

Ticaretin Püf Noktaları: Yabancı Tüccar ve Osmanlı Piyasası

1870-1920

Ticaretin Pratiđi

- XIX. yy'da Osmanlı dış ticareti hakkında genel bilgilere sahibiz: Ticaret anlaşmaları, ticaret ortaklarının ticaretteki % payları, Osmanlı ticaretinin büyüme hızı, Osmanlı ihracatının ve ithalatının mal gruplarına göre bileşimi gibi.
- Ancak ticaretin pratikteki işleyişi hakkında bilinenler daha az.
- Sunuř ticaretin pratiğine ilişkin bazı hususları anlatmakta.

Kaynak

- Parliamentary Papers, Accounts and Papers (1856-1913), *Commercial Reports from Consular Offices in Turkey* (annual reports, Great Britain),

Yabancı Tüccarın Dikkat Etmesi Gerekenler!

1) Ucuzluk: “Evrensel” Kural

- “Buradaki müşteriler için ucuzluk büyük önemdedir. Oysa ekonomi, biraz ek maliyetle daha fazla dayanıklılığı sağlamaktır” (A&P Bursa 1855: 186).
- “Sivas’ta sadece ucuz mallar için bir piyasa vardır, kalite ikinci önemdedir. Soba, mobilya, lamba ve gerçekte her şey, zenginlerin evlerinde bile, oldukça düşük kalitededir. Fakat düşük fiyattaki bu düşük kaliteli kalemler yüksek fiyattaki daha iyi kalemlere tercih edilmektedir” (A&P Trabzon ve Sivas Vilayetleri 1899: 14).

1) Ucuzluk

- “Pazarlarda İngiliz mallarının oranı azdır. Daha çok ucuz Alman, Avusturya-Macaristan ve İtalyan malları vardır... akılda tutulmalıdır ki, [bu] ülkede para yoktur ve insanlar ancak en ucuz şeyi alabilirler; hatta daha iyi bir kaliteyi almanın daha ekonomik olacağını bilseler dahi böyledir” (A&P Edirne 1905 raporu: 4).
- “Burası fakir bir piyasadır. İnsanlar satın alabilecekleri en ucuz şeyi isterler. Onlara pahalı şeyler satmaya çalışmak ve uzun süre dayanacaklarını söylemek yararsızdır. Pahalı şeyleri satın alacak paraları yoktur ve onların uzun süre dayanmasını da istemezler” (A&P İstanbul 1907 raporu: 9)

Ucuzluğun Getirdikleri-I

Taklit imalat/sahtecilik

- Marka mamüllerin ucuza imal edilip satılmasıyla kazanç sağlama yolu: “taklit imalat/sahtecilik”.
- Taklit edilen ve piyasada dikkat çeken mamüller arasında iplik, pamuklu dokumalar, madeni eşyalar, şarap, bira, ilaç, mürekkep ve kibrit sayılmaktadır. (A&P İstanbul 1873 raporu: 1556; İstanbul 1874-75 raporu: 834).

Taklit imalat/sahtecilik

- “Madeni eşya ticaretinde bir taç damgasını taşıyan bir ürün, bilgisiz yerli nüfusca, İngiliz mamülatı olarak düşünülmektedir. Sonuçta bu damga Galata’da düşük kaliteli malların bütün türleri üzerine basılmış durumdadır. Ancak Alman ve Belçika [ürünlerinde] daha da ileri gidilmiştir ve L.Nomill and Sons, Schemfeld [markaları] bolcana bulunur. Hennessy and Martell konyaklarında, İngiliz biralarında, Jamaica romunda, salamuralarda ve diğer ürünlerde ya sahte etiketlerle ya da orjinal etiketi taşıyan şişelerin satın alınması ve içine bozuk/karışık bir bileşim koymak suretiyle büyük hacimlerde ticaret yapılmaktadır...(A&P İstanbul 1873)

Taklit imalat/sahtecilik

- “Fransız şarapları İstanbul’da yaygın şekilde ve tat olarak katlanılabilir düzeyde taklit edilmektedir. Esasını yerli şarabın oluşturduğu zararlı bir karışım, görünürde Fransa’dan bir firmaya ait olan tıplar ve etiketlerle donatılmakta, fakat gerçekte Galata’da her derecede imal edilen şişelerde “medoc” ya da “château Margaux” ya geçmek için kullanılmaktadır.” (A&P İstanbul 1873)

Taklit imalat/sahtecilik

- “Bryant and May’s Pearl Matches [marka kibritler] Türkiye’de belirli derece bir rağbet elde etmişti, sonuçta, fazla gecikmeden damgalı etiketlerle birlikte taklitleri üretildi. Etiketler gayet gerçek görünmektedir ancak daha yakın bir bakış üreticinin isminin Brynt and Mayo olarak değiştirildiğini gösterecektir.
- Stephen’s Mavi-Siyah Mürrekkep de taklit edilmektedir ve gerçek ya da sahte etiketli seramik şişelerde satılmaktadır. Bazen gerçek etiketin Stephens yerine büyük harflerle Steelpens yazan zekice taklitleriyle karşılaşılmaktadır.” (A&P İstanbul 1874-75)

Taklit imalat/sahtecilik

- “Messrs. Henry of Manchester tarafından hazırlanan Calcined Magnesia (ya da Magnezyum Oksit) taklitleri de satılmaktadır. Bileşim, üzerinde Messrs. Henry adının kabartma olarak yer aldığı şişelerdedir ve şişe İngiliz hükümetinin damgasını taşıyan ve “İngiliz dominyonlarında Hükümet mührünün taklidinin yüksek cezayı gerektirdiği” şeklinde yazım yanlışları olan matbu bir ibareyi taşımaktadır.” (İstanbul 1874-75)

Taklit imalat/sahtecilik

- “Sahtecilik İngiliz imalatçılarını etkilemekte ve tüm İngiliz malı üreticilerine olan güveni yok etmektedir. Bu güveni daha fazla sarsan bir şey Manchester mamüllerinin [pamuklu dokumalar] uzunluk ve genişlik olarak daha düşük taklitlerinin olmasıdır. Uzunluktaki açıklığı gidermek için, parçalar doğru boyutlardakiler gibi katlanmaktadır. Ve örgüdeki artan inceliği/gevşekliği kamufle etmek için sahip olmadıkları ağırlık kola/nişasta ve beyaz kil ile kaplanıp katılaştırmak suretiyle sağlanmaktadır. Böylece, yerli müşteri satın aldığı ürünün gevşekliğini [orjinal olmadığını] ancak onu ilk yıkadığı zaman anlamaktadır.” (İstanbul 1874-75)

Ucuzluğun getirdikleri-II:

İthal ikameci üretim

- Görece pahalı olan ama yurtiçinde bir piyasası olabilecek bazı ürünlerin (iç piyasanın ihtiyaçlarına uyarlanarak) üretilmesi: ithal ikameci üretim.
- Basit bazı tarımsal aletlerde (A&P İzmir 1907; Faik, 1934: 236), 1880 sonrasında özellikle İstanbul ve İzmir’de ayakkabı, gömlek, elbise, kravat, şapka, şemsiye gibi tüketim mallarında (Keyder, 1994: 126-8) ve bazı makineler ve yedek parçalarda (Kurmuş, 1974: 155-7; Müller-Wiener, 1998: 122) ithal ikameci üretim görüldü.

İthal ikameci üretim

- Tarımsal aletler:
- Bursa'da köylüler özellikle yabancı sabanların taklidini imal ediyordu ve bunlar “mükemmel olmasa da iş görür” nitelikteydi. (A&P Bursa 1861)
- İzmir ve civarında “ucuzluk ve hafiflik olarak tam da yerli çiftçilerin istediği türde” bir demir saban üretiliyordu. (A&P İzmir 1907)

2) Aracısız Ticaret

- Sadece ürün maliyetleri ile rekabet edilemeyecek durumlarda ucuzluğu sağlamanın başka yolları devreye giriyordu.
- Bunlardan biri ticareti *aracısız* olarak gerçekleştirmektir.
- Genellikle yerli gayrimüslimler olan aracılardan/ticari temsilcilerin rolü Osmanlı piyasasında yabancı tüccar için yol göstericilikti. Ancak zamanla bu aracılardan bir kısmı kendi ticaret evlerini açtı ve Avrupa mamüllerini Osmanlı ülkesine kendileri ithal etmeye ya da Osmanlı ülkesinden doğrudan ihracata başladı. En azından İngiltere örneğinde takip edilebildiği ölçüde, Osmanlı ülkesi ile olan ticaret büyük ölçüde bu aracılardan eline geçti.

2) Aracısız Ticaret

- “İngiliz ticareti için en yararlı olan şey halihazırda Türkiye’de olan İngiliz tebaasından yararlanmaktır. İngiliz tebaasının istihdamı Osmanlı tebaasının istihdamından olan şikayeti azaltacaktır.” (A&P İstanbul 1893-97)

2) Aracısız Ticaret

- “Burada 15 sterlin değerinde belirli tarımsal makineler 22 sterline satılmaktadır. Yaklaşık % 50 kâr söz konusudur. Bunun aslan payını İstanbul’daki aracı ve buradaki yerel temsilci almaktadır... Eğer aynı ticarethane Adana’da makine sezonunda kendi temsilcisini bulundursa, makineyi doğrudan fabrikadan alarak 22 sterlin yerine sabit bir fiyattan mesela 16 sterlinden satsa, satışlarda ne kadar artış olacağını düşünün. Bu durum burada satılan bütün mallar için geçerlidir.” (A&P Adana 1901)

3-Taksitli Satış

- Dikiş makineleri (Singer) (Konya, Edirne 1906)
- Tarımsal makineler (Edirne 1906, 1908)

4) Kredili Satış İmkânı Sunmak

- Piyasadaki yerli tüccar sipariş ettiği mal bedelini ödemekte uzun vadeyi tercih ediyordu. İngiliz ticarethaneleri bu konuda isteksiz iken, Osmanlı tebaası tüccara uzun vadeler ile kredi sağlayan Almanya, Avusturya-Macaristan gibi ülkelerin tacirleri piyasayı ele geçirmekteydi.

4) Kredili Satış İmkânı Sunmak

- “Avusturya ve Almanya savaşı öncesi onyılda uzun kredi koşulları sunarak ticaretten büyük bir pay aşmışlardı. Kredi koşulları değişik ticaret dallarında farklıdır fakat genel olarak İngiliz firmaları siparişte nakit ödeme yapılmasında ısrarlıdır veya bankerlerce onaylanan krediler açarlar veya net miktar ya da %2,5 iskonto ile teslimat esnasında nakit ödeme isterler. İstisnalar hariç İngiliz firmaları net 30, 60 ya da 90 günlük kredi önerirken, Alman ve Avusturyalılar 3-6 hatta 9 aya kadar kredi açarlar. Kredi söz konusu olduğunda firmalar tamamıyla, paranın durumuna ve her bireysel müşterinin malî durumuna/kaynaklarına aşina olan yerel temsilcileri tarafından yönlendirilmelidir. Türk alıcı tarafından talep edilen genel kredi, gönderinin fatura tarihinden itibaren 4 aydır” (A&P 1920 Vol.43: 77-78).

4) Kredili Satış İmkânı Sunmak

- “[İngilizler için] yabancı firmalarınkine benzer ödeme koşulları önermek önemlidir. Edirne’de siparişleri için nakit ödemede bulunacak tüccar sayısı son derece sınırlıdır. Genel ödeme koşulu, fatura tarihinden itibaren 4 veya 6 aydır. Ve belirtmek gerekir ki, ancak bu ödeme şekli ile iş yapabilmek mümkündür” (A&P Edirne 1908 raporu: 5).
- “Özellikle ödeme koşullarına uyum, ticareti artıracaktır. Kural olarak yerel tüccar, gönderilen ürünler için nakit ödeme yapmamaktadır; yerel bankalarla sık sık avans/kredi anlaşmaları yapabilmelerine rağmen iş ilişkisinde oldukları ticarethanelerinden kredi almayı tercih etmektedirler” (A&P Edirne 1910 raporu: 10).
- İzmir, Adana, Trabzon gibi merkezlerde de durum benzer.

5) Uygun Bir Temsilci İle Çalışmak

- Piyasa koşullarını bilen bir yerel temsilci vazgeçilmez nitelikteydi. Yabancı tüccara piyasada iş yapma yöntemleri, yerel piyasadaki talepler, beğeniler, burada hangi ticarethanelerle çalışılabileceği gibi konularda yol gösterecekti.
- (Esasında ticareti herhangi bir temsilci/aracı olmadan yapabilmenin başta İngiliz imalatçıları ve tüccarı olmak üzere yabancı tüccarın lehine olacağı belirtiliyordu (Aracısız Ticaret). Ancak Osmanlı piyasasına çoğu bakımdan (dil, din, kültür, iş alışkanlıkları...) yabancı olan çeşitli batılı ülke tüccarı için en uygun seçenek piyasayı tanıyan yerli bir ticari temsilci/acenta ile çalışmaktı.)

5) Uygun Bir Temsilci İle Çalışmak

- “İngilizler için uygun temsilciler bulmakta güçlük vardır çünkü bu temsilcilerin Rumcayı veya Türkçeyi ve genel iş koşullarını bilmesi gereklidir. Artan nüfusla birlikte genişleyen ticaretin önemli bir kısmı kıta [Avrupası] firmalarıyla çalışmayı daha uygun bulan Osmanlı, Yunan, İtalyan, Fransız ve Avusturya uyruklarının eline düşmüştür. Eğer İngiliz firmaları birleşirse [birlikte bir ticari temsilci tutarlarsa] bu güçlüklerin üstesinden gelinebilir. Özellikle Alman imalatçılar, yerel dilleri ve yerli alışkanlıkları adamakıllı bilen ve böylece piyasaya hitap eden en önemsiz ayrıntıları bile yakalayan temsilciler istihdam etmektedir.” (A&P İzmir 1889 raporu: 15).

5) Uygun Bir Temsilci İle Çalışmak

- “İyi bir yerel temsilci seçilmesi önemlidir. Bu temsilci firmasını yerel gereksinimler hakkında sürekli bilgilendirecektir. Piyasadan tam fayda bu gereksinimlerin dikkate alınması ile sağlanacaktır” (A&P Edirne 1909)
- “Yetenekli bir temsilci bulmak, başarının altındaki en önemli unsurdur. [Yabancı] imalatçıların Türkiye’deki tüccarla doğrudan teması hatadır [çünkü]: 1) Tüccar güvenilirmez olabilir ve [ödeyeceği meblağda] bir indirim sağlama umuduyla gönderiyi teslim almama tehdidinde bulunabilir. 2) Bir tüccar bu ülkedeki işini geliştirmeyi sadece ve sadece güvenilir ve enerjik bir temsilci ile, müşterilerle yakın temas halinde olacak ve piyasada artacak talepler hakkında ve piyasanın genel durumu hakkında bilgi verecek bir temsilci ile umabilir” (A&P 1920, Vol.43: 78).

6) Seyyar Ticaret Acentaları

- Yerel bir temsilci ile çalışılmıyorsa ya da sadece temsilcilerle yetinilmiyorsa, yabancı firmaların başvurduğu bir yol ilgili piyasaya bir seyyar ticaret acentası/satış elemanı (commercial traveller) göndermekti.
- Böylece o yerel piyasada hangi ürünlerin rağbette olduğu (aracıların yönlendirmesi/eksik bilgilendirmesi bertaraf edilerek) doğrudan öğrenilebiliyor, hatta bu acentalar aracılığıyla iç bölgelere kadar ulaşılarak yerel ticarethanelerden doğrudan siparişler alınıyordu. Seyyar acentalar özellikle büyük merkezler ve hinterlandları için önemli sayılara ulaşabiliyordu.

6) Seyyar Ticaret Acentaları

- “Tecrübeli seyyar satış elemanları ticaret için yararlıdır. İzmir’i yılda ortalama 700 seyyar acenta ziyaret etmektedir. Bunların 70’i İngilizdir. Alman, Fransız, Avusturyalı ve İtalyan seyyar acentaların sayısı her biri 100’ün üzerindedir” (A&P İzmir 1897-99 raporu: 12-13).

6) Seyyar Ticaret Acentaları

- Gelibolu bölgesinde Alman seyyar acentalarının çabaları ile Alman ve Avusturya malları ithalatı artmıştı (A&P Gelibolu 1893 raporu: 20). Alman firmaları bu konuda Adana bölgesinde de başarılıydı (A&P Adana 1900 raporu: 11).
- Edirne bölgesinde İngiliz firmalarının yerel temsilcileri olmadığı gibi diğer ülkelerin sık sık gönderdiği seyyar satış elemanlarına da başvurulmuyordu. Ancak 1909'da gelen bir İngiliz seyyar acenta cesaret verici bir örnek olmuştu. Çünkü “sadece Edirne’yi değil civardaki küçük kasabaları da gezmiş”, “daha önce buralarda bilinmeyen bir dizi ürün örneği getirmiş ve belli başlı kasabalardan sipariş almayı başarmış”tı (A&P Edirne 1909 raporu: 6).

7) “Her şey dahil” fiyat söylemek

- Osmanlı piyasasındaki tüccar sipariş ettiği ürün için teslimat sırasında ne kadar ödeyeceğini kesin olarak bilmek istiyordu.
- Dönemin ticaret şeklinde İngiliz firmalarının malın kendilerinden çıkış fiyatını söylediği, buna nakliye ve sigorta masrafları eklendiğinde teslimat anında önceden kararlaştırılandan yüksek fiyatlar çıkmasının Osmanlı piyasasındaki alıcıların hoşuna gitmediği ve bu nedenle İngiliz ticarethanelerini/firmalarını tercih etmedikleri anlaşılmaktadır. Dolayısıyla Osmanlı piyasasında alıcıya teslim edilecek ürün için “herşey dahil” fiyat belirten satıcılar avantajlı olmaktaydı.

7) “Her şey dahil” fiyat söylemek

- İzmir’de kıta Avrupası firmalarının ticari başarılarının arkasındaki sebeplerden biri “herşey dahil (c.i.f. diye bilinen) fiyatlar koymaları” idi (A&P İzmir 1911-12 raporu: 12)
- Edirne’de de durum benzerdi: “Fiyat sunulduğunda bu, Londra veya Liverpool f.o.b. değil Dedeagaç c.i.f. olmalı”ydı (A&P Edirne 1909 raporu: 6).

7) “Her şey dahil” fiyat söylemek

- c.i.f.: cost, insurance, freight – mal bedeli, sigorta (deniz nakliye sigortası), navlun. Uygulama bu şekilde ise alıcı malı gemiden teslim aldığı anda herhangi bir ödeme yapmamaktadır.
- f.o.b.: free on board – gemide masrafsız. Uygulama bu şekilde ise satıcı malı gemiye yüklediğinde yükümlülüğü bitmekte, sigorta ve nakliye bedelini malı gemiden teslim aldığı anda alıcı ödemektedir. Dolayısıyla uygulamanın mahiyetini bilmeyen bir alıcı için malı teslim aldığı anda yapması gereken fazladan ödemeler ortaya çıkması hoşnutsuzluk yaratabilmektedir.

7) “Her şey dahil” fiyat söylemek

- “[Türkiye’de] c.i.f. fiyatları f.o.b. fiyatlarından üstündür. Türkiye gibi ülkelerde, yerel satıcılar arasında rekabet keskin ve normal zamanlarda kâr marjı düşük olduğundan yerel müşteri dükkanına gelecek malların ne kadar mal olacağını bilmek konusunda çok isteklidir. Kendisine navlun ve sigorta oranlarıyla problem çıkartmakta isteksizdir. Uzun zamandır Doğu ülkeleriyle iş yapanlar hariç, İngiliz tacirler İngiliz limanında f.o.b. fiyatı söylemektedir. Alman ve Avusturyalı imalatçılar ise kendilerini istenen yerel koşullara hemen uydurmuştur ve Türk limanındaki c.i.f. fiyatını söylerler. Bu, biraz da Alman demiryolu ve buharlı gemi hatlarının getirdiği kolaylıkla olmaktadır” (A&P 1920 Vol.43: 76).

8) İşlemlerde Fransızca Kullanmak

- Osmanlı piyasasında ticaret için *lingua franca* Fransızcaydı. Yurtdışı ile olan ticari işlemlerde, yazışmalarda Fransızca tercih ediliyordu çünkü gayrimüslim tebaa daha fazla olmak üzere Osmanlı tüccarı Fransızcaya daha aşina idi. Ayrıca Türkçe ve Rumca bilmek de ticarete fayda sağlıyordu. İngilizce Türkiye’de pek bilinmediği için ticari işlemlerde ve piyasada hiçbir şekilde avantajlı değildi.

8) İşlemlerde Fransızca Kullanmak

- Trabzon, Samsun ve İnebolu’da “herhangi bir İngiliz ticarethanesi, dükkânı ve arkasında İngilizcenin konuşulduğu bir gişe olmadığı gibi tüm bölgede Hintli ya da Maltalı dahi olsun, İngilizceyi anlayan bir kişi ya da İngiliz tebaası yok”tu. (A&P Trabzon 1872 raporu: 746).
- İzmir’de “ticaretle doğrudan ya da dolaylı olarak uğraşan herkesin konuştuğu dil Rumca” olup “Fransızca da her okulda öğretildiği için iş çevrelerinde yaygınca konuşulmakta” idi. (A&P İzmir 1897-99 raporu: 13).
- Edirne’de iş amaçları için en yararlı diller Fransızca ve Türkçe idi. Ayrıca Rumca ve İspanyolca da pazarlarda konuşuluyor ancak “çok az kişi İngilizce bir kelime biliyor”du (A&P Edirne 1905 raporu: 5).

8) İşlemlerde Fransızca Kullanmak

- İzmit'te “birkaç istisna hariç tacirler yabancı ülkelerle İstanbul'daki büyük ticarethaneler vasıtasıyla temas kurmakta”ydı ve İngiliz ticaret evleri ile doğrudan temas kurmaya çalışan tacirler ise bu firmaların Fransızcayı ihmali yüzünden “güçlük yaşamıştı” (A&P 1920 Vol.43: 56). Adana civarında da İngiltere'den gönderilecek ticari gezginlerin “en azından Fransızca bilmesi” isteniyordu (A&P Adana 1900 raporu: 11).

8) İşlemlerde Fransızca Kullanmak

- Ticari hayatta Fransızca baskın olduğundan ülkeye gönderilecek fiyat ve ürün listelerinin, katalogların ve reklamların da Fransızca olması veya hazırlanması gerektiği vurgulanıyordu.
- “Katalog gönderildiğinde Fransızca olmalıdır, ağırlıklar ve ölçüler kilo ve metre ve fiyatlar frank ile olmalıdır” (A&P Edirne 1909 raporu: 6). “Konsolosluğa... [gelen kataloglar] İngilizce ve İngiliz ölçü ve ağırlıkları ve pound-şilin fiyatları ileler. Bu kataloglar yerel tüccarın ilgisini çok az çeker ya da hiç çekmez. Çünkü bu dili ve ölçülerini tanımazlar. Konsolosluk, istenirse tercümeye hazırdır. Firma yöneticileri Fransızca katalog bastırmanın maliyetlerini düşünebilir ancak bu bölge söz konusu oldukça İngilizce katalog dağıtımını boşa para harcamak demektir” (A&P Edirne 1910: 8).

8) İşlemlerde Fransızca Kullanmak

- İzmir gibi kozmopolit bir limanda dahi İngilizce kataloglar ve fiyat listeleri işe yaramıyordu (A&P İzmir 1902-03: 5)
- Adana’da gönderilecek katalogların ve fiyat listelerinin Fransızca, Rumca ya da Türkçe olması isteniyordu (A&P Adana 1903: 15). Trabzon’da da İngilizce pek bilinmediğinden ticarete en kullanışlı dil Fransızca idi (A&P Trabzon 1912 raporu: 4). I. Dünya Savaşı sonrasında da ülkede ticaret yapmak isteyen İngiliz tüccara “yerel temsilci örnek ürünlerle ve reklam malzemesiyle bolca donatılmalıdır. Bu malzeme mümkünse Türkçe ve Rumca fakat *kesinlikle Fransızca* ve fiyatları Türk parasıyla olarak basılmalıdır” (A&P 1920, Vol. 43: 80) tavsiyesi yapılıyordu.

9) Gümrüklerdeki Problemler

- Yabancı tüccar Osmanlı gümrüklerinde ticari marka işaretleri ya da “alâmet-i fârika”lar konusunda çeşitli güçlüklerle karşılaşabildiğinden Türkiye’ye mal getirme niyetindeki imalatçılara siyasi, dinî ya da ahlakî temelde itiraz edilebilecek semboller seçmemeleri tavsiye ediliyordu.

9) Gümrüklerdeki Problemler

- “Türkiye’ye mal getirmeye niyetli imalatçılar, siyasi önemi olabilecek ya da ahlaki temelde itiraz edilebilecek alâmet-i fârikalar seçmekten kaçınmalıdır. Geçen yıl, gümrükte bir miktar pamukluya el konmuştur, çünkü her parça üzerinde basılı olan Türk bayrağı dalgalanan bir kule etrafında uçan bir güvercin şeklindeki alâmet-i fârikayı, hassas bir Osmanlı görevlisi Halifeliğin kalesine saldıran bir kartal olarak nitelemişti. Bizler için reklam amacıyla getirilen çok sayıda gösteri kartı ise engellenmiştir çünkü haremden bir Türk kadını resmini içeriyorlardı” (A&P İstanbul 1889-91 raporu: 11).

9) Gümrüklerdeki Problemler

- “Ticari reklamlardaki sözler ve resimler dikkatli seçilmelidir. Dinî ya da vatansever hassasiyetler yüzünden sansüre uğrayabilir. Aynı sebeple ticari markaların seçimi ve dizaynında da dikkatli olunmalıdır. En yeni olay yerli bir Manchester malları ithalatçısının kendi resmini ticari marka olarak seçmesinde yaşanmıştır. Malları gümrükten çekmeden önce [bu kişiden], her partinin üstünde basılı olan amblemini çıkarması istendi çünkü bu girişimci tüccarın, Sultanın tebaasının belirli bir kesimi arasında popülarite kazanma ve yıkıcı etkiler peşinde olduğu düşünüldü” (A&P İzmir 1897-99 raporu: 16).

10) Piyasa Hakkında Soruşturma Yapmak

- Yabancı bir piyasada iř yapmayı hedefleyen tüccarı bekleyen bir risk dolandırıcılıktı. Dolandırıcılık vakaları Osmanlı piyasasında da görüldüğünden İngiliz ve diğer ülke firmalarına, ticari ilişkiye girmeden önce piyasa ve piyasadaki yerli firmalar hakkında yeterli bir n soruşturma yapmaları tavsiye edilmekte, bu konuda konusunda konsoloslukların ve kendi ticaret odalarının yabancı tüccara yardımcı olacağı ifade edilmekteydi.

10) Piyasa Hakkında Soruşturma Yapmak

- Dolandırıcılık herhangi bir piyasada karşılaşılabilecek bir risktir.
- Özellikle tarımsal ürün ihracatında rastlanıyor.
- İstanbul ve İzmir’de görülüyor.
- Organize bir faaliyet (çete işi) olduğu düşünülüyor.

10) Piyasa Hakkında Soruşturma Yapmak

- Konsolosluk raporlarına göre dolandırıcılıkla uğraşan bir *çete* vardı ve XX. yüzyıl başlarında İstanbul ve İzmir’de faaldi. Çeşitli tarımsal ihraç ürünleri çetenin faaliyet alanına giriyordu.
- “Düşük fiyatlar, çete üyesi kötü adamlarca [yapılan] mükemmel yönlendirmeler, olağanüstü [ürün] örnekler[i] ve zekice yazılmış mektuplar yeterli soruşturma yapmayan firmalar için yeterli birer yem olmakta” idi. (A&P İzmir 1910-11 raporu: 14)

10) Piyasa Hakkında Soruşturma Yapmak

- “Üzüm, incir, yün, balmumu ve deri gibi ürünlerde Birleşik Krallık’taki tacirlere cazip iş önerileri sunulmakta, kabul edildiğinde fatura düzenlenmekte ve [karşı taraftan] ödeme alınınca Birleşik Krallığa satılamayacak kadar kötü, süprüntü/döküntü mal gönderilmektedir” (A&P İzmir 1905 raporu: 7). “Bir Dublin firması İstanbul’dan 1,5 ton halis balmumu ısmarlamış ve avans olarak %80’ini (140 sterlin) ödemiştir. Gelen ürün ise 0,75 ton ağırlığında ve neredeyse tamamen renksiz parafındır. Bir başka Dublin firması aynı hile ile 170 sterlin kaybetmiştir.”
- Bu hileyi yapmak için çete, sahte yükleme belgesi (konşimento) basmakta ve müşteriye göndermekte, belgeyi gören alıcı sipariş bedelinin % 80’ini gönderince “çete döküntüyü yükleme ve gönderme masraflarını [da] karşılamakta”ydı. Konsolosa göre, “Avrupa ve Amerika’ya gönderilen döküntülerin ya da düşük kalite örneklerin alıcılarca itibar görmediğini” anlayınca çete daha iyi olan bu yolu (sahte yükleme belgesi düzenleme usulünü) bulmuştu (A&P İstanbul 1912 raporu: 17).

10) Piyasa Hakkında Soruşturma Yapmak

- Konsolosluk veya İzmir İngiliz Ticaret Odası, talep edilmesi halinde bu tip kişiler hakkında önceden bilgi vermeye hazırdı ancak 1909'da yeterli özeni gösterip soruşturma yapmayan 20'den fazla İngiliz tüccarının çeteye para kaptırdığı belirtiliyordu.
- “Yem olarak genellikle düşük fiyatlar önerilmektedir... Pratik olarak, hakim olan piyasa fiyatının altında satmak mümkün değildir. O halde, herhangi bir İzmir firmasının ürün için geçerli [piyasa] fiyatından daha az teklif etmesi şüphelenme sebebidir” (A&P İzmir 1909 raporu: 22-24).

10) Piyasa Hakkında Soruşturma Yapmak

- Nasıl dolandırılır?
- “1) Birkaç iyi tanınmış firma ile dürüstçe çalışmak ve onları referans olarak göstermek,
- 2) Çeşitli sahte ticari soruşturma bürolarını referans olarak göstermek,
- 3) Sahte adlar ve sahte adreslerle birbirlerini referans göstermek,
- 4) Makbuzla ödeme ya da kısmî ödeme üzerinde anlaşıldığında Türkiye’den ısmarlanan mallar için sahte yükleme belgesi düzenlemek,
- 5) Meyve, afyon, iyi kalite yün ya da sipariş verilmiş mal her ne ise onun yerine taş, toprak, çerçöp, süprüntü, döküntü göndermek,
- 6) Dışarıdan mal ithal ederken, siparişi verdiğinde kısmî bir ödeme yapmak ve sonra malları aldıktan ve sattıktan sonra, ödemenin geri kalanını yapması baskısı geldiğinde yabancı tüccarın avukatına, örneğin % 20[lik bir ödeme]’yi kabul etmesini, aksi takdirde iflasa gideceğini ve hiçbir şey alamayacaklarını söylemek. Bu tür hileli iflaslarda genellikle iflas edenin bütün varlığının çok önceden başkalarının üstüne geçirildiği görülmektedir” (A&P İzmir 1912-13 raporu: 17).

10) Piyasa Hakkında Soruşturma Yapmak

- Piyasadaki “favori” bir hile:
- “bir tüccarla iş ilişkisine girerek küçük ya da orta karar bir sipariş vermek, ödemesini çabuk hatta mümkünse önceden yapmak”,
- “İzleyen ikinci [ve diğer] daha büyük siparişlerde yine ödemeyi uygun şekilde yapmak”,
- “Tüccarın güveni bu şekilde kazanıldıktan sonra önemli miktarda bir nihaî sipariş vermek, malları teslim almak ve ödeme yapmadan **kaybolmak**. (A&P 1920 Vol.43: 80-81).

10) Piyasa Hakkında Soruşturma Yapmak

- Osmanlı piyasasında çeşitli dolandırıcılık vak'aları görülmekle birlikte uzun zamandır Türkiye'de iş yapan bir İngilizin bildirdiğine göre bunlar “ancak diğer piyasalardaki kadardı.”

10) Piyasa Hakkında Soruşturma Yapmak

- “Bu piyasada 38 yıldan fazla tecrübem vardır. Cam, çanak-çömlek, hırdavat, bot ve deri ayakkabı, Manchester, Bradford, Dundee ve Glasgow mamülatı ithalatı yaptım. Moher, yün, kürk, afyon ve tahıl ihracatıyla uğraştım. Yahudilere, İranlılara, Rumlara, Ermenilere borç verdim. Tecrübem beni, bu piyasadaki ticari ahlakın genel olarak başka herhangi bir yerdeki kadar iyi olduğunu söylemeye götürmektedir. Birkaç iflasa karıştım, bazıları hileli idi, fakat yapılan ticaretle kıyaslandığında kayıplarım önemsizdir ve oransal olarak Avrupa’daki başka bir ticari merkezdekinden fazla değildir. Bu piyasada olan istikrarlı, edepli tüccara borç vermekte özel bir tehlike yoktur. **Tam zamanında ödeme beklenmemelidir ama ödenir**” (A&P İstanbul 1903 raporu: 14).

SONUÇ

- Osmanlı piyasasında “iş yapmak” isteyen yabancı tüccarın dikkat etmesi gereken bu hususlar aynı zamanda dönemin ticaret pratiğinin bazı yönlerini yansıtmaktadır.
- Bu hususlara uymakta kıta Avrupası tüccarı İngiliz tüccarından öndedir.
- Bu durum bazı kıta Avrupası ülkelerinin (Almanya, Av-Mac.) Osmanlı dış ticaretindeki paylarının XIX. yüzyıl sonlarında en büyük paya sahip İngiltere aleyhine artmasına katkıda bulunmuş olabilir.