödül ve kabul görme mekanizmalarından bazıları şunlardır:

- Yurttaşlık ödülleri; Kanada Yurttaşlık Ödülleri, Avustralya Yurttaşlık Ödülleri, Fransa'da Legion d'Honneur, Britanya Onur Listesi
- Üniversiteler tarafından başarılı diaspora öğrencilerini onur derecesiyle ödüllendirilmesi, misafir araştırmacı veya misafir öğretim üyesi atamaları
- Yurtiçindeki dışa açılmayı düşünen firmalar ile diaspora üyelerini buluşturacak sponsorluk gezilerinin düzenlenmesi

Ödül sistemlerine örnekler:

- ***Pravasi Bharatiya Samman Ödülleri:*** Pravasi Bharatiya Samman Ödülleri, Hint hükümeti

tarafından Hint diaspora üyelerine verilen onur ödülüdür. Ödül töreni, Denizaşırı Hint İlişkileri Bakanlığı tarafından 2003 yılından bu yana her yıl düzenlenmektedir. Ödüller, kendi alanlarında istisnai başarılar elde etmiş, Hindistan'ı yurtdışında başarıyla temsil etmiş yurtdışında yerleşik bulunan Hintli yurttaşlara verilmektedir.[xviii]

- ***Yeni Zelanda Birinci Sınıf Ödülleri***: Sekizinci yılını dolduran Yeni Zelanda Birinci Sınıf Ödülleri, ülkedeki en prestijli ödüller arasında görülmekte olup Yeni Zelanda'nın dünya arenasındaki başarılarına katkıda bulunan bireylere verilmektedir. Başbakan tarafından ev sahipliği yapılan geleneksel ödül törenine Yeni Zelandalı 500 iş lideri katılmaktadır.[xix]

3.2 Ağı geniş atmak: Genişletilmiş Vatandaşlık Mekanizması

Diaspora stratejilerinin geliştirilmesinde hükümetlerin karşılaştığı zorluklardan biri de kimlerin vatandaşlık haklarına sahip olduğu, örneğin kaçıncı nesil diasporaların vatandaşlık hakkı olduğu ya da yurttaşlığın nerede bittiği, sorusudur.[xx] Birçok ülke, vatandaşlık kavramını daha çok insanı kapsayacak şekilde genişletmek amacıyla genişletilmiş vatandaşlık kavramı üzerinde çalışmalar yürütmektedir.

Hindistan 189 ülkeye yayılmış yaklaşık 25 milyon Hintlinin kökenlerini barındıran önemli bir ülke konumundadır. Diasporasıyla bağlarını mümkün olduğunca eksiksiz şekilde kurabilmek amacıyla, denizaşırı ülkelerde yerleşik bulunan Hintlileri farklı birkaç kategoriye ayırmaktadır: Yerleşik Olmayan Hintliler (NRI); Hindistan Kökenli Yurttaşlar (PIO) ve Denizaşırı Hint Vatandaşlığı (OCI). Sonraki taslak ise 2005 yılında sunulmuştur. 'Çifte Vatandaşlık' kavramına uymamasına rağmen OCI, Hindistan'a çoklu giriş ve çok amaçlı hayat boyu vize imkanları sağlamaktadır. Fakat OCI'lere Hint pasaportu alma ve oy kullanma hakları tanınmamıştır. Sunulan taslak başarılı olmuş, 2008 yılında 168 bin OCI vizesi çıkarılırken, toplamda bu sayı 575 bine ulaşmıştır. Küresel Hint Kökenli İnsanlar Örgütü Başkanı, A. Thomas'a göre, 'OCI statüsü ekonomik anlamdan ziyade duygusal bir anlam taşımaktadır. Özellikle, çocuklarının kökenlerine bağlı kalmasını isteyen insanlar için ayrı bir öneme sahiptir.'

Polonya 'Polonya Kart' (Karta Polska) uygulamasını başlatmıştır. İnsanların Polonya kökenlerinin ve 'Polonya kültürüyle olan bağları'nın ispatı olan bu belge, ayrıca Polonya dilini en az başlangıç aşamasında bildiğini göstermektedir. Belge için yapılan başvurular, bulundukları ülkelerdeki konsolosluklar tarafından incelenip onaylanmaktadır. Karta Polska sahibi olan insanlar şu haklara sahiptir: Çalışma izni alma zorunluluğundan muaf olma; Polonyalı vatandaşlarla aynı şartlar altında şirket kurabilme; doktora programı ve diğer eğitim programlarına katılabilme, Ar-Ge çalışmalarında bulunabilme; yabancılara verilen burs ve diğer yardım türlerine başvurabilme; anaokulu, ilköğretim ve ortaöğretimi Polonya'da okuyabilme; acil durumlarda sağlık hizmetlerini kullanabilme; karayolu ve demiryolu toplu taşıma araçlarında %37'lik indirimden yararlanabilme; şehir müzelerini ücretsiz ziyaret edebilme.[xxi]

Pakistan diaspora üyeleri için Hindistan benzeri bir genişletilmiş vatandaşlık uygulaması başlatmıştır. Denizaşırı Pakistan Kartı (POC), Ulusal Veritabanı ve Kayıt İdaresi tarafından yurtdışındaki Pakistanlılara verilmektedir. POC sahipleri şu haklara sahiptir: Pakistan'a vizesiz giriş imkanı; Pakis-

tan'da süresiz bulunabilme; yabancılara uygulanan kayıt şartlarından muafiyet; mülk alıp satabilme imkanı; banka hesapları açabilme ve işlem yapabilme; kimlik yerine Elektronik Ulusal Kimlik Kartı (CNIC) kullanabilme.

Etiyopya diaspora üyelerine çifte vatandaşlık hakkının yanında, orta seviyede vatandaşlık statüsüne sahip olma hakkını da sunmaktadır. 2002 yılında yayınlanan hükümet bildirisinde, 'Etiyopya kökenli yurtdışında yerleşik yurttaşlar'a verilmek üzere, sahiplerine çeşitli haklar tanıyan özel kimlik kartı uygulamasının başlatıldığı duyurulmuştur. Etiyopya kökenli yurtdışında yerleşik yurttaş tanımı şu şekildedir: Daha önce Etiyopya vatandaşıyken yabancı bir uyruğun vatandaşlığına geçmiş olmayan yurtdışında yerleşik yurttaşlar; ebeveynleri ya da büyük ebeveynlerinden herhangi biri Etiyopyalı olan yurttaşlar.[xxii] Kart sahipleri, ülkeye vizesiz giriş, oturma ve çalışma izni, taşınmaz mülk sahibi olma hakkı, kamu hizmetine erişebilme gibi haklara sahip olmaktadır.[xxiii]

İrlanda 2010 yılında, İrlanda hükümeti, yurtdışında bulunan ve vatandaşlığa uygun olmayan 70 milyon İrlandalı soyundan gelen yurttaşa İrlandalı köklerinin ispatı olarak sertifika verileceğini duyurmuştur. İrlanda Kökeni Sertifikası'yla ilgili tüm detaylar henüz belirlenmişse de, sertifikanın havayolu ulaşım tarifeleri, konaklama ve çeşitli turizm aktivitelerinde hak sahiplerine indirim sağlayacağı belirtilmektedir.

Bu tarz diaspora stratejileri kayıtlı veritabanlarının geliştirilmesine katkı sağlarken, diasporaların yurttaş tanımlamasına da katkı sağlamaktadır. Ayrıca, diaspora üyelerine anavatanlarına karşı gerçekçi bir 'aidiyet' duygusu aşılanmaktadır. Bu aidiyet duygusunun sonucunda diaspora ve anavatan arasındaki ilişkiler ile ekonomik, kültürel ve sosyal gelişmeler kaydedilmektedir.

3.3 Diaspora Girişimcilerini Doğrudan Desteklemek

» 1 x 1 Programı, Meksika

Ocak 2009'da Meksika hükümeti tarafından ortaya atılan bu proje göçmen ve diaspora üyesi Meksikalıların yabancı ülkelerde yaptıkları yatırımları kredi vasıtasıyla finanse etmek amacıyla ortaya çıkmıştır. 25.000 dolara kadar verilebilen kredilere basit şekilde göçmen kartı kopyası ve bir form ile başvurmak mümkündür.

Kredi üç yıla kadar ödenebilmekle beraber faiz söz konusu değildir. Bunun yerine paranın devlete değil Meksika'daki herhangi bir sosyal dernek, projeye veya yerel hükümete vakfedilmesi öngörülmektedir.

3.4 Stratejik Endüstrilerde Ortak Girişimlerde Bulunmak

» Küresel Bilgi Teknolojisi Ağı, Kore

Silikon vadisindeki Koreli Mühendisler ve İşadamları tarafından Hint ve Çin Diasporasının başarılarının görülmesi ve kendilerinin bu işleri koordine etme isteğiyle bir organizasyona ihtiyaç duyulması sonucu 2001 yılında kurulmuştur. Organizasyon Kore Hükümeti tarafından kuvvetle

desteklenmektedir. Öyle ki ilk üç yıl masrafların tamamı, sonraki üç yılın ise yarısı Kore hükümeti tarafından karşılanmıştır.

» Yetenek Ağı, Meksika

Meksika Yurtdışı ve Ulusal Bilim ve Teknoloji Konseyi Meksika Yetenek Ağı'nı 2005 yılında kurmuştur. Programın amacı Meksika ile yurtdışında yaşayan yüksek yetenekteki diaspora üyelerinin ilişkilerini artırmak; Diaspora ağı üyelerinin uzmanlıklarından faydalanmak suretiyle plastiğin otomotiv ve havacılık sanayiinde kullanılması hakkında projeler üretmektir. Meksika endüstrisinin yükselen imajıyla piyasalarda yer edinmeye başlayan şirketlerinin dış kaynak kullanımında etkenlik oluşturması için de gerekli çalışmalar mütemadiyen program çerçevesinde yürütülmektedir.

» Şili Vakfı, Şili

Şili Vakfı diaspora üyelerinin yardımıyla bilgi tabanlı bir ekonomi oluşturmak amacıyla kurulmuş bir organizasyondur. Vakıf 76 diaspora şirketini 50'den fazla yerli şirketle bağlantılandırarak gelişime katkı sağlamıştır. "ChileGlobal" Organizasyonu iş dünyası projelerini desteklemektedir. Şimdiye kadar 80 etkili Şililiye destekte bulunarak katkı sağlamıştır. "ChileGlobal" ayrıca yenilikçi teknolojilerin geliştirilmesi, insan sermayesinin etkinleştirilmesi, üreticiliğinin atırılması ve bilgi teknolojileri konusunda yoğun şekilde çalışmalar yürütmektedir.

3.5 Gelecek Kuşakların Anavatanla Bağlarını Güçlendirmek

» Taglit-Birthright, İsrail

Yahudi kültür mirasının korunması amacıyla yola çıkan Taglit-Birthright İsrael, dünya genelindeki en başarılı diaspora programlarından biri olarak gösterilmektedir. Her yıl yaklaşık 100 bin Yahudi doğarken, dünya Yahudi populasyonunun %75'i ABD'de yaşamaktadır. Bu bilgiler ışığında, Taglit-Birthright İsrael programı 18-26 yaşları arasındaki Yahudi gençlerin İsrail'de 10 gün geçirmelerini sağlamaktadır. Yahudi gençlere Yahudi kültür mirası ve vatanseverlik aşılanması amacıyla İsrail'de 10 gün geçirilmesinin, Yahudi okulunda 5 senelik bir eğitim alınmasından daha etkili olduğu araştırmalar sonucunda belirlenmiştir.

Bu program kapsamında, 2000 yılından bu yana 52 farklı ülkeden 260 bini aşkın genç, İsrail'i ziyaret etme fırsatı bulmuştur. 2000 yılında Charles Bronfman ve Michael Steinhardt başta olmak üzere, diğer hayırseverler, dünya genelindeki İsrail ve Yahudi cemiyetleri ve İsrail Hükümeti tarafından finanse edilen The Birthright İsrael programı ,bu eğitici gezi modeline 400 milyon doların üzerinde kaynak sağlamaktadır. Yapılan başvuru taleplerinin her yıl artmakta olduğu program, tanınmış eğitmenler, tarihçiler ve turizmciler tarafından planlanmakta ve İsrail turizm endüstrisine önemli derecede katkı sağlamaktadır.

Taglit-Birthright İsrael, 2013 hedefini yıllık 51 bin Yahudi gencinin Birthright İsrail gezilerine katılmalarını sağlamak olarak belirlemiştir. Bu hedefin gerçekleştirilmesi halinde dünya genelindeki her iki Yahudi gençten biri İsrail'i ziyaret etmiş olacaktır. 2011 yılı Ocak ayında, İsrail Hükümeti, koyulan hedeflerin gerçekleştirilmesi amacıyla önümüzdeki üç senede programa 100 milyon dolarlık yardım yapılması taahhüdünde bulunmuştur.

» NEPOMAK Diaspora Entegrasyon Modeli, Kıbrıs Rum Kesimi

NEPOMAK, dünya çapındaki 18-30 yaş arasındaki Güney Kıbrıslı Genç Rumları bir araya getirmek için kurulmuş bir organizasyondur. İngiltere, ABD, Avustralya, Yunanistan, Kanada, Güney Afrika, Afrika ve Avrupa olarak sekiz kurucu yapılanmanın bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır. Amaçları; Genç Güney Kıbrıslıları bir araya getirmek ve onlara kültürlerini geliştirme ve sürdürme imkanı vererek tarihsel geçmişlerini anlamalarına yardımcı olmak; yurtdışında yerleşik Genç Güney Kıbrıslıları bulundukları ülkenin toplumlarında söz sahibi hale getirmektir.

Her yıl bir önceki dönemdeki olaylar ve geleceğe dönük hedeflerin belirlendiği bir küresel yürütme komitesi toplanmaktadır. Organizasyon, küresel (dünya çapında programlar düzenleyerek ve online medya yoluyla), bölgesel (küresel çapta sürdürülen projelerin yerel ayağında uygulamasını yaparak), işbirliği (diğer diasporalarla) olmak üzere diaspora üyelerinin entegrasyonunu üç kanaldan yürütmektedir.

NEPOMAK'ın gerçekleştirdiği ve hala devam eden girişim ve etkinlikler:

"Kıbrıs'ı Keşfet" programı 2004 yılından beri yurtdışında yerleşik Güney Kıbrıslı Genç Rumların aidiyet duygularının arttırılması ve kültürel değerlerine sahip çıkabilmeleri amacıyla düzenlenmektedir. Gençler, Güney Kıbrıs'a 10 günlük eğitim ve gezi aktivitelerine katılmaktadır.

NEPOMAK "Genç Toplum Liderleri Programı" Güney Kıbrıs'taki Kıbrıs Üniversitesi ve Dışişleri Bakanlığı işbirliğiyle yürütülen uzun dönemli bir diploma programıdır.

NEPOMAK "Profesyoneller" programı dünya çapındaki Genç Güney Kıbrıslı Profesyonelleri bir araya getirmek ve ortak hedefler belirlemek için 2010 yılından beri düzenlenmektedir.

Bölgesel örgütlerin ve bireysel düzeydekilerin irtibat halinde kalması ve yapılan girişim ve planların diğer üyeleri duyurulması amacıyla kurulan internet portalı aktif bir şekilde çalışmaların koordinasyonuna yardımcı olmaktadır.

3.6 'Yakınlık Diasporası'nı Önemsemek

» State Alumni: Bir 'Yakınlık Diasporası' Oluşturma Çabası, ABD

The State Alumni websitesi, Birleşik Devletler Hükümeti sponsorluğunda gerçekleştirilen öğrenci değişim programları mezunlarının bir araya geldiği online bir topluluktur. Amerikan Dışişleri Bakanlığı Eğitim ve Kültürel İlişkiler Bürosu tarafından Nisan 2001'de Doğu Avrupa ve eski Sovyetler Birliği'ndeki mezunları kapsayan pilot bir programla başlatılmıştır. Site çalışanları mezunlardan site hakkında görüş talep etmiş, geri bildirimler değerlendirilerek siteye 'Mezun Özgeçmişleri' ve mezunların iletişim adresleri gibi yeni özellikler eklenmiştir. Aralık 2003'te, State Alumni mezun ağını Doğu Asya/Pasifik bölgesini de içine alacak şekilde genişletmiştir. Haziran 2004'te, Güney Asya'ya, 2004 yılı sonbaharında ise Batı Avrupa ve Batı Yarımküreye genişletilmiştir. Haziran 2005'te, sitenin Afrikalı mezunlara açılmasının ardından Kasım 2005'te Yakın Doğu bölgesine de açılmasıyla, State Alumni tüm dünya genelindeki mezunların erişimine sunulmuştur.

3.7 Dönüş Kararı Verenlere Yer Açmak

» Güney Afrika Diasporası – Eve Dönüş Devrimi, Güney Afrika

1999 yılında Nelson Mandela'nın Trafalgar Merkezinde yaptığı konuşmadan esinlenerek, 2003 yılında Güney Afrikalı Angel Jones tarafından kâr amacı gütmeyen, bağımsız bir örgüt olan The Homecoming Revolution (Eve Dönüş Devrimi) kurulmuştur. The Homecoming Revolution, yurtdışında yerleşik Güney Afrikalıların anavatanlarına dönüş için teşvik edilmeleri ile tersine beyin göçü konusunda, yetişmiş teknik eleman sıkıntısı çeken gelişmekte olan Güney Afrika endüstrisinde en kritik rolü oynamıştır.

The Homecoming Revolution'ın Güney Afrika geleceğinin inşasına getirdiği proaktif yaklaşım, Güney Afrika'da Devlet Başkanı, Hükümet, iş ve sivil toplum liderleri tarafından takdirle karşılanmıştır. Güney Afrika, her gelişmekte olan ülke gibi sorunlarla karşılaşmaktadır. Bazı teknik alanlarda yaşanan yetişmiş eleman eksikliği, diğer alanlarda karşılaşılan işgücü arzı fazlası ve çalışma çağındaki nüfusun üçte birinin işsiz olması, bir günde aşılabilecek sorunlar değildir. Bu aşamada, The Homecoming Revolution karar alıcıları Güney Afrika'nın esas sorununun parasal değil yetişmiş eleman azlığı olduğuna ikna ederek, kamu ve özel sektör yetkililerini Güney Afrika diasporasının mobilizasyonu amacıyla harekete geçirmiştir.

Geçen yedi yılda, The Homecoming Revolution 20 binden fazla insanın yer aldığı bir veritabanı oluşturarak, diasporayla Güney Afrika'yı birbirine bağlayan iletişim kanalları meydana getirmiştir:

- Güney Afrika diaspora üyelerinin ülkelerine geri dönüş aşamasında yararlı olabilecek tüm bilgi ve görüşlerin yer aldığı bir websitesi faaliyet göstermektedir.
- Güney Afrika'daki şirketler tarafından bildirilen uygun pozisyonların yer aldığı bir kariyer portalı bulunmaktadır.
- First National Bank, sponsorluğun yanında kampanyanın farklı aşamalarında yer almaktadır. Banka, anavatana dönecek Güney Afrikalı yurttaşlara özel banka hesabı açma, ev ve araba kredisi alma, Güney Afrika'ya banka hesabı taşıma ve kısa-uzun süreli sigorta satın alma hususlarında kampanyalar düzenlemektedir.

Her yıl Londra'da düzenlenen uluslararası kariyer günleri kapsamında Güney Afrika'daki şirket çalışanlarıyla Güney Afrikalı diaspora üyeleri bir araya gelmekte, Güney Afrika'daki potansiyel sektörler, uygun iş pozisyonları ve anavatana dönüş sırasında karşılaşılabilecek sorunlar hakkında workshoplar ve seminerler düzenlenmektedir.

3.8 Diaspora Öğrencilerini Anavatanda Eğitime Yöneltmek

Ülkeler, diaspora üyeleriyle yakın ilişkiler kurmanın ya da finansal güdülerle diaspora öğrencilerinin anavatanlarında eğitim alabilmeleri için teşvik etmektedirler. Örnek olarak, Hint hükümeti yurtdışında yerleşik Hint kökenli yurttaşların (PIO) çocuklarının üniversite eğitimlerini Hindistan'da almaları için burs programları yürütmektedir. Burslar, tıpla ilgili alanlar hariç geçerli olup eğitim ücreti ve barınma maliyetlerinin %75'lik bölümünü kapsamaktadır.

Aynı şekilde, İrlanda Eve Dönüş Eğitim Programı da 2010 yılında diaspora öğrencilerine yönelik kurulan yeni bir girişimdir. İrlandalı göçmenlerin çocukları ya da torunlarına, üniversite eğitimlerinin bir dönemi, bir yılı ya da tümünü İrlanda Teknoloji Enstitülerinden birinde geçirebilme fırsatı sunulmaktadır. Öğrenciler, AB dışından gelen öğrencilere uygulanan standart eğitim ücretlerinin %40 oranında düşürülmesinden faydalanabilmektedir. Öğrencilere, eğitim süreleri boyunca İrlandalı ailelerin yanında konaklama fırsat sunularak İrlanda kültürüyle olan bağlarının da kuvvetlenmesi amaçlanmaktadır.

Ülkeler arasında gerçekleştirilen çift diploma programlarının sayısı da gün geçtikçe artmaktadır. Yahudi Federasyonu'nu tarafından gerçekleştirilen Tel Aviv/Los Angeles Çift Diploma Programı, Los Angeles ve Tel Aviv okulları arasında işbirliğini sağlamaktadır. 60.000 öğrencinin katılmış olduğu programda, Tel Aviv'den öğrenciler Los Angeles'a gelirken, Los Angeles'tan öğrenciler de Tel Aviv'de eğitim alma fırsatı yakalamaktadır. İsrail'e gelen öğrenciler, eğitimleri süresince ev sahibi bir ailenin yanında konaklamakta; Yahudi tarihi, edebiyatı, dili, çoğulcu Yahudilik hakkında bilgi edinmenin yanında okullarda diğer bilim dallarına ilişkin dersler almaktadır. İsrail ve Los Angeles arasında gerçekleşen bu program Yahudi kimliğinin güçlenmesine katkıda bulunmaktadır.

Ayrıca, ülke marka değerleri ve küresel çapta tanınırlığın mimarlarından 'uluslararası eğitim' alanı söz konusu olduğunda da, diasporalar yurtdışındaki uluslararası eğitim olanaklarından kendi ülke vatandaşlarını haberdar edebileceği gibi anavatanlarındaki yüksek kaliteli eğitim fırsatlarını da yurtdışında temsil ve teşvik edebilmektedirler. Yurtdışında eğitim talebi, son on yılda %40 oranında artmıştır ve 2020 yılına gelindiğinde 6 milyon öğrenciye ulaşılacağı tahmin edilmektedir.[xxiv]

Uluslararası öğrenciler, ülkelerin tanınırlıklarına ve ekonomilerine farklı birçok yönden katkı sağlamaktadırlar:

- Uluslararası öğrenciler, iş imkanları yaratılmasında doğrudan ve dolaylı olarak katkı sağlamaktadır.
- Uluslararası mezunlar, ülkelerin tanınırlığını arttırmakta ve ülke eğitiminin uluslararası bir profile sahip olmasını sağlamaktadırlar.
- Uluslararası mezunlar, ülkelerine döndüklerinde irtibat kişileri ve kurdukları pozitif ilişkileri de beraberlerinde götürmektedirler.
- Gittikleri ülkelere, kendi ülkeleriyle dış ilişkiler kurabilme imkanı tanımaktadır.
- Uluslararası öğrenciler, diaspora stratejilerine entegre edilerek 'yakınlık diasporaları'nın üyeleri olabilmektedirler..

4 - DİASPORA, ANAVATAN İÇİN NE YAPABİLİR?

Geniş bir diaspora ağının üyelerine ulaşmak küreselleşen dünyada oldukça kolay hale geldiyse de, diaspora üyelerinin aralarında gösterdikleri sosyal, ekonomik ve kültürel farklılıklar 'her duruma uyan bir taslak' anlayışının işlememesine yol açtığı gibi diasporaları kapsayıcı tek bir çözüm bulunmasına da engel olmaktadır. Buna rağmen diasporaların 'dünyayı anavatana', 'anavatanı ise

dünyaya' bağlayan bir pazar oluşturduğu unutulmamalıdır. Genel olarak, 'diasporalar sermaye, bilgi ve yeni teknolojilerin gelişmesini sağlayabilmekte; sosyal kalkınma, büyüme olanaklarında kritik bir rol oynayarak ülke ve pazarlar arasında bağlantı görevi görebilmektedirler.'[xxv]

Araştırmalar, para transferleri ve yatırım seviyeleri aracılığıyla birtakım sonuçlara ulaşabileceğini, fakat diasporaların ev sahibi ülkelerde ya da anavatanlarında 'değişen rol modelleri, cinsiyetlerin rolleri, değişen demografik ve ailevi yapılar, başarılı bir hayatın nasıl olması gerektiği' gibi alanlarda yaptıkları kültürel ve insani etkilerin net bir biçimde ölçülemeyeceğini öne sürmüştür.[xxvi] Orozco ise diasporaların yapabilecekleri ekonomik etkileri '5 T' konsepti altında: Turizm, Transportasyon (ulaşım), Telekomünikasyon, Ticaret ve Transfer edilen para aktarımları olarak ele almıştır.[xxvii]

Diasporaların anavatanlarına yapabilecekleri katkıların neler olabileceğini sıralamak gerekirse:

- Ülkelerinin değer önerilerinin yeniden tanımlanmasına yardımcı olmak ve marka değerlerinin yükseltilmesine katkı sağlamak.
- Gelişen yerel sektörlerde küresel 'pazar ağları' rolü oynamak ve küresel bilgi ağlarının oluşturulması yoluyla yerel şirketlerin büyümelerini sağlamak. Örneğin, Tayvan hükümetinin önde gelen isimleri ve Silikon Vadisi'ndeki üst düzey mühendisler, Tayvan'da başarılı bir girişimci sermaye sektörünün kurulmasına öncülük etmişlerdir.[xxviii]
- Çin, Meksika ve Hindistan diaspora örneklerinde de olduğu gibi, ev sahibi ülke pazarlarına ilişkin sahip oldukları bilgiler yoluyla küresel ticarete katkıda bulunmak. Yakın tarihte yaşanan bir örnekte ise, Hintli ve Çinli büyük şirketler iş olanakları, ticari ilişkiler ve diaspora ağları etkenlerinin bir araya gelmesiyle dış yatırımlarını Avrupa ve ABD bölgesine kaydırmışlardır.[xxix]
- Ülkelerinin kalkınmasına ve yardım çalışmalarına destekte bulunmak
- Ülkelerinin gelecek kuşaklarının 'uluslararası' liderler haline gelmeleri için danışmanlık, staj programları ve diğer eğitim fırsatları aracılığıyla ivme kazandırıcı rol oynamak.
- Para transferleri ve diaspora bonoları gibi finansal enstrümanlarla ülkelerinin ekonomik gelişim sürecine katkıda bulunmak.
- Uluslararası arenada ülkelerinin etki alanını genişletmek amacıyla uluslararası örgütlerde karar verici pozisyonlarında bulunmak, ülkelerine diplomatik katkıda bulunup, tanınırlığını arttırmak.[xxx]

Diasporanın ülkesine yapabileceği somut katkılar, ikili ticaret ilişkilerinin geliştirilmesi, doğrudan yabancı yatırımların teşvik edilmesi, iş ilişkilerinde aracı rolünün oynanması olarak sıralanabilir. Anavatanlarına döndüklerinde ise, yanlarında tecrübeler, başarı hikayeleri ve iletişim ağları getireceklerdir.

Michael Fullilove, Küresel Meseleler Program Direktörü, Lowy Enstitüsü

4.1 'Anahtar' Diaspora Üyelerinin İnisiyatif Alması

Ülkeler diaspora üye sayılarını arttırmaya ve nüfuzlarını genişletmeye odaklanırken, istenen

sonuçların genelde küçük grupların çalışmaları sonucunda elde edildiğini de gözardı etmemelidirler. Göçmenler genelde bireysel hareket etmekte ve kollektif diaspora anlayışına uyum sağlamakta zorlanmaktadır. Bu bireyci bakış açısı, diasporaların anavatanlarında yapmış oldukları yatırımları düzensiz ve kişisel çabalarla desteklenmiş projelere dönüştürmektedir.[xxxi] Bu sebeplerden, ülkeler geniş kitleleri olduğu kadar bireysel girişimcilerden oluşan bu küçük grupları da diasporaya entegre edecek stratejiler geliştirmelidirler. Bu gruplar, diaspora üyelerinin strateji fazlarında yer aldıkları konumlara göre şu şekilde şekillendirilebilir:

Akil Adamlar: Yurtdışında yapılacak herhangi bir yatırım projesinde yön gösterebilecek, ülkesinin marka elçisi gibi çalışabilecek, anavatanın 'gözleri ve kulakları' olabilecek insanlardır. Gelecek fırsatlar hakkında ülkelerini bilgilendirirken, halihazırdaki yatırım kararlarına da etki edebilmektedirler.

Akil Adamlar İş Başında

'1970li ve 80li yıllarda ABD'ye göç eden belli sayıdaki Hintli yurttaş, Amerikan teknoloji şirketlerinin CEO ve üst düzey yöneticilik makamlarının sahibi haline geldiler. Bu yöneticiler, şirketlerinin Hindistan'da iş yapma kararı almasında kritik bir rol üstlendiler. Ayrıca, Hindistan firmalarına Amerikan firmalarının getirdikleri kalite ve ürün teslim şartlarına uyum sağlamaları hususunda sabırla danışmanlık hizmetinde bulundular. Hindistan'ın Ar-Ge ve bilgi işleme süreçlerinde iş yapma fırsatlarına sahip olduğunu, fakat katı bürokrasisi, altyapı sorunları ve yatırım ortamına ilişkin problemleri dolayısıyla iş yapmanın zor olduğu bir ülke olduğunun da farkındaydılar. Buna rağmen, yöneticiler firmalarının Ar-Ge çalışmalarının Hindistan'da yürütülmesi amacıyla projeler oluşturdular ve üst düzey makamları bu konuda ikna ettiler. Örnek olarak, IBM Araştırma Direktörü Alok Aggarwal, Ar-Ge'de dış kaynak kullanımı projesini tasarlamanın yanında Hindistan'ı da projeye uygun hale getirmiştir. Proje, her ne kadar tanınırlığını ve güvenirliğini riske etse de başarıyı da yanında getirmiştir.[xxxii]

Yön verenler: Yön verenler, 'anavatanındaki bir sektörde ilk yatırımı yaparak sektör beklentilerini değiştiren ve doğrudan yabancı yatırım akışını sağlayan yatırımcılar' olarak tanımlanmaktadır.[xxxiii] Aynı şekilde, 'risk almaya hazır bu ekonomik temsilciler, diğer yatırımcılar için de rol model oluşturmaktadır. Yön verenler; diaspora temsilcileri, kendi yerel sektörlerinin liderleri, akıl hocaları, partnerleri olma imkanını da elde ederler.'[xxxiv]

Cork'tan Detroit'e, Detroit'ten Cork'a: Henry Ford

160 yıl önce, Henry Ford'un babası William, İrlanda topraklarından ayrılmıştı Kuvvetle muhtemel, en büyük oğlunun dünyanın en prestijli şirketlerinden birinin sahibi olacağı aklına da gelmemiştir. 1912 yazında, Henry Ford, Avrupa Ford yetkililerinin eşliğinde Fransa, İngiltere'nin yanında İrlanda'yı da ziyaret etmiştir. 1917'de İrlanda'ya yaptığı başka bir gezide Henry Ford, Henry Ford & Son Ltd. şirketini kurduklarını duyurmuştur. Ford tarihçisi Bob Kreipke'nin de açıkladığı gibi 'Henry Ford'un aile kökleri onu İrlanda'ya çekmiştir. ABD'de başardığı ekonomik ve sosyal modeli Cork'u kalkındırmak için kullanabileceğini düşünmüştür.' İrlanda'nın modern tarihinde, Henry Ford'un ABD sınırları dışında fabrika kurmak amacıyla Cork marinasını seçmesi farklı önem taşımaktadır. 1926 yılında Henry Ford bu konuyla ilgili şunları söylemiştir: 'Atalarımın kökleri Cork'a dayanmaktadır. Şehir sahip olduğu liman ve etrafında sanayiye elverişli alanlarla fabri-

kamız için uygun yerdi. İrlanda'yı seçtik, çünkü İrlanda'nın endüstrileşmesinde başlangıç adımını atmasını istedik. Gerçekçi olmak gerekirse, kararımız kişisel hassasiyet barındıyordu.' Henry Ford, atalarının doğduğu ülkeyle olan ilişkileriyle 'yön veren' yatırımcılara örnek olmuş, şirketini büyütmek için o ülkeyi seçmiştir.

Değişim liderleri: Değişim liderleri, anavatanlarına yapılan yatırımlarda yeni fikir ve yöntemler geliştirerek kalkınmalarına katkı sağlayan diaspora üyeleridir. Değişim liderlerine örnek olarak anavatanlarında sosyal değişim yaratacak girişimlerde bulunan hayırsever diaspora üyeleri verilebilmektedir. Örneğin Do Nguyen, DOVE (Vietnam Kalkınma Girişimleri) Fonunun Vietnamlı Amerikan kurucularındandır. Fon, okul ya da su kuyularının inşaatı benzeri projeler gerçekleştirmektedir. Çoğunluğu Vietnam Savaşı gazisi olan kişiler ve iş çevreleri, yardım yemekleri, müzayedeler ve golf turnuvaları aracılığıyla fona parasal yardımlarda bulunmaktadır. DOVE Fonu çalışmalarına Do'nun doğduğu yer olan, merkez Vietnam'da savaştan epey etkilenmiş durumdaki Quang Tri ile başlamış sonra ülke geneline yayılmıştır. Güney Vietnamlı burslu bir öğrenci olan Do, Saigon hükümetinin komünist güçler tarafından devrilmesinden sonra evine dönememiş olmasına rağmen şimdi anavatanının yeniden inşasına katkılarda bulunmaktadır. Değişim liderleri, doğal afet ya da savaşlar sonrasında anavatanlarının yeniden düzenlenip kalkınmasında kritik rol oynamaktadır.

Değişim lideri: Dr. Mohamed 'Mo' İbrahim

Dr. Mohamed 'Mo' İbrahim, Sudan asıllı İngiliz bir mobil iletişim girişimcisidir. Sudan'da doğan İbrahim, İskenderiye Üniversitesi'nden mezun olmuştur. 1974'te, İngiltere'de çalışmaya başlamış, Bradford Üniversitesi'nde elektronik mühendisliği master programını bitirdikten sonra Birmingham Üniversitesi'nde mobil iletişim alanında doktora çalışmalarında bulunmuştur. Celtel'i kurmadan önce birkaç telekomünikasyon şirketinde çalışan İbrahim, Celtel'i 2 milyar Avroya satmış ve Afrika'nın en başarılı işadamları arasına girmiştir. Celtel'in satışının ardından, 2006 yılında Mo İbrahim Vakfı'nı kurmuştur. Vakfın belirlenen hedefleri şunlardır: Sahraaltı Afrika yönetimlerinin iyileştirilmesi yönünde adımlar atmak; vatandaşların hükümetlerinin yönetim performanslarını sorgulamalarını sağlayacak objektif kriterler oluşturmak; Afrikalı liderlerin ardında kıtaya faydalı olacak başarılar bırakmalarını sağlamak.

4.2 Ülke Marka Değerini Anavatanla Birlikte Yaratmak

Diasporayla güçlü bağların oluşturulması ve diasporanın mobilizasyonu, bir ülkenin ulusal marka stratejisinin temel unsurlarından birini oluşturmaktadır. Diasporalar, stratejik planlar öncesinde de varolan bir iletişim ağının parçaları, aktive edilmeyi bekleyen ulusal marka elçileridir.

Dr Keith Dinnie, Marka Ufukları kurucusu ve Ulus Markalaştırma'nın yazarı

Üst düzey markalar, tavsiyenin reklamdan daha etkili bir pazarlama yolu olduğunu bildiklerinden etkili elçilere ihtiyaç duymaktadırlar.[xxxv] Güney Kore Ulus Markalaştırma Başkanlık Kurulu (PCNB), kapsamlı ve sistematik stratejiler yoluyla Güney Kore'nin uluslararası imajı ve prestijinin yükseltilmesi amacı doğrultusunda 22 Ocak 2009 tarihinde kurulmuştur. 'Ulus Markalaştırmada Diasporanın Rolü' konulu seminer, yurtiçi ve yurtdışından 50 uzmanın katılımıyla, pozitif bir ülke imajı oluşturma noktasında yurtdışındaki Koreli vatandaşların neler yapabileceklerinin görüşül-

mesi amacıyla düzenlenmiştir. Aynı şekilde Kopenhag, diaspora üyelerini şehrin yurtdışında tanıtılması için teşvik etmektedir. Bu amaç doğrultusunda kurulan Kopenhag İyi Niyet Elçileri Heyeti, Kopenhag'ın Gücü ve Harika Kopenhag pazarlama stratejilerinde görev almaktadır. Heyetin kurulması fikri, Kopenhag'ı en başarılı şekilde pazarlayabilecek olan kişilerin Danimarkalı diaspora üyeleri olduğu düşüncesinden yola çıkılarak oluşturulmuştur. Heyetin esas amacı, kişisel bağlantılar aracılığıyla başkent bölgesinin yurtdışında tanıtılmasıdır. Hedef grup ise uluslararası şirketlerin yapılacak yatırımlar noktasındaki karar vericileridir.[xxxvi]

'Know India' programı: Ulus Markalaştırmada Diasporanın Rolü

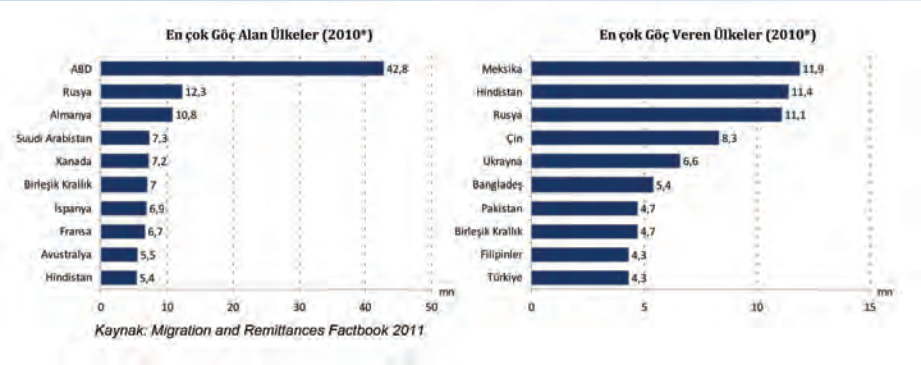
Öncesinde Diaspora Gençliği Staj Programı adıyla anılan 'Know India', Denizaşırı Hint İlişkileri Bakanlığı tarafından yürütülen üç haftalık staj programıdır. Programın hedefi, diaspora üyelerine Hindistan'ı sosyokültürel çeşitliliğin merkezi; sıradışı bir kalkınmanın mimarı; küresel ekonomik dinamo; yüksek öğrenim, altyapı ve bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin merkezi olarak tanıtmaktır. Programa katılım hakkı elde edenler, birçok ülkeden programa başvuran Hint kökenli yurttaş (PIO) arasından yurtdışındaki Hint elçilikleri ve yetkili makamlar tarafından seçilmektedir. Katılımcıların uluslararası havayolu ulaşım masraflarının %90'ı program tarafından karşılanmaktadır.

4.3 Ülke Günleri: Anavatanla Ortak Projeler

Ülkeler, küresel diaspora üyelerinin bir araya gelmesini sağlarken yenilikçi ve eğlenceli bir yolla ülke markalarının tanıtılması amacıyla 'Ulus Günleri' düzenlemektedir. Örnek olarak, Yurtdışındaki Singapurlular Birliği, her yıl farklı bir şehirde 'Singapur Günü' düzenlemektedir. 2007 yılında 6 bin Singapurlu bu günü New York'ta bir araya gelerek kutlarken, 2008 yılında 11 bin Singapurlu Melbourne'de toplanmıştır. 2009 yılında ise 12 bin Singapurlu Londra'daki etkinliklere katılmıştır.

G'Day USA, Avustralya'nın en önemli ticaret ve yatırım partneri durumundaki ABD'de yıllık düzenlenen bir programdır. G'Day USA programı, Avustralya ve ABD arasında uzun dönemli ve sıkı ilişkiler kurulması amacı doğrultusunda, her yıl sanayi liderleri, üst düzey hükümet görevlileri, turizm, akademi ve sanat çevrelerinden seçkin insanların katılımıyla gerçekleşmektedir. Bu organizasyon kapsamında, birçok şehirde Avustralyalı ve Amerikan vatandaşların katılım gösterdiği etkinlikler gerçekleştirilmektedir. 2011 G'Day USA kapsamında, sekiz şehirde (Los Angeles, San Diego, San Francisco, Sacramento, Denver, Houston, Boston ve New York) 14 gün süren iş, sanat, eğitim ve turizm etkinlikleri düzenlenmiş, etkinlikler aracılığıyla iki yönlü iş fırsatları doğmuştur. Hedef kitle, sekiz şehirde gerçekleştirilen konferans ve oturumlar, networking, ürün tanıtımları gibi otuzun üzerindeki etkinlikle bir araya getirilmiştir.

İrlanda, dünya genelinde 17 Mart'ta kutlanan Aziz Patrick Günü'nü 'Marka İrlanda'nın küresel tanıtımı için bir fırsat olarak değerlendirmektedir. Örnek olarak, 14 Mart 2011 tarihinde New York Borsası, İrlandalı Amerikan İş Federasyonu ve Business & Finance sponsorluğunda 'İrlanda Günü' düzenlemiş; 350'nin üzerinde Fortune 500 şirketlerinin yöneticileri, Amerikan şirketleri, girişim sermayedarları ve piyasa yapıcılarının katılımıyla uluslararası İrlandalı iş liderleri ve üst düzey yöneticilerinin ev sahipliğinde Wall Street'te Aziz Patrick Günü kutlanmıştır. Etkinliğin amacı, İrlanda'nın iş bağlantılarına sahip bir ülke olduğunu göstermek, ülke hakkında uluslararası medyada çıkan olumlu haberler, ülkenin küresel ekonomideki rolünü genişletecek anahtar unsurlar üzerinde durmaktır.



4.4 Diaspora Yardım Kanallarının Oluşturulması

Küreselleşen iş ilişkilerinde prestij sağlamasının da verdiği teşvikle, hayırseverlik kavramı ve yardım olayları ön plana çıkmaktadır. Diaspora üyelerinin anavatanlarıyla olan ilk etkileşimleri de genelde hayırseverlik yoluyla gerçekleşmektedir. Sonrasında düzenlenen ülke ziyaretlerinde, hem ülkelerini tanıma hem de ihtiyaçlarını yerinde görme fırsatı bulan diaspora üyeleri belirli alanlarda yoğunlaşıp yatırım ve yardım işlerinde yer almaktadırlar. Sayıları artan diaspora yardım kuruluşları, diasporaların anavatana fayda sağlayacak yardım girişimlerine entegre olmasını sağlamaktadır. Bu kuruluşlardan bazıları şunlardır:

Hint Amerikan Vakfı: Hint Amerikan Vakfı (AIF), Hindistan'ın gerçekleştirdiği sosyal ve ekonomik dönüşüm desteklemek amacıyla faaliyet göstermektedir. 2001 yılında yaşanan Gujarat depremi sonrasında yürütülen yardım çalışmaları esnasında kurulan AIF, ABD'de yerleşik Hint diaspora vakıfları arasında en geniş kapsamlı olanıdır. Kuruluşundan bu yana, 115 Hint sivil toplum örgütü ve New York, San Francisco, Los Angeles, Boston, Chicago, Dallas, Washington DC ve Seattle şehirlerinde yılda bir düzenlenen yardım etkinleri aracılığıyla düzenlediği programlarda 1,5 milyondan fazla insana ulaşmıştır.

Brezilya Vakfı: Haziran 2000'de kurulan Brezilya Vakfı, ABD ve Brezilya arasında köprüler kurarak Brezilya'nın sosyal gerçeğinin değişime uğraması amacıyla kaynak aktarımı sağlamaktadır. Hayırseverlere, tercih ettikleri herhangi bir kâr amacı gütmeyen Brezilya kuruluşuna yardım edebilme seçeneği sunulmaktadır. Vakıf ayrıca, bağışçılara proje takip imkanı ile değerlendirme ve denetleme hizmeti sunmaktadır.

Give2Asia: 2001 yılında kurulan vakıf, uluslararası yardım konusunda hayırsever bireylere, şirket ve vakıflara yol gösterme amacıyla faaliyet göstermektedir. 20 ülkede yer alan yerel gruplara çalışmalarını sürdürebilmeleri için kaynak sağlamaktadır. Vakıf aynı zamanda, Asya'da yer alan çokuluslu şirketlere ve çok katmanlı toplum projelerine de katkı sağlamaktadır. Give2Asia vakfı, ilk on yılında 150 milyon dolar yardım toplama başarısı göstermiştir.

Kişisel Diaspora Yardımları: Diasporaların Hayırseverleri

» Chuck Feeney – İrlanda

Büyük Buhran yıllarında New Jersey'de dünyaya gelen İrlandalı Amerikan, Chuck Feeney 1960 ve 70li yıllarda kurduğu Duty Free Shoppers Grubu ile multimilyarder bir iş adamı haline gelmiştir. Feeney servetinin tümünü yüzyılın son çeyreğinde yardım işlerine adamıştır. Bu yardımların çoğu ise Atlantik Yardımları adı altında, dünya genelindeki üniversiteler, araştırma enstitüleri, sosyal girişimler ve yardım projelerine aktarılırken, İrlanda'ya 1,2 milyar dolarlık yardım yapılmıştır. İrlanda üniversitelerine 750 milyon doların üzerinde kaynak aktarılmıştır. Varlıklı hayırseverler arasında rol model haline gelerek 'yaşarken yardım et' konseptini geliştiren Chuck Feeney, Atlantik Yardımları aracılığıyla 3 milyar dolar üzerinde yardım yapacağını açıklamıştır.

» Kirk Kerkorian – Ermenistan

Kerkor 'Kirk' Kerkorian, Beverly Hills, California menşeili Tracinda Şirketinin başkanı ve CEO'sudur. 6 Haziran 1917 tarihinde California'da Ermenistan göçmeni bir ailede dünyaya gelen Kerkorian, Ermeni diasporasının en büyük bağışçısı konumundadır. Ermenistan'ın Sovyetler Birliği'nden ayrılıp bağımsızlığını ilan ettiği 1991 yılında bu yana, Lincy Vakfı aracılığıyla 240 milyon dolar yardım yapmıştır. Yapılan yardımın büyük çoğunluğu, 2001 yılından bu yana yürütülen 420 kilometrelik otoyol onarımını kapsayan altyapı projeleri ve 1988 depreminde yıkılan Shirak ve Lori bölgelerindeki 3.700 yeni apartmanın inşaat çalışmalarında kullanılmıştır. 2004 yılında Erivan'a gerçekleştirdiği ziyarette en yüksek şeref ödülü olan 'ulusal kahraman' ünvanını almıştır.

4.5 Uluslararası Para Transferlerinin Sağlanması

Para transferi, en geniş anlamda, yurtdışında yerleşik vatandaşların ülkelerine sağladıkları finansal akıştır. Para transferleri, çalışan göçmenler tarafından sağlanabileceği gibi, ülkeleri yararına yurtdışında kurulan fonlar ve yardım kurumları aracılığıyla da gerçekleştirilebilir.[xxxvii] Para transferleri, dünyada yeni yükselişe geçen bir kavram değil, aksine yakın ekonomik tarihin önemli dinamiklerindendir. İspanya, İtalya ve İrlanda, aralarında bulunduğu bazı Avrupa ülkelerinin ekonomileri, 19. ve 20. yüzyıllarda göçmenler tarafından gerçekleştirilen para transferlerine bağlı kalmıştır.[xxxviii] Tarihi sekizinci yüzyıla kadar uzanan uzun mesafeli para transfer hizmetlerini, örneğin Hindistan'daki İslami Hawala ağı (havele), başarıyla yöneten şirketler her yıl milyarlarca doların endüstrileşmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere akışını sağlamaktadır. Para transferi hizmeti sağlayan şirketlere en iyi örnek, aracı konumunda yer alan ve nakit transfer hizmeti sunan Western Union ve MoneyGram şirketleridir.[xxxix]

Sayılarla Küresel Para Transferleri

- 2010 yılında, dünya çapında gerçekleştirilen toplam para transferi 440 milyar doları aşmıştır. Bu miktardan gelişmekte olan ülkelerin elde ettiği 325 milyar dolarlık pay, 2009 yılına göre %6'lık artış göstermiştir.
- 2009 yılında kaydedilen para transferleri, yapılan resmi yardım miktarının üç katı büyüklü-

günde, gelişmiş ülkelere yapılan doğrudan yabancı yatırımlarla ise aynı seviyede gerçekleşmiştir.

- Yüksek gelirli ülkeler, para transferlerinin ana kaynakları konumundadır. ABD, bu anlamda uzak ara birinci sıradayken, onu sırasıyla Suudi Arabistan, İsviçre ve Rusya takip etmektedir.
- Gelişmiş ülkelere yapılan para transferleri, küresel finans krizi sırasında düşüş göstermiş olsa da – 2009 yılı seviyesine göre yalnızca %5,5'lik bir düşüşün ardından 2010 yılında tekrardan yükselişe geçmiştir. Bu verilere karşılık, 2009 yılında doğrudan yabancı yatırımlarda %40; özel kesim borçları ve portföy sermaye transferlerinde ise %46 oranında düşüş yaşanmıştır.
- 2010 yılında para transferlerinden en çok kaynak sağlayan 10 ülke (milyar dolar): Hindistan ($55), Çin ($51), Meksika ($22,6), Filipinler ($21,3), Bangladeş ($11,1), Nijerya ($10), Pakistan ($9,4), Lübnan ($8,2), Mısır ($7,7), Vietnam ($7,2).[xl]

4.6 Doğrudan Diaspora Yatırımları

'Uluslararası girişimciler ve fikirleri, kaynaklar, iş fırsatları, ülkelerinin ekonomik ve sosyal kalkınmalarına etkili katkılar yapabilmektedir.'[xli] Diasporanın katkılarıyla gerçekleştirilecek doğrudan yabancı yatırımlar ise bu hususta verilebilecek en iyi örnektir. Diasporalar tarafından yönlendirilen doğrudan yabancı yatırımlar, doğrudan diaspora yatırımları (DDY) olarak adlandırılmaktadır. Özel olarak DDY şeklindeki adlandırılmasının temel nedeni, küresel yabancı sermaye yatırım akışının %20 azaldığı 2008 yılında DDY akışının yükseliş göstermesidir.[xlii]

Diaspora yatırımlarındaki yükselişin sebebini Nielsen ve Riddle birlikte yürüttükleri araştırmada şu şekilde açıklamaktadırlar: 'Bazı diaspora üyeleri finansal getiri beklentilerinin yüksek olması nedeniyle, bazıları da diaspora toplum ve örgütlerinde tanınırlık ve prestijlerini arttırma amacıyla anavatanlarına yatırımlarda bulunmaktadır.'[xliii] Şu açıkça görülmektedir ki, motivasyonları ne olursa olsun, diaspora üyeleri ülkelerin anavatanlarına olan doğrudan yabancı yatırım akışlarında olduğu kadar yurtdışına yapılacak yatırımların yönünü belirleme hususunda da önemli bir rol üstlenmektedirler. Örnek olarak, 'Sosyal iletişim ağları ve irtibat kişileri (Çin'de guanxi olarak bilinen) Çinli iş çevrelerinin iş yaparken üzerinde durduğu önemli etkenlerden biridir. Denizaşırı bir ülkede Çinli yurttaşların varlığı, Çinli şirketlerin iş fırsatlarının araştırılması gibi maliyetlerini ve öngörülemeyen riskleri büyük ölçüde azaltmaktadır.'[xliv] Denizaşırı ülkelerde yerleşik Çinli yurttaşların 1980 yılından beri 200 milyar doları geçen doğrudan diaspora yatırımları da, Çin'in yabancı yatırımlarının %80'ini oluşturaktadır.[xlv]

Anavatana Yatırım Çekmek – İsrailli INTEL Mucidi Dov Frohman

Dov Frohman, ABD'de yer alan Intel Şirketi'nin önde gelen bilim adamlarındandır. Kudüs'te bulunan Hebrew Üniversitesi'nden araştırma ve öğretim görevlisi olarak akademik kadroda yer alması teklifi geldiğinde Intel, ilk silinebilir ve programlanabilir hafıza kartı EPROM'u icat eden ve geliştiren Frohman'ı kaybetmek istememiştir. Onu kaybetmek yerine Intel, ABD'de dışında yer alacak ilk tümleşik devre tasarım merkezini Hayfa'da kurmuş ve başına Frohman'ın geçmesini teklif etmiştir. Günümüze gelindiğinde ise, İsrail tümleşik devre tasarımı ve üretiminde dünya lideri haline gelmiştir.[xlvi]

Diaspora yardımıyla yapılan yatırımların avantajları

- Diaspora üyeleri sermaye akışları, işgücü, bilgi ve tecrübe konusunda mükemmel birer aracı konumundadırlar.[xlvii] Diaspora üyeleri, tavsiye verici ya da potansiyel yatırımcı olmalarının yanında, 'sektöre yön veren' konumunda yer alıp anavatanındaki bir sektöre yatırımda bulunarak diaspora üyesi olmayan yatırımcıların sektöre girmeleri için katalizör görevi görebilmektedir. Ermeni diasporasıyla bağlantılı olarak Freinkman şunları söylemiştir: 'Sıradan bir yatırımcıya göre, diaspora iş adamları ve profesyonelleri 'sektöre yön veren' olarak daha az riskle karşılaşmaktadırlar. Ortak kültürel geçmiş ve diaspora ile yerel girişimciler arasında kurulan iletişim ağları, sektöre yapılan girişlerde ve yeni ortaklıklar kurulması hususunda işlem maaliyetlerini azaltmaktadır.
- Diaspora üyelerinin anavatanlarıyla olan duygusal bağları, onları zor ekonomik koşullar altında dahi yatırım yapmaya motive ve teşvik etmekte, böylelikle sektörel ve ekonomik kalkınma gerçekleştirilmektedir.

4.7 Girişim Sermayesi Çekmek

Diaspora üyelerinin diaspora stratejilerine entegrasyonu ve anavatanlarına yapacakları katkılar düşünüldüğünde, dikkatle üzerinde durulması gereken unsurlardan biri de girişim sermayesidir. Diaspora üyeleri aracılığıyla anavatana yapacağı katkılar ve sağlayacağı potansiyel hızlı büyümenin anlaşılması için girişim sermayesiyle ilgili istatistiklere başvurmak yeterlidir:

- ABD'deki fonlanmış girişim sermayesi şirketler toplam özel sektör çalışanlarının %11'ine (12 milyon) iş imkanı sunmaktadır.
- Girişim sermayesi fonları, ABD'de elde edilen gelirlerin büyük kısmını oluşturmaktadır. Sağlanan 3 trilyon dolarlık gelir, 2008 yılı gayri safi yurtiçi hasılanın beşte birini oluşturmaktadır.
- Gelişmeye başladığı 1970li yıllardan itibaren, ABD girişim sermayesi endüstrisi 27 binden fazla şirkete yaklaşık 456 milyar dolarlık yatırımda bulunmuştur.
- 1970 ve 2008 yılları arasında yatırılan her bir dolarlık girişim sermayesine karşılık 2008 yılında 6,36 dolarlık gelir elde edilmiştir.[xlviii]
- Son otuz yılda ABD'deki önde gelen 3Com, Amgen, AMD, Compaq, Cisco, Federal Express, Genentech, Intel, Oracle ve Sun Microsystems şirketleri kuruluş aşamasında girişim sermayedarları tarafından finanse edilmiştir.[xlix]

Diaspora üyeleri doğrudan yabancı yatırımlar konusunda oynadıkları kritik rolün yanı sıra, anavatanlarına girişim sermayesi akışı sağlama ve yerel şirketlere yapılan yatırımlar noktasında da önemli rol oynamaktadır. Bu alanda, lider ülkelerden biri de Hindistan'dır. ABD'de bulunan Hint diasporası üyeleri, Hindistan'daki bilişim teknolojileri endüstrisinde anahtar rol üstlenmektedir. Bangalore'da kurulan Uluslararası Girişim Okulu'nda eğitim vermek üzere birçok ABD vatandaşı Hintli profesör ülkesine dönmektedir. Ayrıca, eğitimini tamamlayan birçok Hintli yurttaş ülkesine dönüp IT şirketleri kurmaktadır.

İrlanda Girişimciliğini Teşvik Etmek, Yatırım ve Yenilikler:
İrlanda Teknoloji Liderliği Grubu

John Hartnett ve Silikon Vadisi'ndeki bir grup İrlandalı Amerikan üst düzey yönetici tarafından kurulan İrlanda Teknoloji Liderliği Grubu (ITLG), küresel teknoloji endüstrisinde İrlanda'yı teknoloji yatırımları üssü olarak tanıtma ve İrlanda tabanlı teknoloji şirketlerinin yatırımlarını arttırma amacıyla faaliyet göstermektedir. ITLG, kuruluş aşamasındaki İrlandalı küçük teknoloji şirketlerinin gelişmeleri ve ABD'deki pazaryeri olanaklarını değerlendirmeleri için fikir alışverişinde bulunulan ve organizasyonların düzenlendiği bir iletişim ağıdır. ITLG, 1500 üyesiyle birlikte iş gezileri, icat ve yenilik ödülleri, liderlik seminerleri düzenlemektedir. ITLG başkanlığı ise konumunda, Intel'de başkanlık ve CEOluk görevlerini yürütmüş olan Craig Barrett bulunmaktadır.

Haziran 2009'da ITLG, yeniliklerin yönetilmesi, gelişen İrlanda şirketleri için yeni iş olanaklarının yaratılması ve İrlanda Hükümeti'nin Yenilik İttifakı projesinin amaçlarının yerine getirilmesi hedefleri doğrultusunda Trinity College Dublin ve University College Dublin okullarıyla transatlantik işbirliği antlaşması imzalamıştır.

Girişim Sermayesi Örnekleri:
YOZMA

Fırsat

İsrail'in yüksek teknoloji endüstrisindeki potansiyelinin farkına varan hükümet, 1993'te girişim sermayesi endüstrisi oluşturmuş ve bu amaçla 100 milyon dolarlık kaynak aktarımı sağlamıştır.

Nasıl İşe Yaradı?

Bu programla oluşturulan fonlarla Yozma (İbranice'de girişim anlamına gelmektedir) kurulmuştur. Yozma girişiminde, yabancı girişim sermayedarlarının liderlik ettiği 10 girişim sermayesi fonu oluşturulmuştur. Her bir fonun toplam sermayesi 20-25 milyon dolar arasında değişirken, devletin payı %40, yabancı yatırımcıların payı ise %60 oranında gerçekleşmiştir.

Anahtar Özellik

Yozma programında yatırımcıların ilgisini çeken, yabancı yatırımcıların önceden anlaşılmış bir fiyat üzerinden ileri bir tarihte devletin elinde bulunan hisseleri satın alabilmeleri seçeneğinin sunulmasıdır.

Başarı

10 girişimci sermaye fonu toplamda 210 milyon doları kontrol ederken, Yozma programı 15 doğrudan yatırım gerçekleştirmiştir. 15 yatırımdan dokuzu halka arz ya da satın alma yollarıyla başarıyla sonuçlanmıştır. Programa uluslararası girişim yatırımcılarından Advent, MVP, CMS ve Walden (ABD); Damier-Benz, DEG, Van Leer Group, TVM (Avrupa); Oxton, AVX, Kyocera ve Vertex (Uzakdoğu) katılmıştır. Kurulan on fondan dokuzunun hükümet hisseleri yabancı yatırımcılar tarafından satın alınmıştır. Kuruluşundan bu yana 80 girişim sermayesi fonunu kapsamına alan Yozma'nın toplam yönettiği girişim sermayesinin miktarı 10 milyar doları geçmektedir.

Girişimci Sermaye Örnekleri: Dünyanın En Geniş Girişmcilik Örgütü The Indus Entrepreneurs

- Indus Girişimcileri (TiE), denizaşırı ülkelerde yaşayan Hintlilerin danışmanlık, networking ve eğitim aracılığıyla girişimciliği teşvik etmek için kurdukları kâr amacı gütmeyen bir örgüttür.
- 1992 yılında Silikon Vadisi'nde bir grup Hintli girişimci tarafından kurulan TiE, 13 ülkeden 13.000 üye ve 2.500 imtiyazlı üyeye sahiptir.
- Her yıl düzenlenen, dünya genelindeki en geniş katılımlı girişimcilik konferansı TiEcon'nın yanı sıra, TiE Enstitüsü, TiE Genç Girişimciler, TiE Kadınlar Forumu, TiE CEO Forum ve küresel teknoloji platformu TiE Global System gibi birçok etkinlik ve kuruluşun çatı kuruluşu pozisyonundadır.
- Her yıl, TiE'nin ev sahipliğini yaptığı 70.000 üzerinde katılımcının yer aldığı 500'den fazla etkinlik gerçekleştirilmektedir.

4.8 Anavatanın Geleceğini Birlikte Tasarlamak

» Ermenistan 2020

Ermenistan 2020 yurtdışındaki Ermeni diasporasının Ermenistan Cumhuriyeti'nin geliştirilebilmesi amacıyla senaryolar üretebilmesine yönelik ortaya çıkmış bir organizasyondur. Organizasyon kurulu, Başbakan'a ülkeye yatırım çekme politikaları noktasında yardımda bulunan Ermenistan Ulusal Rekabet Konseyi'nde de yer almaktadır.

Harvard Mezunu Ermenilerin partnerliğiyle Ermenistan 2020 ilk Ermenistan Ulusal İş Dünyası Yarışması'nı düzenleyerek Ermeni girişimciler ve onların iş dünyasına dair planlarını uluslararası iş dünyası liderlerine sunmuşlardır. Kazananlara kendi iş planlarını Harvard Ekonomi Okulu Girişimciler Kulübü'nde düzenlenen yıllık uluslararası iş planı yarışmasında sunma olanağı verilmiştir.

4.9 Anavatana Know-How Transfer Etmek

» Etiyopya Ticari Ürün (Emtia) Borsası

Etiyopya Hükümeti ve Diasporasının işbirliği ile ortaya çıkmış ve bugüne kadar 1 milyar dolar faydaya ulaşmış bir organizasyondur. Çiftçilere reel ulusal ve uluslararası ürün piyasa bilgilerini anlık olarak ulaştırarak doğru fiyatlarla ticaret yapmalarını hedef olarak benimsemiştir. Eleni Gabre-Mahdin, kurucu üye-başkan ve ekonomist, organizasyonun Etiyopya'daki yoksulluğu ve ürün kıtlığını engellemek için kurulduğunu ifade etmektedir.

- Emtia borsası alıcı ve satıcılara gerçekleştirilen işlemin çerçevesi hakkında malumat, depolama ile ilgili yardım, adil bir fiyat sistemi, anlık Pazar fiyat bilgileri ve kalite kontrol sunmada etkin bir konumdadır.
- Organizasyon ayrıca iş sektörü ve "know how" uygulamaları konusunda diaspora Etiyopyalıları ile Etiyopyada yaşayanlar arasında bilgi paylaşımını da kendine misyon edinmiştir.
- Etiyopya kökenli Amerikalılar, sahibi oldukları işte Etiyopya'da yaşayanlardan en az bir kişi için

minimum üç yıllık çalışma kontratıyla yer ayırmaktadırlar.

- Nisan 2008'den bu yana gelişen algıyla birlikte organizasyon 461 kahve üreticisini üye olarak bünyesine dahil etmiştir.

5 - DİASPORA STRATEJİSİ OLUŞTURMAK

Diaspora stratejisinin diasporanın yaşadığı ülkeye ve anavatanına sağlıklı bir şekilde entegre olabilmesinin sağlanması için atılacak politika adımlarının bir bütünlük oluşturacak şekilde düzenlenmesi ve karar alıcılara bir yol haritası sunması gerekmektedir. Bu bağlamda İrlanda (NIRSA) Strateji Çarkı, stratejik planlama aşamasında politika yapıcılar için bir kontrol listesi görevi görmektedir.

Strateji Çarkının merkezinde üzerinde durulması gereken beş temel unsur yer almaktadır. Bu temel unsurlar ışığında uygulanacak sekiz politika adımı merkezin etrafında bulunmaktadır. En dışta bulunan kilit etmen ve göstergeler ise politika adımlarının merkez unsurlara uygun şekilde yürütülmesinin düzenlenmesi adına sorular yöneltmekte ve ölçüm kriterleri sunmaktadır.

Çark Merkezi

- ***Gerekçe –*** Diaspora stratejilerinin bağlı bulunduğu ve nihai aşamada katkıda bulunabilecekleri sosyal, ekonomik, kültürel, siyasi, ahlaki, çevresel ve demografik unsurların belirlenmesi. Müstakbel diaspora üyelerinin nitelikleri, hangi ülkelere göç ettikleri ve içinde bulundukları ekonomik ve kültürel şartlar ülkeden ülkeye değişebilmektedir. Başarılı bir diaspora stratejisi bu farklı etkenlere göre tasarlanmalı ve nihai bir amaca hizmete etmelidir.

- ***Tanım –*** Ulus diasporasının içerdiği spesifik grupların tanımlanması. Anlamlı bir diaspora stratejisi kimlerin diasporaya ait olduğunu açık bir şekilde belirtmelidir. Bu unsur her ne kadar ulus gruplarından bazılarının kapsam dışında tutulmasını gerektirse de, kısıtlı kaynakların dikkatle seçilmiş hedeflere planlı şekilde aktarılması gerekmektedir.

- ***Değerler Bütünü –*** Ülkenin diaspora stratejisinde gözetilecek bir değerler bütünün geliştirilmesi ve paydaşların aynı vizyonu benimsemelerinin sağlanması. Politika ve programlarını şekillendirmek amacıyla, ülkeler diasporayla bağlantılarını hafif bir dokunuştan güçlü yöneticilik ve liderliğe kadar uzanan beş farklı yaklaşım çerçevesinde tasarlayabilmektedir.

- ***Strateji –*** Bir araya getirilecek politika adımlarının belirlenmesi ve uygulama açısından önceliklendirilmesi. Spesifik bir şekilde gerekçelendirilmiş bir stratejinin istenilen sonuçları verebilmesi için gerçekleştirilecek girişimler setinin belirlenmesi gerekmektedir.

- ***Kurumsal Dizayn –*** Diaspora ile ilişkilerin kurulması/güçlendirilmesi yolunda en etkili sonuç verecek program, teknoloji ve yapıların tespit edilmesi; kurumsal kapasite arttırımı veya yeni kurumların kurulması aşamasında kullanılması.

İRLANDA DİASPORA STRATEJİ ÇARKI

ÇARKIN PARÇALARI	KİLİT ETMENLER
Kültür İnşası Anavatanla aradaki bağların inşası ve geliştirilmesi	• Diaspora üyelerinin anavatana olan bağlılıkları nasıl inşa edilebilir? • Hangi diaspora grupları aidiyet duygusunun oluşmasına ihtiyaç duymaktadır? • Diaspora stratejileri, ulusal kültür stratejilerine en iyi ne şekilde eklemlenebilir? • Diaspora liderleri ve başarılı ulus elçileri ödüllendirilmesinde ne tür onurlandırma sistem • Anavatana duyulan aidiyet duygusunun yeniden canlandırılması amacı doğrultusunda k
Sınırötesi Vatandaşlık Sınırötesi vatandaşlara karşı sorumlulukların yerine getirilmesi ve haklarının korunması	• Ülkelerin diaspora populasyonlarına ne tür vatandaşlık hakları sunulabilir? • Ülkeler korunmasız diaspora gruplarının sorumluluğunu hangi kapsamda üstlenebilmek • Hangi bölgede hangi gruplar korunmasız kapsamında yer almaktadır? • Anavatandaki politika yapıcılar yurtdışındaki vatandaşlarının refah ve huzurunu sağlamak yardımlar da mı bulunmalıdır? • Lobicilik çalışmalarında gözetilmesi gereken öncelikler nelerdir? • Yurtdışında yerleşik vatandaşların sosyal ve ekonomik refahlarının yükseltilmesi yolunda h nın avantajları ve dezavantajları nelerdir? • Yeni örgütsel sistemlerin ve altyapının kurulması gerekli midir? • Sınırötesi vatandaşlık kapsamında, denizaşırı ülkelerdeki diaspora gruplarına oy kullanma nelerdir?
Etkin İş Ağları Anavatan ve diaspora ekonomilerinin karşılıklı kalkındırılması	• Yerel şirketlerin doğrudan yabancı yatırımlar aracılığıyla küreselleştirilmesi hususunda dia • Yerel sektörlerin fayda sağlayabileceği iş ağları nasıl kurulabilir? Bu iletişim ağlarının kurul ve denetimi kimler tarafından gerçekleştirilmelidir? • İş ağları bölgesel kalkınmada nasıl bir rol üstlenebilir?
Bilgi Paylaşımı Diaspora ve anavatan arasındaki bilgi ağının güçlendirilmesi ve genişletilmesi	• Diaspora gruplarıyla iletişim kanalları kurulması için ne tip bir altyapı kurulmalıdır? Merke ne gibi platformlara ev sahipliği yapabilir? Nasıl teşvik ve finanse edilebilirler? • Ne tür basılı/elektronik medya materyalleri diaspora üyelerinin ilgisini çekebilir ve geniş k • Diaspora üyelerinin halihazırda uygulanan politikalarla ilgili görüşlerinin alınması ve bilgi komisyonları, küresel toplantılar ve konferanslar nasıl etkin bir rol oynayabilir? İlişkiler kür
Yardım ve Para Transferleri Yapılan yardımların ve para transferlerinin kolaylaştırılması ve teşvik edilmesi	• Hangi bölgede ve diaspora grubunda yardım fırsatları en geniş durumdadır? • Bağışçılarla iletişime geçilmesi kimler tarafından, nasıl bir yöntemle, ne tür projeler çerçev • Bu hususta görev alacak yapıların kurulması aşamasında diaspora grupları nasıl kategoriz • Para transferlerinin en düşük maliyetle en etkin şekilde gerçekleştirilmesi için neler yapıla
Yurda Dönenler Anavatana dönüşlerin kolaylaştırılması ve teşvik edilmesi	• Anavatandaki hangi sektörlerde teknik bilgi eksiği yaşanmaktadır? • Göçmenler yurda hangi sebeplerden ötürü dönebilirler? • Ekonomik ortam, kültür ve yaşam tarzı gibi faktörler yurda dönüşte ne kadar etkilidir? • İhtiyaç duyulan teknik bilgi sahibi göçmenlerin yurda dönmesi nasıl sağlanabilir? • Yurda dönüş sırasında göçmenlere hangi alanlarda ne tür yardımlarda bulunulabilir?
Yakınlık Diasporası Anavatana yakınlık hisseden yabancılarla uzun süreli ilişkilerin kurulması	• Bir ulusun yakınlık diaspora üyeleri kimler olmalıdır? • Bu diaspora grubu nasıl ve ne temelde meydana getirilebilir? • Eğitim enstitüleri, mezun ağları ve staj programları yakınlık diaspora üyelerinin anavatanl • Önemli insan gruplarının yakınlık diasporasına entegre edilmesi için hangi küresel bölge • Yakınlık diasporası, ulusal diaspora stratejilerine ne şekilde entegre edilebilir ve iki ülkenin
Araştırma Kapasitesi Diasporalar, uygulanan politikalar ve başarı öyküleri hakkında bilgi toplama	• Ne tür bir araştırma taslağı diaspora politikalarının geliştirilmesine katkıda bulunabilir? • Araştırmalar özel sektör eliyle mi, yoksa gönüllüler tarafından mı yürütülmelidir? • Yürütülen araştırmaların ne kadarlık bir bölümü diğer ülkeler tarafından geliştirilen diaspo politikalarının karşılaştırılmasına ayrılmalıdır?

	GÖSTERGELER
eri kullanılabilir? ısa süreli ziyaretler nasıl değerlendirilebilir?	Etnik' sosyal sermaye genişliği, diasporanın turistik ziyaretleri, diaspora örgütlerinin ulusal festivallere sağladığı katılım, ulusal medya araçlarının ve kültürel ürünlerin tüketimi, resmi nüfus istatistiklerindeki soyağacı tespiti.
tedir? k için lobicilik çalışmaları mı yürütmeli, doğrudan destek ve nalihazırda bulunan diaspora örgütleriyle işbirliği yapılması- hakkı tanınması hususunda karşılaşılabilecek zorluklar	Konsolosluk faaliyetleri ve bu faaliyetlerin odak noktası; denizaşırı bölgelerde vatandaşlık haklarına erişim; diaspora gruplarının temsil ve hukuksal destek noktasındaki memnuniyeti; anavatanın doğrudan sosyal ve ekonomik desteklerine erişim, yatırım ve hibelerin nicelik ve nitelik olarak etkinliği ve diaspora üyelerinin anavatandaki seçim süreçlerine entegrasyonu.
sporayla kurulan bağlar nasıl kullanılabilir? ması, yönetilmesi	İletişim ağlarının sayısı; üyelik ve coğrafi erişim bakımından ağların genişliği; ağların sektörel kapsamı; ağ kapsamında ve ağlar arasındaki yürütülen faaliyetlerin etkinliği; iletişim ağları tarafından desteklenen proje sayısı ve genişlikleri; ağ kullanıcılarının elde ettiği fayda.
zi web portalları bu konuda ne kadar etkindir? Bu portallar kitlelere hitap edebilir? paylaşımının gerçekleşmesi amacıyla düzenlenen diaspora mesinde neler olduğunu sınıflandırmak.	Web portallarının ziyaretçi sayısı; medya organlarına ilişkin istatistikler; diaspora gruplarının danışmanlık ve bilgilendirme etkinliklerine katılımı ve diaspora üyelerinin etkinlikler hususundaki memnuniyetleri.
vesinde gerçekleştirilmelidir? e edilmeli ve hangi piyasa modelleri kullanılmalıdır? bilir?	Parasal akış ölçümleri; düzenlenen yardım kampanyalarının sayısı; aktif durumdaki bağışçı sayısı; anavatana para gönderme maliyetleri.
	Dönüş fırsatları hususunda diaspora üyelerindeki farkındalık; anavatanda iş fırsatları kapsamında düzenlenen fuarlardaki katılım seviyesi; yurda dönenlerin sayısı; yurda dönenlerin sosyoekonomik yapısı; yurda dönenlerin iş ve maaş durumları.
a olan bağlarının güçlendirilmesinde ne derece önemlidir? ve piyasalar öncelik taşımaktadır? karşılıklı faydasına yönelik nasıl kullanılabilir?	Ülkeye yapılan ziyaretlerden elde edilen memnuniyet; yabancı bir ülkeye karşı duyulan aidiyet hissi.
ora stratejilerinin değerlendirilmesi ve ulusal diaspora	Diasporaya yönelik çalışmalar yürüten araştırma merkezlerinin varlığı; diaspora araştırmalarına sağlanan fon hacmi; araştırma projelerinin kapsam ve etkinliği; uluslararası çalışma gruplarına katılım.

6 - BAŞARILI BİR DİASPORA STRATEJİSİ İÇİN 10 TEMEL PRENSİP

1 Diaspora stratejileri hem felsefi hem analitik bir altyapıya sahip olmalıdır. Sığ söylemler kısa dönemde belli kazançların elde edilmesine olanak sağlasa da, uzun dönemde bütünlük ve sinerji yaratacak ortak bir gündem oluşturulması gereklidir.

2 Diaspora stratejisinin kilit unsuru, bir bütün olarak Diasporanın çıkarları sözkonusu olduğunda kişilerin, grupların ve derneklerin meseleleri, fırsatları ve sorunları kişiselleştirmeden ele almalarını sağlamaktır. 'Ortak Fayda'ya dönük değer yaratan projeler, çalışmalar, kişiler, kuruluşlar ve inisiyatifler ödüllendirilmelidir.

3 Stratejilerde Anavatan ve Diasporanın ortak faydasının gözetilmesi gerekmektedir. Diaspora, Anavatana hizmet edecek bir 'araç' olarak görülmemeli; "Diaspora Anavatan için Ne Yapabilir?" ve "Anavatan Diaspora için Ne Yapabilir?" soruları birlikte düşünülmelidir.

4 Diaspora stratejilerinin 'diaspora'yı en geniş anlamda- yakınlık diasporasını kapsayacak şekilde- tanımlaması gerekmektedir. Yakınlık diasporası oluşturabilen Diasporalar etkinliklerini önemli ölçüde artırırlar.

5 Diasporanın farklı gruplarına yönelik farklı stratejiler geliştirilmeli ve uygulanmalıdır. En önemli ve kaynakların odaklanması gereken diaspora 35 yaş altı diaspora üyelerinin dahil olduğu "Gelecek Nesil Diasporası"dır.

6 Anavatan Üniversiteleri ve Düşünce Kuruluşları, Diaspora Araştırma Merkezleri (DAM) oluşturmalı ve güncel problemlere ve/veya fırsatlara odaklanan analitik çalışmalar gerçekleştirmelidir.

7 Diasporaya ilişkin politikalar diasporadan görüş alınmadan oluşturulmamalıdır. Diaspora stratejileri ölçümlenebilir ve denetebilir şekilde yürütülmeli; politika analizi araçları, değerlendirme ölçüm mekanizmaları performans odaklı olarak geliştirilmelidir.

8 "Anahtar diaspora üyeleri" belirlenmeli, kazanılmalı, başta gençler olmak üzere diğer diaspora üyelerine rol model olmaları sağlanmalıdır.

9 Bir bütün olarak Diaspora ya da kişi ve kuruluşları, gelişen uluslararası bilgi ağlarıyla başarı öyküsü olarak paylaşılmalı ve politika paylaşım ağlarına proaktif şekilde katılımları sağlanmalıdır.

10 Anavatandaki kamu kuruluşları, iş dünyası kuruluşları, STK'lar, lider şirketler yıllık planlarına, sosyal sorumluluk projelerine 'Diaspora'yı dahil etmeli; stajlar, eğitimler, networkler, ayrıcalıklar tanımlamalı; diaspora odaklı projeler geliştirmeyi gündemlerine almalıdır. Her başarılı küresel diaspora stratejisinin ardında, diasporaya sahip çıkan ulusal bir havayolu şirketi ve ulusal bir banka bulunmaktadır.

7 - TÜRK DİASPORASI İÇİN ÖNERİLER

A *Anavatan, Diaspora için Ne Yapabilir?*		B Diaspora, Anavatan için Ne Yapabilir?	
A1. Diasporanın ekonomik varlığını nasıl güçlendirebiliriz?	**A2.** Diasporanın yaşadığı ülkeye ve topluma entegrasyonunu güçlendirmek ve sosyal sermayesini artırmak için neler yapılabilir?	**B1.** Ekonomik varlığı ve sosyal sermayesi artan diasporanın nasıl etkin bir şekilde örgütlenip Türkiye lobisi yapabilir?	**B2.** Diasporanın anavatan ile etkileşimi nasıl güçlendirilebilir, diaspora ulusal hedeflere nasıl katkı sağlayabilir?

A) Anavatan, Diaspora İçin Ne Yapabilir?

A1) Diasporanın ekonomik varlığı nasıl güçlendirilebilir?

- Uluslararası/Ulusal/Bölgesel/Yerel düzeylerde önde gelen (anahtar) Türk diaspora üyelerinin liderliği ve anavatanın desteği ile girişimcilerin ve üst düzey yöneticilerin bir araya geldiği çeşitli iş ağlarının kurulması, var olan ağların genişletilmesi ve etkinlik alanlarının güçlendirilmesi; liderlerin, STK'ların ve şirketlerin inisiyatif alarak bu ağları desteklemeleri; internetin, sosyal medyanın, iletişim olanaklarının etkin kullanımı,
- Türkiye'deki Kalkınma Ajansları'nın diaspora ile etkileşim içerisinde bulunması; hem kendi bölgelerindeki fırsatlardan diasporayı haberdar etmesi, hem de kendi bölgelerinde diaspora üyesi gençlerine yaz okulları aracılığı ile yatırım yapmaları,
- Diaspora üyelerinin şirketlerinin daha kurumsal olmaları ve profesyonel yönetim tekniklerini kullanmaları için Türkiye'deki kamu kuruluşlarının ve STK'ların dahil olacağı mekanizmalar geliştirilmesi, eğitim programları düzenlenmesi; diaspora üyelerinin yurtdışında meslek edinmelerini kolaylaştırmak ve topluma ekonomik entegrasyonlarını sağlamak amacıyla teknik beceri ve eğitim programlarının düzenlenmesi,
- Mümkün olduğunca çok sayıda Türk profesyonelin Küresel şirketler ve uluslararası kuruluşlarda görev üstlenmesinin desteklenmesi ve bu (profesyonel diaspora) üyelerin diğer diaspora grupları ile etkileşim içerisinde olmasının sağlanması,
- Diasporadaki girişimcilerin ve şirketlerin anavatandaki başarılı girişimciler ile mentorluk projeleri ile doğrudan ya da dolaylı olarak bir araya gelmesinin sağlanması,
- Dış yatırım yapan Türk şirketlerinin, ihracatçı Türk şirketleri ile iş ortağı olmalarını sağlayacak mekanizmaların geliştirilmesi,
- İş arayan Diaspora üyelerinin anavatandaki iş bulma portallarında (kariyer.net, yenibiris.com, vb.) yer alması, şirketlerin uluslararası operasyonları için diaspora üyelerini işe almaya teşvik edilmesi,
- Türkiye'deki şirket teşviklerinden belirli koşul ve ölçülerde faydalanmalarının sağlanması ya da Diaspora girişimlerine yönelik teşvik mekanizmaları geliştirilmesi,

- Türk diasporasının Türkiye'ye yaptığı yatırımlarda ve para transferlerinde işlem maliyetlerinin azaltılmasının sağlanması, Türk bankalarının yurt dışındaki şube ve iştiraklarinin diaspora üyelerine 'işçi' olarak değil 'girişimci' olarak değerlendirip kredilendirmesinin sağlanması,
- Yurtdışında yerleşik bulunan Türk diaspora üyelerinin ('Geriye dönüş diasporası') sosyal güvenliğe ilişkin sıkıntılarının giderilmesi ve diasporanın yoğun olduğu ülkelerle sosyal güvenlik anlaşmalarının imzalanması,
- Varlık fonlarının (Welfare/Wealth Funds) kurulması.

A2) Diasporanın yaşadığı ülkeye ve topluma entegrasyonunu güçlendirmek ve sosyal sermayesini artırmak için neler yapılabilir?

- Entegrasyona ilişkin kaynakların 35 yaş altı "Gelecek Nesil Diasporası"nı hedef alması, genç diaspora üyelerinin Türkiye'deki saygın kuruluşlarda eğitim ve staj imkânının sağlanması,
- Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın diasporanın yoğun olduğu ülkelerin resmi makamları ve STK'ları ile yoğun ilişki içerisine girerek entegrasyona yönelik programlardan daha fazla sayıda Türk Diasporası üyesinin faydalanmasının sağlanması, yeni programların oluşturulması için motive edilmeleri, ortak projeler gerçekleştirilmesi,
- Türk diasporasının içinde bulunduğu topluma ve diaspora üyelerine hizmet verecek, yerel toplumla diaspora arasındaki bağları güçlendirmek amacıyla kültür-sanat etkinlikleri düzenleyecek Kültür Enstitülerinin kurulması; Yunus Emre Vakfı'nın Diasporaya yönelik programlar geliştirilmesi,
- Bulunduğu toplumun şartlarına, ülkede gerçekleşen olaylara kayıtsız kalmayacak; hem bulunduğu toplum üyelerine hem de Türk diasporasına etkinlikleriyle destek verecek sivil toplum örgütlerinin kurulması,
- Türk diaspora üyelerinin yaşadıkları ülkelerde haklarını savunacak hukuksal yardım platformlarının kurulması, bu konuda Konsolosluklar ve diğer yetkili Türk temsilcilerinin etki alanlarının genişletilmesi,
- Hem Türk diaspora üyelerine hem de Türkiye'deki yurttaşlara yardım ve destekte bulunacak; diaspora üyeleri, ev sahibi ülke vatandaşları ve Türkiye'deki yurttaşlar arasında yardım köprüleri kuracak Diaspora Yardım Fonları ve Türk Diaspora Vakıflarının kurulması,
- Türkiye'den eğitim amacıyla yurtdışına giden genç diaspora üye adaylarının topluma entegrasyonu ve eğitim olanaklarından faydalanabilmeleri için Türk Diaspora Vakıflarının ve/veya Türk temsilciliklerinin oryantasyon programları düzenlemeleri ve eğitim bursları sağlamaları.

B) Diaspora, Anavatan İçin Ne Yapabilir?

B1) Ekonomik varlığı ve sosyal sermayesi artan diaspora nasıl etkin bir şekilde örgütlenip lobi yapabilir?

- Türk diaspora üyelerini bulundukları ülkelerde ve/veya dünya genelinde tek çatı altına toplayabilecek, ortak amaç doğrultusunda diaspora gruplarını mobilize edebilecek, yaşadıkları bölgelerdeki Türklerin ev sahibi toplumla iletişimini tahsis edecek bir Türk Diaspora Örgütünün, Küresel Türk Diaspora Ağının kurulması,
- Yüksek düzeyli yurtdışı seyahatlerde diaspora temsilcilerinin de heyette yer almasının sağlanması ve muhataplar nezdinde kendilerine prestij kazandırılmasına azami gayret gösterilmesinin sağlanması; diasporanın ilgili devletten taleplerinin üst düzeyde karar vericilere iletilmesinin sağlanması,
- Mevcut dernek ve diğer kuruluşların birbirlerini rakip olarak değil, etkin partner ve başat paydaş olarak görmelerinin sağlanması, hiçbir konunun asla kişiselleşmemesi birlik ve beraberliği zedeleyici kişisel niteliği olan problemlerin gayrı-meşru görülmesi,
- Genç diaspora üyelerinin ulusal medyalarda görev üstlenmelerinin teşvik edilmesi,
- Diasporanın yalnızca kendileri ile ilgili konularda değil, içlerinde yaşadıkları toplum/ülkelerin sorunları ile de ilgilenmeleri, medyada bu tür konularda yer almaya çalışılması, özellikle doğal afet ertesi kampanyalarda hızlı ve etkin bir dayanışma sergilenmesi,
- Bulundukları ülkelerde Türk diasporasına ve Türkiye'ye karşı yürütülen propagandalara karşı gerçekleştirilen çalışmalarda 'fanatik' ve 'uzlaşmaz' bir tavır sergilenmemesi, propoganda yürütücülerin değil, karar vericilerin ve kamuoyunun hedef kitle olduğu unutulmamalı, suçlayıcı, aşağılayıcı ve küçük düşürücü olunmaması,
- Dünya genelindeki Türk diasporasının katılımıyla, Türkiye'yi, Türk yurttaşları ve Türk kültürünü dünyaya tanıtacak Türkiye Günleri'nin kutlanması, var olan kutlama ve etkinliklerin koordine edilmesi/birleştirilmesi ve zenginleştirilmesi,
- Genelde bir bütün olarak Türk Diasporasının, özelde ise diaspora üyelerinin ulusal medyalarda başarı öyküsü olarak yer almasının sağlanması,
- Bulunulan ülkedeki diğer diasporalar ile ilişki geliştirilmesi, mümkün olduğunca bu diasporalara destek verilmesi ve tecrübe/bilgi paylaşımına önem atfedilmesi,
- Bulunulan ülkedeki prestijli ve etkin düşünce kuruluşlarının (think-tank) ziyaret edilmesi, düzenli ilişki geliştirilmesi.

B2) Diasporanın anavatan ile etkileşimi nasıl güçlendirilebilir, diaspora ulusal hedeflere nasıl katkı sağlayabilir?

Diasporanın anavatanla olan ilişkilerinin güçlendirilmesine yönelik:

- Diaspora üyelerinin Türkiye'yle bağlarının güçlendirilmesi adına genişletilmiş vatandaşlık konseptinin geliştirilmesi, bu konuyla ilgili gerekli bürokratik ve diplomatik girişimlerin başlatılması,

- İkinci nesil diaspora üyelerine köklerini tanıma fırsatı sunacak anavatanı ziyaret programlarının düzenlenmesi ,
- Diaspora gençlerinin anavatana duydukları aidiyet hissinin güçlendirilmesine yönelik anavatanda staj ve eğitim programlarının düzenlenmesi, anavatanda diaspora öğrencilerine yönelik eğitim burslarının verilmesi,
- Kurulacak Diaspora Yardım Fonları ve Türk Diaspora Vakıflarının Türkiye'deki STK'larla olan ilişkilerinin güçlendirilmesi,
- Türk diaspora üyelerinin diaspora örgütlerinde ya da yardım fonlarında elde ettikleri başarılar göz önünde bulundurularak Türk Diaspora Ödülleri konseptinin geliştirilmesi, bu vesileyle yeni başarı öykülerinin teşvik edilmesi.

Diasporanın ulusal hedeflere katkıda bulunmasına yönelik:

- Türkiye'den yurtdışına yatırım yapmayı düşünen yatırımcılara, bölgede yerleşik bulunan ve yatırım ortamının bilgisine sahip Türk diaspora üyelerini bir araya getirecek, böylelikle dış yatırımların riskini ve maliyetini azaltacak Dış Yatırım Bilgi Ağlarının kurulması,
- Türkiye'deki yerel sektör ve şirketlerin kalkınmasına yönelik, lider diaspora üyelerinin kilit rol oynayacağı Girişim Sermayesi Ortaklıklarının kurulması ve yürütülmesi,
- Türk diasporasının Türkiye'ye yaptığı yatırımlarda işlem maliyetlerinin ve vergilerin azaltılması ve gerekli görülen durumlarda yatırım teşviği sunulması,
- Diaspora üyelerinin tasarruflarının Türkiye'de değerlendirilmesini sağlayacak özel şartlara haiz diaspora bonolarının ve tahvillerinin çıkarılması,
- Diaspora üyelerinin Türkiye'ye yaptığı para transferlerinin kolaylaştırılması ve maliyetlerin düşürülmesi amacıyla Türk bankalarının yurtdışında girişimlerinin teşvik edilmesi, para transferlerinin ekonomiye katkısını genişletecek mikro-finans kurumlarının kurulması,
- Türkiye'nin ihracatında çeşitlendirme ve kapasite geliştirmeye amacıyla, Türk Diasporası üyelerinin Türkiye markalı ürünleri kullanmaya teşvik edilmesi,
- Türkiye'nin yetişmiş eleman açığının bulunduğu sektörlerde teknik bilgi sahibi diaspora üyelerinin tersine beyin göçüne teşvik edilmesi ya da diaspora üyelerinin çalıştıkları ülkenin imkânlarını kullanarak uzman oldukları alanda Türkiye için belirli sürelerde çalışmalarının/danışmanlıklarının sağlanması,
- Turizm sektörüne katkı sağlama amacıyla diasporaya yönelik anavatana ziyaret programlarının düzenlenmesi. Diaspora üyelerinin Türkiye'de bulunduklarında herhangi bir sorunla karşılaştıklarında kendilerine destek olacak 444'lü çağrı merkezlerinin kurulması.

KAYNAKÇA

[i] Klesit, N., 'Kalkınma ve Değişim Aktörleri' ('Africa's Finances: The Contribution of Remittances' adlı yayından alıntılanmıştır)

[ii] Ionescu, D. (2006) Engaging Diasporas as Development Partners for Home and Destination Countries: Challenges for Policymakers (IOM Göç Araştırma Serisi, Rapor No. 26) (Uluslararası Göç Örgütü, 2006)

[iii] Rutherford, A., (Ekim 2009) Engaging the Scottish Diaspora: Rationale, Benefits & Challenges (İskoç Hükümeti Sosyal Araştırması, 2009)

[iv] Wan, Enoch Dr. (2010) Global People and Diaspora Missiology

[v] Fact-Sheet on Contribution of Migrants to Development: Trade, Investment and Development Linkages (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, Mayıs 2010)

[vi] Mashayekhi, M. Maximizing the Development Impact of Remittances (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, Cenevre, 14-15 Şubat 2011).

[vii] Ibid.

[viii] Bkz. www.nlborrels.com.

[ix] Bkz. www.moskvaimir.mos.ru.

[x] 'Örnek olarak Grenada ve Dominika'daki neredeyse tüm doktorlar yurtdışına göç etmektedir. St. Lucia, Cape Verde, Fiji, São Tomé and Principe, ve Liberya, en yüksek doktor göçlerinin yaşandığı ülkelerdir.' Migration and Remittances Factbook 2011

(Dünya Bankası, Kasım 2011).

[xi] İfade ilk kez Birleşik Krallık'ta 1960 yılındaki dış göç için kullanılmıştır. Çok sayıdaki mühendis ve bilim adamı yüksek maaş ve uygun şartlar nedeniyle ABD'ye göç etmiştir.

[xii] Farrant, M., MacDonald, A. ve Sriskandarajah, D. Migration and Development: Opportunities and Challenges for Policymakers (Uluslararası Göç Örgütü Araştırma Serisi No. 22, 2006).

[xiii] Easley, D. ve Kleinberg, J. Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Highly Connected World (Cambridge Press, 2010).

[xiv] Brown, M. (2002) 'Intellectual Diaspora Networks: their Viability as a Response to Highly Skilled Emigration'

[xv] 'Tribes Still Matter: How global leaders tap into diaspora networks' (The Economist, Ocak2011).

[xvi] Ibid.

[xvii] 'Göçmenler ekonomilerin daha hızlı kalkınmalarını sağlar.' Uluslararası Göç Örgütü Genel Direktörü, William Lacey Swing ile yapılan röportaj, 2011

[xviii] Bkz. www.moia.gov.in

[xix] Bkz. www.keanewzealand.com

[xx] Minto, I. (2009) Diasporas and Development: An Assesment of the Irish experience for the Caribbean, Uluslararası Yönetimler İnovasyon Merkezi Karayipler Raporları (1) 1–28.

[xxi] Poles living in the East can apply for Polish Charter (Başbakanlık İdari İşleri, Mart 2008).

[xxii] 'İlan No. 270/2002: Yurtdışında yerleşik Etiyoplıların köklerinin bağlı bulunduğu ülkeyle tanınma hakları' alıntılanmıştır. Manby, B. Citizenship Law in Africa: A comparative Study.

(Afrika'daki Yönetimlerin Denetimi ve Avukatlık Projesi, Açık Toplum Projesi, Ekim 2010).

[xxiii] Manby, B. Citizenship Law in Africa: A comparative Study.

(Afrika'daki Yönetimlerin Denetimi ve Avukatlık Projesi, Açık Toplum Projesi, Ekim 2010).

[xxiv] Kelly, M. (2008) Ireland as an International Centre of Education (Kasım 2008).

[xxv] Federici, D. and Giannetti, M. Temporary Migration and Foreign Direct Investment (Cassino Üniversitesi İktisat Bölümü, Ön rapor, Ocak 2008)

[xxvi] Ionescu, D. (2006) Engaging Diasporas as Development Partners for Home and Destination Countries: Challenges for Policymakers (IOM Migration Research Series Paper No. 26) (Uluslararası Göç Örgütü, 2006).

[xxvii] Orozco, M. Remittances to Latin America and the Caribbean: Issues and perspectives on deveopment (Rapor, Amerika Ülkeleri Örgütü tarafından görüşülmüştür, Eylül 2004)

[xxviii] Leipziger, D. (Eylül 2008) Brain Drain and the Global Mobility of High Skilled Talent (PREMnote, Dünya Bankası)

[xxix] Contribution of migrants to development: trade, investment and development linkages. UNCTAD Sekreterliği tarafından 'Göçmenlerin gelişmeye olan katkıları: ticaret, yatırım ve kalkınma bağlantıları hususundaki geçici uzman toplantısı' için hazırlanmıştır. Cenevre, 29 Haziran 2009

[xxx] Rutherford, A., (Ekim 2009) Engaging the Scottish Diaspora: Rationale, Benefits & Challenges (İskoç Hükümeti Sosyal Araştırması, 2009)

[xxxi] Kuznetsov, Y (2006) Diaspora Networks and the International Migration of Skills: How Countries Can Draw on Their Talent Abroad (Uluslararası Kalkınma ve Yeniden Yapılan Bankası: Dünya Bankası Yayınları 2006).

[xxxii] Kuznetsov'un 'Mobilizing intellectual capital of diasporas: from first movers to a virtuous cycle' adlı makalesinden alınmıştır.

[xxxiii] Freinkman, L. (2000) 'Role of the Diasporas in Transition Economies: Lessons from Armenia' Münih Kişisel RePEc Arşivi Rapor No. 10013.

[xxxiv] Ibid.

[xxxv] Cranston, S. (2010) 'Challenger Brand Strategy Could Be Best Way to Market Indonesia to World Abroad'.

[xxxvi] Bkz. www.ambassadornet.dk ve www.copcap.com.

[xxxvii] Carling, J. (2005) Migrant remittances and development cooperation

[xxxviii] Bkz. Hass de, Hein 'International Migration, Remittances and Development: myths and facts'

(Aralık 2005).

[xxxix] Comstock, M, Iannone, M ve Bhatia, R. (Mart 2009) Maximizing the value of Remittances forEconomic Development.

[xl] Dünya Bankası , 'Migration and Remittances Factbook 2001'

[xli] Riddle, L., Brinkerhoff, J.M. ve Nielsen, T.M. (2008) 'Partnering to beckon them home: public-sector innovation for diaspora foreign investment promotion'

[xlii] Sauvant, K. FDI Protectionism Is on the Rise (The World Bank, Eylül 2009).

[xliii] Nielsen, T ve Riddle, L. (2006–2007) 'Bridging Cultural Distance: A Multi-level Model of Diaspora Homeland Investment'.

[xliv] Chinese outward foreign direct investment: A new Challenge for Institutional Theory.

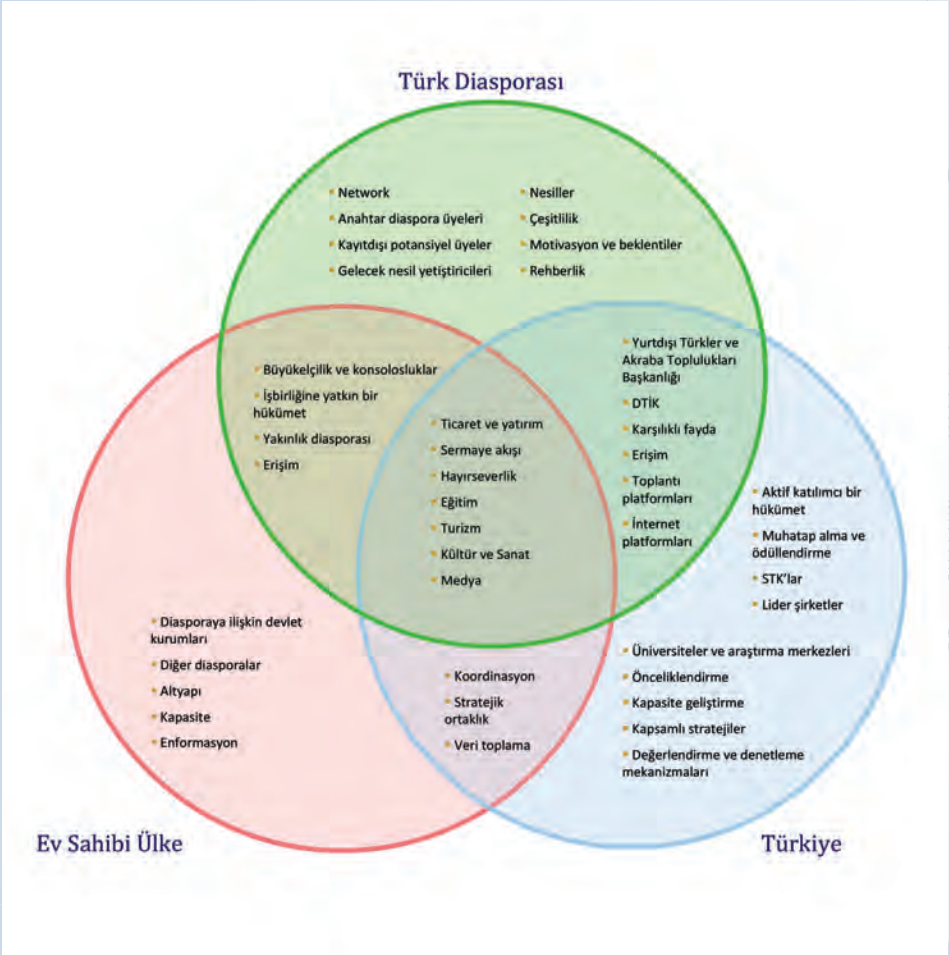
[xlv] Dutta, S. Dr. (28 Ekim 2010) NRI Investment in India: A new beginning.

[xlvi] Saxenian, A.L., The New Argonauts (Harvard University Press, 2006).

[xlvii] Riddle, L., Brinkerhoff, J.M. ve Nielsen, T.M. (2008) 'Partnering to beckon them home: public-sector innovation for diaspora foreign investment promotion'

[xlviii] 'Venture Impact: The Economic Importance of Venture Capital-Backed Companies to the U.S. Economy' (National Venture Capital Association, 2009).

[xlix] Kenney, M, Kyonghee H., ve Tanaka, S. (2002) 'The globalization of venture capital: the cases of Taiwan and Japan'


Türk Diasporası
Network
Anahtar diaspora üyeleri
Kayıtdışı potansiyel üyeler
Gelecek nesil yetiştiricileri
Nesiller
Çeşitlilik
Motivasyon ve beklentiler
Rehberlik
Büyükelçilik ve konsolosluklar
İşbirliğine yatkın bir hükümet
Yakınlık diasporası
Erişim
Ticaret ve yatırım
Sermaye akışı
Hayırseverlik
Eğitim
Turizm
Kültür ve Sanat
Medya
Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı
DTİK
Karşılıklı fayda
Erişim
Toplantı platformları
İnternet platformları
Aktif katılımcı bir hükümet
Muhatap alma ve ödüllendirme
STK'lar
Lider şirketler
Diasporaya ilişkin devlet kurumları
Diğer diasporalar
Altyapı
Kapasite
Enformasyon
Koordinasyon
Stratejik ortaklık
Veri toplama
Üniversiteler ve araştırma merkezleri
Önceliklendirme
Kapasite geliştirme
Kapsamlı stratejiler
Değerlendirme ve denetleme mekanizmaları
Ev Sahibi Ülke
Türkiye

Desteklerinden ötürü Sayın Kingles Aikins'e teşekkürlerimizi sunarız.

Dünyada Diaspora Stratejileri: Türk Diasporası İçin Öneriler
DEİK Yayınları: 776-2011/14-d3
Dış Ekonomik İlişkilerde Güncel Konular Serisi
Current Issues in Foreign Economic Relations Series

Yasal Uyarı

Bu çalışmadan yapılacak alıntılarda (iktibaslarda) 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanununun 35'inci maddesinde öngörülen şartlara uyulmalıdır.

© Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu 2011

Samet İNANIR, Strateji Geliştirme Müşaviri , Telefon: (+90-212) 339 50 40, sinanir@deik.org.tr
Deniz GÜNGEN, Koordinatör V. Telefon: (+90-212) 339 50 43, dgungen@deik.org.tr
Cavit Baran, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, cavitbaran@gmail.com

Bu raporda yer alan bilgiler Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) tarafından güvenilir olduguna inanılan kaynaklardan elde edilmiştir.

Bununla beraber, bu çalışmada kullanılan kaynaklardaki hata ve eksikliklerden ve bu yayındaki bilgilerin kullanılması sonucunda DEİK üyelerinin uğrayabilecekleri doğrudan ve/veya dolaylı zararlardan, kâr yoksunluğundan, manevi zararlardan ve üçüncü kişilerin uğrayabileceği zararlardan dolayı DEİK hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz.

Bu rapor DEİK üyelerini, kamuoyunu ve karar vericileri bilgilendirmek amacı ile hazırlanmış olup herhangi bir ekonomik aktivite için tavsiye olarak yorumlanmamalıdır.

DEİK Hakkında

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) 5174 sayılı kanunun 58. maddesi kapsamında Türk özel sektörünün küresel ekonomiye yüksek katma değerli entegrasyonuna ilişkin faaliyetlerini sürdüren bir iş dünyası kuruluşudur. DEİK ile ilgili daha detaylı bilgiye ulaşmak için DEİK internet sitesini ziyaret edebilirsiniz.

DÜNYADA DİASPORA STRATEJİLERİ

TÜRK DİASPORASI İÇİN ÖNERİLER

Diaspora kavramı, Türkiye'de, geleneksel olarak başka ülke diasporalarının ülkemiz aleyhine faaliyetleri nedeni ile olumsuz bir vurgu ile kullanılagelmiş ve adeta risk/tehdit kavramları ile özdeşleşmişti. İlk defa 2009 yılında İstanbul'da düzenlenen Dünya Türk Girişimciler Kurultayı sırasında diaspora kavramı olumlu bir vurgu ile hem bir durum tespiti hem de bir iddia olarak dile getirilmiştir.

Dünyadaki başarılı iyi uygulama örneklerinin irdelenmesini temel alan çalışmamızda Türk diasporasına özgü koşullara çeşitli açılardan yakınsayan (1990 sonrası etki alanını artırması, ticaret odaklı olması, tamamlanmamış-süren bir olgu olması, devlet-iş dünyası işbirliği esas alması nedenleri ile) başta Hint olmak üzere İrlanda, Meksika diasporaları özellikle irdelenmiştir. Önümüzdeki dönemde gerçekleştirilebilecek muhtemel çalışmalara yön göstermesi açısından Türkiye'de muazzam bir bilgi boşluğu bulunan diaspora çalışmalarına mütevazı bir katkı sunmasını ve mevcut tartışmalara zemin teşkil etmesini temenni ettiğimiz çalışmamızın çok daha kapsamlı çalışmalara vesile olmasını umuyoruz.

DEİK
DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU
FOREIGN ECONOMIC RELATIONS BOARD

DTİK
DÜNYA TÜRK İŞ KONSEYİ
WORLD TURKISH BUSINESS COUNCIL

DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU (DEİK) • DÜNYA TÜRK İŞ KONSEYİ (DTİK)
River Plaza, Büyükdere Cad. Bahar Sok. No: 13/9-10 34394 Levent İstanbul Türkiye
Tel : (90) (212) 339 50 00 (pbx) • Faks : (90) (212) 339 50 60 • E-Posta : dtik@deik.org.tr • info@dtik.org.tr