

Acenta ve Distribütör Sözleşmeleri Nasıl Düzenlenir ?

İhracatçı, acenta veya distribütörlük sözleşmesinin kapsamı ve ilişkiler konusunda çok dikkatli olmalı ve sözleşmenin eksiksiz olmasına özen göstermelidir. Bir sözleşmede bulunması gereken bazı detaylar şöyle sıralanabilir.

Anlaşma tarafları: Firmaların adları ve adres/tel/fax vs. bilgileri.

Ürün tanımı: İhracatçı, satıcı/aracısına makul bir gerekçe sunarak imalatı kesme hakkını elinde tutmalıdır. Rakip ürünlerin temsilciliği ancak bazı şartlar altında serbest bırakılabilir veya tamamen iptal edilebilir. Bu nedenle rakip, rakip olmayan ürün kavramı açıkça belirtilmelidir.

Kapsanan bölge: Her bölge açıkça tanımlanmalıdır. Bu tanım tek bir kasaba sınırlarından ibaret olabileceği gibi, herhangi bir ülkenin veya eyaletin bir bölgesi veya sınırları içindeki tüm alanlar da olabilir. Bunlar enlem ve boylamlarla da tanımlanabilir.

Kapsam sınırları: Bu maddenin konulması, ihracatçının satıcı/alıcısının bulunduğu bölgede başka bir temsilciye mal göndermesini veya işi tamamen oraya yıkmasını düzenlemek için gerekli olmaktadır.

Anlaşma süresi: Bu madde anlaşmanın süresini belirlemektedir.

Yerel reklam sorumluluğu: Bu, ihracatçının yetkisi dahilinde bölgede yapılacak tanıtımın mahiyetini ve maliyetini düzenlemektedir.

Deneme süresi: Bir sözleşme yapılırken taraflar iyi niyetli olsalar dahi, iyi niyet yeterli olmamaktadır. Bu amaçla, bir yıl gibi bir deneme süresinin konulmasında yarar vardır.

Periyodik raporlar: Acenta veya distribütörün düzenli olarak önceden belirlenmiş aralıklarla bölgedeki faaliyetleri hakkında rapor vermesi, ihracatçının da sevkiyatta meydana gelen bir değişim hakkında sıkça iletişime geçmesi gerekmektedir.

Gizlilik gerekleri: Temsilci, ihracatçıya ait iş ile ilgili gizli sayılabilecek bilgileri nedensiz yere diğer kişilere açıklamamalıdır. Ayrıca temsilci ihracatçı adına yasal prosedürleri başlatmamalıdır.

Sözleşmenin sona erme nedenleri: Sözleşmenin otomatik olarak veya bir uyarıyla sona ermesini gerektiren durumların açık açık belirtilmesinde büyük yararlar vardır.

Ödeme/fiyatlandırma şekli: FOB, CIF, CFR, CPT, CIP gibi. Bu distribütöre ulaşan malın fiyatının belirlenmesi anlamına gelmektedir. Komisyoncu acenta olması durumunda, acentanın teslim şeklini çok iyi bilmesi, alıcıyla bunu dikkate alarak görüşme yapmasını sağlar.

Force majeure : Çok dikkatli ele alınması gereken bu madde, özellikle distribütörlük anlaşmalarında yararlı olabilir.

Genel hükümler: Anlaşmada bahsi olmayan diğer hükümlerin burada yer alması uygundur.

Yasal tercih: Sözleşmenin hangi ülke kanunlarına göre uygulanacağı oldukça önemlidir. Bunun ihracatçı ülke kanunlarına göre olması uygundur.

Bunların dışında uyuşmazlığın giderilmesine yönelik, ödemelerin gecikmesine ilişkin ilave maddelerin de sözleşmede yer alması mümkündür.

KAYNAKLAR

- Commercial Agents Guide for Drawing up Contracts, ICC (International Chamber of Commerce),1993, Yayın No:410.
- The ICC Model Distributorship Contract, ICC (International Chamber of Commerce) 1993, Yayın no:518
- The ICC Model Commercial Agency Contract, ICC, 1991, Yayın no:496

Yayınların temin edileceği adres:

Milletlerarası Ticaret Odası (MTO) Türkiye Temsilciliği, Atatürk Bulvarı No:149
Bakanlıklar 06640 Ankara Tel: (312) 4178733 Fax: (312) 4171483
İnternet:<http://www.tobb.org.tr/icc/icc.htm> E-mail:icc-tr@info.tobb.org.tr
Yayınlar İGEME kütüphanesinde mevcuttur.

Acenta ve Distribütörlük Sözleşmelerine Eklenebilecek Özel Maddeler Nelerdir ?

Bir önceki soruda verilen maddelerin her iki tip sözleşmede de yer alması gerekir. Ancak, acenta ve distribütörlerin işlevlerinin farklı olması nedeniyle sözleşmelerinin de farklı olması gerekir. Sözleşmeye dahil edilmesi gereken bazı özel maddeler aşağıda verilmiştir:

Acentalar için:

Acentalık yetkisinin miktarı ve bunun hesaplanma şekli,

Komisyon oranları

Potansiyel müşterilerden alınan çeklerde ve borçların toplanmasında sorumluluk

Müşteri hesaplarının incelenmesinde ihracatçının hakları

Acentanın, müşterilere bir takım özel şartları sunabilme yetkisi

Distribütörlük için:

Reklam verme, fuar ve sergilere katılma sorumluluğu,

Satış şartları-iskontolar

Garanti edilen minimum satış miktarı

Malın veya yedek parçasının minimum stok düzeyi

Satış sonrası servis, onarım, garanti

Satış fiyatı

Kusurlu ürünlerde imalatçı sorumluluğu

KAYNAKLAR

- Commercial Agents Guide for Drawing up Contracts, ICC (International Chamber of Commerce),1993, Yayın No:410.
- The ICC Model Distributorship Contract, ICC (International Chamber of Commerce) 1993, Yayın no:518
- The ICC Model Commercial Agency Contract, ICC, 1991, Yayın no:496

Yayınların temin edileceği adres:

Milletlerarası Ticaret Odası (MTO) Türkiye Temsilciliği, Atatürk Bulvarı No:149

Bakanlıklar 06640 Ankara Tel: (312) 4178733 Fax: (312) 4171483

İnternet:<http://www.tobb.org.tr/icc/icc.htm> E-mail:icc-tr@info.tobb.org.tr

Yayınlar İGEME kütüphanesinde mevcuttur.

Acenta/Distribütör Sözleşmesi Feshedilirse Yasal Olarak Nasıl Bir İşlem Uygulanır?

Genellikle ülkeler, kendi acenta, distribütör ve temsilcileri için oldukça koruyucudurlar.

Sözleşmenin haksız feshi durumunda, bir çok mahkeme temsilcilerin gelir kaybı için tazminat ödenmesine ve satış bölgesinde yapılan masrafların geri ödenmesine hükmedebilmektedir. Böyle yasal bir sözleşmenin kaleme alınması maliyetli olabilir. Ancak, bu durum sözleşmenin sona ermesiyle taraflara yüklenebilecek yasal harcamalardan koruyabilir. Bu yüzden, bir sözleşme imzalamadan önce, uluslararası ticaret avukatlarından fikir alınması tavsiye edilmektedir.

Sözleşmede, fesh konusuna ayrı bir önem verilmelidir. Bununla birlikte, sözleşmeye İhlal Maddesi konulması yararlı olabilir. Böylece, anlaşmayı ihlal etmeyen herhangi bir taraf , diğer taraftan zararlarının tazminini isteyebilir ve sözleşmeyi feshedebilir.

İşadamları kontrat maddelerine hangi ülke kanunlarının uygulanması ve olası anlaşmazlıkların çözümü konusunda kuşkulu olabilirler. Bununla birlikte, bu iki madde (Yasal Tercih ve Arbitrasyon Maddeleri) tarafları masraftan koruyabilir.

KAYNAKLAR

- The ICC Model International Sale Contract, ICC (International Chamber of Commerce) 1997, Yayın no:556
- Commercial Agents Guide for Drawing up Contract, CC (International Chamber of Commerce),1993, Yayın No:410
- The ICC Model Commercial Agency Contract, ICC, 1991, Yayın no:496
- The ICC Model Distributorship Contract, ICC, 1993, Yayın no: 518

Yayınların temin edileceği adres:

Milletlerarası Ticaret Odası (MTO) Türkiye Temsilciliği, Atatürk Bulvarı No:149
Bakanlıklar 06640 Ankara Tel: (312) 4178733 Fax: (312) 4171483
İnternet:<http://www.tobb.org.tr/icc/icc.htm> E-mail:icc-tr@info.tobb.org.tr
Yayınlar İGEME kütüphanesinde mevcuttur.

İhracatçı Ürününün Fiyatını Nasıl Belirler ?

Ticari görüşmeler sırasında ihracatçılar tartışmaları çoğunlukla fiyat konusuyla sınırlandırmaktadırlar. Bir ticari muamelede fiyatlandırma anahtar bir faktör olmakla birlikte açıklığa kavuşturulması gereken başka hususlar bulunmaktadır. Alıcılarla yapılan görüşmeler sırasında, fiyat, ele alınması gereken konulardan yalnızca birisidir. Yine de ihracata yeni başlayan birçok girişimci müzakerenin başında fiyat konusunda bir anlaşmaya varmaya çalışmakta ve böylece sahip oldukları pazarlık gücünü büyük oranda yitirmektedirler. Bu nedenle fiyat konusunun tartışılması ticari muamelenin diğer yönlerinde mutabık kalınana kadar ertelenmelidir.

Müşteri tercihlerini tespit etmenin yanısıra ihracatçı, yerli ve yabancı satıcılar arasındaki rekabeti değerlendirmeli ve rakiplerinin teklif ettiği fiyatlar hakkında bilgi sahibi olmalıdır. Ürünler için kullanılan dağıtım kanalları ve gerekli promosyon araçları da gözden geçirilmelidir. Fiyat teklifi verilmeden önce ihracatçının üretim maliyeti, kargo sigortası, ambalajlama ve diğer harcamalar konusunda ayrıntılı bilgi edinmesi gerekmektedir.

Uzun vadeli ticari bağlantılar kurmayı amaçlayan bir ihracatçı, yapacağı müzakerede işletme, üretim kapasitesi ve yöntemleri, kalite kontrol sistemleri, yabancı firmalarla teknik işbirliği, siparişleri karşılama şekilleri, ihracat deneyimi, mali itibarı ve bankalarla ilişkileri konuları üzerinde durmalıdır. Bu konular ele alındıktan sonra ihracatçı, tartışmayı fiyat tekliflerine doğru kaydırabilir. Bu noktada ihracatçı, kredi koşulları, ödeme programları, ödemenin yapılacağı para birimi, sigorta, komisyon oranları, depo masrafları, satış sonrası hizmet sorumlulukları ve hasara uğramış malların değiştirilmesi giderleri ile ilgili tüm hususları aydınlığa kavuşturmalıdır. Bu hususlarda görüş birliğine varılması ile “fiyat paketi” ortaya çıkacaktır.

Fiyat görüşmesi hususunda ipuçları:

Alıcı, görüşmenin başlangıcında önerilen fiyatın çok yüksek olduğunu ileri sürerek, büyük bir indirim yapılmasını talep ederse, ihracatçı bu indirimin neye dayanılarak talep edildiğini sormakta tereddüt etmemelidir. Fiyat konusunu ele almadan önce ürün kalitesi ve yararları vurgulanmalıdır.

Alıcı, diğer ihracatçılardan daha iyi öneriler aldığını belirtiyorsa, bu gibi önerilerle ilgili daha fazla ayrıntı talep edilebilir. İhracatçı kendi yaptığı öneriden daha iyi bir öneri olamayacağı hususunda alıcıyı ikna etmelidir.

Eğer alıcı bir karşı-teklif yaparsa ya da fiyatta indirim yapılmasını talep ederse ihracatçı, karşılığında bir şey istemeksizin daha iyi bir teklif yapmaktan kaçınmalıdır. Örneğin, şöyle bir öneri yapılabilir; “Eğer size %5 lik bir fiyat indirimi yaparsam, depolama giderleri dahil nakliye giderlerini üstlenir misiniz?”

İhracatçı, alıcının yaptığı “son tekliflerden” ve böylece acele karar verilmesinden kaçınmalıdır. İstenen malın miktarı değerlendirilmeli, siparişin tekrarlanıp tekrarlanmayacağı belirlenmeli ve depolama, tanıtım ve satış sonrası hizmetlerden kaynaklanan masrafları kimin karşılayacağı konusu müzakere edilmelidir. Alıcı ürünün kabul edilebilir kalitede olduğunu fakat fiyatın çok yüksek olduğunu belirtiyorsa, ihracatçı, giderlerin ayrıntılarını, ürünün yararlarını ve düzenli bir satıcı olarak kendi güvenilirliklerini anlatarak, zamanında teslim yapılacağı konusunda güvence vererek müzakereye devam etmelidir.

Alıcı önerilen fiyatı kabul ediyorsa, ihracatçı:

- Maliyeti tekrar hesaplamalı, rakiplerinin fiyatlarını kontrol etmeli ve kârını garanti altına almalıdır.
- Teklifi sadece bir ön anlaşma olarak kabul etmeli, üretim ve teslimatın bu fiyattan yapılabileceğini kesinleştirmelidir.

KAYNAKLAR

- Readings in International Bussiness Negotiations (İngilizce, Fransızca, İspanyolca). International Trade Centre UNCTAD/WTO, Palais des Nations,1211 Geneva, 1211 Geneva,10, Switzerland (41 22) 730 01 11 (telefon); (41 22) 733 44 39 (fax); itcreg@intracen.org (e-mail); <http://www.intracen.org> (web site).
- Costing & Pricing for Export, ITC (UNCTAD/WTO) Palais des Nations, 1211 Geneva 10, Switzerland. Tel: (41-22) 730 01 11, Fax: (41-22) 733 44 39, itcreg@intracen.org, <http://intracen.org>