

الإعفاءات التجارية و دورها في ترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

ملخص

يتناول هذا المقال بالتحليل موضوع الإعفاءات التجارية الدولية و دورها في ترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من جهة و في استقطاب الاستثمارات الأجنبية نحو الدول النامية كالجائز من جهة أخرى. فهي شكل من أشكال الاستثمار الغير مباشر و تقنية أثبتت فعاليتها في الكثير من الدول المتقدمة و في بعض الدول النامية. و سنحاول من خلال هذا المقال أن نعالج و باختصار دور و أهمية هذه التقنية في التنمية الاقتصادية الوطنية خصائصها و الشروط القانونية و الاقتصادية المطلوبة للتعريف بها و ترقيتها. كما سنبين إيجابياتها و سلبياتها و المقاربة التي اتخذتها الدول المتقدمة كفرنسا في هذا المجال.

أ. فوزي نعيمة
كلية العلوم الاقتصادية
وعلوم التسيير
جامعة الجليلي اليابس
سيدي بلعباس، الجزائر

الإعفاءات التجارية أداة هامة و تقنية **تعتبر** فعالة أثبتت نجاعتها في كثير من التجارب العالمية فهي صيغة من صيغ الترخيص المعروفة في عالم الأعمال و التجارة . كما أنها شكل من أشكال الاستثمارات الغير مباشرة و أسلوب مثالي لغزو الأسواق العالمية. فبالرغم من أن هذه التجربة مرتبطة بالدول المتقدمة كالولايات المتحدة و الاتحاد الأوروبي و محدودة جدا في الدول النامية إلا أن بعضها كالبرازيل و دول جنوب شرق آسيا و بعض دول أوروبا الشرقية و الشرق الأوسط قد أظهرت اهتمام و إقبال كبير و متزايد بهذه التقنية. كثيرا ما تلجأ الشركات الأجنبية الكبرى إلى هذا النوع من التدخل في أسواق الدول المضيفة كإجراء تمهيدي لمعرفة درجة قبولية و ربحية منتجها قبل أن تتخذ القرار النهائي بالولوج في مشروعات استثمارية مباشرة سواء بصفة كلية أو بالاشتراك مع متعامل اقتصادي وطني خاص أو عمومي في إطار شركة مختلطة joint venture.

Abstract

This paper presents a comprehensive empirical examination of a relatively new form of international contractual arrangements, which is usually called « the international franchising ». It analyses the conditions under which this juridical and economic technique takes place and gives results especially in term of promoting international investments and attracting foreign investors into host developing countries like Algeria. As we know, Algeria has recently persuaded that small and medium enterprises would be the engine for future development and growth. To achieve this strategy goal, Algeria has to diversify its business contractual canal by encouraging the use of franchising technique especially between foreign investors and local private companies. This approach will not be possible unless the promulgation of franchising rules in which it will be clearly shown, the role and the importance of such juridical canal in economic development, contractual conditions as well as the rights and obligations of the contractual parties.

جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر 2001.

و قد تكون طريقة الإعفاءات التجارية هي الوسيلة الوحيدة المتاحة أمام الشركات الأجنبية لدخول سوق الدولة المستقبلية نتيجة شروط معينة قد تضعها الحكومات في وجه الأشكال الأخرى للاستثمار لأسباب سياسية اقتصادية أو اجتماعية. كما قد يكون اختياراً استراتيجياً يفضله المتعامل الاقتصادي الأجنبي رغم توفر إمكانية و شروط الاستثمار المباشر في الدولة المستقبلية و ذلك لأسباب يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- تجنب مخاطر الاستثمار المباشر خاصة الغير تجارية منها كالتأمين و نزع الملكية للمنفعة العامة و المصادرة.

- 2- ضعف الموارد المالية اللازمة للاستثمار المباشر في الدولة المضيفة.
- 3- تشكل الامتيازات التجارية فرصة للشركة الأجنبية للتوسع السريع في عدد كبير من الأسواق في وقت قياسي و هذا قد لا يمكن تحقيقه في إطار الاستثمار المباشر.
- 4- تشكل الامتيازات التجارية فرصة للشركة الأجنبية للتوسع السريع عدد كبير من الأسواق في وقت قياسي و هذا لا يمكن تحقيقه في إطار الاستثمار المباشر.
- 5- توفر الامتيازات التجارية الأمان لاستثمارات في قطاعات على مستوى كبير من الأهمية و النجاح.

تعريف

يمكن تعريف عقود إعفاءات الإنتاج أو الإعفاءات التجارية Franchising على أنها اتفاق أو عقد يلتزم من خلاله صاحب نظام الإعفاء The Franchisor بأن يرخص للحاصل على حق الإعفاء The Franchise fee. كما يستفيد الحاصل على الحق في الإعفاء على دعائم أخرى تتمثل خاصة في الحق في استعمال الاسم التجاري Trade name بالإضافة إلى الحق في تقليد الكيفية و الأسلوب Style و كذلك الحق في إستغلال الرسم التجاري Logo المملوكة أصلاً لصاحب النظام. عرف جوناثان شاد Jonathan Shade المحامي و كاتب بالعدل في مكتب المحاماة ليثرز برايور بمدينة نوريش Norwish الإنجليزية الإعفاء التجاري على أساس أنها: "حق استخدام الاسم التجاري لصاحب نظام الامتياز التجاري و كافة طرق العمل و الأنظمة و العلامات التجارية المملوكة للنظام و ذلك في منطقة محددة و لفترة محددة يقوم الحاصل على حق الامتياز في مقابل ذلك، و يقوم باستثمار ماله الخاص ووقته و جهده و يقوم صاحب النظام بتزويده بما يمكنه من بدء النشاط و التدريب و التعزيز و الاستفادة من خبرة النظام من التسويق في الأسواق العالمية" (1).

و مما يجدر ذكره هو أن الإعفاء التجاري يعتمد و بصفة أساسية على الثقة المتبادلة بين طرفي العقد لهذا يصعب في كثير من الأحيان اختيار أفضل نظام من جانب الراغب في الحصول على إعفاء تجاري و على أفضل شريك يريد الحصول على حق الامتياز من جانب صاحب النظام. لهذا عملية التحري و التقصي قصد الحصول على المعلومات الكافية ضرورية لاتخاذ القرار النهائي و لازمة لاختيار الشريك المناسب. كما انه من الأفضل الاستعانة بخبرات ممن خاضوا تجربة الامتيازات التجارية من قبل سواء من مستثمرين أو من خبراء مستشارين في هذا الميدان (2).

أنواع الإعفاءات التجارية

عادة ما تقسم الإعفاءات التجارية إلى إعفاءات تجارية بسيطة أو عادية و أخرى عمومية، فالترخيص البسيط للإعفاء التجاري لا يسمح للحاصل عليه إلا للاستخدام الأحادي فقط دون توسيعه لمستثمرين آخرين قد يبذلون الرغبة في الحصول عليها. ففي هذه الحالة حدود الاستعمال مضبوطة بشكل دقيق جدا بمعنى آخر أن لصاحب الحق في هذا النوع من الإعفاء الحق في استخدام الكيفية الصناعية للمنتوج أو الخدمة موضوع العقد في منطقة معينة و لمدة معينة دون نقلها للآخرين.

أما الترخيص العمومي للإعفاء التجاري فيعطي الحق لصاحبه بمنح حقوق الإعفاء للعديد من ذوي حقوق الإعفاء Franchisees في منطقتهم. و في هذه الحالة يتعهد هؤلاء بتنفيذ ما اتفق عليه إلى تخصيص نسبة من الأرباح لصاحب الإعفاء العمومي الأصلي. و يبدو من هذه الدراسة المتواضعة أن نجاح الإعفاء التجاري مرتبط بشروط يجب توفرها منها:

- 1- تهيئة محيط الاستثمار و التجارة و تطهيره حتى يتكيف مع المعطيات الاقتصادية و الاجتماعية الجديدة.
- 2- توفير الإطار القانوني الخاص بالإعفاء التجاري و كل التقنيات الاستثمارية و التجارية الجديدة الأخرى.
- 3- السعي من أجل نشر و إشهار ثقافة الإعفاء التجاري و كل التقنيات الجديدة بكافة الطرق الممكنة.
- 4- وضع برنامج لتدريب و تعليم أصحاب الأعمال على هذه التقنية و قد يتكلف بهذه المهمة الغرف التجارية أو الاتحادات المهنية.

أوجه الاختلاف بين صيغة الإعفاء التجاري و صيغ الترخيص الأخرى

قبل أن نخوض في فحص بؤر الاختلاف بين صيغة الإعفاء التجاري و صيغ التراخيص الأخرى المشابهة له تجدر الإشارة إلى أن هناك إشكال في ترجمة مصطلح Franchising أو Franchise إلى اللغة العربية. فالقائل من الذين كتبوا عن الموضوع استعملوا مصطلحات مختلفة هي في رأينا غير صحيحة و قد تؤدي بالقارئ إلى متاهات و مغالطات قانونية فيعضهم مثلا استعمل مصطلح الامتيازات التجارية و الذي يقابلها باللغة الأجنبية Concessions و بالتالي فهذا المصطلح لا يعكس بشكل جيد و

دقيق المعنى الحقيقي لمفهوم Franchising الموضح أعلاه. كما أنه في حالة استعمال مصطلح الامتيازات التجارية مثلا فيجب عدم الخلط بينها وبين حقوق الامتياز المعروفة في القانون المدني.

و حتى مصطلح الإعفاء التجاري المختار للاستعمال في هذا المقال فهو إلى حد ما غير دقيق بما أن الذي يقابله باللغة الأجنبية هو لفظ Exoneration الذي غالبا ما يستعمل في نصوص القوانين الاقتصادية عموما و قانون الاستثمار خصوصا عند الدلالة على الإعفاءات الضريبية و الجمركية الممنوحة كامتياز للذين يوظفون أموالهم في مشاريع استثمارية معتمدة من طرف الهيئات المختصة (3).

انتظارا لتدخل خبراء مجامع اللغة العربية و الفقهاء القانونيين لإيجاد المصطلح المناسب سنكتفي بلفظ إعفاء بمحتواه الجديد الدال على Franchising و نتحول إلى إبراز الفروق الجوهرية بين صيغة الإعفاء التجاري و صيغ التراخيص الأخرى.

الوكالة AGENCY

يلعب الوكلاء دورا هاما في النشاط التجاري. فالأعمال و التجارة تبدو جامدة و غير فعالة بدون الاستعانة بخدمات الوكلاء Agents بصفة مهما كان هامش نشاطهم و تحركاتهم.

فالدور الأساسي للوكيل في عملية التجارة يعتمد على التفاوض و إمضاء العقود نيابة عن شخص ما الذي هو الأصل The principal. لهذا غالبا ما يشترط في الوكالة الكثير من المهارات الخاصة و الخبرة إلى جانب قدر كبير و كافي من المعلومات حول السوق المزمع الدخول فيها.

فصاحب الأعمال Businessman الذي هو الأصل سواء مستثمرا أو تاجرا قد يحتاج إلى شخص الوكيل في حينه للتفاوض على عقد ما سواء على المستوى المحلي أو في الإطار الدولي خاصة إذا علمنا أن الأصل قد ينشغل بعقود و تصرفات كثيرة و متنوعة في وقت واحد.

يعتبر نشاط الوكلاء عامل هام في اقتصاديات الدول المتقدمة و مهنة مطلوبة بكثرة في أوساط المال و الأعمال و غالبا ما يمارسها الشباب المتخرجون من مدراس الأعمال المشهورة كمدسة هارفرد للأعمال ببوسطن و ماساشوست.

للكالة مفهوم مرن جدا ويستعمل في كثير من المواضيع لهذا ينبغي التدقيق في تعريفها، فالوكيل هو ذلك الشخص المعترف له قانونا بحقوق و مسؤوليات و علاقات نيابة عن الأصل (4). كما لها مفهوم قانوني محض عادة ما يستعمل من طرف القضاء لشرح و حل المشاكل التي تخلفها بعض الحالات الواقعية (5).

إن الوكلاء نوعان: و كلاء عامون و وكلاء خاصون و الفرق بينها مرتبط بطبيعة الصلاحيات المخولة لهم من طرف الأصل أما الوكيل الخاص فهامش التحرك بالنسبة إليه مرتبط بصفة معينة.

و ما يؤخذ على نظام الوكالة أنها تخص ميدان التجارة أكثر من ميدان الاستثمار مما قد يؤدي بالاقتصاد الوطني إلى التجير فهو يخدم المنتج الأجنبي الأصل و وكالة أكثر

مما يخدم عملية التنمية بصفة عامة. كما انه قد يحول السوق الوطنية إلى بازار كبير مملوء بالمنتجات الأجنبية دون المشاركة في إنتاجها فإذن هو لا يساهم في خلق فرص العمل و لا في تحويل التكنولوجيا.

عملية التوزيع Distributorship

غالبا ما يتنازل صاحب الأعمال(الصانع) عن وظيفة توزيع منتجاته المصنعة أو نصف المصنعة لأحد الأشخاص أو أكثر طبيعيين كانوا أم معنويين من الموزعين في شكل عقد يسمى بعقد التوزيع يتعهد من خلاله الطرفان بكثير من الالتزامات. يلتزم صاحب الأعمال بتمويل الموزع بالمنتجات و ما قد يلحق بها من خدمات من وقت لآخر و قد يوافق الصانع كذلك على ألا يمنح حق توزيع نفس المنتج في وقت معين لشخص آخر دون إذنه وهذا ما يسمى بالحق الخالص في التوزيع أو ما يطلق عليه باللغة الأجنبية Exclusivity (6).

و قد يحتفظ الصانع بحق منافسة الموزع في البيع المباشر ما لم يتفق الطرفان على ما يخالف ذلك. و في حالة اشتراط منع الصانع من البيع المباشر يتعهد الموزع بأن يوسع دائرة السوق لمنتجات الصانع و قد يصل الأمر إلى عدم بيع منتجات أخرى منافسة لها.

إذن فطبيعة العلاقة بين الصانع و الموزع تعتمد على ما اتفق عليه في عقد التوزيع كما أنها لا تختلف كثيرا عن علاقة البائع بالمشتري. غير أنه يتعين تجديد عقد التوزيع متى أمر الموزع بمنتجات إضافية. كما أن هذا الأخير يكون مسؤولا باعتباره بائعا للمنتجات في حالة إعادة بيعها للمستهلكين. و مما تجدر الإشارة إليه أن عقد التوزيع خاصة الدولي منه يمنح للصانع عدة امتيازات فهو في كثير من الأحيان غير مسؤول اتجاه المستهلكين عن الأضرار التي تخلفها البضائع المعروضة في طرف الموزع.

الترخيص Licensing

قد يرخص صاحب الأعمال (الصانع) لتعامل آخر في بيع أو حتى تصنيع منتج من المنتجات التي بادر مصنعه بإنتاجها.

فتقليد منتج ما بدون هذا النوع من العقود (التراخيص) غالبا ما ينجر عنه خرق لحقوق الملكية الصناعية المحمية بقوانين و طنية بمواثيق و اتفاقيات دولية معروفة.

الفروع التجارية Subsidiaries

قد يلجأ صاحب الأعمال إلى و ضع شبكة من الفروع لتسويق منتجاته و أو خدماته. هذه الطريقة غالبا ما تطبق من طرف الشركات التي تقوم بتسويق منتجاتها عن طريق شبكة من الفروع التجارية. كل واحد منها تتمتع بشخصية معنوية مستقلة عن الشركة الأم أو الشركة المالكة. كما أنها قد تعمل باعتبارها و كيل عن الشركة الأم غير أنه عادة ما تكون العلاقة بينهما علاقة البائع بالمشتري بحيث تبيع الشركة الأم لأحد فروعها منتجات معينة تاركة لهذه الأخيرة حق التعامل كبائع اتجاه المستهلكين في عقد

منفصل يجمع بينهما يشبه إلى حد ما ذلك الذي يجمع بين الأصيل و وكيله خاصة فيما يتعلق بالالتزام بالسعر المهني.

مزاي و عيوب الإعفاءات التجارية

لا شك أن للإعفاءات التجارية مزايا عديدة عند مقارنتها بالترخيص الأخرى كالوكالة و التوزيع و الفروع التجارية الخ. و منها:

- 1- فهي غير مكلفة و قابلة للتوسع بسرعة كبيرة.
- 2- مخاطرها قليلة مقارنة بأنماط الاستثمارات الأخرى المعروفة.
- 3- يستفيد الحاصل على الإعفاءات التجارية من امتيازات هامة كالتدريب على عمليات الإنتاج و حق استعمال العلامات التجارية ذات الشهرة الكبيرة و الاسم التجاري و براءات الاختراع لمدة معينة في منظمة معينة.
- 4- ابتدائيا قد تكون عملية مفيدة جدا بالنسبة للدولة المضيفة لجلب الاستثمارات الأجنبية لأن الإعفاءات التجارية غالبا ما تمهد لعمليات الاستثمار الأجنبي المباشر التي تراهن الدول النامية عليها لبعث عملية التنمية.

أما عيوبها فتتمثل أساسا فيما يلي:

- 1- قد يصبح الحاصل على حق الإعفاء التجاري منافسا قويا لصاحب الإعفاء.
- 2- صعوبة انتقاء أفضل حاصل على حق الإعفاء في المنطقة.
- 3- صعوبة تلقين و تدريب الحاصل على حق الإعفاء إلى المستوى المطلوب.
- 4- صعوبة المتابعة و المحافظة على المستوى العالي (7).
- 5- غالبا ما يقتصر نجاح هذه العملية في أنشطة الخدمات خاصة تلك المتعلقة بتقديم الأطعمة السريعة دون الإنتاج مثل ماكدونالدز (MacDonalds) و بيتزاهات (Pizza Hut) و هذا ما لا يخدم اقتصاديات الدول النامية التي تشتكي من ندرة في الإنتاج المخصص للاستهلاك المحلي.

خاتمة

يمكن القول أن صيغة الإعفاءات التجارية لم تصل بعد إلى أرقى مستوى في تطورها حتى في بعض الدول المتقدمة فضلا عن الدول النامية لذلك من المتوقع أن تعرف توسعا معتبرا في السنوات القادمة، خاصة و أنها قد أثبتت نجاعة و فعالية كبيرتين لأنها طريقة غير مكلفة و سهلة الإدراك، و تساهم في التطور الحادث في حياة الأفراد و المجتمعات.

كما أن الإعفاءات التجارية يمكن أن تكون محل اهتمام الشباب بصفة خاصة لأن عامل الخبرة في هذا القطاع غير ضروري، حيث أن صاحب نظام الإعفاء هو الذي يتكلف بالتكوين، كذلك التجار الذين يعانون من المنافسة الشديدة و يرغبون في تحسين أدائهم عن طريق التقليل من المخاطر، و بصفة عامة الشباب العاطل عن العمل و خاصة أصحاب الشهادات منهم.

ومن جهة أخرى، توفر هذه الصيغة بعض المزايا للمستهلك، لأنه يحصل على خدمة أفضل مع ضمان نوعية جيدة و الأسعار تنافسيه و العلامة مشهورة التي يعرضها الحاصل على حق الإعفاء.

تتوقع الدراسات أن يتوسع استعمال صيغة الإعفاءات التجارية إلى قطاعات جديدة، مثل: التسلية، الإعلام الآلي، و غير ذلك، و على المدى المتوسط قطاع الخدمات هو الذي سيعرف تطورا كبيرا في هذا المجال، مثل: الوكالات العقارية، المساعدة و الخدمات للمؤسسات (محاسبة...). مكاتب التوظيف، الخدمات السريعة للطباعة، خدمات الجبائية، الصحة، الخدمات التقنية.. الخ.

كما يجب التنبيه على أن الدولة الجزائرية إذا كانت ترغب في تطبيق هذه التقنية التي تعتبر عامل نمو وتطور في الكثير من الدول كما سبق و أن ذكرنا فيجب عليها تهيئة محيط خاص بالإعفاءات التجارية، و لا يأتي ذلك إلا بتوفر بعض الشروط و التي من بينها:

- تهيئة محيط الاستثمار و التجارة و تطهيره حتى يتكيف مع المعطيات الاقتصادية و الاجتماعية الجديدة.
- توفير الإطار القانوني الخاص بالإعفاءات التجارية و كل التقنيات الاستثمارية و التجارية الجديدة الأخرى.
- السعي من أجل نشر و إشهار ثقافة الإعفاء التجاري، و كل التقنيات الجديدة بكافة الطرق الممكنة.
- وضع برنامج لتدريب و تعليم رجال الأعمال هذه التقنية، و قد يتكفل بهذه المهمة الغرف التجارية و الاتحادات المهنية.

المراجع

1. الدكتور عبد الحميد الشواربي "موسوعة الشركات التجارية" منشأة المعارف، الإسكندرية - 1991
2. Robert Bradgate, Commercial law; Second Edition, Butterworths, 1995, UK.
3. Markesinis and Munday, An outline of the law of Agency 3rd edn, 1992, Butterworths, p.3.
4. Fridman, Establishing Agency, 1968, LQR, pp. 224-231.
5. مجلة التجارة العربية البريطانية، السنة 4، عدد 7 و 8، أبريل/ماي 1997.

الهوامش

1. جوناثان شاد، التراخيص و الامتيازات التجارية، المجلة التجارية العربية البريطانية، السنة الرابعة، عدد 7 و 8، أبريل 1997، ص 9.
2. من أهم الهيئات و المؤسسات المهمة بموضوع الإعفاءات التجارية نذكر مثلا: الفيدرالية الفرنسية للإعفاء التجاري، الجمعية البريطانية للإعفاء التجاري، و كذلك

- بعض مكاتب المحاماة: منها فيلد فيشر و وترهاوس - نوريتش - بينسنت كيرتز- لندن-.
3. أنظر في هذا الصدد: قانون الاستثمار الجزائري لسنة 1993.
4. Markesinis and Munday, An outline of the law of Agency, 3rd edition, Butterworths, 1992, p.3.
5. Fridman, Establishing Agency, LQR, 1968, pp. 224-231.
6. Wtlamb & sons vs. Goring Brick CO. Ltd., 1932.
7. مارك إبريل من مكتب المحاماة فيلد فيشر و وترهاوس - لندن. الامتيازات التجارية" ج4 الموجود بمجلة التجارة العربية البريطانية السنة 4 عدد 7 و8 أبريل/ ماي 1997. □