

# OSMANLI PİYASASINDA TİCARET: YABANCI TÛCCARLARIN DİKKAT ETMESİ GEREKEN HUSUSLAR (1870-1920)

**Doç. Dr. Murat Baskıcı**

Ankara Üniversitesi  
Siyasal Bilgiler Fakültesi



## Özet

Osmanlı İmparatorluğu XIX. yüzyılın mamül mal imalatçısı Avrupa ülkeleri için son derece önemli bir piyasa idi. Piyasada yer edinmek isteyen Avrupalı tüccar ucuz mamül satmak, taksitli satış yapmak, ticareti mümkünse aracısız sürdürmek, değil ise uygun bir yerli temsilci ile çalışmak, Osmanlı tüccarına kredi imkânı sağlamak ve her şey dahil mal teslim (c.i.f.) fiyatı söylemek, işlemlerinde ve tanıtıcı faaliyetlerinde Fransızca kullanmak, seyyar ticaret acentalarından yararlanmak, piyasada yeterli bir ön soruşturma yapmak gibi hususlara dikkat ettiğinde başarı şansı artmaktaydı. Anılan hususlara uymakta diğer Avrupa ülkeleri tüccarının İngiliz tüccarından daha başarılı olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumun ilgili dönemde Osmanlı ithalatında İngiltere'nin aleyhine olmak üzere diğer bazı Avrupa ülkelerinin paylarının artmasında rol oynadığı düşünülebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Osmanlı, ticaret, piyasa, ekonomi, tarih.

*Tricks of the Trade: Foreign Merchants in the Ottoman Market (1870-1920)*

## Abstract

The Ottoman Empire was one of the most important markets of the nineteenth century for European producers of manufactured goods. European merchants who sought a place in the market increased their chance for success when they adopted certain practices. These included selling inexpensive products, allowing for payment in installments, eliminating the middleman if the market allowed, and if not, working with an appropriate local agent, providing credit opportunities to Ottoman merchants and quoting prices for finished products that included cost, insurance and freight (c.i.f.), using French in transactions and in advertising, taking advantage of commercial travelers and conducting adequate preliminary market research. The merchants of other European countries were more successful than English merchants in adopting these practices. It might thus be suggested that this situation contributed to the increase in the shares of certain other European countries in Ottoman imports at the expense of England during the period under consideration.

**Key words:** Ottoman, trade, market, economy, history.

## Osmanlı Piyasasında Ticaret: Yabancı Tüccarların Dikkat Etmesi Gereken Hususlar (1870-1920)

### 1. Giriş

XIX. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nun dış ticareti iki unsurun etkisiyle genişledi. Birincisi 1838 ve izleyen diğer serbest ticaret anlaşmaları, ikincisi uluslararası taşımacılıkta devreye giren ve kısa sürede yaygınlaşan buharlı gemilerin, yelkenlileri gölgede bırakan, taşıma kapasiteleri idi. Buhar gücünün özellikle deniz nakliyatında yarattığı kolaylık serbest ticaret anlaşmalarının etkilerini daha da hızlandırdı. Yüzyıl içinde Osmanlı ticaret hacmi, Osmanlı coğrafyasının giderek küçülmesine rağmen, sürekli genişledi. 1830-1911 döneminde Osmanlı ihracatı 6.8 kat, ithalatı 9.4 kat arttı. 1880 fiyatlarıyla yapılan bir hesaplama göre ise 1840-1913 arasında Osmanlı ihracatı 10 kat, ithalatı 12 kat arttı (Pamuk, 1984: 24).

Ticaret hacminin artışı, sanayileşmekte olan Avrupa'nın çeşitli merkezleriyle ilişkilerin sıklaşıp yoğunlaşmasına yol açtı ve ticaretin sağlıklı işleyebilmesi için Osmanlı topraklarında da Avrupa merkezlerindeki eşlenik kurumların oluşumunu getirdi. 1840-1880 döneminde kredi kurumlarına ve sigortaya olan ihtiyaç arttı.<sup>1</sup> Ticaret hacminin artışı bu dönemde Osmanlı

1 İzmir, Bursa, Trabzon gibi çeşitli merkezlere ait İngiliz ticari raporlarında 1850'lerden itibaren ticari hayatı düzenleyici rolü nedeniyle bankalara ve kredi kurumlarına olan ihtiyaçtan bahsediliyordu. Kurulduğu takdirde kredi kurumlarının ithalat ve ihracat işlemlerinde karşılaşılabilecek döviz kuru istikrarsızlıklarını gidermesi, çeşitli merkezler arasında güvenli para transferini sağlaması, küçük üreticiliğin (zanaatkârlar) ve köylülüğün geleneksel sermaye ihtiyacını karşılamasının yanısıra modern tekniklerle topraklarını işlemek isteyen büyük toprak sahiplerine ve tüccara da makul faiz hadlerinden kredi sağlaması bekleniyordu. Sigortacılık faaliyeti

gümrük ve liman olanaklarının yetersiz kalması sonucunu da getirdi.<sup>2</sup> 1800-1830 arasında dünya ticareti %30 artmış iken 1840-1870 döneminde beş kat artmış olması (Kasaba, 1993: 42) Osmanlı ülkesinde bu ihtiyaçları doğuruyor ve ticari ilişkilerin sağlıklı yürümesi için gerekli alt yapının ortaya çıkmasını zorluyordu.

1880 sonrasında ise Osmanlı-Avrupa ticareti belirli (yeni koşullarla en azından 40 yıllık) bir geçmişe sahipti ve Osmanlı İmparatorluğu'nun merkez ülkelerle mamül mal ithalatı ve tarımsal ürün ihracatı temelinde eklemleşmesi belirginleşmeye başladı. Anadolu'da ticari tarımsal ürünler ekimine ayrılan arazi miktarı arttı ve daha çok çiftçi piyasa için üretim yapmaya başladı.<sup>3</sup> Mamül mallar bakımından ise geniş ve önemli bir piyasa olan Osmanlı İmparatorluğu yabancı imalatçıların, tüccarın ve girişimcinin hedeflerinden biriydi. Çeşitli merkezlerde genellikle temsilcileri aracılığıyla faaliyette bulunan yabancılar, zaman içinde piyasa koşullarını görüp öğrendikçe talepleri, şikâyetleri, beklentileri şekillendi. Bu hususlar esasında Osmanlı piyasasında "iş yapmak isteyen" yabancı tüccarın dikkat etmesi gereken hususları ve aynı zamanda da piyasanın bazı özelliklerini göstermektedir ve dönemin İngiliz Konsolosluk Raporlarında<sup>4</sup> yer almaktadır. Raporlardaki öneriler genel olarak yabancı tüccara, özel olarak ise İngiliz tüccara yöneliktir. Raporlarda Türkiye'de görev yapmakta olan konsolos ve konsolos vekillerinin yanı sıra uzun süredir bu piyasada çalışan Levanten ya da yerleşik yabancı tüccarın görüşleri/tavsiyeleri/taleplerine de rastlanmaktadır.<sup>5</sup>

de 1860'lardan itibaren deniz nakliye ve yangın dalları başta olmak üzere Osmanlı iktisadi hayatında yer almaya başladı.

2 1870'lerden itibaren İstanbul, İzmir, Trabzon gibi limanlarda iskelelerin ve gümrük antrepolarının yetersizliği şikâyet konusu olmaya başlamıştı.

3 Anadolu'da 1888-1911 arasında tahıl üretimi % 51, tütün üretimi % 191, incir üretimi % 68, fındık üretimi % 217, ipek kozası üretimi % 195 ve Adana bölgesindeki pamuk üretimi % 471 oranında arttı (Eldem, 1994: 37-8). Aynı dönemde tarımsal üretimden elde edilen öşür gelirleri ve tarımsal ihracat da arttı. (Quataert, 2008: 36-42).

4 Parliamentary Papers, *Accounts and Papers* [bundan sonra A&P] (1855-1914), Commercial Reports from Consular Offices in Turkey, annual reports, Great Britain. Yazıda Osmanlı İmparatorluğu'nun bugünkü Türkiye Cumhuriyeti toprakları ilgi alanındadır.

5 Örneğin İzmir'deki bir grup Levanten tacirin görüşleri için (A&P İzmir 1872 raporu: 739). İstanbul'daki bir Levanten tacirin görüşleri için (A&P İstanbul 1903 raporu: 14). Türkiye'de uzun süredir çalışan yabancı bir tacirin görüşleri için (A&P Konsolos G.Palgrave'in Anadolu Vilayetleri raporu 1869: 565-567).

## 2. Yabancı Tüccarın Dikkat Etmesi Gereken Hususlar

Konsoloslar kendilerine iletilen şikâyetler, talepler, öneriler ya da sorular üzerine raporlarında piyasa hakkında genel bilgiler vermiş, dikkat edilmesi gereken başlıca hususları belirtmiş, ülkelerinin iktisadi çıkarlarını gözeten ajanlar olarak zaman zaman İngiltere'nin hangi alanlarda gerilediğini, tacirlerinin hangi hususlara önem vermesinin uygun olabileceğini ifade etmeye çalışmışlardır. Bu tavsiyelerden derlenebilecek bazı hususlar dönemin Osmanlı piyasası ve uluslararası ticaretin getirdikleri hakkında bilgi vermektedir.<sup>6</sup>

### 2.1. Ucuzluk

Osmanlı piyasasında tutunmanın temel şartı ucuz mal getirip satmaktır. İktisadın bu evrensel niteliği satın alma gücünün son derece düşük olduğu bir piyasa için özellikle önem arz ediyordu ve 1850'lerden itibaren çok çeşitli merkezlerden defalarca dile getirilmişti.

“Buradaki müşteriler için ucuzluk büyük önemdedir. Oysa ekonomi, biraz ek maliyetle daha fazla dayanıklılığı sağlamaktır” (A&P Bursa 1855 raporu: 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 raporu: 14). “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

6 1840-1912 döneminde Osmanlı ithalatında en büyük paya sahip İngiltere'nin payı 1880'lerden itibaren azalmaya başlamış ve 1910'a gelindiğinde 1880-82 döneminin neredeyse yarısına gerilemişti. Almanya ve Avusturya'nın ise 1880-1910 döneminde Osmanlı ithalatındaki payı artmıştı (Pamuk, 1984: 31, Tablo 2.5). Raporlarda, diğer Avrupa ülkelerinin tacirleri Osmanlı piyasası ile doğrudan ilgilerini ve ticaretteki paylarını artırırken İngilizlerin bu konuda yeterli çabayı göstermediği yönündeki yakınmaların ve İngiltere'nin piyasa payını korumaya yönelik tavsiyelerin bu döneme karşılık geldiği düşünülürse, yazıda ele alınan unsurlara İngiliz tüccarının pek riayet etmemesinin 1880 sonrası Osmanlı ithalatında İngiltere'nin payının azalması ile ilişkili olduğu düşünülebilir.

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).<sup>7</sup>

## 2.2. Aracısız Ticaret

Piyasada yer edinmek için asıl mesele ucuzluğu sağlamak olunca, sadece ürün maliyetleri ile rekabet edilemeyecek durumlarda ucuzluğu sağlamanın başka yolları devreye giriyordu. Bunlardan biri ticareti *aracısız* olarak gerçekleştirmektir. Genellikle yerli gayrimüslimler olan araçların/ticari temsilcilerin rolü Osmanlı piyasasında yabancı tüccar için yol göstericilikti. Ancak zamanla bu araçların 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 araçların eline geçti.

İngiltere'nin Türkiye ile olan ticareti başlangıçta kendi tüccarının elinde iken zamanla el değiştirmişti. Levant Company'nin 1825'te kendini feshi ile Doğu Akdeniz ticaretindeki tekel kalkınca<sup>8</sup>, Türkiye'deki İngiliz tacirleri şirketten boşalan yeri doldurmak için hemen aile şirketleri kurmaya başladı ve bu tip ticaret evleri hızla yaygınlaştı.<sup>9</sup> Bu dönemde Avrupalı tacirlerin yerel

7 Burada, ucuzluğu sağlama çabasının ülkeye getirdiği iki özellikten bahsedilebilir. Birincisi, marka mamüllerin ucuza imal edilip satılmasıyla kazanç sağlama yolu olan “taklit imalat/sahtecilik”ti. Taklit edilen ve piyasada dikkat çeken mamüller arasında iplik, pamuklu dokumalar, madeni eşyalar, şarap, bira, ilaç, mürekkep ve kibrit bulunuyordu (A&P İstanbul 1873 raporu: 1556; İstanbul 1874-75 raporu: 834). İkincisi, görece pahalı olan ama yurtiçinde bir piyasası olabilecek bazı ürünlerin (iç piyasanın ihtiyaçlarına uyarlanarak) üretilmesi yani ithal ikameci üretimdi. Basit bazı tarımsal aletlerde (A&P İzmir 1907 raporu: 9; 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.

8 İngiltere ve sömürgelerinin Doğu Akdeniz ile olan ticareti şirketin tekelinde olduğundan Osmanlı topraklarında İngiltere ile ticaret yapabilmek için şirketin üyesi olmak gerekiyordu.

9 Issawi'ye göre 1840'larda İzmir ve Rodos'ta 13-16 civarında, Kurmuş'a göre ise 1840'ta sadece İzmir'de 35 adet İngiliz ticarethanesi vardı. İzmir'deki ünlü İngiliz tacir aileleri arasında Whittall, Lee, Barker ve Fransız asıllı olup İngiliz vatandaşlığına geçen Charnaud ve La Fontaine'ler bulunuyordu. Whittall şirketi XX. yy başlarında Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde 48 şubeye ulaşmıştı (Kurmuş, 1974: 17-18).

aracılarla ilişkileri arttı ve önem kazandı; iç bölgelerle olan ticari ilişkilerini Rum, Ermeni ve Yahudi komisyoncular aracılığıyla yürütmeye başladılar.<sup>10</sup> Yerli gayrimüslimlerin daha yüksek eğitim düzeyleri, iş anlayışları, ticari deneyim ve becerileri, Müslümanların-Türklerin geleneklerini ve dillerini bilmeleri, Avrupa dillerine aşinalıkları gibi unsurlar, onları Avrupalı tüccar için vazgeçilmez ortaklar yapıyordu. Küçük ticaret ve imalat, tefecilik, kıyı ticareti hemen hemen tümüyle onların elindeydi. Yerel perakendeciler olarak ithal mamülleri dükkânlarında satıyor ve yerel beğeniler/zevkler hakkında Avrupalı tüccara bilgi sağlıyorlardı. Piyasa için birer yol gösterici niteliğinde olan bu gayrimüslim araçların bir kısmı zamanla kendi ticaret evlerini açtı<sup>11</sup> ve Avrupa mamüllerini Osmanlı ülkesine kendileri ithal etmeye ya da Osmanlı ülkesinden doğrudan ihracata başladı. İstanbul, İzmir gibi merkezlerdeki kendi ticaret evlerinin yanısıra bazıları Avrupa'nın çeşitli merkezlerinde de birer şube/temsilcilik açtı. Rum ve Ermenilerin ticarethaneleri özellikle İngiltere'de yaygındı.

Ticari yardımcıları konumunda iken zamanla yabancı tüccara rakip hale gelen araçlar bazen piyasa hakkında yeterli bilgi sağlamıyor, ilgili ürün hakkında kendilerinden kaynaklanan şikâyetler oluştuğunda kabahati yabancı imalatçıya ya da Osmanlı tüccarına yükleyebiliyorlardı. Ayrıca kendi kâr marjlarından dolayı tüketiciye ulaşan nihai ürünün pahalılaşmasından sorumlu tutuluyorlardı. Bu nedenlerle dış ticaretin mümkün olduğunca aracısız yürütülmesi istenir olmuştur.

“Küçük yerli ithalatçılar arasındaki amansız rekabet yavaşça malların kalitesinin azalmasıyla sonuçlanmış, herşey ucuzluğa feda edilmiş, bu durum yabancı [İngilizler dışındaki] imalatçıların, onları yerlerinden oynatmanın imkansız olduğu bir durum kazanmalarına yol açmıştır. Bu şekilde İngiliz imalatçıların prestijine verilen zararı ölçmek mümkün değildir... Yerlilerin ticareti ele geçirmesinin bir başka zararı, bu piyasada Birleşik Krallık'taki imalatçılar ve ithalatçılara olan güvenin yok olması ve bunu izleyen şekilde Türkiye ile ticaretteki isteksizlik olmuştur... [Bu nedenle] İngiliz ticareti için en yararlı olan şey halihazırda Türkiye'de olan İngiliz tebasından yararlanmaktır. İngiliz tebasının istihdamı Osmanlı

10 Bu konu ve özellikle Ege Bölgesi için bkz. (Kasaba, 1993). Karadeniz'deki merkezlerde doğrudan İngiliz ticareti olmadığından, mallar önce limanlarda daha sonra İstanbul'da çoğu Rum ya da Ermeni olan yerli tüccar, temsilci ve benzerlerinin ellerinden geçmekteydi ve Trabzon, Samsun ve İnebolu'da “herhangi bir İngiliz ticaret kuruluşu yok”tu (A&P Trabzon 1872 raporu: 746).

11 Örneğin 1872'de İzmir'de durum böyleydi (Kurmuş, 1974: 191).

tebasının istihdamından olan şikayeti azaltacaktır” (A&P İstanbul 1893-97 raporu: 16). “[Bu ülkede] ucuzluğu sağlamanın bir yolu mümkün mertebe aracılardan kurtulmakta yatmaktadır. Burada [Adana] 15 sterlin değerinde belirli tarımsal makineler 22 sterline satılmaktadır. Yaklaşık % 50 kâr sözkonusudur. Bunun aslan payını İstanbul’daki aracı ve buradaki yerel temsilci almaktadır. Aracılar ve temsilciler ticareti öldürmektedir. 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. En büyük aracıdan en küçük temsilciye [çeşitli] ellerden geçmekte ve asıl İngiliz tacirin kârı düşünülmezsizin kendi kârları için satılmaktadır” (A&P Adana 1901 raporu: 17).

### 2.3. Taksitli Satış

Ucuzluğu sağlamanın ve piyasada tutunmanın bir başka yolu taksitli satış yapmaktır. Bu konuda ülkede Amerikan Singer şirketinin faaliyetleri öncü olmuş görünmektedir. Şirket XIX. yüzyıl sonlarında Ortadoğu’da bir satış hamlesi başlattı ve pedalla çalıştırılan makineleri rakiplerinin yarı fiyatına satmaya başladı. Ayrıca evlerde kullanılmak üzere daha ucuz ve el ile işletilen bir makine satıyordu. Şirketin en önemli stratejisi *taksitle satış yapmak* ve tamir ve yedek parça imkanları sunmaktır. Böylece şirketin makineleri Konya’da *monopol* konumuna gelmişti. Edirne’de de “Amerikan [Singer] firması dikiş makinelerini taksitle satıyor”du. (A&P İstanbul 1906 raporuna ekli Konya raporu: 30; A&P Edirne 1906 raporu: 4) Bir başka örnek tarımsal makineler idi. Pahalı oldukları için zengin de olsa çok az çiftçi bu makineleri almaya niyetlendiğinden taksitle satış yapmak avantaj sağlıyordu.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> “Para, özellikle çiftçiler arasında kıttr ve olası makine alıcıları ya nadiren nakit ödeyecek durumdadır ya da hiç değildir. Öte yandan taksitle almaya hazırırlar ve [bir] Amerikan firması bu olguyu farketmiş görünmektedir.” (A&P Edirne 1906 raporu: 4). Yine Edirne’de küçük sabanlar (ucuz olmalarına rağmen) 12 aylık taksit imkânı ile satılıyordu. (A&P Edirne 1908 raporu: 9).

## 2.4. Yerli Tüccara Vadeli/Kredili Satın Alma İmkânı Sağlanması

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.

“Avusturya ve Almanya savaş öncesi onyılda [1904-1913] uzun kredi koşulları sunarak ticaretten büyük bir pay aşırımlardı. 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 aşına 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).

Bu durumda piyasada yer edinmek isteyen İngiliz ticarethanelerinin cari ödeme koşullarına kendilerini uydurmaları gerekiyordu.

“[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)<sup>13</sup>. “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

13 Çeşitli Anadolu merkezlerinde benzer şartlar geçerliydi. Piyasada söz sahibi olabilmek için İngiliz tacirler “güvenilir bilgilerin doğruladığı durumlarda uzun vadeli kredi imkânı sağlamalı” (A&P İzmir 1912-13 raporu: 18), “ucuz mal getirmeli, uzun vadeli kredi sistemine uymalı”ydı (A&P Adana 1903 raporu: 15). Avusturya-Macaristan ve İtalyan imalatçıların 3-6 aylık kredi imkânı sağladığı Trabzon’da “piyasadaki en önemli mesele kredi” idi; çünkü “yerel alıcı, en iyi zamanlarında bile çok paraya sahip değildi” (A&P Trabzon 1912 raporu: 4).



ticarethanelerinden kredi almayı tercih etmektedirler” (A&P Edirne 1910 raporu: 10).

## 2.5. Uygun Bir Temsilci İle Çalışmak

Türkiye’de iş yapmak isteyen yabancı tüccar için piyasa koşullarını bilen bir yerel temsilci vazgeçilmez nitelikteydi; çünkü yabancı tüccara piyasada iş yapma yöntemleri, yerel piyasadaki talepler, beğeniler, burada hangi ticarethanelerle çalışılabileceği gibi konularda yol gösterecekti.<sup>14</sup>

“İngilizler için uygun temsilciler bulmakta güçlük vardır çünkü bu temsilcilerin Rumca’yı 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). “Yerel ithalat evleri ile çalışırken güvenilir temsilcilere sahip olmak önemlidir, avantajlıdır” (A&P İstanbul 1892 raporu: 12). “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 raporu: 6). “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).

14 Esasında ticareti herhangi bir temsilci/aracı olmadan yapabilmenin başta İngiliz imalatçıları ve tüccarı olmak üzere yabancı tüccarın lehine olacağı belirtiliyordu. Bkz. 2.2. numaralı başlık. 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/acentası ile çalışmaktı.

## 2.6. Seyyar Ticaret Acentalarından Yararlanmak

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.

“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).

Satış yapmak, piyasada pay kapmak ve aracılar bağı kalmamak için etkili bir yöntem olan seyyar acentaları özellikle kıta Avrupası firmaları kullanıyordu. İngiltere’nin bu metoda diğer ülkeler kadar önem vermemesi yakınma konusuydu ve İngiliz ticaretinin güçlenebilmesi için seyyar acentalara önem vermesi gerektiği çeşitli merkezlerden bildiriliyordu.<sup>15</sup>

## 2.7. Herşey Dahil Fiyatlar 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

15 (A&P İzmir 1904 raporu: 7; A&P Adana 1893 raporu: 12; A&P Adana 1896 raporu: 10). 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).

anlaşılmaktadır. Dolayısıyla Osmanlı piyasasında alıcıya teslim edilecek ürün için “herşey dahil” fiyat belirten satıcılar avantajlı olmaktadır.

İzmir’de kıta Avrupası firmalarının ticari başarılarının arkasındaki sebeplerden biri olarak “herşey dahil (c.i.f.<sup>16</sup> diye bilinen) fiyatlar koymaları” gösteriliyor, İngiliz tüccarına da “malların ve deniz nakliyesinin maliyetini birleştirerek İzmir’de bütün fiyatları c.i.f. olarak ifade etmeleri” tavsiye ediliyordu (A&P İzmir 1911-12 raporu: 12; İzmir 1912-13 raporu: 18). Edirne’de de durum benzerdi: “Fiyat sunulduğunda bu, Londra veya Liverpool f.o.b.<sup>17</sup> değil Dedeoğaç c.i.f. olmalı”ydı (A&P Edirne 1909 raporu: 6).

“[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 kadara 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).

## 2.8. İşlemlerde Fransızca Kullanmak

Osmanlı piyasasında ticaret için *lingua franca* Fransızcadı. 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. Bu konuda Anadolu’nun çeşitli merkezlerinden örnekler bulmak mümkündür.

16 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.

17 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.

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”ydı (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). Edirne’de yerel toptancı firmalar İngiliz ticarethanelerini “İngilizce dışında bir dilde haberleşme gerekliliğine ikna etmenin zorluğundan” şikayetçiydi (A&P Edirne 1906 raporu: 4). 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 Fransızca’yı ihmalî 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).

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 iledir. Bu kataloglar yerel tüccarın ilgisini çok az çeker ya da hiç çekmez. Çünkü bu dili ve ölçülerini tanımazlar. Konsolosluk, istenirse tercümeyle hazırdır. Firma yöneticileri Fransızca katalog bastırmanın maliyetlerini düşünebilir ancak bu bölge söz konusu oldukça İngilizce katalog dağıtımı boşa para harcamak demektir” (A&P Edirne 1910: 8).

İzmir gibi kozmopolit bir limanda dahi İngilizce kataloglar ve fiyat listelerinin işe yaramadığı belirtiliyor (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 yapıyordu.

## 2.9. 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.

“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 haremde bir Türk kadını resmini içeriyorlardı” (A&P İstanbul 1889-91 raporu: 11). “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 tebasının belirli bir kesimi arasında popülarite kazanma ve yıkıcı etkiler peşinde olduğu düşünülüyor” (A&P İzmir 1897-99 raporu: 16).

## 2.10. Piyasa Hakkında Soruşturma Yapmak

Yabancı bir piyasada iş yapmayı hedefleyen tüccarı bekleyen bir risk dolandırıcılıktı. Dolandırıcılık vakaları Osmanlı piyasasında da görüldüğünden İngiliz ve diğer ülke firmalarına, ticari ilişkiye girmeden önce piyasa ve piyasadaki yerli firmalar hakkında yeterli bir ön soruşturma yapmaları tavsiye

edilmekte, bu konuda konusunda konsoloslukların ve kendi ticaret odalarının yabancı tüccara yardımcı olacağı ifade edilmekteydi.<sup>18</sup>

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”ydı” (A&P İzmir 1910-11 raporu: 14).

“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 satılmayacak 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.”<sup>19</sup>

18 Piyasada dolandırıcılık/sahtekârlık şikayetlerinin artmaya başladığı 1880’ler aynı zamanda Osmanlı ülkesinde yabancı ticaret odalarının yaygınlaşmaya başladığı yıllardı. İstanbul’da 1870’te Dersaadet Avusturya-Macaristan Ticaret Odası, 1885’te Fransız Ticaret Odası, 1887’de Dersaadet İngiliz Ticaret Odası kuruldu. 1914’e kadar İtalya, Yunanistan, Belçika, A.B.D. ve Rusya da İstanbul’da ticaret odası kurdu (Koraltürk, 2002: 21-27). Fransız Ticaret Odası *Revue Commerciale du Levant* ve İtalya Ticaret Odası *La Rassegna Italiana* adlı aylık ticaret dergileri çıkarıyordu. İtalya ve Fransa Ticaret Odaları üyelerinin aidatları yanısıra hükümetlerinden sübvansiyon alırken dönemin İngiliz konsolosu İngiliz Ticaret Odası’nın pek ilgi görmediğinden ve gelirlerinin azlığından yakınınıyordu. Öte yandan, Osmanlı dış ticaretinde önemli bir ülke olan Almanya’nın, diğer ülkelerin aksine, İstanbul’da bir ticaret odası yoktu. Bunun sebebi muhtemelen İstanbul’daki konsolosluğunun o dönemde ticari konularda diğer ülkelerden daha aktif olmasıydı: “Alman Konsolosluğu ticari çabalarda etkilidir. Ticari Ataşe iç bölgelere periyodik ziyaretler yapmaktadır [ve] ayrıca [konsoloslukta] İstanbul’da istatistikî veriler toplayıp düzenleyen bir ekip bulunmaktadır.” Ayrıca Alman ve Türk hükümetlerinden sübvansiyon alan ve reklam gelirleri olan *Constantinopler Handelsblatt* adlı haftalık bir ticaret dergisi çıkıyordu (A&P İstanbul 1899-1900 raporu: 35-37). Diğer bir önemli ticaret merkezi olan İzmir’de 1889’da kurulmuş olan Fransa ve 1903’te kurulmuş olan Hollanda ticaret odalarını Şubat 1909’da İngiliz Ticaret Odası izledi (A&P İzmir 1908 raporu: 11).

19 Bu hileyi yapmak için çete, sahte yükleme belgesi (konşimento) basmakta ve müşteriye göndermekte, belgeyi gören alıcı sipariş bedelinin % 80’ini gönderince

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.<sup>20</sup> Çetenin kullandığı dolandırıcılık yöntemleri olarak şunlar sayılıyordu:

“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).

Dolandırıcı bir *firma* bazen yabancı tüccardan avans veya kredi almak için banka referanslarını da kullanabiliyordu, ki yabancı tüccarı kandırmak için etkili bir yoldu. Bir “firma” belirli bir banka ile “uzun bir süre çalışabilmekte ve nihâî darbeyi vurana ve nakiti çekene kadar belirli bir dengeyi sürdürebilmekte”ydi. Dolayısıyla yabancı tüccara banka referanslarını dahi

“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).

20 “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).

İngiliz Ticaret Odası, İngiliz Konsolosluğu veya diğer resmi kaynaklardan teyit ettirmeleri tavsiye ediliyordu (A&P İstanbul 1912 raporu: 17).

Piyasadaki “favori” hilelerden biri de, “bir tüccarla iş ilişkisine girerek küçük ya da orta karar bir sipariş vermek, ödemesini çabuk hatta mümkünse önceden yapmak”tı. “İzleyen ikinci ve daha büyük bir siparişte yine ödeme uygun şekilde yapılmakta”, bu süreç “önemli bir müddet devam etmekte, siparişlerin değeri her seferinde artmakta”ydı. Tüccarın güveni bu şekilde kazanıldıktan sonra önemli miktarda bir nihaî sipariş veriliyor, mallar teslim alınıyor fakat ödeme yapılmıyor ve firma “kayboluyor”du. (A&P 1920 Vol.43: 80-81). Osmanlı piyasasında çeşitli dolandırıcılık vak’aları görülmekle birlikte uzun zamandır Türkiye’de iş yapan bir İngilizin bildirdiğine göre bunlar “ancak diğer piyasalardaki kadardı.”<sup>21</sup>

### 3. Sonuç

XIX. yüzyıl sonları ve XX. yüzyıl başlarında Türkiye’de faaliyette bulunmak isteyen yabancı tüccar ucuz ürün getirmek, taksitle mal satmak, ticareti mümkünse aracısız sürdürmek, değil ise piyasayı ve ticaret metodlarını bilen uygun bir yerli temsilci ile çalışmak, müşterilerine Osmanlı limanlarındaki herşey dahil teslim (c.i.f.) fiyatlarını söylemek, Osmanlı tüccarına vadeli satın alma imkanı sunmak, ürünlerinin satış şansını artırmak için seyyar acentalardan faydalanmak, işlemlerinde ve reklam, katalog gibi tanıtıcı faaliyetlerinde Fransızca kullanmak, ticari partnerleri hakkında piyasada yeterli bir ön araştırma yapmak gibi hususlara dikkat ettiği takdirde piyasada başarı şansı artmaktaydı. Bunlar arasında ucuzluğu sağlamak en önemli unsur olarak görünmektedir. Piyasaya ucuz ürün sunan ülke tüccarı hemen rakiplerinin önüne geçmekteydi. Ucuzluğu sağlama çabası özellikle bazı yerli iktisadi aktörlerin faaliyetleri sonucunda bazı ürünlerde taklit imalat/sahtecilik ve ithal ikameci üretimi de ortaya çıkarmıştı. Önem sırasında daha sonra

21 “Bu piyasada 38 yıldan fazla tecrübem vardır. Cam, çanak-çömlek, hırdavat, bot ve deri ayakkabı, Manchester, Bradford, Dundee ve Glasgow mamûlatı 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 merkezdekenden 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).



yabancı tüccara piyasada yol gösterecek uygun bir yerli temsilci ile çalışılması geliyordu.

Ucuzluk ve uygun bir temsilci ile çalışılması yanısıra özellikle yerli tüccara vadeli satın alma imkanı tanımak, her şey dahil mal teslim fiyatları söylemek, seyyar ticaret acentalarından yararlanmak ve işlemlerinde Fransızca kullanmak gibi hususlara İngiliz tüccarının pek dikkat etmediği dönemin İngiliz konsolosları ya da vekillerinin hazırladığı ticari raporlardan anlaşılmaktadır. Bu durumun, aynı zamanda coğrafi yakınlıktan ve ülkelerinin demiryolu ve buharlı gemi hatlarının sağladığı kolaylıklardan yararlanan bazı kıta Avrupası ülkelerinin Osmanlı dış ticaretindeki paylarının XIX. yüzyıl sonlarında en büyük paya sahip İngiltere aleyhine artmasında katkısı olduğu düşünülebilir.

## Kaynakça

- ACCOUNTS / PAPERS (1843), *Commercial Tariffs and Regulations Part VIII, Ottoman Empire*, Vol. 57.
- ACCOUNTS / PAPERS (1920), *General Report on the Trade and Economic Conditions of Turkey for the Year 1919*, Vol 43.
- ELDEM, Vedat (1994), *Osmanlı İmparatorluğu'nun İktisadi Şartları Hakkında Bir Tetkik* (Ankara: T.T.K. Yayını).
- FAİK (1934), "Türkiye'de Ziraat Makineciliğinin Tarihçesi," *Ziraat Gazetesi*, 5/8: 235-241.
- ISSAWI, Charles (1980), *The Economic History of Turkey 1800-1914*, (Chicago and London: The University of Chicago Pres).
- KASABA, Reşat (1993), *Osmanlı İmparatorluğu ve Dünya Ekonomisi* (İstanbul: Belge Yayınları) (Çev: K. Emiroğlu).
- KEYDER, Çağlar (1994), "Manufacturing in the Ottoman Empire and in Republican Turkey, ca.1900-1950," QUATAERT, D. (ed.), *Manufacturing in the Ottoman Empire and Turkey 1500-1950* (New York): 126-154.
- KORALTÜRK, Murat (2002), *Türkiye'de Ticaret ve Sanayi Odaları (1880-1952)* (İstanbul: Denizler Kitabevi).
- KURMUŞ, Orhan (1974), *Emperyalizmin Türkiye'ye Girişi* (Ankara: Bilim Yayınları).
- MÜLLER-WIENER, Wolfgang (1998), *Bizans'tan Osmanlı'ya İstanbul Limanı* (İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları) (Çev: E.Özbek).
- PAMUK, Şevket (1984), *Osmanlı Ekonomisi ve Dünya Kapitalizmi (1820-1913)* (Ankara: Yurt Yayınları).
- PARLIAMENTARY PAPERS, ACCOUNTS / PAPERS (1855-1914), *Commercial Reports from Consular Offices in Turkey* (annual reports, Great Britain).
- QUATAERT, Donald (1992), *Manufacturing and Technology Transfer in the Ottoman Empire 1800-1914*, (İstanbul: The Isis Pres).
- QUATAERT, Donald (2008), *Anadolu'da Osmanlı Reformu ve Tarım 1876-1908* (İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları) (Çev: N.Ö. Gündoğan-A.Z.Gündoğan).