

جامعة مولود معمري - تيزي وزو

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق نظام ل.م.د

الإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال: عقد التسيير وعقد الفرنشايز نموذجان

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون

تخصص قانون الأعمال

إشراف الأستاذة

أ.د. إرزيل الكاهنة

إعداد الطالبتين

- مغني خوخة

- عشتيت فاطمة

لجنة المناقشة

- د/ قوسم غالية ، أستاذة محاضرة (ب) . جامعة مولود معمري، تيزي وزو.....رئيسة.
- أ/د إرزيل الكاهنة، أستاذ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو..... مشرفة و مقررة.
- أ/لملوم كريم، أستاذ مساعد (أ) ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.....ممتحنا.

تاريخ المناقشة: 2018/07/03

إهداء



اهدي هذا العمل المتواضع إلى :

أمي و أبي اللذان لطالما كانوا سنداً لي واعترافاً بالفضل و الجميل
و إمتثالاً لقوله عز وجل " وبالوالدين إحساناً "

و إلى إخواني وأخواتي الأعزاء ، وخاصة إلى زوجي و عائلته ،
وأصدقائي وكل من جمعني به وداد لحظة من الأرحام و الأحباب.

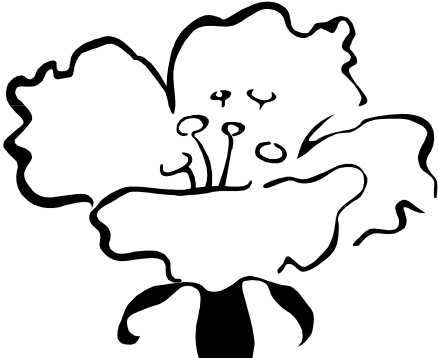
وأود أن أتقدم بالشكر الجزيل الكبير إلى الأستاذة المحترمة
والعزيزة إرزيل الكاهنة التي قدمت لنا اليد المساعدة في إعداد
العمل المتواضع فلها كل عبارة التقدير و الشكر و العرفان.

و إلى كل من سانداني في انجاز هذا العمل سواء من قريب أو من
بعيد .

و كذلك اللجنة التي ستتفضل بقراءة هذا البحث و تقييمه و شكرها

موصول إلى الأساتذة الكرام الذين قرون بعلمهم و فضلهم.





العلماء



أهدي هذا العمل إلى :

منبع الحنان و رمز الأمان، قرة عيني و قوتي و القلب الكبير
أمي الحبيبة.

إلى أبي اعترافا بالفضل و الجميل، فحفظهما الله لي و أطال في
عمرهما.

إلى من كانوا لي دعما و سندا في هذه الحياة ، أختي الوحيدة و
إخواني الأحباء و زوجاتهم، و خالتي فريزة.

إلى خطيبي و عائلته الكريمة و كل من جمعني به و داد لحظة من
الأرحام و الأحساب.

إلى كل طالب علم ، إلى صديقتي و أصدقائي .

إلى أستاذتي المشرفة إرزيل الكاهنة ، و كل الأساتذة في كلية

الحقوق الذين ساعدوني في مشواري الدراسي .

إلى كل من قدم لي يد العون و كان لي دعما و سندا في إنجاز

هذا العمل سواء من قريب أو بعيد.

إلى روح العلم و العلماء

فاطمة

"شكر و عرفان"

أشكر الله سبحانه على تيسيره لنا في إعداد هذه
الدراسة.

نتقدم بالشكر إلى الأستاذ إرزيل الكاهنة التي
تفضلت بالإشراف على إعداد هذه المذكرة

و مساعدتنا بتوجيهاتها أجره الله.

إلى كل من قدم لنا يد المساعدة في إعداد و إخراج
هذه الدراسة إلى الوجود.

مغني خوخة و عشت فاطمة

يؤدي التطور الذي شهده العالم في شتى الميادين في غالب الأحيان إلى إزدهار المجتمعات ،كون يسهل الحياة بفضل الوسائل المستخدمة، إلا أنه في الوقت ذاته أدى إلى خلق فجوة إقتصادية بين البلدان المالكة لهذه التكنولوجيا و البلدان التي تفتقر إليها.

على هذا المنوال، ففوة الأمم ترتبط بابتكارات التكنولوجيا ونقلها وتطبيقها، ومع النمو وتطور وسائل الاتصال الحديث أصبحت هناك إمكانيات كبيرة لنقل التكنولوجيا لم يسبق لها مثيل، حيث أصبحت الدول في موقف يجدر بها إيجاد سبيل لتوطيد العلاقات فيما بينها، فأضحى البديل هو التعاون الإقتصادي و الإقتصادي فيما بينها من أجل التغلب على المشاكل والمعوقات التي تعيق التقدم الإقتصادي و الإقتصادي للدول في إطار ما يسمى بالتعاون الدولي، ويتجلى هذا التعاون فيما يسمى بعقود الأعمال والتي تعتبر إستراتيجية مهمة بالنسبة للبلدان النامية وهي من أهم العقود التي تبرمها مع البلدان المتطورة وذلك من أجل الدفع بعجلة التنمية لديها في شتى المجالات⁽¹⁾.

تعتبر عقود الأعمال من بين العقود التي يجب تنظيمها بقواعد ذات طابع عالمي تتلاءم مع التوجيهات الاقتصادية الجديدة للدول بغض النظر عن مستواها الإقتصادي، فهي أداة لتطوير الإقتصاد الوطني، بالنسبة للدول التي تبحث عن مصادر لتمويل مشاريعها دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية المتمثلة في الاقتراض من جهة، كما تعتبر أداة للبحث عن خبرة جديدة لتسيير مؤسساتها بكيفية عصرية من جهة أخرى.

كما أن الإستفادة من نجاح شركات ذات سمعة عالمية مختصة في إنتاج بعض السلع أو تقديم خدمات نالت ثقة المستهلكين، يكون عن طريق استئجارها على الإقليم الوطني لتوسيع فرص الإستثمار بالنسبة للمؤسسات الوطنية من جهة ومن جهة أخرى،

¹ - تمازيرت أميلية، زعغان كاتية، الإلتزام بالإعلام في عقود الأعمال، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص4.

تعتبر عقود الأعمال ذات أهمية إقتصادية حتى بالنسبة للدول المتقدمة، لأنها تمكنها من تبادل خبرات علمية فيما بينها. وكذا توسيع فرص الاستثمارات خارج حدود بتقنيات جديدة أقل تكلفة لأنها تقوم بنقل خبرة علمية ناجحة للدول التي تريد الاستفادة منها، أو تقوم بتمويل مشاريع عن طريق مؤسساتها المختصة مقابل فوائد ترفع من مستواها الإقتصادي⁽¹⁾.

إن عقود الأعمال كقاعدة عامة، بالنظر إلى الزاوية التي يرغب فيها المتعامل الإقتصادي من إبرام هذه العقود، قد يكون الهدف منها الاستفادة من المعارف الفنية والتكنولوجيا والخبرة فنكون في هذا الإطار بصدد عقود نقل تكنولوجيا التي تعتبر من أبرز عقود الأعمال.

ويقصد بها "اتفاق يتعهد بمقتضاه مورد التكنولوجيا بأن ينقل بمقابل معلومات فنية إلى مستورد تكنولوجيا لاستخدامها بطريقة فنية خاصة لإنتاج السلع أو تطويرها أو تركيب أو تشغيل الآلات أو لتقديم خدمات"⁽²⁾.

فضلا عن ذلك، فإن هذه العقود تتيح الفرصة باستخدام العمالة المحلية و استغلال الموارد المتوفرة لديه وتحقيق السيطرة الفنية، حيث يعتبر عقد التسيير وعقد الفرنشايز من أكبر النماذج التي تعبر عن نقل التكنولوجيا الغرض منها الاستفادة المتعامل الإقتصادي من خبرات وتكنولوجيات متعامل الإقتصادي آخر في المجال الإقتصادي من جهة، والمعرفة الفنية من جهة أخرى .

¹ - عيد عبد الحفيظ، "عقود الأعمال، إحياء لقانون التجارة الدولي"، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص23.

² - عمر سعد الله، قانون التجارة الدولية، نظرية المعاصرة، الطبعة الثانية، دار هومه للطباعة النشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص197.

على هذا الأساس فإن هذان العقدين يحتلان مكاناً مرموقاً من عقود نقل التكنولوجيا المستعملان في مجالات حيوية بالنسبة لاقتصاديات الدول سواء كانت متقدمة أو متخلفة باعتبارهما تساعدان المتعامل الإقتصادي من أجل تطوير نشاطه الإقتصادي وتوسيع نشاطات مؤسساتهم وذلك بالاستفادة من الخبرة والتكنولوجيا للمؤسسات الإقتصادية الأخرى المتعاقدة معهم⁽¹⁾.

إن كل من عقد التسيير وعقد الفرنشايز عقدين من عقود نقل تكنولوجيا، تقع على أطرافهما مجموعة من الالتزامات في سبيل تحقيق الهدف المنتظر منهما نذكر في هذا المقام وباعتباره موضوع الدراسة الإلتزام بالإدارة. ففي هذا الإطار فهذا الإلتزام قد يلعب دور محوري في هاذين العقدين، من جهة، والأساس لباقي الإلتزامات، من جهة أخرى. أمر يستدعي التساؤل حول: الطابع المميز للإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال والذي يجعله يكرس البعد المنتظر منه في سبيل تحقيق مسألة نقل التكنولوجيا للطرف الذي يرغب في ذلك على وجه التحديد؟

في سبيل الإجابة على هذا التساؤل ارتأينا دراسة البحث بالتطرق إلى المكانة التي يحتلها الإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال من خلال نموذجي عقد التسيير وعقد الفرنشايز (الفصل الأول) ثم الدور الذي يمكن لهذا الإلتزام أن يؤديه في تحقيق الهدف الذي ينتظره أطراف العقد وبالخاصة مستقبل التكنولوجيا (الفصل الثاني).

على هذا الأساس اتبعنا منهجا وصفيا لسرد المعلومات الخاصة بالإلتزام بالإدارة بالنظر لطبيعة الموضوع، وكذا منهجا مقارنا بأقل درجة، عندما تستدعي بعض عناصر الموضوع ذلك خاصة مسألة تمييز الإلتزام بالإدارة عن بعض المفاهيم .

¹ - عثمانى بلال، ظهور عقود العمال في ظل عجز العقود المدنية الكلاسيكية على تنظيم مجال العمال، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص15.

الفصل الأول

مكانة الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال

أمام عجز العقود الكلاسيكية كعقد العمل و عقد المقاولة وعقود الوكالة في مسايرة مجال الأعمال ، وإلى جانب حاجة المشاريع الكبرى إلى التوسع ومواكبة التطور التكنولوجي في توصل المتعاملون الاقتصاديون إلى استحداث عقود جديدة تتوافق مع طبيعة مختلف المصالح الاقتصادية و التطور الذي ألت إليه هذه العقود عرفت بعقود نقل التكنولوجيا .

حيث يعتبر عقد التسيير وعقد الفرنشايز نموذجان في هذه العقود ، اللذان تقع على أطرافهما مجموعة من الالتزامات أهمها الالتزام بالإدارة الذي يقع على عاتق المسير في عقد التسيير و الممنوح له في عقد الفرنشايز .

هذه العقود باللائمة مع مجال الأعمال، تسمى بعقود الأعمال، و التي ظهرت أولا في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم انتقلت إلى الدول الأوروبية⁽¹⁾، بحيث استحدثت هذه العقود نظاما جديدة لتطوير اقتصاديات الدول، و نشاط المؤسسات الاقتصادية، وإعطائها تمديد أكبر في المجال الاقتصادي.⁽²⁾

و يعتبر عقد التسيير مثلا من بين أهم عقود الأعمال التي تسمح للمؤسسات الاقتصادية من التطور والازدهار الاقتصادي عن طريق الاستفادة من خبرات أحد المتعاملين الاقتصاديين والذي يتمتع بشهرة معترف بها في المجال الإقتصادي معين بحيث يقوم بتسيير أملاك المؤسسة الاقتصادية ، حيث يسعى إلى تطوير نشاطها ومساعدتها على تحقيق وضعية معتبرة في المجال الإقتصادي كما يعتبر من قبيل عقود الأعمال عقد الفرنشايز، والذي يعرف على أنه عقد يلتزم بمقتضاه شخص يسمى مانح الفرنشايز بالسماح

¹ - عثمانى بلال، مرجع سابق، ص13.

² - مرجع نفسه.

لشخص آخر يسمى الممنوح له بإستخدام العلامة التجارية أو جميع الإشارات والرموز التجارية التابعة له مع نقل المعرفة الفنية و تقديم المساعدات الفنية و التجارية له ، فعقد الفرنشايز يلعب دورا كبيرا⁽¹⁾ ومهما و فعالا في تطوير ورفع من نشاط المؤسسة الاقتصادية ، إذ تستفيد المؤسسة في الفرنشايز بالمزايا والشهرة التي تتميز بها العلامة التجارية محل عقد الفرنشايز.

وعلى هذا الأساس سنتوقف لإبراز ماهية الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال (المبحث الأول) ، و من ثم تبيان مضمون الالتزام بالإدارة (المبحث الثاني).

المبحث الأول

ماهية الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال

تعتبر عقود الأعمال ذات أهمية اقتصادية بالنسبة للدول المتقدمة لأنها تمكنها في تبادل خبرات علمية فيما بينها، وكذا توسيع فرص الاستثمارات خارج حدودها بتقنيات جديدة بأقل تكلفة، لأنها تقوم بنقل خبرة علمية ناجحة للدول التي تريد الاستفادة منها.

فعقود الأعمال تعتبر كأداة لتطوير الاقتصاد بالنسبة للدول التي تبحث عن مصادر لتمويل دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية ، و كذا البحث عن خبرة جديدة لتسيير مؤسساتها⁽²⁾، بحيث تتجسد عقود الأعمال في عقد الفرنشايز وعقد التسيير اللذان تقع على أطرافها التزامات من بينها الالتزام بالإدارة الذي يقع على عاتق المسير في عقد التسيير والممنوح له في عقد الفرنشايز فالإلتزام بالإدارة يعبر عن الأسلوب الذي يستعمله أحد أطراف عقود الأعمال بما فيها عقد التسيير وعقد الفرنشايز في إدارة المؤسسات الاقتصادية ، يعبر عنه من الناحية الاقتصادية بإدارة الأعمال.

¹ - عثمانى بلال، مرجع سابق، ص13.

² - عيد عبد الحفيظ، مرجع سابق، ص 26.

وعلى هذا الأساس لابد من التوقف لإبراز مكانة الالتزام بالإدارة بالنسبة لعقود الأعمال (المطلب الأول) ، و من ثم التطرق لمفهوم الالتزام بالإدارة (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الالتزام بالإدارة جوهر بعض عقود الأعمال

ظهرت عقود الأعمال في المرحلة التي عجزت فيها العقود الوطنية التقليدية التي كانت تنحصر على تبادل السلع من مسايرة هذه التطورات الجديدة⁽¹⁾، مما أدى إلى إبرام هذه العقود في أغلب الأحيان بين البلدان المتقدمة التي تملك التكنولوجيا والمعرفة الفنية التي تستخدمها في مختلف المعاملات الاقتصادية، والبلدان النامية التي لا تملك تلك المعارف والتكنولوجيا. فعالم الأعمال عالم واسع⁽²⁾، يفرض على صاحب المال إلحاق مع التجار والمهنيين، حتى يحدث ثروة⁽³⁾.

فعقود الأعمال ما هي إلا اتفاقات تعود جذورها إلى القانون المدني⁽⁴⁾، وتستتبط تطبيقاتها من الأنشطة التجارية التقليدية التي تطورت بفعل الممارسات المتعددة في عالم الأعمال⁽⁵⁾. ومن أبرز تلك العقود الأعمال التي لقيت انتشارا ورواجا بين المتعاملين الاقتصاديين نجد تلك العقود التي تنصب على تقديم الخبرة والتكنولوجيا لإدارة المؤسسات الاقتصادية في إطار ما يسمى بالإدارة الاقتصادية للمشاريع. تمثلت على وجه الخصوص في كل من عقد التسيير وعقد الفرنشايز على هذا المنوال لابد من إبراز مكانة هاذين العقدين

¹ - عيد عبد الحفيظ، مرجع سابق ، ص23.

² - تمازيرت أميلية- زعفان كاتية ، مرجع سابق ، ص4.

³ - حميدي فاطمة، الطابع الخصوصي لعقود الأعمال، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و17 ماي 2012، ص17.

⁴ - تمازيرت أميلية- زعفان كاتية، مرجع سابق، ص4.

⁵ - حميدي فاطمة، مرجع سابق، ص17.

في خدمة المؤسسات الاقتصادية بداية بعقد التسيير (الفرع الأول) ثم عقد الفرنشايز (الفرع الثاني).

الفرع الأول

مكانة الالتزام بالإدارة في عقد التسيير

إن عقد التسيير حديث النشأة ظهر لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية، من أصل أنجلوساكسوني، خلال السبعينات كنتيجة لسوء تسيير النشاطات الاقتصادية، مما أدى بالدولة لإقتراح إسناد العديد من النشاطات إلى الشركات المتخصصة لتقوم بعملية التسيير بموجب العقد الذي أطلق عليه تسمية « Management contrat »⁽¹⁾.

على هذا الأساس تدخلت بعض التشريعات لتنظيمه من بينها المشرع الجزائري ضمن أحكام القانون المدني بموجب القانون المعدل له رقم 89-01⁽²⁾، نظراً لإعتبار عقد التسيير، وليد التطور التكنولوجي والعلمي ونتيجة للإزدهار التجاري والإقتصادي⁽³⁾ الذي يكون له أثر على تطوير ورقي المؤسسات الاقتصادية في الجزائر. بالنظر إلى هذه الأهمية، لابد من التوقف لتعريف عقد التسيير (أولاً) وإبراز أهميته ليتسنى لنا لاحقاً تبيان كيف يعتبر الالتزام بالإدارة أبرز إلزام هذا العقد (ثانياً).

¹- أيت منصور كمال، عقد التسيير، دار بلقيس، الجزائر، 2012، ص 4 و 5.

²- قانون رقم 89-01 المؤرخ في 07 فيفري 1989 يعدل و يتم الأمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر عدد 06، الصادرة في 08 فيفري 1989 .

³- أيت منصور كمال، عقد التسيير، مرجع سابق، ص 4 و 5.

أولاً: تعريف عقد التسيير:

تم وضع تعاريفاً متنوعة لعقد التسيير أحياناً من قبل الفقه وأحياناً أخرى من قبل المشرع. في هذا الإطار وكمثال عن ذلك فقد عرف المشرع الجزائري عقد التسيير في القانون 01-89 المتضمن القانون المدني، وذلك في المادة الأولى منه على أنه: "عقد التسيير هو العقد الذي يلتزم بموجبه متعامل يتمتع بشهرة، معترف بها، يسمى مسيراً إزاء مؤسسة عمومية اقتصادية أو شركة مختلطة الإقتصاد، بتسيير كل أملاكها أو بعضها، بإسمها و لحسابها مقابل أجر فيضفي عليها علامته حسب مقاييسه و معاييرهِ ويجعلها تستفيد من شبكاته الخاصة بالترويج والبيع"⁽¹⁾.

أما الفقه فلقد قام كل من الفقيه الفرنسي « Philippe Merle » والفقيه الفرنسي أيضاً « Michel Jeantin » من إعطاء تعريفاً لعقد التسيير على النحو التالي:

تعريف الأستاذ « Philippe Merle »: هو ذلك العقد الذي يُبرم بين الشركة الفرنسية (شركة المساهمة) ومجموعة أجنبية متخصصة في تنظيم واستغلال الفنادق عبر العالم، ويكون الهدف هو استغلال الفندق، وتعتبر المجموعة الأجنبية مدير مسير عام « Générale Manager » أو عميل « Agent » للشركة الفرنسية يقوم بإحداث تغييرات أو تسيير أو مراقبة أو استغلال المؤسسة و يكون في نية الأطراف المتعاقدة أن تصبح المؤسسة عضواً في المؤسسة الأجنبية"⁽²⁾.

تعريف الأستاذ « Michel Jeantin »: في سنة 1989 درس الأستاذ Michel Jeantin عقد التسيير على أنه : ذلك العقد الذي بموجبه تعهد الشركة المالكة لمباني و

¹ - قانون رقم 01-89، مشار إليه سابق.

² - نقلاً عن: أيت منصور كمال، الطبيعة القانونية لعقد المناجنت في القانون الجزائري، ملتقى الوطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص44.

تجهيزات، مؤسسة التسيير إلى شركة متخصصة في النشاط الذي تعمل فيه المؤسسة، والتي تحوز قدرًا من المعرفة الفنية⁽¹⁾.

إنّ هذه التعاريف المقدّمة تختلفان من حيث نظرتها إلى عقد التسيير على النحو التالي:

أ- من حيث الأطراف:

يظهر الاختلاف من حيث الطرف المستفيد من عقد التسيير:

1-بالنسبة للمشرع الجزائري: عدم حصر المسير في مستثمر أجنبي أو في مستثمر وطني، أي أنّ المسير في التشريع الجزائري يمكن أن يكون طرف وطني كما يمكن أن يكون طرف أجنبي، بشرط أن يتمتع هذا المسير بشهرة و تقنيات معترف بها في هذا المجال⁽²⁾، ويقصد بها (أي الشهرة)، سمعة المسير، توسع المجال الجغرافي الذي يعمل فيه امتلاكه لمعرفة فنية في المجال الذي تعمل فيه المؤسسة، وتجعله متميز عن باقي الشركات التي تمارس نفس النشاط⁽³⁾.

-المؤسسة العمومية الاقتصادية: طبقًا لقانون رقم 88-01 المتمثل في القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية تعتبر المؤسسة العمومية الاقتصادية شركة تجارية⁽⁴⁾ اتّجهت نظامها القانوني إلى القانون الخاص والمؤسسة العمومية الاقتصادية هي شركة تجارية لا تخضع لأي رقابة سواء مباشرة أو غير مباشرة للدولة، وذلك للتلائم

¹- أيت منصور كمال، الطبيعة القانونية لعقد المناجمنت في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص45.

²- معاشو نبالي فطة، اختلال التوازن في عقد التسيير، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص55.

³- مرجع نفسه، ص ص45-46.

⁴-قانون رقم 88-01 المؤرخ في 12 يناير 1988، يتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية والاقتصادية، ج ر ج ج عدد 4 ،الصادرة في 16 يناير 1988،(ملغى جزئيًا).

مع الاقتصاد الحديث، ورأس مالها ملك للدولة، والتي تتميز بخصائص عدة أهمها: "العمومية" معناه: شخص من أشخاص القانون العام المادة الثانية من القانون رقم 88-01⁽¹⁾، ورأس المال الاجتماعي الذي تحوزه الدولة أو أحد أشخاص القانون العام هي أموال عمومية متمثلة في الغالب في حصص، أسهم، سندات المساهمة...

"المتاجرة": هذه الصفة من صفات أشخاص القانون الخاص حيث أن المؤسسة العمومية الاقتصادية تمتاز بطابع المتاجرة وتخضع للقانون التجاري إلا أن الأموال التي تحوزها الدولة في هذه المؤسسات تعتبر من الأملاك الخاصة للدولة وليست من الأملاك العامة، ولكن بعد صدور أمر رقم 04-01 نظرا لتطلبات السوق أصبحت كل أموال المؤسسات العمومية و الاقتصادية أموالا خاصة بما فيها رأس المال التأسيسي، طبقا لنص المادة 2/4 بعدما كانت في ظل النظام الاشتراكي أموالا عامة غير قابلة للتصرف أو الحجز⁽²⁾.

"الإستقلالية": معناه ذمة مالية مستقلة أي حرية الإدارة في التصرف دون خضوع إلى أي إجراء من الإجراءات البيروقراطية، دون الضغوطات التدخلات المختلفة للسلطات⁽³⁾.

- **شركات الاقتصاد المختلط:** هي تلك الشركات (المؤسسات) عامة ذات طابع صناعي وتجاري رأسمالها الاجتماعي مزيج بين أموال الدولة و أموال الخواص وتخضع لمزيج من القوانين تارة لقواعد القانون العام، تارة لقواعد القانون الخاص.

¹ - قانون رقم 88-01، مشار إليه سابق.

² - سعيدي مصطفى، مكانة عقد التسيير في تنظيم قطاع الخدمات، مذكرة من أجل نيل شهادة الماجستير في القانون، اختصاص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2013، ص 50.

³ - مرجع نفسه، ص 50.

2 - أما بالنسبة للفقيهين Merle و Jeantin :

- الأستاذ Merle: حصر المِسير في شركة أجنبية: استنادًا إلى التعريف السابق يُمثّل المِسير في "المجموعة الأجنبية"، معناه المستثمر الأجنبي الذي تتعاقد معه الشبكات الفرنسيّة، وهذا ما يضيف الطابع الدولي للعقد⁽¹⁾.

- الأستاذ Jeantin: عدم حصر المِسير في شركة وطنية أو شركة أجنبية: أي لم يشترط أن يكون المِسير من شركة وطنية أو شركة أجنبية، المهمّ أن تكون الشركة المتخصصة تتمتع بقدر من المعرفة الفنيّة في المجال الذي تنشط فيه المؤسسة محل عقد التسيير⁽²⁾.

ب- من حيث المحتوى:

1- بالنسبة للمشرّع الجزائري: عدم قيّد عقد التسيير في نشاط معين: معناه يمكن لأي مؤسسة عمومية اقتصادية أو شركة مختلطة الاقتصاد أن تبرم عقد التسيير مهما كان نشاطها⁽³⁾.

2- أما بالنسبة للفقيهين الفرنسيين Merle و Jeantin :

- الأستاذ Merle: حصر عقد التسيير في النشاط الفندقي: يمكن القول أن حصر الفقيه Merle عقد التسيير في مجال واحد أي في قطاع الاستثمار وبالضبط في

¹ - أيت منصور كمال، مرجع سابق، ص ص 10-11.

² - مرجع نفسه، ص ص 11-12.

³ - معاشو نبالي فطة، مرجع سابق، ص ص 45-46.

القطاع الفندقى، يعود الفضل في ذلك إلى انتشار الشركات الأمريكية المتخصصة في المجال الفندقى، وإبرامها عقود التسيير في مختلف دول العالم منها فرنسا⁽¹⁾.

- الأستاذ Jeantin: عدم حصر عقد التسيير في نشاط معين: معناه يمكن لأي مؤسسة مهما كان نشاطها أن تبرم عقد التسيير⁽²⁾.

ثانيًا: مجالات عقد التسيير:

يعد عقد التسيير من عقود نقل التكنولوجيا⁽³⁾ المستعمل في مجالات حيوية بالنسبة لإقتصاديات الدول سواء كانت متقدمة أو نامية، و تتمثل هذه المجالات في:

أ- المجال الصناعي: أظهر عقد التسيير الاستخدام الكبير في القطاع الصناعي نظرًا لما تحتاجه الصناعة كقطاع اقتصادي حيوي بالنسبة للدولة من فنيّات ومعارف تستدعي التكنولوجيا والخبرة و الإدارة الممتازة، هذا ما فسّر أنّه لا يوجد مصنع أو مؤسسة اقتصادية لا تستخدم بشأنها عقد التسيير لأنّ استخدامها يؤدي إلى اكتساب الجودة لسلعها التي يخرجها المصنع ومن ثمّ رواج الصناعة وجعل اقتصاد الدولة اقتصاد مُنتج، وفي هذا الإطار وكمثال عن امتداد تطبيق عقد التسيير في المجال الصناعي نجد: "العقد الذي أبرم بين شركة التسيير السياحي للوسط EGTC الجزائرية والمجموعة العالمية الفرنسية لتسيير الفنادق ACCOR في شأن فندق MERCURE (مطار الجزائر)، الذي تمّ إنشائه من طرف مؤسسة صينية بمبلغ 30 مليون دولار"⁽⁴⁾.

¹- أيت منصور كمال، عقد التسيير، مرجع سابق، ص 10-11.

²-مرجع نفسه، ص 11-12.

³- سعيدي مصطفى، مرجع سابق، ص 8.

⁴- أيت منصور كمال، عقد التسيير، مرجع سابق، ص 40.

ب-المجال التجاري: لقد عرّف استخدام عقد التسيير رواجاً أيضاً في قطاع التجارة خاصة في مسألة استخدامه في مجال فتح الفضاءات التجارية الكبرى⁽¹⁾ بقصد السماح لرواج أكبر قدر ممكن من العلامات التجارية، وقد عرفت هذه الآليات انتشاراً سريعاً في مختلف البلدان من بينها الجزائر في السنوات الأخيرة خاصة بعد ظهور المرسوم التنفيذي في 2009 (الذي ينص على إمكانية تنظيم الفضاءات التجارية).

ج -المجال الخدماتي : يتعلّق الأمر على وجه التحديد الاستخدام الكثير لعقد التسيير في مجال المطاعم ولاسيما في مجال الفنادق الذي استعمل بكثرة من اجل استغلال المؤسسات الفندقية⁽²⁾، الذي انتشر مع بداية الستينات في العالم خاصة في أوروبا⁽³⁾. وظهرت بذلك سلاسل فندقية ضخمة على الساحة العالمية من خلال استخدام عقد التسيير و المعروفة بسلسلة فنادق الهيلتون HILTON، وسلاسل فنادق الشيراتون SHERATON، وهولداي HOLIDAY التي لقيت رواجاً كبيراً وانتشاراً لا مثيل له على المستوى العالمي⁽⁴⁾.

الجزائر هي الأخرى عرفت استقبال هذه السلاسل خاصة مع إصدار قانون الفنادق في الجزائر بموجب (ق01/99)⁵ الذي فتح المجال على المصارعين لكل إجراءات أو آليات تسمح بتطوير القطاع، وهو ما فسّر لاحقا من الناحية العملية وجود عقود التسيير بعض

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 12-111 المؤرخ في 6 مارس 2012، يحدد شروط و كفاءات إنشاء وتنظيم الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية، ج ر ج عدد 15 الصادرة في 14 مارس 2012.

² - سعيدي مصطفى، مرجع سابق، ص8.

³ - تواتي نصيرة، الإيطار و التطبيق لعقود الأعمال، ملتقى وطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص382.

⁴ - أيت منصور كمال، عقد التسيير، مرجع سابق، ص ص 37-38.

⁵ - قانون رقم 99-01 المؤرخ في 6 يناير 1999 يحدّد القواعد المتعلقة بالفندقة، ج ر ج عدد 02، الصادرة في 10 يناير 1999.

الفنادق في الجزائر بموجب تقنين عقد التسيير نذكر منها فندق MERCURE الذي منح تسييره للشركة الفرنسية لغرض الاستفادة من خدمات الفندق بالنظر إلى قربه من المطار الدولي الجزائري هواري بومدين⁽¹⁾.

في هذا الإطار فعقد التسيير هو ذلك العقد الذي يتضمن طرفين الميسّر والمسير له، اللذان تقع عليهما التزامات عديدة من أهمها الالتزام بالإدارة الحسنة للمؤسسة الميسّرة، والذي يقع على عاتق المسير (الطرف الأول في عقد التسيير)، المنصوص عليه في المادة 5 من القانون 01-89: "يجب على المسير أن يسيّر الملك طبقاً للمستوى المطلوب، كما يجب عليه أن يستخدم الوسائل اللازمة و يتوخى جميع الأنشطة التي تترتب عادة على نوع الاستغلال محل العقد"⁽²⁾.

والإلتزام بالإدارة الحسنة للمؤسسة الميسّرة التي وضعت تحت تصرّف المسير لإدارتها تعني بها بذل عناية في تطوير الملك الميسّر أي قيام الميسّر بتطوير المؤسسة العمومية ورفع شأن منتوجاتها وخدماتها و اقتحام الأسواق الخارجية والبقاء فيها⁽³⁾.

تسيير الملك طبقاً للمستوى المطلوب طبقاً للخبرة والمؤهلات الفنية بمعنى إنفراد المسير في تسيير المؤسسة وتطويرها بكل عناية وذكاء⁽⁴⁾.

إضافة على الملك العلامة التجارية ويتحقق ذلك عن طريق إلتزام المسير بتوظيف معرفته الفنية واستعمال الوسائل التي تكون الشهرة التي يتمتع بها، هذا ما نجدّه في التعريف الذي قدّمه المشرّع لعقد التسيير في نص المادة الأولى من القانون 01-89: "...فيضفي عليها علامته ومعاييره ويجعلها تستفيد من شبكاته الخاصة بالترويج والبيع". من خلال

¹ - أيت منصور كمال، عقد التسيير، مرجع سابق، ص 41-44.

² - قانون رقم 01-89، مشار إليه سابق.

³ - معاشو نبالي فطة، مرجع سابق، ص 62.

⁴ - مرجع نفسه.

هذا يلتزم المسير بإضفاء على الأملاك المسيّرة ما يكون شهرته⁽¹⁾ (العلامة التجارية) حسب مقاييسه ومعاييرها وما اتفق عليه من أسماء وعناوين لغرض أساسي، وهو تحسين المردودية الاقتصادية⁽²⁾.

الفرع الثاني

مكانة الالتزام بالإدارة في عقد الفرنشايز

ظهر عقد الفرنشايز لأول مرة⁽³⁾ في الولايات المتحدة الأمريكية⁽⁴⁾ قبل الحرب العالمية الأولى على أيدي الرجال الأمريكيين في مجال تطوير مؤسساتهم التجارية، وتوسيع نشاطها في مجال السلع و الخدمات.

وبعد ذلك انتقلت فكرة الفرنشايز إلى فرنسا ومنها إلى المستوى الأوروبي⁽⁵⁾، كما انتشر في الدول العربية، نظرًا لإيجابياته على أسواقها المحلية والدولية، من بينها الجزائر نتيجة انتهاجها لقواعد السوق و الحرية الاقتصادية، فرض عليها ضبط النشاط الاقتصادي وتحديد قواعد التعامل التجاري، خاصة بعد تكريس المشرّع الدستوري لمبدأ حرية التجارة والاستثمار في المادة 43 من التعديل الدستوري 2016⁽⁶⁾، والتي تنص: "حرية الإستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في ايطار القانون " كما أنّ هذه الآلية

¹ - أيت منصور كمال، عقد التسيير، مرجع سابق، ص 33.

² - معاشو نبالي فطة، مرجع سابق، ص ص 62-63.

³ - حميش يمينية، عقد الفرنشايز، ملتقى وطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16-17 ماي 2012، ص 108.

⁴ - مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إيطار عقود التوزيع، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص 149.

⁵ - ياسر سيّد الحديدي، عقد الفرنشايز التجاري في ضوء تشريعات المنافسة، ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012، ص 16.

⁶ - قانون رقم 01-16، المؤرخ في 6 مارس 2016، يتضمن التعديل الدستوري، ج ر ج ج عدد 14 الصادرة في 7 مارس 2016.

تلعب دوراً هاماً في ترويج السلع أيّاً كان نوعها، والتي تقلل الاحتكار في التوزيع، وهذا يساعد المؤسسات الصغيرة و المتعاملين الصّغر على إيجاد حصص في السّوق ما يعود عليها بالنّفع⁽¹⁾ بالنّظر إلى هذه الأهمية لابد من التوقف لتعريف عقد الفرنشايز (أولاً) و إبراز أهميته ليتسنى لاحقاً تبيان كيف يعتبر الالتزام بالإدارة أبرز التزام هذا العقد (ثانياً).

أولاً: تعريف عقد الفرنشايز:

تمّ وضع تعاريف متنوّعة لعقد الفرنشايز نذكر منها وكمثال تعريف الفيدرالية الفرنسية (الاتحاد الفرنشايز الفرنسي) على النحو التالي: "طريقة للتعاون بين المشروعين (المانح، المتلقي) والذي يتضمن بالنسبة للمانح الامتياز ملكية أو الحق في استخدام علامات لجذب العملاء سواء كانت علامات تجارية أو صناعية أو شعارات أو اسم الشركة أو اسم تجاري أو رموز أو استخدام المعرفة الفنيّة والخبرة المكتسبة الخاصة به"⁽²⁾.

أيضاً تعريف "الإتحاد الدولي:

التعريف المقدّم من طرف الاتحاد الدولي: "علاقة تعاقدية بين طرفين هما: المانح والممنوح له، يلتزم بمقتضاها المانح بنقل المعرفة الفنيّة و تدريب للممنوح له، الذي يقوم بالعمل تحت اسم معروف أو شكل أو إجراءات مملوك أو مسيطر عليها من قبل المانح باستثمار أمواله الخاصة في العمل، وفي هذا العقد يقوم الممنوح له باستثمار أمواله

¹ - حمادوش أنيسة، دور آلية الفرنشايز في تطوير الإقتصاد الوطني، "ملتقى حول عقود الأعمال و دورها في تطوير

الإقتصاد الجزائري"، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012.

² - نقلاً عن: ياسر سيّد الحديدي، مرجع سابق، ص 30.

الخاصة في العمل - محل الفرنشايز - بحيث تكون مخاطر نجاح هذه العملية عليه، ويتحملها وحده دون غيره⁽¹⁾.

أما الاتحاد البريطاني فقد عرفه: "رخصة عقدية تمنح بواسطة المانح للطرف المتلقي والتي بموجبها يسمح للمتلقي أن يمارس خلال فترة معينة عملاً محدداً تحت الاسم التجاري يخص المانح⁽²⁾، ويمارس للمانح سيطرة ورقابة مستمرة خلال مدة الفرنشايز على الأعمال التي يقوم بها الممنوح له، والتي تشكل موضوع الفرنشايز، كما يلتزم⁽³⁾ المانح بتزويد الممنوح له بكل ما يلزم لتأدية الأعمال (موضوع الفرنشايز) ومساعدته في ذلك و بالأخص تنظيم عمل الممنوح له، وتدريب موظفيه والبضائع المستحدثة، والإدارة⁽⁴⁾، ويلتزم المتلقي بأداء مالي بصفة دورية للمانح خلال فترة الفرنشايز⁽⁵⁾..."

نستنتج من خلال هذه التعريفات المقدمة إختلافها من الزاوية التالية :

أ- من حيث طبيعة العلاقة:

1- بالنسبة للفدرالية الفرنسية: وجود علاقة مستمرة بين الأطراف المتعاقدة، لأنّ بموجب العقد، يقوم مانح الامتياز، وبصفة مستمرة بمساعدة متلقي الإمتياز، سواء كانت مساعدة فنية أو تقنية⁽⁶⁾.

¹ - دّوار جميلة، المبادئ العامة لعقد الفرنشايز في التشريعات، ملتقى وطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص94.

² - ياسر سيّد الحديدي، مرجع سابق، ص32.

³ - دّوار جميلة، مرجع سابق، ص94.

⁴ - مرجع نفسه.

⁵ - ياسر سيّد الحديدي، مرجع سابق، ص32.

⁶ - مختور دليّة، مرجع سابق، ص153.

2- بالنسبة للإتحادات "الإتحاد الدولي ، والإتحاد البريطاني": وجود علاقة تعاقدية بين الطرفين تجعل متلقي الامتياز (الموزع) في وضعية تبعية تجاه مانح الامتياز (الممون) لذلك وصف عقد الفرنشايز بعقد التبعية، حيث أن الموزع يستعمل اسم أو علامة الممون عند القيام بنشاطه التجاري الجديد، وعليه الإحترام بأمانة أساليبه و تقنياته التي تميزه عن غيره من المتعاملين الاقتصاديين المنافسين له، يحق لمانح الامتياز مراقبة متلقي الامتياز، طول فترة ممارسة النشاط... (1).

ب- من حيث الالتزامات:

1- بالنسبة للفدرالية الفرنسية: حصر التزامات المانح فيما يلي دون التزامات الممنوح له: استخدام علامات لجذب العملاء، استخدام المعرفة الفنية، الخبرة المكتسبة الخاصة به (2).

2- بالنسبة للإتحادات "الإتحاد الدولي، الإتحاد البريطاني": حصر التزامات المانح فيما يلي: نقل المعرفة الفنية، تدريب الممنوح له، وتزويد الممنوح له بكل ما يلزم لتأدية الأعمال، مساعدة... (3)، وحصر التزامات الممنوح له فيما يلي أهمها: يمارس الممنوح له خلال فترة العقد عملاً تحت اسم تجاري معروف يخص المانح... (4).

تجدر بنا الإشارة فقط إلى نقطة مهمة وهي أن كلاً التعاريف السابقة حول تعريف عقد الفرنشايز تشركان في نقاط عدة أبرزها:

¹ - مختور دليلة، مرجع سابق، ص 153.

² - ياسر سيّد الحديدي، مرجع سابق، ص 30.

³ - دؤار جميلة، مرجع سابق، ص 94.

⁴ - ياسر سيّد الحديدي، مرجع سابق، ص 32.

- سيطرة المانح على الطريقة التي يعمل بها الممنوح له في المشروع، والمقصود بالسيطرة في حق المانح بالإشراف على كيفية إدارة الممنوح له للمشروع⁽¹⁾.
- تشتركان جميعاً أيضاً في العناصر الأساسية للإدارة نظم الفرنشايز وأهمها: المانح والممنوح له (أي الأطراف)⁽²⁾:

1- ويقصد "بالمناح" ما يلي: "هو شخص طبيعي أو معنوي أو تاجر أو صناعي أو حرفي يملك سلعة أو منتج أو خدمة أو نظام عمل معين بحيث يقوم بترخيص استعمال المنتج أو الخدمة مقابل عرض مالي وفقاً للشروط المتفق عليها في العقد"⁽³⁾.

2- ويقصد "بالممنوح له": "هو كل شخص طبيعي أو معنوي يرتبط لفتح المشروع مستخدماً نفس الاسم التجاري، أو العلامة التجارية أو نظام العمل الذي يزوده به المانح وفقاً بعقد مع المانح من أجل الحصول على حق الفرنشايز⁽⁴⁾، ويقوم بتشغيله للشروط التي يتفق بها في العقد مع المانح⁽⁵⁾، حيث الممنوح له يكون مستقلاً من الناحية القانونية عن المانح"⁽⁶⁾.

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف عقد الفرنشايز على أنه: "عقد يتكفل بموجبه شخص يسمى المانح، بتعليم شخص آخر يسمى الممنوح له المعرفة العملية، والتي تشمل نقل المعرفة الفنية، وتقديم المساعدة التقنية، وتحويله استعمال علامته التجارية، وتزويده

¹ - دّوار جميلة، مرجع سابق، ص 95.

² - تمازيرت أميلية، مرجع سابق، ص 5.

³ - دّوار جميلة، مرجع سابق، ص 96.

⁴ - تمازيرت أميلية، مرجع سابق، ص 5.

⁵ - دّوار جميلة، مرجع سابق، ص 96.

⁶ - سوسي ليمن، عقد الفرنشايز، دراسة في القانون الخاص، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 2016، ص 96.

بالسلع، أمّا الممنوح له فيتكفل باستثمار المعرفة العملية أو استعمال العلامة التجارية بالإضافة إلى التزامه بدفع الثمن، بعد المنافسة والمحافظة على السريّة⁽¹⁾.

ثانياً: مجالات عقد الفرنشايز:

يعتبر عقد الفرنشايز من عقود نقل التكنولوجيا⁽²⁾، الذي طبقه المشرع الجزائري على مجالين هما:

1- المجال الصناعي: حيث يحتوي هذا العقد على نقل المعرفة الفنية⁽³⁾ باعتبارها مجموعة المعلومات العلمية غير المبرأة⁽⁴⁾ والناجمة من خبرة المانح وتجاربه والتي تعد سرية و جوهرية و معرفة بالإضافة إلى أساليب الإنتاج عن طريق الترخيص الذي يمنح حق استخدام ابتكار مسجل وعلامة تجارية مميزة للمنتج، مثل: ⁽⁵⁾ Danone, Coca-Cola

2- مجال الخدمات: الذي ينص على حق استغلال المهارة والمعرفة الفنية التي يُنقلها صاحبها لفائدة المستفيد، بالإضافة إلى الحق في استعمال العلامة التجارية، ومن بين النشاطات التي تعرف تطبيق هذا العقد: تصليح السيارات، استغلال الفنادق، والمطاعم وإيجار السيارات على المستوى الأوروبي مثلا: Europe-cares, Hertz⁽⁶⁾.

وبالتالي فعقد الفرنشايز ما هو إلا اتفاق بين طرفين: المانح والممنوح له اللذان تقع عليهما التزامات عدّة، أبرزها الإلتزام بالإدارة الذي يعتبر من الإلتزامات الأساسية والقوية التي

¹ - دّوار جميلة، مرجع سابق، ص 95.

² - عروسي سامية، الطبيعة القانونية لعقد الفرنشايز، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف (2)، 2015، ص 123.

³ - تواتي نصيرة، مرجع سابق، ص 387.

⁴ - ياسر سيّد الحديدي، مرجع سابق، ص 91.

⁵ - تواتي نصيرة، مرجع سابق، ص 387.

⁶ - مرجع نفسه، ص 388.

تقع على عاتق الممنوح له باعتباره الطرف الثاني في هذا العقد، بحيث يتوجب عليه القيام بإدارة منشآته الصناعيّة والتجاريّة من خلال مسك الدفاتر التجارية التي يقصد بها: "سجلات يقيّد فيها الممنوح له ماله من حقوق وما عليه من ديون، وجميع العمليات التجارية التي يباشرها"⁽¹⁾، وإنشاء محاسبة منظمة، والتّصريح بها لدى الإدارة المعنية خاصة إدارة الضرائب لدى مصالح السجل التجاري⁽²⁾، بحيث يمكن للمانح الإطّلاع عليها دورياً وتقديم خدمات للزبائن كإعطائهم تسهيلات بالدّفع وتوفير موقف السيّارات.

كذلك يلتزم الممنوح له باستعمال المستندات المكتوبة المتعلّقة بالأسعار، و وضع قوائم رسميّة بأنواع السلع، والمنتجات والعروضات التي يتم تسويقها وطبيعة الزبائن التي يتعامل معهم، كذلك يجب التقيّد بالزّي الرّسمي، وجودة الإعلانات، والتسويق الملائم ويساهم المانح في تمويل هذه الإعلانات بنسب محدّدة، والاتفاق على كمية دفعها (النسبة).

كما يلتزم الممنوح له ببيع البضاعة المستهدفة في العقد في مكان مهياً و مزخرف حسب تعليمات المانح أو حسب البند الذي يفرض مكانا ما للمحل، و هذا ما يؤدي إلى استحالة نقل الممنوح له لمحله إلى مكان آخر دون موافقة المانح⁽³⁾.

ولذا يفرض على الممنوح له الإلتزام بعدم بيع المنتجات الغير مصرّح بإنتاجها وبيعها⁽⁴⁾.

¹ - عمّار عمورة، شرح القانون التجاري الجزائري، دار المعرفة، الجزائر، 2010، ص96.

² - دعاء طارق بكر البشتاوي، عقد الفرنشايز وآثاره، قدّمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص في كلية الدّراسات العليا في جامعة النّجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، جامعة النّجاح الوطنية، فلسطين، 2008، ص106.

³ - مرجع نفسه.

⁴ - مصطفى سلمان حبيب، الاستثمار في الترخيص الامتيازي، (الفرنشايز)، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2008، ص61.

المطلب الثاني

مفهوم الإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال

إنّ الإلتزام بالإدارة من بين الإلتزامات الكبرى الملقاة على عاتق الأطراف في عقود الأعمال من بينها عقد التسيير وعقد الفرنشايز فالإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال يعبر عن مجموعة من الأعمال التي يقوم بها المتعامل الإقتصادي في عقد التسيير وعقد الفرنشايز، بحيث يجد معناه أكثر من الناحية الإقتصادية.

و ذلك لغياب نصوص صريحة تعبر عن معناه، هذا على الرّغم أنّ المشرّع الجزائري قد عبر عن هذا الإلتزام في المادتين 4 و 5 من القانون 01/89، وذلك بالنظر إلى محتوى الإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال فهو في اختلاط وتشابك كبير مع بعض المفاهيم ذات صلة بالإدارة.

ومن هنا يجدر بنا التوقف لإبراز تعريف الإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال (الفرع الأول)، ومن ثم تمييزها عن المفاهيم الأخرى (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تعريف الإلتزام بالإدارة

إنّ الإلتزام بالإدارة هو من بين الإلتزامات الكبرى الملقاة على عاتق الأطراف في بعض عقود الأعمال من بينها كل من عقد التسيير وعقد الفرنشايز، غير أنّ التعريف به ومحتواهما غير مصرّح به قانوناً (أولاً)، هذا ما يجعل البحث في تحديد بدقّة المقصود به ومضمونة يكون بالتطرّق إلى المفاهيم الاقتصادية الخاصة بالإدارة الاقتصادية بشكل عام (ثانياً).

أولاً: غياب تعريف قانوني واضح للإلتزام بالإدارة:

إن الإلتزام بالإدارة يعبر عن الأسلوب الذي يستعمله احد أطراف عقود الأعمال بما فيها عقد التسيير وعقد الفرنشايز في إدارة المؤسسات الاقتصادية إدارة من الناحية الاقتصادية.

يعبر عنه في الناحية الاقتصادية "بالإدارة الاقتصادية" أو "بإدارة الأعمال" بمعنى: أن الإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال يعبر عن مجموعة من الأعمال التي يقوم بها المتعامل الاقتصادي في عقد التسيير وعقد الفرنشايز يجد معناه أكثر من الناحية الاقتصادية في غياب نصوص قانونية صريحة تعبر عن معناه، وهذا رغم أن المشرع الجزائري في قانون رقم 89-01 قد عبّر عن هذا الإلتزام في المادة 4 و 5 عندما ألزم المسير في عقد التسيير، حيث تنص المادة "4" من القانون رقم 89-01 المتضمن القانون المدني على ما يلي: "يلتزم المسير بتحسين المردودية الاقتصادية والمالية للملك واقتحام الأسواق الخارجية لاسيما عن طريق رفع شأن المنتجات والخدمات المقدمة"⁽¹⁾.

و تنص كذلك المادة 5 من نفس القانون على ما يلي: "يجب على المسير أن يسير الملك طبقا للمستوى المطلوب، كما يجب عليه أن يستخدم الوسائل اللازمة و يتوخى الأنشطة التي تترتب عادة على نوع الاستغلال لمحل العقد"⁽²⁾.

انطلاقا من هاتين المادتين نستنتج صراحة أن الإلتزام بالإدارة هو مجموعة من الأعمال يطالب القيام بها شخص المسير في عقد التسيير وهي:

- تحسين المردودية الاقتصادية والمالية للملك.
- اقتحام الأسواق الخارجية و ذلك ب : (الترويج، التسويق، الإشهار...).

¹- قانون رقم 89-01، المشار إليه سابقا.

²- مرجع نفسه.

- رفع شأن المنتجات والخدمات المقدمة في ذلك السوق.
 - تسيير الملك طبقا للمستوى المطلوب.
 - استخدام الوسائل اللازمة.
 - يتوخى المسير الأنشطة التي تترتب عادة على نوع الاستغلال محل العقد⁽¹⁾.
 - تدريب العمال.
 - التعامل مع الزبائن...
- ومع التذكير أنه بالنسبة لعقد الفرنشايز فالإلتزام بالإدارة بوصفه يقع على الممنوح له تم استنتاجه من خلال مجموعة الأعمال من الواقع لاستخدام عقد الفرنشايز والتي لا تختلف كثيراً عن تلك الأعمال في:

- التسويق، وترويج المنتجات والخدمات.
- التعامل مع الزبائن.
- مسك دفاتر تجارية، وإضفاء حقوق الملكية الصناعية (براءة الاختراع)⁽²⁾.

ثانياً: الأخذ بالمفاهيم الاقتصادية للتعبير عن الإلتزام بالإدارة:

إذا أردنا أن نعبر عن الإلتزام بالإدارة فإن الأمر يستدعي العودة إلى المفاهيم المقررة في فن أو آلية إدارة المؤسسات حيث نجد الإدارة الاقتصادية : **تعتبر الإدارة عنصراً محدداً لمعدل التنمية، كما أن لمستوى كفاءة عناصرها دوراً كبيراً في زيادة أو تقليل تكاليفه.**

فالإدارة باعتبارها مورد اقتصاديا فهي من العوامل الرئيسية التي تساهم في عملية الإنتاج إذ تشبه رأس المال - كأحد الموارد الاقتصادية- كما أن الاقتصاديات النامية بحاجة إلى تكوين رأس المال لاستخدامه في الإنتاج فإنها تحتاج إلى الموارد الإدارية على مختلف

¹ - قانون رقم 89-01 ، المشار إليه سابقا.

² - دعاء طارق بكر البشتاوي، مرجع سابق، ص106.

مستوياتها⁽¹⁾ لأنها تمثل رأس المال البشري الذي يتولى عمليات التنظيم، والتخطيط والتوجيه والرقابة الإدارية.

كذلك فإن تحقيق الإنتاجية ولاسيما إنتاجية العمل أمر متعلق إلى حد كبير بالإدارة.

فقد أسفرت الدراسات التجريبية على المصانع تماثلت من حيث حجمها و استثماراتها وطبيعة إنتاجها، ونوعية آلاتها عن مستويات متباينة للإنتاجية بسبب تباين مستوى الكفاءة الإدارية، فالحقيقة فمعرفة الحلول الفنية لمشكلات الإنتاج لا يكفي لمعالجتها كما أن نمو المشروع وإطراد تقدّمه يتوقف على قدرة الإدارة في تطبيق الحلول بنجاح و ترجمتها ترجمة علمية واعية.

إن وضع خطة التنمية الاقتصادية يستلزم وضع خطة تهدف إلى تنمية المهارات الإدارية لأن إقامة المصانع يتطلب إدارة جيدة سواء في مرحلة التفكير والإنشاء أو في مرحلة التنفيذ أو في مرحلة التشغيل ضمانا لاستمرارها ونموها بشكل مطرد.

و في الحقيقة أن التعريف الأنسب هو التعريف الذي ينطلق من الهدف الذي يسعى العلم موضوع التعريف إلى تحقيقه بالتركيز على وسائل وعناصر الوظيفة، وبذلك يمكننا أن نعتبر التعريف التالي مقبولا في تعريف الإدارة في عقود الأعمال على أنها: "اتخاذ قرارات في نطاق التخطيط والتنظيم وتنمية الكفاءات الإدارية والتوجيه والرقابة بغية تحقيق الكفاءة الإنتاجية وتعمل جميع الواجبات والوظائف التي تختص بإنشاء المشروع من حيث تمويله ووضع سياسة رئيسية وتوفير ما يلزمه من معدات...." (2).

¹ - محمد الناشد، المدخل إلى إدارة الأعمال، منشورات جامعة حلب، 1979 و 1980، ص17.

² - مرجع نفسه، ص20.

بالنظر إلى التعريف الذي قدّمه "ماتري فايول": الذي اعتمد من خلاله على تحديد العناصر (الوظائف) التي يتكون منها النشاط الإداري، وهي: "أن تحقيق الإدارة يتطلب التنبؤ والتخطيط والتنظيم والقيادة والتنسيق والرقابة"⁽¹⁾.

1- التخطيط: يقصد بالتخطيط أن يحدّد الإداري في وقت سابق على التنفيذ، الأعمال ووجوه النشاط الضرورية لتحقيق الهدف، والغرض من كل منها، ومكان التنفيذ ووقته وكيفيته والأفراد اللذين يكونون من اختصاصهم انجازها⁽²⁾. لهذا أصبح التخطيط لازماً لتنفيذ الأعمال قبل البدء فيها أمراً حيوياً خاصة بعد اتّساع نطاق المشروعات وزيادة عدد الأفراد اللذين يعملون في إدارتها.

2- التنظيم: يكمن تعريف التنظيم بأنّه عملية حصر الواجبات اللازمة لتحقيق الهدف وتقسيمها إلى اختصاصات للإدارات والأفراد، وتحديد وتوزيع السلطة والمسؤولية، وإنشاء العلاقات، بغرض تمكين مجموعة من الأفراد من العمل معاً في انسجام وتعاون، وبأكثر كفاية لتحقيق هدف مشترك.

3- القيادة: تعني بالتوجيه أي (القيادة) إصدار التوجيهات والتعليمات للموظّفين لإخطارهم بالأعمال التي يجب القيام بها و موعد أدائها، إذ يعتبر التوجيه عنصر مهم من عناصر الإدارة فهو حلقة الاتصال بين الخطة الموضوعة لتحقيق الهدف من جهة و التنفيذ من جهة أخرى لذلك يجب أن يعطى ما يستحق من الاهتمام⁽³⁾.

4- التنسيق: يمكن تعريف التنسيق بأنّه الضبط المنظم للجهود بحيث يتم إنتاج الكميات الملائمة في الوقت الملائم، وتوجيه التنفيذ بالطريقة التي تكفل انسجام العمليات وتكاملها

¹ - هيثم هاشم، مبادئ الإدارة، طبعة الثانية، مطبعة طربين، دمشق، 1977 و 7978، ص124.

² - عبد الرحمان عبد الباقي عمر، تنظيم وإدارة الأعمال المكتبية، الناشر مكتبة عين الشمس، 1976، ص17.

³ - مرجع نفسه، ص30.

وتوحيدها لتحقيق الهدف المطلوب، فالعملية المنسقة التي تتميز فيها وجود نشاط الموظفين بالانسجام والتكامل لتحقيق هدف مشترك⁽¹⁾.

5- الرقابة: يمكن تعريف الرقابة على أنها تعتبر طريقة للتأكد في تنفيذ العمال طبقاً للخطة الموضوعة في أجل تحقيق الهدف المحدد في البداية والعمل على كشف موطن الضعف لعلاجها وتقويمها⁽²⁾، وتتبع أهمية الرقابة من أن الخطط يتم وضعها في ظروف عدم التأكد، وبالتالي فإنها تحدد المدير ما إذا كان مطلوباً منه أن يدخل أيّ تغييرات على أسلوب الأداء لتصحيح الانحراف الذي يعد التنفيذ عن الهدف، لذلك تهدف الرقابة إلى التأكد من أن النتائج تتفق قدر الإمكان مع الأهداف المحددة سلفاً، وبصرف النظر عن المستوى الذي تتم فيه الرقابة أو نوع النشاط الذي تتم مراقبته⁽³⁾.

وفي الأخير يمكن القول أن للإدارة دور متمثل في تحقيق الكفاية الإنتاجية وهي لذلك تتخذ جميع الوسائل الممكنة فتعمل على رفع كفاءة الأفراد و تنسيق الجهود وتعبئة الطاقات، بحيث تسيّر معاملات القوى في اتجاه واحد، بالإضافة إلى إدارة الأعمال ابتكار طرق التنفيذ الأفضل وتحسين الأدوات وجودة المنتجات والخدمات والعلاقات وعلاج المشكلات في كل ما يتصل بالإنتاج والتسويق والتمويل⁽⁴⁾.

¹ - عبد الرحمان عبد الباقي عمر، مرجع سابق، ص82.

² - مرجع نفسه، ص89.

³ - محمد عبد الله عبد الحليم، أساسيات الإدارة والتنظيم، مطبعة دار التأليف، القاهرة، 1976، ص33.

⁴ - محمد الناشد، مرجع سابق، ص26.

الفرع الثاني

تمييز الالتزام بالإدارة عن المفاهيم الأخرى

بالنظر إلى تشعب محتوى الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال فهو في اختلاط و تشابك كبير مع بعض المفاهيم ذات الصلة بالإدارة بشكل عام (أولاً) ثم عن بعض الالتزامات الأخرى في عقود الأعمال أبرزها الالتزام بالإعلام (ثانياً)

أولاً : تمييز الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال عن الالتزام بالإدارة في القانون الإداري :

إن الالتزام بالإدارة يعبر عن الأسلوب الذي يستعمله أحد الأطراف في عقود الأعمال بما فيها عقد التسيير وعقد الفرنشايز، فالإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال يعبر عن مجموعة من الأعمال التي يقوم بها المتعامل الإقتصادي في كل من عقد التسيير، وبالضبط المسير وعقد الفرنشايز وبالضبط الممنوح له، وهذه الأعمال هي :

أ- الأعمال التي يقوم بها المسير في عقد التسيير المستنبطة من المادتين 4 و 5 من القانون 89-01 سألقة الذكر، وهي :

- قيام المسير بتحسين المردودية الاقتصادية والمالية للمؤسسة.
- اقتحام الأسواق الخارجية وذلك بتسويق والترويج والإعلان.
- تسيير الملك طبقاً للمستوى المطلوب...⁽¹⁾.

ب- الأعمال التي يقوم بها الممنوح له في عقد الفرنشايز المستنبطة من الواقع العملي، وذلك لعدم قيام المشرع الجزائري بتقنينه، وهذه الأعمال تختلف كثيراً عن تلك التي يقوم بها المسير في عقد التسيير، ونذكر منها :

- تسويق و ترويج المنتجات وخدمات المانح.
- التعامل مع الزبائن.

¹ - قانون رقم 89-01، المشار إليه سابقاً.

- مسك الدفاتر التجارية⁽¹⁾.

أما الالتزام بالإدارة المعروف في الإدارة العامة: هي مسألة إبرام العقود الإدارية حيث تقوم الإدارة مقابل ما يقدمه المتعاقد معها باحترام شروط التعاقد فتؤدي ما عليها من التزامات خاصة أداء الثمن المتفق عليه، وكذلك تسليم موقع الأعمال خالٍ من العوائق وتلتزم أيضا بتنفيذ العقد بحسن النية والعمل على إعادة التوازن المالي للعقد، سننعرّض للالتزامات الملقاة على عاتق الإدارة فيما يلي⁽²⁾:

1- إلتزام احترام شروط التعاقد: الإدارة يقع على عاتقها أكثر من غيرها وجوب الالتزام بما تضمنته تلك الشروط من إلتزامات وأهمها:

أ- إلتزام أداء الثمن المتفق عليه: ويقصد به قيام الإدارة بدفع قيمة التعاقد التي ارتضاها المتعاقد معها.

ب- إلتزام تسليم موقع الأعمال خالٍ من العوائق: ويقصد به التزام الإدارة بتسليم موقع الأعمال في الميعاد المقرر لبدء تنفيذ أعمال العقد، ويكون هذا التسليم للموقع خالٍ من العوائق بحيث لا يحتاج المتعاقد معها لأي إصلاح.

ففي حالة عدم تسليم الإدارة الموقع خالٍ من العوائق يعدّ خطأ عقدياً وإخلاقاً بأحد التزامات الإدارة يخول متعاقد معها حق طلب التعويض جراء لما لحقه من ضرر سواء فيما يتعلق بقيمة الأعمال المنفّذة لإعادة تجهيز الموقع أو تمديد مدّة العقد⁽³⁾.

¹- دعاء طارق بكر البشتاوي، مرجع سابق، ص106.

²- حمدي ياسين عكاشة، موسوعة العقود الإدارية والدولية، العقود الإدارية في التطبيق العلمي، منشأة المعارف، مطبعة سامي، الإسكندرية، 1989، ص263.

³- مرجع نفسه، ص264.

2- الالتزام بتنفيذ العقد بحسن النية: إن الالتزام بتنفيذ العقد بحسن نية لا يقع على عاتق الإدارة وحدها وإنما يلتزم به أيضاً المتعاقد معها. وهو التزام يعد من المبادئ المسلمة في كافة العقود مدنية كانت أم إدارية⁽¹⁾.

ويترتب على الالتزام بالإدارة بتنفيذ العقود بحسن نية وجوب ألا تعتقد أن تميزها كإدارة بالكثير من الامتيازات التي يتطلبها تغليب الصالح العام يمكنها من إهدار حقوق المتعاقد معها، إذ أنها تقيد دوماً بحسن النية في التنفيذ⁽²⁾.

3- حق وسلطة الإدارة في تعديل التزامات وشروط العقد زيادة أو نقصاً: ⁽³⁾ يقصد بها إمكانية فرض واجبات لم تكن ملحوظة عند إبرام العقد.

وهذا الحق ليس مطلق، وإنما يقتصر فقط على البنود التي تتصل بحسن سير المرفق وتنفيذه، أما فما يخص تعديل السعر المتفق عليه لا يجوز للإدارة أن تمسّه بالتعديل⁽⁴⁾.

4-إعادة التوازن المالي للعقد: إعادة التوازن المالي للعقد هو في حد ذاته "الالتزام"، إذ نظرنا إليه من زاوية جهة الإدارة، يقع على عاتقها واجب إعادة التوازن المالي للعقد إذا انقلبت اقتصادياته لأي سبب وبدون مطالبة بذلك من المتعاقد، ومن الزاوية الأخرى فهو "حق" للمتعاقد يترتب على عدم تمتعه به لتعرضه للخسارة⁽⁵⁾.

¹- حمدي ياسين عكاشة، مرجع سابق، ص 289.

²- مرجع نفسه.

³- عمار عوابدي، القانون الإداري، الجزء الثاني، النشاط الإداري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 217.

⁴- مومن روييلة، العقود الإدارية في ظل قانون الإجراءات المدنية والإدارية الجديد والمرسوم الرئاسي رقم 08-338، مذكرة نهاية لدراسة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، وزارة العدل، المدرسة العليا للقضاء، 2007-2010، ص 37-38.

⁵- مرجع نفسه، ص 298.

ثانيا : تمييز الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال عن الالتزام بالإعلام في عقود الأعمال:

الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال يقصد به مجموعة من الأعمال التي يقوم بها المتعامل الاقتصادي في عقد التسيير وفي عقد الفرنشايز أما : "الالتزام بالإعلام في عقود الأعمال هو التزام سابق للتعاقد يقضي بحسن النية و النزاهة بين طرفي العقد، وذلك من خلال تقديم المعلومات الضرورية للتعاقد التي تؤدي إلى تنوير إدارة المتعاقد المتواجد في المركز التعاقدى الأضعف وذلك من خلال تقديم المانح لوثيقة الإعلام المسبق تحتوي على جميع البيانات التي من شأنها التي تمكنه من التعاقد على بيئة وإحاطته بكل العمليات المرتبطة بالعقد المراد إبرامه بما يحقق توازن في المركز التعاقدى"⁽¹⁾.

والأعمال كون الأول يعتمد على استغلال الممنوح له للمعرفة الفنية التي تعطى له من طرف المانح استغلالا جيّداً والمحافظة على سرّيتها (المعرفة الفنية)⁽²⁾.

فيتوجب على الممنوح له مسك الدفاتر التجارية وإنشاء محاسبة تجارية صحيحة تقديم خدمات للزبائن، كما يقوم بتسويق وترويج منتجات المانح بمساهمته في تمويل هذه الإعلانات⁽³⁾. ويلتزم المسيّر بدوره طبقاً للمواد 1، 4، 5 من القانون 89-01 السالفة الذكر، القيام بالأعمال الضرورية اللازمة للتسيير ونطاق التسيير والاستغلال فيما يخص جميع مجالات الشركة و نذكر بعضها الأعمال: الاتصال بالعملاء⁽⁴⁾، تحسين المردودية الاقتصادية والمالية، تقديم المعلومات اللازمة للمؤسسة...⁽⁵⁾.

¹ - تمازيرت اميلية- زعفان كاتية، مرجع سابق، ص 20.

² - دعاء طارق بكر البشتاوي، مرجع سابق، ص 103-104.

³ - مرجع نفسه، ص 106.

⁴ - سعيدي مصطفى، مرجع سابق، ص 119.

⁵ - مرجع نفسه، ص 120-124.

أما الثاني والمتمثل في الالتزام بالإعلام يعتمد على المعرفة الفنية ومدى إلزامية المانح بتقديم المعلومات التي تساعد المتلقي على تنوير إرادته والرضا الكامل على إبرام العقد من خلال تقديم وثيقة الإعلام المسبقة لدعم مركز المتعاقد الأضعف بإقرار نظام حمائي يتضمن خلو إرادة الدائن بوثيقة الإعلام المسبق بأي عيب ويجب أن تتضمن هذه الوثيقة معلومات صحيحة واضحة وعامة وغير عادية تكون كفيلة بتنوير إرادة المتلقي، الأمر الذي يجعله ملزماً بإثبات وفائه بالتزاماته بتقديم المعلومات والتسليم الفعلي لوثيقة الإعلام⁽¹⁾. ففي عقد الفرنشايز، يلزم "قانون دويان الفرنشايز"⁽²⁾ بأن يسلم للطرف المرشح للتعاقد مستنداً يتضمن معلومات صحيحة تسمح له بإبرام العقد بكل ثقة واطمئنان⁽³⁾، فقانون دويان يسعى إلى توفير الظروف المثلى للتعاقد في إطار عقد الفرنشايز وحماية الطرف الضعيف⁽⁴⁾.

وفي عقد التسيير يلتزم المسير بتقديم نتيجة التسيير الذي يكون بتقرير دوري يبين فيه نتيجة التسيير، فهو عبارة عن حساب لمختلف العمليات التي قام بها، ويدعم ذلك بتقديم السندات وهذا ما نصت عليه المادة 07 من القانون 89-01 المتضمن القانون المدني والتي تنص على: "يجب على المسير أن يقدم للمالك جميع المعلومات الخاصة بتنفيذ العقد وأن يقدم له تقريراً دورياً عن تسييره"⁽⁵⁾.

¹ - تمازيرت أميلية و زغفان كاتية، مرجع سابق، ص22.

² - Décret n°91-337 du 4 avril 1991, décret portant application de l'article 1 de la loi n°89-1008, www.legifrance.fr.

³ - تمازيرت أميلية ، زغفان كاتية، مرجع سابق ، ص29.

⁴ - مرجع نفسه، ص30.

⁵ - قانون رقم 89-01، مشار إليه سابق.

المبحث الثاني

مضمون الالتزام بالإدارة

لقد استحدثت عقود الأعمال، طريقة حديثة لتطوير نشاط المؤسسات إقتصادية وأعضائها تمدد أكبر في المجال الإقتصادي، حيث يعتبر عقد التسيير مثلاً من بين أهم عقود التي تسمح للمؤسسة الإقتصادية التطور و الإزدهار الإقتصادي⁽¹⁾، والتي تسمح للمسير، بتسويق المنتجات المسير له والقيام بالإضفاء حقوق الملكية الصناعية على المنتجات من جهة والإشهار ومسك المحاسبة المالية من جهة أخرى، كما يعتبر أيضاً من قبيل عقود الأعمال عقد الفرنشايز يعرف على أنه عقد يلتزم بمقتضاه شخص يسمى المانح، بالسماح لشخص آخر يسمى الممنوح له باستخدام العلامة التجارية، التسويق، المحاسبة المالية...⁽²⁾.

بالنظر إلى هذه الأهمية (الميزة) يجدر بنا التوقف لإبراز الأحكام المشتركة للالتزام بالإدارة في كل من عقد التسيير وعقد الفرنشايز (المطلب الأول)، وإبراز الأحكام الخاصة بالالتزام بالإدارة في كل من العقدين عقد التسيير وعقد الفرنشايز (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الأحكام المشتركة للالتزام بالإدارة في كل من عقد التسيير وعقد الفرنشايز

بالنظر إلى أن الالتزام بالإدارة يتضمن مجموعة من الأعمال التي يتولى المسير في عقد التسيير، والممنوح له في عقد الفرنشايز بأدائها، فذلك معناه تبيان طبيعة الأعمال التي يتشابه في أدائها كل واحد و(المتعلقة) التي يمكن أن تظهر كوكاستنتاج خاص - من القيام

¹ - عثمانى بلال، مرجع سابق، ص15.

² - مرجع نفسه.

بمسك الدفاتر التجارية (الفرع الأول) وتسويق المنتجات والخدمات (الفرع الثاني) والتعامل مع الزبائن (الفرع الثالث) إضفاء العلامة التجارية على المؤسسة المدارة (الفرع الرابع)

ومسك محاسبة تجارية صحيحة (الفرع الخامس).

الفرع الأول

الالتزام بمسك الدفاتر التجارية

تعتبر الدفاتر التجارية من أهم الالتزامات الملقة على عاتق كل من المسير في عقد التسيير والممنوح له في عقد الفرنشايز لكونهما متعاملان اقتصاديان، بحيث يلتزم كليهما بمسك الدفاتر التجارية⁽¹⁾، بحيث يمكن لكل من المانح والمسير له من الإطلاع عليها دورياً⁽²⁾ والتي أوجبها القانون التجاري على كل تاجر مسك دفاتر تجارية معينة لتدوين العمليات التجارية التي يقوم بها أثناء مباشرته لتجارته⁽³⁾، وذلك طبق لنص المادة 9 من القانون التجاري والتي تنص: "كل شخص طبيعي أو معنوي له صفة التاجر ملزم بمسك دفتر لليومية يقيد فيه يوماً بيوم عمليات المقاومة أو أن يراجع على الأقل نتائج هذه العمليات شهرياً بالشرط أن يحتفظ في هذه الحالة بكافة الوثائق التي يمكن معها مراجعة تلك العمليات يومياً"⁽⁴⁾.

بالنظر إلى هذه الميزة يجدر بنا التوقف لتعريف الدفاتر التجارية (أولاً) ليتسنى لنا لاحقاً تبيان أهمية هذه الدفاتر التجارية (ثانياً).

¹ - محمد فريد العريني، أساسيات القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، 2004، ص131.

² - دعاء طارق بكر البشتاوي، مرجع سابق، ص106.

³ - محمد فريد العريني، مرجع سابق، ص131.

⁴ - قانون رقم 59-75، المشار إليه سابق.

أولاً: تعريف الدفاتر التجارية:

هي عبارة عن سجلات يقيّد فيها المتعامل الإقتصادي عمليّته التجارية كل من إرادته ومصروفاته، وحقوقه، والتزاماته، ومن خلال هذه السجلات يتضح مركزه المالي وظروف تجارته لهذا اهتم المشرع الجزائري بهذا الالتزام الطبيعي نسبة للمتعامل سواء كانوا أفراداً أو شركات قاصداً مصلحة المتعامل نفسه، ومصلحة الأفراد اللّذين يتعاملون معه⁽¹⁾.

ثانياً: أهمية مسك الدفاتر التجارية:

مسك الدفاتر التجاريّة بطريقة دقيقة ومنظمة تساعد المتعامل الإقتصادي على معرفة المعلومات الواضحة والموثقة بالمستندات⁽²⁾ تجعل المتعامل في وضع يستطيع معه الوقوف على مراكزه المادية وحالته التجارية، وبالتالي تمكّنه من معرفة مواطن الخلل والقصور في تجارته وهكذا يستطيع تلاقي السلبيات ووضع خطة محكمة لسير أعماله التجارية ولتطويرها وازدهارها، وهو نفس الوضع ينطبق على المسير عندما يمسك الدفاتر التجارية للمؤسسات التي يديرها.

كثرة العمليات التجارية التي يقوم بها التاجر تجعله⁽³⁾ لا يحتفظ بالمستندات خاصة بتلك العمليات، ولكنه ملزم بتحليلها في ما يسمى "بدفتر"، وتؤدي هذه الدفاتر كذلك خدمات

¹ - عبد القادر البقيرات، مبادئ القانون التجاري، العمال التجارية، نظرية التاجر، المحل التجاري، الشركات التجارية، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015، ص49.

² - مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري (دراسة مقارنة)، طبعة الثانية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص137.

³ - فوزي محمد السامي، القانون التجاري، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص54.

جلية لمصلحة الضرائب، إذ تستطيع بالرجوع إليها معرفة مقدار الأرباح التي حققها⁽¹⁾ التاجر لربط الضريبة عليها، لذلك يجب أن تكون دفاتره منتظمة⁽²⁾، وصادقة حتى تطمئن مصلحة الضرائب إليها بدلا من الالتجاء إلى التقدير الجزافي.

ومن الناحية الأخرى فالدفاتر التجارية تمكن السلطات الجمركية من ضبط البضائع المهربة وفرض الرسوم الجمركية الحقيقية علاوة على فرض العقوبات الأخرى⁽³⁾.

اعترف القانون التجاري الجزائري بقوة الدفاتر التجارية في الإثبات فأجاز تقديمها والإطلاع عليها والإعتداء بما ورد فيها إذا كانت الدفاتر دقيقة ومنتظمة⁽⁴⁾ طبقا لنص المادة 30 من القانون التجاري التي تنص على: "يثبت كل عقد تجاري : بسندات رسمية، بسندات عرفية، بفاتورة مقبولة، بالرسائل، بدفاتر الطرفين، بالإثبات بالبينة أو بأية وسيلة أخرى إذا رأت المحكمة وجوب قبولها"⁽⁵⁾.

و على كل حال فإن الدفاتر التجارية التي ينظمها التاجر تفيد التاجر نفسه وتفيد الغير الذي يتعامل مع التاجر وكذلك تفيد السلطة العامة عندما تريد أن يستقي المعلومات الخاصة بمعاملات التاجر⁽⁶⁾، وتفيد المحكمة أيضا عند البحث عن أدلة تتعلق بمعاملات التاجر

¹ - علي البارودي، القانون التجاري، الأعمال التجارية، التجار، الأحوال التجارية، الشركات التجارية، عمليات البنوك والأوراق التجارية، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية، 1999، ص9.

² - سعيد يوسف البستاني، قانون الأعمال والشركات، القانون التجاري العام، الشركات، المؤسسة التجارية، الحساب الجاري والسندات القابلة للتداول، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2004، ص213.

³ - محمد حسين إسماعيل، القانون التجاري، العمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، العقود التجارية، مؤسسة الواروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص153.

⁴ - أحمد محرز، القانون التجاري، الجزء الأول، مكتبة دار الثقافية للنشر والتوزيع، الأردن، 1993، ص233.

⁵ - أمر رقم 75-59، يتضمن القانون التجاري، مشار إليه سابق.

⁶ - فوزي محمد السامي، مرجع سابق، ص111.

طبقا لنص المادة 13 من القانون التجاري التي تنص على: "يجوز للقاضي قبول الدفاتر التجارية المنظمة كإثبات بين التجار بالنسبة للأعمال التجارية"⁽¹⁾.

وفي الأخير نستنتج أن الممنوح له باعتباره المتعامل الاقتصادي الذي يقوم بالأعمال التجارية يجب عليه مسك الدفاتر التجارية باعتبارها سجلات يقيّد فيها التاجر (الممنوح له سواء وطني أو أجنبي)⁽²⁾، كل أعماله التجارية⁽³⁾.

حيث سن المشرّع الجزائري على وجوب مسك المتعامل الاقتصادي لدفاتر التجارية الإلزامية ويتعلّق الأمر بكل من "دفتر الجرد" والمختص بقيد لعناصر المشروع التجاري، بمعنى كل أموال التاجر الثابتة والمنقولة. و"دفتر اليومية" فتقيّد فيه جميع العمليات التجارية ومسحوباته الشخصية يوما بيوم بشكل مفصل أما فيما عداه فقد ترك الحرية للمتعامل الاقتصادي مسك دفاتر أخرى حسبما تتطلبه تجارته والمتمثلة في الدفاتر الاختيارية⁽⁴⁾.

الفرع الثاني

التسويق

يعتبر التسويق من أهم الالتزامات الملقاة على عاتق كل من المسير في عقد التسيير، والممنوح له في عقد الفرنشايز باعتبارهما متعاملان اقتصاديان حيث يجب على الممنوح له أن يحقق زيادة في رقم المبيعات لتسويق منتجات المانح، لهذا الغرض يفرض على المانح في العقد حد أدنى لا يجب إهماله وأعتبر بعض المؤلفين أن رقم المبيعات المحقق بمثابة

¹ - أمر رقم 75-59، يتضمن القانون التجاري، مشار إليه سابق.

² - بن زراع رابح، مبادئ القانون التجاري، نظرية العمال التجارية، نظرية التاجر، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2014، ص14.

³ - شريفي نسرين، الأعمال التجارية -التاجر - المحل التجاري-، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2013، ص48.

⁴ - بن زراع رابح، مرجع سابق، ص145.

برهان على تبعية الممنوح له لصالحه، غالبا ما يتطلب⁽¹⁾ المانح من الممنوح له تحقيق رقم المبيعات الأدنى وتحدد نسبة هذه الأعمال مسبقا في بنود تسمى بنود "الكوتا" أو "المخاصمة"، ولكن يلاحظ أن رقم المبيعات المنوط بحاجات السوق والفرص المتاحة⁽²⁾، فيه لذا يجب على الممنوح له أن يتجنب بيع المنتجات المنافسة التي تؤثر على سمعة وماركة المانح، لأن كل بيع المنتجات المنافسة يؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على عملية تسويق المنتجات⁽³⁾.

كما يلتزم المسير بكونه متعامل اقتصادي أثناء ممارسة الأنشطة الاقتصادية أن يقوم بتحسين المردودية الاقتصادية، وذلك برفع قيمة المنتجة وتقليص قيمة الوسائل المستعملة⁽⁴⁾ (المادية والبشرية)، حسب المادة 4 من القانون 01-89 التي تنص على ما يلي: "يلتزم المسير بتحسين المردودية الاقتصادية والمالية للملك وإقحام الأسواق الخارجية لاسيما عن طريق رفع الشأن المنتوجات والخدمات"⁽⁵⁾.

والتي يستطيع المسير بتسويق المنتجات داخل السوق الوطني وإقحام الأسواق الخارجية أن يعطي الأولوية في تسويق المنتجات لتلبية حاجات السوق الوطنية، ويستطيع المسير في إطار دعم مردودية وفعالية المؤسسة لتعريف المنتج في السوق الدولي⁽⁶⁾.

¹- زعموم فتيحة، خصوصية عقد الفرنشايز في السوق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، تخصص: قانون الأعمال، قسم القانون، نظام (ل.م.د)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص11.

²- مرجع نفسه، ص07.

³- دعاء طارق بكر البشتاوي، مرجع سابق، ص108.

⁴- سعدي مصطفى، مرجع سابق، ص121.

⁵- قانون رقم 01-89، مشار إليه سابق.

⁶- صبايحي ربيعة، عقد التسيير آلية لتفعيل الجدوى الاقتصادية في المؤسسة العامة الاقتصادية، ملتقى وطني حول عقد الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص419.

بالنظر إلى هذه الميزة يجدر بنا التوقف لتعريف التسويق (أولاً) وإبراز أهمية التسويق على اقتصاد السوق (ثانياً).

أولاً: تعريف التسويق:

تم وضع تعاريفات متنوعة للتسويق أحياناً من قبل الفقهاء وأحياناً أخرى من قبل الجمعية الأمريكية، وكمثال عن ذلك تعريف التسويق الذي قدمه الأستاذ Stanton على أنه: "هو نظام متكامل تتفاعل فيه مجموعة من الأنشطة التي تعمل بهدف تخطيط و تسعير و ترويج و توزيع السلع والخدمات للمستهلكين الحاليين والمرتقبين"⁽¹⁾.

أما الجمعية الأمريكية فقد قامت بإعطاء تعريفاً للتسويق على النحو التالي: "مجموعة الممارسات التجارية اللازمة لتوجيه، وإرشاد السلع والخدمات، عند تدفقها من المنتج إلى المستهلك أو المستخدم"⁽²⁾.

وفي الأخير نستنتج أن كل التعاريف السابقة تدور حول محور واحد ألا وهو "عملية أو مجموعة من الأنشطة تتعلق بالتوزيع، بالاقتصاد"⁽³⁾.

- إدارة العلاقة بين المؤسسة وزبائنها من خلال التخطيط، التسعير، الاتصال والتوزيع لمنتجاتها⁽⁴⁾.

- إقامة علاقة مستمرة و مربحة مع المستهلكين وعدة أطراف أخرى، ودعمها من أجل أن يحقق كل طرف هدفه، والقيام بالعمليات المبادلة التي تراعي صالح الطرفين، والوفاء بالوعود التي يقطعها كل الأطراف على أنفسهم"⁽¹⁾.

¹- محمد سعيد عبد الفتاح، التسويق، الطبعة الخامسة، المكتب العربي، الإسكندرية، 1990، ص23.

²- محمد حافظ حجازي، المقدمة في التسويق، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2005، ص43.

³- محمد سعيد عبد الفتاح، مرجع سابق، ص25.

⁴- يوسف حيمر، مرجع سابق، ص ص60-61.

ثانياً: أهمية التسويق:

يعتبر التسويق جزءاً حيوياً من الاقتصاد القومي بعد الحرب العالمية الثانية، بسبب خلق قوة شرائية جديدة، وزيادة الطلب على السلع والخدمات⁽²⁾ ، وتوصيلها إلى المستهلكين أو المنتفعين، خلق المنفعة الشكلية للسلع المنتجة وذلك عن طريق إبلاغ إدارة الإنتاج أو التصميم برغبات المستهلكين، وآرائهم بشأن السلع المطلوبة سواء من حيث الشكل أو الجودة أو الاستخدامات وحتى في أساليب وطرق التغليف.

يساعد التسويق على مواجهة المنافسة من طرف الشركات الأجنبية أو متعددة الجنسيات داخل الأسواق سواء تم هذا بالأسلوب المباشر (الاستثمار الأجنبي المباشر) أو عن طريق الأسلوب غير المباشر (الاستثمار الأجنبي غير المباشر)، من خلال تصدير تراخيص البيع والإنتاج⁽³⁾ مثلاً: خلق الكثير من فرص العمل أي توظيف رجال البيع، الدعاية، الإعلان بتطوير المنتجات، تجارة الجملة، التجزئة، التسويق ضروري للأعمال و الإقتصاد لأنه يساعد منظمات الأعمال على بيع منتجاتها⁽⁴⁾، وتعزيز كفاءتها الإنتاجية وتوسعها واستمرارية بقائها⁽⁵⁾ في السوق فالموارد يتم تحصيلها من المبيعات لاستخدامها في تطوير المنتجات الجديدة.

فالمنتجات تسمح للمنظمة من تقديم ما يشبع حاجات ورغبات الزبائن دائمة التغيير والتي تساعد المنظمة الحصول على أرباح جديدة ومستمرة، ومن جانب آخر تؤدي الأنشطة التسويقية إلى تحقيق الأرباح التي تستخدم لصحة وعافية الإقتصاد بشكل عام، إلا أن

¹ - اسماعيل السيد، التسويق، الدار الجامعية - طبع، نشر، توزيع، الإسكندرية، 1999، ص10.

² - محمد سعيد عبد الفتاح، مرجع سابق، ص22.

³ - يوسف حيمر، مرجع سابق، ص ص63-64.

⁴ - ، مرجع نفسه، ص63.

⁵ - علي الفلاح الزعبي وإدريس عبد الجواد الحبوني، إدارة الترويج، والإعلان التجاري، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2015، ص39.

المؤسسة تستخدمها (أرباح) في شراء الموارد الأولية لإستمرار إنتاجها وتطوير منتجات جديدة وتوظيف أفراد وجذب رؤوس أموال جديدة، يؤدي كل هذا إلى نمو الإقتصاد الوطني ويساعد التسويق انتقال الشركات من تسويق التبادل إلى التسويق بالعلامة⁽¹⁾ ، وتشير الدراسات أن ما يعادل قيمة بين 25% و 33% من القوى العاملة المدنية في الولايات المتحدة تمارس أنشطة تسويقية⁽²⁾.

و هو نفس الشيء ينطبق على المسير و الممنوح له عند قيامهما بتسويق منتجات المؤسسة التي يديرونها.

الفرع الثالث

استقبال الزبائن

يعتبر إستقبال الزبائن من الأعمال الضرورية اللازمة لتسيير المؤسسة ونطاق التسيير والاستغلال يخص جميع نشاطات المؤسسة، وبهذا فإنه سيصبح المحرك والمنشط للمؤسسة فهو الذي يقوم بإستقبال الزبائن والاتصال بالعملاء المستخدمين⁽³⁾، بحيث نجد استقبال الزبائن من الإلتزامات الملقاة على عاتق المسير في عقد التسيير بشكل قوي معناه لا يجوز للمسير الإخلال بهذا الإلتزام فيعد المسؤول الأول عن استقبال الزبائن لإعتباره المتعامل الإقتصادي هذا من جهة ومن جهة أخرى، نجد أن الإلتزام باستقبال الزبائن من الإلتزامات الملقاة على عاتق الممنوح له كون المتعامل الاقتصادي أيضا في عقد الفرنشايز بشكل ضعيف، حيث يجب عليه أن يقوم بتقديم الخدمات للزبائن، كإعطائهم تسهيلات بالدفع

¹ - علي الفلاح الزعبي وإدريس عبد الجواد الحبوني ، مرجع سابق، ص 39.

² - نظام موسى سويدان، التسويق، مفاهيم معاصرة 2003، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص ص44-45.

³ - سعيدي مصطفى، مرجع سابق، ص119.

مثلاً⁽¹⁾، فبالنظر إلى هذه الأهمية يجدر بنا التوقّف لتعريف استقبال الزبائن (أولاً)، وإبراز أهميته (ثانياً).

أولاً: تعريف استقبال الزبائن:

هناك تعريفات عدّة⁽²⁾ للزبون منها:

1- تعريف الزبون: الزبون هو ذلك الشخص الداخلي أو الخارجي والذي يقتني منتج منظماً من السوق الصناعي أو الإستهلاكي أو الداخلي (داخل المنظمة) لتحقيق حاجاته و رغباته".

و نميّز من خلال هذا التعريف بين الزبون الداخلي والخارجي:

أ- **الزبون الخارجي:** هو ذلك الفرد الذي تتمحور حوله كافة الأنشطة و جهود المنظمة.
 ب- **الزبون الداخلي:** يشمل الأفراد العاملين في جميع الإدارات والأقسام والشعب اللذين يتعاملون مع بعضهم البعض لإنجاز الأعمال⁽³⁾.

2- تعريف استقبال الزبائن: مجموعة من الأشخاص اللذين يعتادون التعامل مع المؤسسة التجارية، والاتصال بالعملاء عنصر أساسي في المؤسسة التجارية حيث يمثل جانبا كبيراً في قيمتها، فالإتصال بالعملاء لا يعني أن للتاجر حقاً على عملائه، وإنما يتمثل هذا الحق في أن للتاجر دعوى إزاء الغير تهدف إلى منع هؤلاء من تحويل العملاء عن المؤسسة بوسائل غير مشروعة⁽⁴⁾.

¹- دعاء طارق بكر البشتاوي، مرجع سابق، ص106.

²- سكر كنزة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة علاقة الزبون-دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية، مذكرة تخرج تندرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، 2010-2011، ص45.

³- مرجع نفسه، ص48.

⁴- مصطفى كمال طه، مرجع سابق، ص186.

ثانيًا: أهمية استقبال الزبائن:

استقبال الزبائن يضمن مردودية تجارية عالية وزيادة رقم أعمالها للمؤسسة خاصة أنّ الزبون الراضي يعتبر مروج ممتاز للمؤسسة ومنتجاتها ولا يكلفها أي شيء، وهذا ما يزيد من مردودية هذه العلاقة بين المؤسسة والزبون، ويدير عليها أرباحا إضافية تحسن في نتائجها المالية، وتحقق رضا وعلاقة مع عمّالها ومسيّرها لذا يجب على الممنوح له ان يكسب رضا الزبون لأنّه مفتاح وبوابة رضا الأطراف الفاعلة الأخرى خاصة المساهمين والمالكين والعمّال.

كما يعدّ استقبال الزبائن عامل هام لتحسين الأداء التسويقي والتجاري للمؤسسة ويعكس بدورها على أدائها المالي والاقتصادي، و يزيد من ربحها و مردوديتها هذا من جهة، ومن جهة أخرى يساهم استقبال الزبائن اكتساب المؤسسة لميزة تنافسية مستدامة، وتحسين أداء عمال المؤسسة⁽¹⁾، باعتبارهم موارد بشرية تمثل بدورها زبائن داخلية محفزة و راضية عن أدائها وأداء مؤسستها بشكل عام، كما أنّها ترسخ ثقافة الجودة في وسطهم⁽²⁾.

ولكي تستطيع المؤسسة أن تحقق أهدافها وان تكون رائدة في تقديم الخدمة من بين جميع المنافسين، فعليها أن تحدد من هم زبائننا الأولى، لكي تستطيع أن تنشأ علاقة طويلة الأمد مع هؤلاء الزبائن، وتوثيق الصّلات معهم بطريقة تخلق عند هذا الزبون حالة من السيور والثقة والأمان في التعامل معها، حيث يكون واثقا من الخدمات التي يقدّمها الموظفون له ملتزما في التعامل معهم، فإنّه يصبح لديه ولاء للمؤسسة ولموظفيها وخدماتها

¹ - عرقوب وعلي، دور لوحة القيادة المستقبلية (BSC) في تحسين أداء المؤسسة وتحقيق رضا الزبون في ظلّ التوجّه نحو حكومة المؤسسات -دراسة حالة مجمع صيدال Groupe Sidal، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في شعبة علوم التسيير، تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2014-2015، ص70.

² - مرجع نفسه، ص71.

ولا يمكنه تغيير ولائه لها ما دام هناك تعامل حسن من قبل المؤسسة، وأنها تلبي له كل احتياجاته⁽¹⁾، وهو ما يعمل على تجسيده المسير في إدارته للمؤسسات التي أبرم بشأنها عقد التسيير.

الفرع الرابع

إضفاء العلامة التجارية على المؤسسة المدارة:

تعتبر السمعة التجارية من أهم الالتزامات الملقاة على عاتق المسير في عقد التسيير والممنوح له في عقد الفرنشايز، بحيث يتوجب على المسير باعتباره المتعامل الإقتصادي أن يلتزم بتوظيف معرفته الفنية واستعمال الوسائل التي تكون الشهرة التي يتمتع بها⁽²⁾، والتي يقصد بها الخبرة والكفاءة والمهارة، في المجال الذي تعمل فيه المؤسسة، لجعلها متميزة عن باقي الشركات التي تمارس نفس النشاط⁽³⁾ وفي إطار تطوير المؤسسات يستعمل المسير علامته التجارية، وهذا ما تتضمنه المادة الأولى من القانون 01/89، فشهرة علامة المسير تجعل المؤسسة العمومية تستفيد منها، وذلك بوضعها على منتجاتها من طرف المسير وهو ما يبيّن نوعية وجودة السلع والخدمات يحقق لها المنافسة⁽⁴⁾.

¹ - إيمان العشاب، التسويق بالعلاقات كأداة لكسب ولاء الزبون، أطروحة مقدّمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، فرع علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2017-2018 (2018/02/01)، ص 97.

² - أيت منصور كمال، عقد التسيير، مرجع سابق، ص 133.

³ - أيت منصور كمال، الطبيعة القانونية لعقد المناجمنت في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 45.

⁴ - سعدان ديهية، مكانة عقد التسيير في السوق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص ص 42-43.

كما يلتزم الممنوح له في عقد الفرنشايز كونه المتعامل الاقتصادي بالمحافظة على السمعة التجارية في مواجهة المانح لأنها ركنها في قيام و إستمرار الوجود القانوني له⁽¹⁾ باعتبار أن الشهرة تنتقل بانتقال العلامة كمعبر عن مضمون الفرنشايز وتنتقل بالتبعية السمعة كالإلتزام بالحفاظ على مضمون الشهرة وغيرها من المقومات المكونة لمحل العقد⁽²⁾.

كما تعتبر أيضا صفة ضرورية ولازمة لعلامة الفرنشايز، لأنها تكسب الفرنشايز نجاحه و انتشاره، ذلك أن النجاح المبدئي للمانح ينتج شهرة علامته التجارية المتميزة لنشاطه فكلما زادت شهرة العلامة كلما زادت معها الميزة التنافسية، سواء في مواجهة المنافسين له أو حتى في مواجهة المتلقي للفرنشايز والراغب في الانضمام في الشبكة. فيستفيد من هذه الميزة في جذب عملائه والترويج للسلعة والخدمة محل نشاط الفرنشايز، هذا ما يبين لنا أهمية شهرة العلامة التجارية للشبكة في هذه العلاقة باعتبارها وسيلة جذب وتجميع العملاء⁽³⁾.

بالنظر إلى هذه الأهمية يجدر بنا التوقف لتعريف العلامة التجارية (أولاً)، ليتسنى لنا لاحقا تبين أهميتها (ثانياً).

أولاً: تعريف العلامة التجارية:

إن العلامة التجارية لها تعريفات عدة منها التشريعي والفقه:

أ- **التعريف التشريعي للعلامة التجارية:** عرف المشرع الجزائري العلامة التجارية في المادة 1/2 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامة على ما يلي: **"العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام**

¹- محمد محسن إبراهيم النجار، عقد الامتياز التجاري -دراسة في نقل المعارف الفنية-، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2015، ص296.

²- محمد محسن إبراهيم النجار، عقد الامتياز التجاري -دراسة في نقل المعارف الفنية-، دار الجامعة الحديدة للنشر، الإسكندرية، 2001، ص297.

³- حمادوش أنيسة، مرجع سابق، ص452.

والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيحيها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره⁽¹⁾.

من هذا التعريف نستنتج أن العلامة التجارية هي عبارة عن جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة عن المؤسسة أخرى⁽²⁾.

ب- تعريف الفقهي للعلامة التجارية: لقد قام كل من Dechematomy and

Mc.Donald و د. سميحة القليوبي بتقديم تعريفا للعلامة التجارية:

1- تعرف الأستاذة سميحة القليوبي للعلامة التجارية على أنها: "كل إشارة أو دلالة

يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات من غيرها من السلع المماثلة"⁽³⁾.

2- أمّا الأستاذان Dechematomy and Mc.Donald قد عرفا العلامة التجارية

على أنها "منتج أو خدمة أو شخص أو مكان مدموح بشكل من الأشكال بإدراكات البائع أو المستخدم والمرتبطة بقيم مضافة نادرة مرتبطة باحتياجاتهم بشكل قوي"⁽⁴⁾.

وما يمكن قوله أن العلامة التجارية بالمعنى الواسع تشمل كلا من العلامة التجارية،

العلامة الصناعية، علامة الخدمة، وهو تقسيم يعتمد على الموضوع كما يمكن تقسيمها

¹ - أمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 يوليو 2033، يتعلّق بالعلامة، ج ر ج عدد 44 الصادرة في 23 يوليو 2003.

² - حسين نواره نيزا، تنازع القوانين في حقوق الملكية الصناعية للمستثمر الأجنبي، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد2، تيزي وزو، 2013، ص106.

³ - نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، -الملكية الصناعية- دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2005، ص265.

⁴ - عبد الله عوض الحداد، بناء نموذج لمحددات قيمة العلامة التجارية، أطروحة أعدت لنيل درجة الدكتوراه في العلوم

الإدارية، اختصاص التسويق، وزارة التعليم العالي، قسم التسويق، المعهد العالي لإدارة الأعمال، د.ب.ن، 2014-

2015، ص ص133-134.

بحسب طريقة استغلالها فتنقسم إلى علامة أصلية وعلامة احتياطية، وعلامة مانعة وعلامة اجتماعية⁽¹⁾.

ثانياً: أهمية العلامة التجارية:

تحظى العلامات التجارية بأهمية تجارية واقتصادية ودعائية متزايدة، مما يسبب لها زيادة سيطرتها على السوق العالمية على حساب رواج العلامات على الصعيد المحلي لذلك يتجه أصحاب العلامات لعلمة التسجيل منعا للقرصنة.

وبالتالي تعدّ العلامات التجارية واجهة الشركات على عدّة مستويات، فهي تمكّن للزبائن من تمييز منتجات وخدمات هذه الشركة عن المنتجات المنافسة لها، مما يتيح لها إمكانية تسويق سلعها وخدماتها⁽²⁾، وإذا نظرنا إلى العلامة نظرة اجتماعية فهي تقوم بحماية المستهلك ضدّ أي غش أو خداع في البضاعة و نوعيتها⁽³⁾.

كما تساعده على تقييم جودة السلع خاصة إذا كان هذا المستهلك غير قادر على الحكم على خصائص السلعة، هذا لأنّ العلامة تعطي رمزاً معيّناً في الجودة في ذهن المستهلك⁽⁴⁾، وبالنسبة للمنتج تساعده على القيام بعملية الترويج للسلعة والتقليل من تكلفتها عند الإعلان عنها في وسائل الإعلام المختلفة، وإعطائه حرية أكبر في تسعير السلعة، خاصة إذا نجح في خلق تفضيل لدى المستهلكين نحو سلعة، حيث أنّه سيقبلون على شرائها حتى ولو كان هناك فرق ملموس بين سعرها وأسعار السلع الأخرى المنافسة، والعلامات

¹ - بورحلة كريمة، عقد تحويل العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي زو، 2016، ص46.

² - حمدي باشا غالب الجغبير، العلامات التجارية -الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها- منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص49.

³ - نوري حمد الخاطر، مرجع سابق، ص227.

⁴ - مولود حواس، العلامة التجارية كأداة تسويق ومنافسة، مجلة علمية محكمة، جامعة أكلي أولحاج، البويرة، العدد12، 2012، ص ص100-101.

التجارية المشهورة تدفع إلى كسب مستهلكين جدد، حيث أنّ عدم امتلاك المستهلك للمعلومات الكافية عن المنتجات المتنافسة، سوف يدفعه إلى شراء منتجات ذات العلامات المشهورة، وهذا بهدف التقليل النفسي وحالة الشك في اتخاذ قرار الشراء.

كما تمكن للمسير في عقد التسيير والممنوح له في عقد الفرشائز من تحديد مواصفات السلعة التي تحمل علاماته التجارية (فهو المسؤول عن جودتها)، وما على المنتج إلاّ إنتاجها بهذه الخصائص حتى وإذا كانت تختلف عن المواصفات التقليدية التي اعتاد المنتج في إتباعها، فهي تحرّر المورّع من قيود المنتج في تسعير السلعة خاصة وأن بعض المنتجين يحدّدون سعر بيع سلعهم إلى المستهلك، ويجبرون المورّعين على بيعها بنفس السعر (إذ بإمكانه أن يرفع أو يخفض سعر البيع)⁽¹⁾.

وتهدف أيضا إلى حماية الاقتصاد الوطني من خلال ضمان جودة البضاعة وتحديد مصدر المنتج الحقيقي، وحمايته ضد المنافسة غير المشروعة⁽²⁾، وكلما اتّسع نطاق شهرة العلامة التجارية كلما ازدادت قيمتها، مما يزيد الطلب على تلك السلع والخدمات التي تحمل تلك العلامة التجارية، وزيادة القدرة على منافسة السلع والخدمات مما يؤثر إيجابياً على الاقتصاد الوطني، من خلال زيادة الأنشطة التجارية في السوق المحلي والخارجي كل هذا يؤدي إلى زيادة الإنتاج وزيادة الإيرادات الضريبية للدولة وتحسين المستوى المعيشي للسكان⁽³⁾.

¹ - مرجع نفسه ، ص 105.

² - نوري حمد الخاطر، مرجع سابق، ص 270.

³ - فرحة الزراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري- الحقوق الفكرية-، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2006، ص 3.

وفي الأخير نستنتج أن كل الطرفين أي المسير والممنوح له ملزمان بالمحافظة وإضفاء شهرة العلامة التجارية على منتجات الطرف الثاني في العقد أي (المانح في عقد الفرنشايز والمسير له في عقد التسيير).

الفرع الخامس

مسك محاسبة تجارية صحيحة

تعتبر المحاسبة التجارية من أهم الإلتزامات الملقة على عاتق كل من المسير في عقد التسيير والممنوح له في عقد الفرنشايز لكونهما متعاملين اقتصاديين بحيث يجب على كليهما الإلتزام بمسك المحاسبة التجارية صحيحة التي تقوم بتنظيم حياة المؤسسة المالية كما تعتبر أداة مراقبة وتخطيط للمستقبل وحسن إدارة المؤسسة وانتظام سير العمل فيها⁽¹⁾، كما جعلها المشرع أداة للإثبات وامتد أيضا استخدامها في العصر الحديث إلى المنشآت الصناعية، التجارية والمالية وترتب عليه ظهور عدّة فروع لعلم المحاسبة، وظهر عدّة هيئات والمؤسسات المحاسبية تسعى جاهدة لتطوير أسس وقواعد علم المحاسبة باختلاف فروعها⁽²⁾.

بالنظر إلى هذه الميزة (الأهمية)، يجدر بنا التوقف لتعريف المحاسبة المالية (التجارية) صحيحة (أولاً)، وإبراز غرضها (هدفها) (ثانياً).

أولاً: تعريف المحاسبة التجارية الصحيحة:

للمحاسبة التجارية صحيحة تعريفات عديدة تختلف باختلاف الزمن الذي وضع فيه التعريف، منها التعريف الذي قدّمته جمعية المحاسبة الأمريكية: "عملية التشخيص وقياس

¹ - حمدي السقا، المحاسبة التجارية الحديثة، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، المطبعة الجديدة، دمشق، 1979، ص17.

² - حسام الدين الخدّاش، أصول المحاسبة المالية، الجزء الأول الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1998، ص12.

و إيصال المعلومات الاقتصادية بشكل يمكن الأطراف ذات العلاقة من الحكم على الأمور المالية للمنشآت واتخاذ القرارات المناسبة بشأنها⁽¹⁾.

ثانياً: الغرض من مسك المحاسبة التجارية الصحيحة:

الغرض الأساسي من وجود المحاسبة التجارية صحيحة هو التعرف على نتيجة أعمال المشروع من الربح أو الخسارة، كما ورد في التعريف السابق للمحاسبة، إلا أنها تهدف إلى تحقيق أهداف منها⁽²⁾: تسجيل جميع العمليات المالية التي تتم في المشروع عند حدوثها مباشرة، و وفقاً لتسلسل وقوعها الزمني⁽³⁾، بهدف الرجوع إليها عند الحاجة⁽⁴⁾ بالإضافة إلى تبويب وتصنيف العمليات المالية لمعرفة أصول وخصوم المشروع⁽⁵⁾.

نستنتج في الأخير ان كلا طرفي العقدين (أي المسير في عقد التسيير والممنوح في عقد الفرنشايز) يشتركان في إلتزام مهم و هو مسك محاسبة مالية (تجارية) صحيحة.

المطلب الثاني

الأحكام الخاصة بالالتزام بالإدارة في كل من عقد التسيير وعقد الفرنشايز

بالنظر إلى أن الإلتزام بالإدارة يتضمن مجموعة من الأعمال التي يتولى المسير القيام بها في عقد التسيير، والممنوح له في عقد الفرنشايز، بأدائها، فذلك معناه تبيان طبيعة العمال التي يقوم بها المسير دون الممنوح له، كما هناك أعمال يقوم بها الممنوح له دون المسير، والتي يمكن أن تظهر كواستنتاج خاص- من قيام المسير بتدريب العمال والإشهار (الفرع

¹- حسام الدين الخدّاش، مرجع سابق، ص ص13-14.

²- مرجع نفسه، ص ص15-16.

³- عليان الشريف، مبادئ المحاسبة المالية، الجزء الأول، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2000، ص13.

⁴- حسام الدين الخدّاش، مرجع سابق، ص ص15-16.

⁵- مرجع نفسه، ص16.

الأول)، بالمقابل قيام الممنوح له بإضفاء حقوق الملكية الصناعية وبالضبط إستئثار براءة الاختراع باعتباره صاحبها (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الأحكام الخاصة بالإدارة في عقد التسيير

يتميز عقد التسيير عن عقد الفرنشايز بخصائص مهمة التي تقع على عاتق المسير باعتباره المتعامل الاقتصادي في عقد التسيير والمتمثلة في التدريب والإشهار.

حيث يعتبر التدريب أساس نجاح كل المؤسسة وعماد التنمية الإدارية⁽¹⁾ خاصة بعد التطور السريع والمتعظم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و عولمة الاقتصاد وظهور التكتلات الاقتصادية⁽²⁾، أدى إلى اعتبار أن التدريب يحسن من مستوى أداء⁽³⁾ المؤسسات الاقتصادية الذي يعتبر عبارة عن سلوكيات العاملين وتصرفاتهم ومدى انجازاتهم للأعمال الموكلة إليهم⁽⁴⁾ (أولاً)، كما يعتبر الإشهار التجاري من أحد الوسائل الاتصالية الذي اكتسب

¹ - عبوده عز الدين، عمليات التدريب الموظف العام في الجزائر، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في القانون، فرع الإدارة والمالية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص01.

² - محمد بن إبراهيم التويجري، التدريب الإداري وآفاق تطويره في البلدان العربية، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، المجلد 14، 2004، مركز التوثيق والبحوث الإدارية، الجزائر، العدد 01، 2004، ص11.

³ - رضا تير، وجهة نظر تحليلية حول عمليتي التدريب و تحسين المستوى، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، المجلد 12، مركز التوثيق والتكوين الإدارية، الجزائر، العدد 01، 2002، ص78-79.

⁴ - بن عزة فردوس، دور التدريب في تحسين أداء العاملين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة ميدانية لعيادة طبية جراحية، ضياء بورقلة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الماستر الأكاديمي، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016، ص02.

مكانة مهمة في عصرنا، فلا يمكن تصور مجتمع متطور بدون إشهار فمؤسسة العصر نظراً لارتباطه بالحياة اليومية⁽¹⁾ (ثانياً).

أولاً: التدريب:

يعتبر التدريب من أهم الالتزامات الملقاة على عاتق المسير باعتباره المتعامل الاقتصادي في عقد التسيير لأنه في هذا العقد يقوم بتكوين العمال، حيث أصبح عاملاً أساسياً لا بد من الاهتمام به و تخصيص له ميزانية كافية من أجل الاستفادة منه، إذ يعدّ تكوين الكفاءات استثمار على المدى البعيد ولا يمكن الاستغناء عنه فيعتبر هذا العنصر عنصراً حساساً وفعالاً وعلى المسير أن يهتم بهذا العنصر، وأن يعطيه القيمة الفعلية، وأن يقوم بتصميم البرامج التكوينية ثم تنفيذها⁽²⁾، بالنظر إلى هذه الميزة يجدر بنا التوقف لتعريف التدريب (1) و إبراز أهمية التدريب (تكوين العمال) (2).

1- تعريف التدريب: للتدريب تعريفات متنوعة لكنها تسير في خط واحد، فالدكتور أحمد باشات قام بتعريفه على أنه: "تجهيز فرد للعمل المستثمر والاحتفاظ به على مستوى الخدمة المطلوبة". وهو نوع من التوجيه "صادر من إنسان متوجه إلى إنسان آخر"⁽³⁾.

¹ - سميرة بليدي، القواعد الوقائية المنظمة للرسالة الاشهارية في الجزائر، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة، ا كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، لعدد 07، 2016، ص55.

² - ساسي فضيلة، دور التكوين في تطوير الكفاءات لدى العمال في المؤسسة، (دراسة ميدانية في المؤسسة الوطنية لصناعة المواد الكهرومنزلية (ENIEM)، (الوحدة التجارية)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس والعمل والموارد البشرية، قسم علم النفس وعلوم التربية و الأرطفونيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2011-2012، ص271.

³ - عبدوه عز الدين، مرجع سابق، ص9.

غير أن البعض يرى التدريب بأنه : "مجموعة من الحيل للسيطرة على الآخرين في موقف اجتماعي لكن البحوث والدراسات الحديثة أكدت أن التدريب عملية لا تتنافى مع الديمقراطية و لا تركز حول قائد أو رئيس في نمط معين"⁽¹⁾.

أما الدكتور درويش عبد الكريم عرف لنا التدريب على أنه: "نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغييرات في الفرد والجماعة من ناحية المعلومات والخبرات والمهارات ومعدلات الأداء وطرق العمل والسلوك والاتجاهات بما يجعل هذا الفرد أو تلك الجماعة لائقين للقيام بأعمالهم بكفاءة وإنتاجية عالية"⁽²⁾.

أما Flippa يعرف التدريب في كتاب مبادئ إدارة الموارد البشرية بقوله: "هو العملية التي من خلالها يتم تزويد العاملين بالمعرفة أو مهارة الأداء وتنفيذ عمل معين"⁽³⁾.

أما التعريف الراجح لتدريب العمال وتكوينهم هو "عملية منظمة ومستمرة محورها الفرد في جملة تهدف إلى إحداث تغييرات محددة سلوكيًا وفنية وذهنية لمقابلة احتياجات محددة حاليًا أو مستقبلية يتطلبها الفرد والعمل الذي يؤديه والمؤسسة التي تعمل فيها والمجتمع الكبير"⁽⁴⁾.

¹ - مرجع نفسه.

² - نايت علي عبد الكريم، تحليل أسس عملية التكوين والتدريب بمراكز التكوين الإداري في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع علم التنظيم السياسي والإداري، معهد العلوم السياسية والإعلامية، جامعة الجزائر، 1982، ص 27.

³ - بوعريوة الربيع، تأثير التدريب على إنتاجية المؤسسة ودراسة حالة مؤسسة سونلغاز، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، فرع تسيير المنظمات، علوم التسيير والعلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2007، ص 02.

⁴ - سهيل زغدود، العملية التدريبية ودورها في تحسين أداء العمال في المؤسسة الاقتصادية - دراسة ميدانية بمؤسسة صناعة الكوابل (ENI.CAB) بمدينة بسكرة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص تنظيم الموارد البشرية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج الخضر، باتنة، 2007-2008، ص 36.

2- أهمية التدريب: إن التدريب في مراحله الأولى قبل وبعد ظهور الأديان السماوية لم يعرفوا أهميته على حقيقته إلا بعد ظهور الثورة الصناعية التي ترتب عليها تطورات منهجية، وكمية ونوعية شملت كل مسائل العمل والإنتاج التي تسارعت و تضاعفت بسرعة مذهلة، مما أدى إلى قفزات تطويرية واسعة على مستوى العمليات التعليمية والتدريبية مما أدى إلى بدأ تحدي كبير أمام الأفراد والجماعات بغرض ضرورة الانخراط لتنمية المعارف والمهارات اللازمة لتأهيله للتكيف مع احتياجات سوق العمل الجديدة⁽¹⁾.

التدريب أمر هام وأساسي من أجل تحسين كمية ونوعية العمل، تخفيض تكاليف الإنتاج، رفع المعنويات وتحفيز العاملين فهو يعتبرها إحدى المسائل الرئيسية لرفع الإنتاجية بالمؤسسة، من أهم مقومات بناء جهاز إدارة الأفراد والعلاقات⁽²⁾ الإنسانية في المؤسسات الحديثة، فالتدريب ضروري لبناء فئة العمال (قوة بشرية منتجة) كما تبرز أهمية التدريب في أنه أساس كل تعليم و تطور التنمية للعنصر البشري وتقدم المجتمع⁽³⁾، وحفظ الآلات والأدوات من التلف والضياع، والكشف عن الممارسات الفردية و الاستعدادات التي يمكن أن تشغل في نواحي فنية هامة للمؤسسة⁽⁴⁾.

لذا فمن بين عوامل قيام المسير في عقد التسيير بأعمال الإدارة هو تدريب العمال بالفائدة التي تعود على المؤسسة المسيرة بالنفع .

¹ - عائدة عبد العزيز علي نعمان، علاقة التدريب بأداء الأفراد العاملين في الإدارة الوسطى دراسة حالة جامعة تعز الجمهورية اليمنية، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة الشرط الأوسط للدراسات العليا، 2008، ص16.

² - سهيل زغدود، مرجع سابق، ص45.

³ - مرجع نفسه.

⁴ - الطاهر مجاهدي، التدريب المهني وأثره على الأداء، دراسة ميدانية شركة الأسمنت "الماء الأبيض"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس العمل والتنظيم، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص14.

ويتجلى ذلك في قيامهما بتكوين العمّال وعقد ندوات علميّة وحلقات خاصة بكيفية العمل داخل المؤسسة المدارة بإستعمال أفضل التقنيات عالية الجودة.

ثانيًا: الإشهار:

الإشهار تقنية متعدّدة الإستعمال في القطاعات المختلفة خاصة في الحياة التجارية حيث أصبح الإشهار في وقتنا الحالي أساس التسويق وترويج المنتجات وحتى الخدمات الذي تعتمد عليه كل العقود بما فيها عقد التسيير⁽¹⁾، حسب المادة الأولى من قانون المدني رقم 89-01 على ما يلي: "يلتزم المسير بتوظيف معرفته الفنية باستعمال الوسائل التي تمنح الشهرة التي يتمتع بها للمؤسسة بطريقة ليصبح عضو في المجموعة الأجنبية، وإضفاء الشهرة يكون باستعمال العلامات التجارية كأسماء العلامات التجارية، أسماء الأشخاص، الأحرف، الأرقام، الرسومات، الصّور، الأشكال، الألوان، لتمييزها عن غيرها من العلامات"⁽²⁾.

بالنظر إلى هذه الميزة تجدر بنا التوقف لتعريف الإشهار (1) وإبراز أهمية الإشهار (2).

1- تعريف الإشهار: تم وضع تعاريف للإشهار، أحيانًا من قبل الفقه وأحيانًا أخرى من قبل المشرع، في هذا الإطار وكمثال اعتمد معظم الفقهاء على المعنى اللغوي للإشهار حيث عرفه القاموس بأنه: Le petite Rober بأنه: "فن ممارسة التأثير النفسي على الجمهور لتحقيق أهداف تجارية"⁽³⁾.

¹ - معاشو نبالي فطة، مرجع سابق، ص 63.

² - أمر رقم 89-01، مشار إليه سابق.

³ - قاسمي بلقاسم، الإشهار والملكية الصناعية، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 14.

كما عرفه القاموس La Rouse على أنه: "مجموعة من الرسائل المستخدمة من أجل التعريف بمؤسسة صناعية أو تجارية لامتداح منتج من منتجاتها"⁽¹⁾.

أما فيما يخص التعريف القانوني للإشهار، فقد قام المشرع الجزائري بإعطاء تعريف له في المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المعدل والمتمم في المادة 8/2 منه كما يلي: "الإشهار: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو التعليمات المقدمة للترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية"⁽²⁾.

وهناك من استخدم أيضاً مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 في المادة 2 منه تعريف للإشهار كما يلي: "الأسلوب الاتصالي الذي يعدّ ويقدم في الأشكال المحددة في هذا القانون مهما كانت الدعائم المستعملة قصد تعريف وترقية أي منتج أو خدمة، أو شعار أو صورة أو علامة تجارية أو سمعة أي شخص طبيعي أو معنوي، كما تشمل العبارة كذلك الأنشطة شبه الإشهارية"⁽³⁾.

ولكن قانون الإشهار 1999 عبارة عن المشروع فقط و تم تجميده من طرف مجلس الأمة⁽⁴⁾، وعلى الرغم من وجود فراغ قانوني في مسألة الإشهار إلا أن هذا لا يمنع السلطات من إيجاد سبل لتنظيمه ولو بشكل جزئي "باعتباره نشاطا تجارياً له ضوابط"، ويظهر ذلك في العديد من قوانين التي تشير إلى الاستثمار ولو بشكل غير مباشر بينهما المرسوم التنفيذي رقم 90-39 سالف الذكر⁽⁵⁾.

¹ - قاسمي بلقاسم ، مرجع نفسه.

² - مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر عدد 05، 1990.

³ - جبالي واعمر، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام (الوسم والإشهار)، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية،

كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 07، 2006، ص ص 24-25.

⁴ - سميرة بليدي، مرجع سابق، ص 57.

⁵ - مرجع نفسه، ص 57

كما عرفه أيضا القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية في المادة 3 على ما يلي: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع او الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الإتصال المستعملة"⁽¹⁾.

وما يمكن ملاحظته من خلال التعريفين السابقين المنصوص عليهما في المرسوم التنفيذي 90-39 والقانون 04-02 أن المشرع الجزائري في التعريف الأول حصر وسائل الإشهار في بيانات، عروض. وهذا خطأ مع تطور لا يمكن حصر هذه الوسائل ولكن في تعريف الإشهار في قانون 04-02 وذلك في المادة 3 منه تدارك خطأ فقام بعدم حصر هذه الوسائل بعبارة "مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة"، أي فتح المجال أمام وسائل الاتصال التي تستعمل في الإشهار⁽²⁾.

نلاحظ أن كل التعاريف سالفة الذكر تدور حول معنى واحد وهو: "الإشهار وسيلة تهدف إلى التأثير النفسي على الجمهور لتحقيق الغايات التجارية وذلك بإلحاح وتكرار الفكرة محاسن المنتج على المتلقي وتحريضه على الاستهلاك"⁽³⁾.

2- أهمية الإشهار: يعدّ الإشهار جزءاً أساسياً في حياتنا اليومية، الاجتماعية، الاقتصادية نظراً لأننا نحن أفراد المجتمع كافة و المستهلكين عامة والمنتجين ورجال الأعمال خاصة، الذين جعلوا الإشهار بمثابة المتحدث الرسمي عن نشاطاتهم في كل مكان، بهدف جعل شركاتهم الإنتاجية تقوم بإشباع حاجات ورغبات المجتمع من جهة وتحقيق الأرباح المنشودة من جهة أخرى⁽⁴⁾، الإشهار عملية إخبارية غايتها إعلام المستهلك بمعلومات حول المنتجات والخدمات، بإظهار محاسنها ليقبل عليها المستهلك وتقنينها.

¹ - قانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 يوليو 2004، المتعلق بالممارسات التجارية، ج. ر. ج. ج. عدد 41، لسنة 2004.

² - سميرة بليدي، مرجع سابق، ص 58.

³ - قاسمي بلقاسم، مرجع سابق، ص 18.

⁴ - قاسمي بلقاسم، مرجع سابق، ص 5.

فالمسير يسعى من وراء الإشهار للمؤسسة التي يديرها ترويج منتجاته وذلك باستخدام عنصرين لذلك "العنصر المادي" وهو عبارة عن استخدام الصحف، الملصقات، الإذاعة...، لتعبير عن منتجاته وعن محاسنها، و"العنصر المعنوي" وهو عبارة عن الهدف منه وهو تحقيق الربح⁽¹⁾.

فالإشهار في عقد التسيير يعتبر بمناسبة كيفية الالتزام بالإدارة حيث يتولى المسير بإشهار مختلف الخدمات و المنتجات، التي هي محور العقدين من خلال السماح بالتعريف بمنتجات المؤسسة المدارة من خلال الترويج لها باستخدام مختلف الطرق التجارية المعروفة.

الفرع الثاني

إستغلال براءة الإختراع في عقد الفرنشايز

هو الحكم الخاص الوحيد الذي يميز عقد الفرنشايز عن عقد التسيير بميزة مهمة والتي تقع على عاتق الممنوح له كونه متعامل اقتصادي، والمتمثلة في إضفاء حقوق الملكية الصناعية التي هي عبارة عن مجموعة من الحقوق المعنوية المتعلقة بمبتكرات جديدة أو علامات وأسماء مميزة لصاحبها الحق في استغلالها واستعمالها الأمر الذي يجعلها حقوق للاستثمار الصناعي بعضها يتعلّق بالابتكارات الجديدة وبعضها الآخر للتمييز بين المنتجات فيما بينها⁽²⁾، وهذا ما يدفعنا إلى القول أن الممنوح له باعتباره المتعامل الاقتصادي له الحق في استغلال واحتكار براءة الاختراع كونه صاحبها، ومن هنا يمكننا التوقف لتعريف براءة الاختراع (أولاً)، وتبيان أهمية براءة الاختراع بالنسبة للممنوح له باعتباره صاحبها (ثانياً).

أولاً: تعريف براءة الاختراع:

إن براءة الاختراع لها تعريفات مختلفة منها اللغوية، الاصطلاحية، القانونية.

¹ - سميرة البليدي، مرجع سابق، ص56.

² - نواره حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، تيزي وزو، 2015، ص09.

1- التعريف اللغوي لبراءة الاختراع:

• **تعريف اللغوي للبراءة:** رأى، براء، خلق من العدم، برأ: تبرئة جعله بريئاً من التهمة، براءاً و بروءاً نفي المرض، البراءة: الإجازة، السلامة من العيب.

• **تعريف اللغوي للاختراع:** أخترع، ابتدع، أنشأ وهو كشف القناع عن شيء لم يكن موجوداً بذاته أو الوسيلة إليه، أي كشف عنه شيء⁽¹⁾ غير موجوداً من قبل.

2- **التعريف الاصطلاحي لبراءة الاختراع:** في هذا التعريف نحاول تعريف براءة الاختراع من الناحية التشريعية، ومن الناحية الفقهية.

• **التعريف التشريعي⁽²⁾ لبراءة الاختراع:** قام المشرع الجزائري بتقديم تعريف براءة الاختراع في الأمر رقم 07-03 المتعلق بالبراءة الاختراع في المادة 2/2 كما يلي: "البراءة أو براءة الاختراع وثيقة تسلم لحماية اختراع"⁽³⁾.

• **التعريف الفقهي لبراءة الاختراع:** لقد قام معظم الفقهاء بتقديم تعريفات مختلفة لبراءة الاختراع منهم:

- **الدكتورة سميحة القليوبي** قدمت تعريفها كما يلي: "الشهادة التي تمنحها الدولة للمخترع ويكون له بمقتضاها حق احتكار استغلال الاختراع مالياً لمدة معينة وبأوضاع معينة"⁽⁴⁾.

¹ - نقلا عن بن طيّب فاطمة، التّظيم القانوني لبراءة الاختراع في القانون الجزائري، بحث مقدّم لاستكمال متطلّبات الماستر الأكاديمي، فرع قانون خاص، تخصص قانون الشركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016-2017، ص7.

² - نقلا عن بن طيّب فاطمة ، مرجع سابق، ص ص7-8.

³ - سيّد ريمة، النظام القانوني لبراءة الاختراع في التشريع الجزائري، مذكرة مكّملة في مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص15.

⁴ - بن قويّة مختار، الحماية القانونية للملكية الصّناعية، رسالة من اجل الحصول على شهادة الماجستير في القانون، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2007، ص19.

- أما الدكتور صلاح الزين الدين فقد عرفها كما يلي: " شهادة رسمية (صك) تصدرها جهة إدارية مختصة في الدولة إلى صاحب الاختراع أو الاكتشاف يستطيع هذا الأخير بمقتضى هذه الشهادة احتكار استغلال اختراعه أو اكتشافه زراعياً أو تجارياً أو صناعياً لمدة محددة وبقيود معينة"⁽¹⁾.

ثانياً: أهمية براءة الاختراع:

تمثل براءة الاختراع العمود الفقري للملكية الصناعية⁽²⁾، لما ترتب من آثار قانونية، سياسية، اقتصادية، اجتماعية تتجسد باستغلالها⁽³⁾ حيث يؤدي استغلالها إلى نشوء تقنية حديثة أو إلى تحسين وسائلها وتبعاً لذلك إلى إن تنتج مادة جديدة لم يكن في الوسع إنتاجها، لولا استغلال هذا الاختراع، أو زيادة الإنتاج، يؤدي هذا إلى حل المشكلة الاقتصادية وهو الاستفادة الجمهور من المادة المنتجة كالثلاجة مثلاً، هذا من جهة، ومن جهة أخرى وهي الأكثر شيوعاً وهو تخطي الصعوبات أو العقبات الفنية، بالإضافة إلى الانخفاض في كلفة الإنتاج وبالتالي ارتفاع المستوى المعيشي والحصول على العملة الصعبة عن طريق تصدير الفائض في الإنتاج مما يؤدي إلى تحسن الإقتصاد الوطني⁽⁴⁾.

وتعدّ براءة الاختراع نتاج الإبداع الفكري لمكتشف الاختراع الذي يضع ابتكاره في تناول الناس فيسهل اكتشاف سرّيته وكيفية تركيبه مما اقتضى وضع القوانين لحماية حقوقه في هذا الاختراع بحيث تضمنت مصلحته الشخصية مصلحة المجتمع في آن واحد، فالمخترع يحق له الاستفادة من اختراعه مالياً لقاء ما بذله من جهد ومال في سبيل

¹ - أمر رقم 03-07 المؤرخ 19 يوليو 2003، يتعلق بالبراءة الاختراع، ج.ر. عدد 44، صادرة في 23 يوليو 2003، ص28.

² - فريد زراوي صالح، مرجع سابق، ص3.

³ - سمير جميل حسن الفتلاوي، استغلال براءة الاختراع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص2.

⁴ - سمير جميل حسن الفتلاوي ، مرجع سابق، ص8.

اختراعه⁽¹⁾، فبراءة الاختراع تنشئ للمخترع حقاً في احتكار استغلال اختراعه خلال مدة محدّدة⁽²⁾.

فإذا نظرنا إلى براءة الاختراع نظرة اجتماعية، فينجم عن استغلالها تغيير واضح على المستوى الاجتماعي، إذ يُبرز أثر مستوى المعرفة من خلال طابع العمل وشروطه، وكسب الثروة الصناعية القائمة على العلم والتكنولوجيا والتقدم التقني. إذ أن كل مخترع لمنتجات جديدة يسعى للتفوق على غيره للوصول إلى جلب الزبائن وتحقيق ربح وفير، فإنّ حق براءة الاختراع بمثابة حقا احتكاريات لمالكه، فهو بهذا المعنى بمثابة مكافأة يمنحها المجتمع للمخترع جزاءً له على جهوده، وابتكاره⁽³⁾، و كحافز له ولغيره على مزيد من الابتكارات، فالمخترع الذي يبذل مجهوداً معتبراً، وينفق أموالاً باهضة كي يخرج اختراعه إلى الوجود، فهذا يقتضي تعويضه ليس بمبلغ من المال وإنما بصورة استثنائية بحق استغلال براءة اختراعه.

أمّا إذا نظرنا إلى براءة الاختراع نظرة اقتصادية فيؤدي استغلالها إلى نشوء التقنية الحديثة لتحسين وسائلها، وتبعاً لذلك إمّا أن تنتج مادة جديدة لم يكن في الوسع إنتاجها لولا استغلال هذا الاختراع أو زيادة الإنتاج، ففي الحالة الأولى يؤدي ذلك إلى حل مشكلة اقتصادية لتمكن المستهلك من الاستفادة من المادة المنتجة كالحريّر الصناعي والثلاجة.

¹ - علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية، مجّد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2010، ص233.

² - أيت بلقاسم صمهان مفيدة، براءة الاختراع في ضوء القانون الجزائري في ظل رهانات وتحديات العولمة، الفكر البرلماني، مجلة متخصصة في القضايا والوثائق البرلمانية، يصدرها مجلس الأمة، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 21، نوفمبر 2008، ص84.

³ - عسالي عبد الكريم، حماية الاختراعات في القانون الجزائري، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الحقوق، فرع قانون العمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2004-2005، ص19.

وفي الحالة الثانية وهي أكثر شيوعاً يؤدي ذلك إلى تخطي صعوبات أو عقبات فنية إضافة إلى انخفاض كلفة الإنتاج، وارتفاع المستوى المعيشي والحصول على العملة الصعبة بتصدير الفائض في الإنتاج، بالتالي تحسن الإقتصاد الوطني.

أمّا إذا نظرنا إلى براءة الاختراع نظرة قانونية فنجدها كأداة تقوم بحماية المخترع من جهة، كما تقوم بحماية الاحتكار التكنولوجي من جهة أخرى.

- 1- براءة الاختراع أداة لحماية المخترع: إن براءة الاختراع وثيقة رسمية لقرار إداري، يُمكن المخترع من إستغلال إختراعه وحده دون غيره، أو من طرف الغير بموافقتهم، ويتمتع بالحماية أثناء مدة معينة، وتمنح هذه البراءة لعدة اعتبارات:
- حث المخترع على ممارسة الأنشطة الإختراعية⁽¹⁾.
- إعطاء المخترعين دافعا لنشر اختراعاتهم وكشف معارفهم الجديدة.

إن هذه الاعتبارات والأسباب تتوافق مع الأوضاع السائدة قبل وأثناء ثورة الصناعية، حينما كان الاختراع نتاجاً فردياً تحكمه العبقريّة من ناحية وعوامل الصدفة التاريخية من ناحية أخرى، وتتسجد فيه ذاتية المخترع وصفاته الخلاقة، فأصبح البحث التكنولوجي المنظم يشكل اليوم قسماً مهماً من نشاط الشركات الصناعية الكبرى، ويبتلع الجزء الأكبر من استثمارات المالية في عصر أصبح فيه التجديد التكنولوجي عنصر حاسم في المنافسة على الأسواق، وبراءات الاختراع التي تصدر اليوم في الدول الصناعية وفي الدول النامية، لم تعد ملك للأفراد، بل للشركات الكبرى أو الدول أو هيئات البحث الخاصة والعامة، وهذا ما يبين احتكار العملية الاختراعية من طرف القلة⁽²⁾.

¹ - مرجع نفسه، ص ص 20 21 22 .

² - عسالي عبد الكريم، مرجع سابق ، ص ص 23-24.

2- براءة الاختراع كأداة لحماية الإحتكار التكنولوجي: إن الوظيفة القانونية لبراءة الاختراع تغيرت من حماية المخترع إلى حماية الاختراع لتصبح السند الأساسي للإحتكار التكنولوجي، على مستويين الدولي والوطني.

إن تحقيق المتطلبات للدول النامية باللجوء إلى هذه الوسيلة (براءة الاختراع) ظهر غير ملائم باعتبار أنه وجد لحماية المصالح الخاصة لمالك البراءة (طرف أجنبي في دول نامية) وبالتالي لا يساهم فحسب في استغلال التقنيات التي تكون محل إبداع في هذه الدول لكن يعمل على خلق الإحتكار في الواردات الناتجة عن منح البراءات⁽¹⁾.

كما أسفرت الدّراسات أن الشركات الصّناعية الكبرى لا تلجأ إلى الحصول على براءة الاختراع إلاّ بالنسبة للاختراعات التي تخشى أن يتوصّل إليها في زمن قصير نظرا لسرعة الإنتاج التكنولوجي العالمي لأن الشركات الكبرى تلجأ إلى نظام براءات الاختراع لحماية تلك المعارف القابلة للانتشار والذّيوع بسرعة اكبر من غيرها، ونخلّص إلى القول أنّ الوظيفة القانونية الأساسية لنظام براءة الاختراع اليوم هي حماية احتكار التكنولوجيا⁽²⁾.

كما يلتزم الممنوح له باعتباره المتعامل الاقتصادي باستثناء لبراءة الاختراع باعتباره صاحبها، وهذا ما نصت عليه المادة 1/10 من الأمر رقم 03-07 المتعلق ببراءة الاختراع: "الحق في براءة الاختراع ملك لصاحب الاختراع كما هو محدد في المواد 3 إلى 8 أعلاه أو ملك لخلفه..."⁽³⁾.

¹ - مرجع نفسه ، ص ص 24-25.

² - عسالي عبد الكريم، مرجع سابق ، ص 25.

³ - أمر رقم 03-07 المتعلق بالبراءة الاختراع، المشار إليه سابقا.

الفصل الثاني

دور الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة تغيرت فيها أمورًا كثيرة عما كان سائدًا في السنوات القليلة الماضية، بالإضافة إلى التغيرات على الصعيد السياسي نشأت أوضاع إقتصادية جديدة و بروز ما يسمى بعقود الأعمال من أجل تحرير التجارة الدولية⁽¹⁾ والدفع بعجلة التنمية في شتى المجالات⁽²⁾ استدعى ظهور ما يسمى "بالإلتزام بالإدارة" في عقود الأعمال الذي يلعب دورا هام في تطوير المؤسسات الإقتصادية الكبيرة و المتوسطة والصغيرة منها وجعلها قادرة على التحكم في جهازها الإنتاجي وتقديم خدمات وذلك بالاستفادة من الخبرة والتكنولوجيا لان العالم الذي نعيش فيه الآن هو عصر سمي بعصر المعلومات ولكن البعض يسميه بعصر المعرفة و كان أخطر آثاره هو بروز التنافسية كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المؤسسات الإقتصادية بدرجة غير مسبوقة.

على هذا المنوال لابد من إبراز أن الإلتزام بالإدارة وسيلة لتطوير مؤسسات الإقتصادية(المبحث الأول) ليتسنى لنا لاحقا تبيان أن المؤسسات الإقتصادية أصبحت في موقف يحتم عليها العمل الجاد والمستمر من أجل إنتاج السلع والخدمات للإكتساب الميزة التنافسية لإمكانها من اقتحام الأسواق (المبحث الثاني)⁽³⁾.

¹ - الجمعية العلمية، نادي الدراسات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ص4.

www.clubnada.jeeran.com.

² - تمازيرت أميلية- زعفان كاتية، مرجع سابق، ص4.

³ - فلة غيدة، انعكاسات اقتصاد السوق على العمالة بقطاع العام الصناعي الجزائري، دراسة حالة وحدة تكرير السكر بسيدي لخضر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع التسيير كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سيدي لخضر، عين الدفلى، 2000-2001، ص1.

المبحث الأول

الالتزام بالإدارة وسيلة لتطوير المؤسسات الاقتصادية ذات الطابع

الاقتصادي

بالعودة إلى النشاط الاقتصادي الذي قوامه القيام بمختلف عمليات الإنتاج و التوزيع، لمختلف السلع و تقديم الخدمات المتنوعة والمختلفة نجد أن ممارسته يكون من قبل المتعاملين الاقتصاديين الذين يتخذون أوصافا مختلفة⁽¹⁾ فمن الناحية القانونية وبالعودة إلى مختلف القوانين المنظمة لنشاط الاقتصادي ، نجد أنه يتعلق الأمر بكل شخص طبيعي أو معنوي يتولى القيام بالعمليات السالفة الذكر ، لكن المصطلح يختلف في قانون إلى آخر ، فقانون المنافسة رقم 03-03 المصطلح المستعمل هو المؤسسة⁽²⁾، في القانون التجاري على الشخص الطبيعي أو الشركة التجارية⁽³⁾، في قانون الممارسات التجارية عبارة عن عون إقتصادي، لكن مهما اختلفت التسمية فكلها تتفق على طبيعة النشاط الاقتصادي على هذا الأساس ، هذا المتعامل الاقتصادي من حيث حجم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة الحجم ، من حيث الرقابة ورأس المال فقد تكون مؤسسة عمومية أو مؤسسة خاصة ، و من ناحية طبيعية النشاط المتخصص فقد يكون تاجر أو مستثمر أو مصدر أو مستورد ، لكن هناك من المتعاملين الاقتصاديين القانون لم يجد له شكل خاص ، لكنها موجودة إقتصاديا والذي يعبر عنها بمصطلح المؤسسة.

¹ - إرزيل الكاهنة ، عقد تحويل الفاتورة و المؤسسات إقتصادية ، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الإقتصادي الجزائري، كلية الحقوق و العلوم الحساسة ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية يومي 16 و 17 ماي 2012 ، ص 425.

² - أمر رقم 03-03 المؤرخ في ل 19 يوليو سنة 2003. ، يتعلق بالمنافسة ، ج ر ج ج عدد 43، الصادرة في 22 يوليو سنة 2003.

³ - قانون رقم 59/75 المتضمن القانون التجاري ، مشار إليه سابق.

باعتبارها وحدة إقتصادية تجتمع فيها الموارد البشرية والمادية اللازمة للإنتاج الإقتصادي ، و هدفها توفير الإنتاج لغرض تسويقيه و هي منظمة و مجهزة بكيفية توزع فيها المهام والمسؤوليات وهناك من يعرفها بأنها "تنظيم إقتصادي مستقل ماديا يجمع بين عوامل الإنتاجية قصد توفير الإنتاج (السلعي أو الخدماتي) لغرض تسويقه".⁽¹⁾ و من حيث المبدأ لكل مؤسسة عمومية إقتصادية أن تستفيد من الخبرة و التكنولوجيا ، على العموم مهما كان الشكل المعتمد فلا بد من تحديد طبيعة المؤسسات المعنية بالالتزام بالإدارة (**المطلب الأول**) لتبيان كيف يستفيد من هذا الالتزام لاسيما في مجال الخبرة و التكنولوجيا (**المطلب الثاني**).

المطلب الأول

طبيعة المؤسسات المستفيدة من الالتزام بالإدارة

بالعودة إلى موضوع البحث الالتزام بالإدارة فلا بد التحديد بدقة من هو المتعامل الإقتصادي بالضبط الذي يمكن الإستفادة من هذا الالتزام و الذي يمكن استنتاجه من الأطراف المبرمة في كل من عقد التسيير وعقد الفرنشايز بالمفهوم الفقهي والمتعارف عليه تشريعيا ، حيث أن هذا المتعامل الاقتصادي قد يكون أي شخص طبيعي أو معنوي يرغب في الشهرة في السوق، إذن من حيث المبدأ لكل متعامل الإقتصادي أن يستفيد من هذا الالتزام.

غير أنه استنتاجا على النصوص المنظمة لعقد التسيير في القانون الجزائري طبقا للمادة "3" من القانون رقم 89-01 المتضمن القانون المدني و التي تنص على " **تضع المؤسسة العمومية الإقتصادية أو شركة مختلطة الإقتصاد تحت تصرف المسير**

¹ - بالضياف العيد ، المؤسسة الاقتصادية بين أهدافها و تحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة المؤسسة الوطنية سونطراك، مذكرة التخرج مقدمة ضمن متطلبات الشهادة الماستر، قسم العلوم الاقتصادية ، التخصص التسيير و إقتصاد البترول ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2012-2013، ص 11.

الوسائل اللازمة لأداء مهمته وتعد الاقتصاد جميع التأمينات التي تحفظ و تصون الملك المسير (1) .

هذا يبين قصور المشرع الجزائري على المؤسسات العمومية الاقتصادية والمؤسسات ذات الاقتصاد المختلط (الفرع الأول) ، ثم أنه بالعودة إلى الواقع الاقتصادي بالنسبة للمتعاملين الاقتصاديين بأكثر حاجة إلى هذا الالتزام نجد أن الأمر ينطبق على المؤسسات الجديدة في السوق، ذلك ما يجعل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الأكثر قربا من الالتزام بالإدارة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

المؤسسة العمومية الاقتصادية و المؤسسة ذات الاقتصاد المختلط

حصر المشرع الجزائري المؤسسات المستفيدة من الالتزام بالإدارة في المؤسسة العمومية الاقتصادية (أولا) ، و المؤسسة ذات الاقتصاد المختلط (ثانيا).

أولا - تعريف المؤسسة العمومية الاقتصادية :

إن الحاجة إلى المؤسسات العامة في أي نظام اقتصادي و على وجه الخصوص في الاقتصادات المتخلفة أمر بديهي، يمكن تحقيق أهداف النمو الاقتصادي، تحريك المدخرات الوطنية ، توزيع الاستثمارات القطاعية ، خلق فرص عمل ، توظيف القوة العاملة المتنامية و التخطيط لأجل التنويع الاقتصادي ، و تحقيق أهداف عريضة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والحد من التبعية للنظام الاقتصادي الدولي دون المؤسسات عمومية الاقتصادية . (2)

فإنطلاقا من هذا نستنتج أن هذه المؤسسات (المؤسسات العمومية الاقتصادية) تلعب دورا هاما في تنشيط الاقتصاد الوطني ولا يمكن الاستغناء عنها و التي يقصد بها

¹ - قانون رقم 89-01 ،مشار إليه سابق.

² - صبايحي ربيعة ، الخصخصة بنقل ملكية المؤسسات العامة الاقتصادية ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم ، تخصص القانون ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 7 ماي 2009 ، ص 14.

على أنها عبارة عن هيئات تمتلكها الدولة و تسيطر عليها ، تتمتع بالشخصية المعنوية التي يحدد ملامحها قانون المؤسسة ، ويميزها عن مختلف الأجهزة الإدارية والوزارية ، ولها ذمة مالية مستقلة ، وإن كانت تعتمد في جانب من مواردها على موارد الخزينة العامة وما تتحصل عليه من بعض التسهيلات الائتمانية. (1)

ويمكن تعريفها أيضا (أي المؤسسة العامة الاقتصادية) على أنها عبارة عن مؤسسة التي تحوز فيها الدولة أو أي شخص معنوي آخر أغلبية رأسمالها الاجتماعي، و تخضع للقانون التجاري من حيث ممارسة نشاطاتها. (2)

ثانيا - تعريف المؤسسة ذات الإقتصاد المختلط :

إذا كانت الدولة في السابق تنحصر وظائفها في الوظائف التقليدية كالامن والقضاء.....فإنها اليوم أصبحت تتدخل في المجال الإقتصادي إما محدودا، بحيث تدير بعض المرافق الاقتصادية والإستراتيجية وإما شكل كلي بحيث تتولى بنفسها تسيير و تنشيط المجال، وإما بشكل مشترك بينهما وبين الخواص لأحد المرافق العمومية الإقتصادية الصناعية و التجارية .

انطلاقا مما سبق يمكن تعريف الشركة (المؤسسة) ذات الاقتصاد المختلط على أنها " المؤسسات العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري رأسمالها الاجتماعي مزيج بين أموال الدولة وأموال الخواص ، وتخضع لمزيج من القواعد، أحيانا قواعد القانون العام ، و أحيانا قواعد القانون الخاص." (3)

¹ - مرجع نفسه، ص 23.

² - تمازيرت أميلة و زعفان كاتية ، مرجع سابق ، ص 6.

³ - معاشو نبالي فطة ، مرجع سابق ، ص ص 53-54.

الفرع الثاني

المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

تحتل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حيزا مهما و كبيرا⁽¹⁾، في التنمية الإقتصادية و الإجتماعية⁽²⁾ ، في الدول النامية بشكل عام و منها الجزائر، وهي لا تقل أهمية عن المؤسسات الكبيرة إذ تعتبر هذه المؤسسات مدخلا تكميليا لعدد كبير من المؤسسات الكبرى و خاصة في القطاع الصناعي.⁽³⁾

ولا أحد ينكر أن هذه المؤسسات تساهم في استيعاب نسبة عالية من حجم القوة العاملة⁽⁴⁾ ، ورفع من قيمة الدخل والمستوى المعيشي للفرد⁽⁵⁾ ، وتطوير الإقتصادي وتنشيطه داخليا وخارجيا.⁽⁶⁾

و كذا دورها في تحقيق و تطوير الاستثمار كل هذا أدى إلى إعتبار أن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من أفضل الوسائل لتحقيق الانتعاش الاقتصادي من حيث أنها

¹- بوخيرة حسين، الاعتماد الايجاري كألية لدعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري ، كلية الحقوق العلوم السياسة ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية يومي 16-17 ماي 2012، ص 481.

²- بن شنوف فيروز ، عقد الاعتماد الايجاري و إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري ، كلية الحقوق العلوم السياسة ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية يومي 16-17 ماي 2012، ص 510.

³- بوخيرة حسين ، مرجع سابق ، ص 481.

⁴- مرجع نفسه .

⁵- ليلي بعناش ، تبين الآليات المستحدثة في التمويل ضرورة لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر ،، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري ، كلية الحقوق العلوم السياسة ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية يومي 16-17 ماي 2012، ص 556.

⁶- شريفي سعدية و شريفي ويزة، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة رهان اقتصادي، مذكرة لنيل شهادة الماستير في القانون مخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسة ، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2015 ص 6.

تتميز بالانتشار الجيد في مختلف ميادين النشاط الإقتصادي ، وبأعداد كبيرة وهذا ما يؤدي إلى تنوع الإنتاج...الخ. (1)

وانطلاقاً من هنا يمكننا استنباط تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفقاً لقانون رقم 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (أولاً) ، كما يدفع بنا استنباط تعريفاً حديثاً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفقاً للقانون رقم 02-17 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (ثانياً).

أولاً: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفقاً للقانون 01-18 :

باعتبار أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة النواة الحقيقية للتنمية الاقتصادية لأية دولة، فقد تم وضع إطار تشريعي ينظم هذه المؤسسات والمتمثل في القانون رقم 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (2) حسب المادة 6 من القانون رقم 01-18 عرفت المؤسسات الصغيرة على أنها " مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخص، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 200 مليون دج أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 100 مليون دج." (3)

أما المؤسسة المتوسطة فقد عرفت المادة 5 من نفس القانون بأنها : " مؤسسة تشغل ما بين 50 إلى 250 شخص ، و يكون رقم أعمالها ما بين 200 مليون ومليارين دج أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين 100 و 500 مليون دج."

¹ - بن شنوف فيروز ، مرجع سابق ، ص 518.

² - زاوية نصيرة و زعموم فازية ، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير الاقتصاد الوطني ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون ، فرع القانون الخاص ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، 2013-2014 ، ص 05.

³ - قانون رقم 01/18 مؤرخ في 12 ديسمبر 2001، يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، ج ر ج عدد 77، الصادر في 5 ديسمبر 2001.

و بالتالي فإن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب المادة 4 من نفس القانون تعرف بغض النظر عن طبيعتها بأنها مؤسسة إنتاج السلع أو الخدمات. " مؤسسة إنتاج السلع والخدمات تشغل من 1 إلى 250 شخص و لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 2 مليار دج أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دج مع استيفاءها لمعيار الاستقلالية. " (1)

ثانيا - تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وفقا للقانون رقم 17-02.

باعتبار أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منها مكملا للمؤسسات الكبرى ، فإنها تنشط بكفاءة في المجالات التي يستخف بها في المؤسسات الكبرى وتنويع الإنتاج وتوزيعه على مختلف الفروع الاقتصادية ، و تقديم تشكيلة في السلع والخدمات بأقل تكلفة ممكنة لسبب يكمن في خلق فرص عمل جديدة ، لأنها لا تتطلب مهارات فنية ولا تكنولوجيا عالية مثلما هو الحال في المؤسسات الكبرى. (2)

مما أدى بالمشروع الجزائري إلى تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك في المادة 5 من القانون 17-02 المؤرخ في 11 يناير 2017 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، والتي تنص " تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية، بأنها مؤسسة إنتاج السلع أو الخدمات:

تشغل من (1) واحد إلى مائتين و خمسين (250) شخصا.

¹ - مرجع نفسه.

² - لوكادير مالحة، دور البنوك في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر ، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون ، فرع قانون التنمية الوطنية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012، ص 02.

تستوفى معيار الاستقلالية كما هو محدد في النقطة 3 أدناه. ⁽¹⁾

استفادة المؤسسات من الخبرة والتكنولوجيا

72

أخرى تستفيد أيضا من التكنولوجيا كونها تعتبر ظاهرة حيوية أثرت في العالم المعاصر ككل وجعلت كل التوازنات تختل ما نتج عنها اعتبارات وقوى ومصالح جديدة.⁽¹⁾

بحيث تشير العديد من الدراسات إلى أهمية الصناعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد العالمي سواء تعلق الأمر بالإنتاج أو التشغيل أو الابتكارات التكنولوجية، حيث أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تسهم بما يتوجه 70% من الإنتاج العالمي للسلع والخدمات وتمثل القوى المحركة للإبداع والابتكار في فروع الإنتاج المختلفة وكل ذلك بفضل استفادتها من التكنولوجيا التي تتعامل بها.⁽²⁾

بالنظر إلى هذه الأهمية يجدر بنا التوقف لتبيان أهمية التكنولوجيا والخبرة (الفرع الأول) ليتسنى لنا لاحقا تبيان آثار الاستفادة من التكنولوجيا والخبرة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

أهمية التكنولوجيا والخبرة

رغم كل الدعم المقدم لأصحاب المشاريع الصغيرة خلال مرحلة إنشائها مثلا تسهيلات مالية، لم يجعل تلك المؤسسة قادرة على التعامل مع هذه الأموال وتسيير المؤسسة لنقص الخبرة، لذا فهي بحاجة إلى الخبراء من أجل تقديم الإعانة لهؤلاء المنشئين لتقف هذه المؤسسات على قدميها وتجاوز الصعوبات التي تواجههم في بداية مشوارهم والتي ينبغي أن يحضى بها المنشئ في بداية مشواره⁽³⁾ هذا من جهة، كما تحتاج المؤسسات إلى التكنولوجيا من جهة أخرى إذ أصبح تتطور المؤسسة يقاس بمدى تقدمها التكنولوجي والمعرفي، هذا ما

¹ - ونوعي نبيل، براءة الاختراع كأداة للتطور التكنولوجي والتنمية الاقتصادية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، علوم، فرع

قانون خاص، تخصص الملكية العقارية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016/2017، ص 4

² - محمد قويدري، مرجع سابق، ص 285.

³ - بو البردعة نهلة، مرجع سابق، ص 141.

أدى إلى وجود تفاوت بين البلدان إذ هناك طرف قوي ومتطور اقتصاديا والمتمثل في البلدان المتقدمة التي تسيطر على مختلف المعارف والتكنولوجيا الحديثة والتي تستعملها لتحقيق الربح، وطرف ضعيف يتمثل في البلدان النامية والذي هو بحاجة إلى هذه التكنولوجيا لدفع عجلة التنمية لديه⁽¹⁾ وتحقيق نوع من التقدم لمواكبة التطورات التي توصلت إليها البلدان المتقدمة⁽²⁾.

انطلاقا مما سبق يجدر بنا التوقف لتبيان أهمية التكنولوجيا بالنسبة للمؤسسة من جهة (أولا) وأهمية الخبرة بالنسبة للمؤسسة من جهة أخرى (ثانيا)

أولا- أهمية التكنولوجيا بالنسبة للمؤسسة:

لقد اهتم الفقهاء الاقتصاديين بالتكنولوجيا وعناصرها لكونها علم مستقل وعلم تطبيقي يسعى لتطبيق المعارف الفنية⁽³⁾ ويعود ذلك لاعتبار التكنولوجيا من أهم عناصر الإنتاج ووسائله، كما تقوم أيضا بالمساعدة في زيادة الثقة بالنفس و القدرة على المشاركة في الإنتاج فهي تعد العنصر الأساسي في العملية الإنتاجية والتنمية، ومدخلات الإنتاج لذا فهي ذات تأثير مباشرة على مستوى الحياة الاقتصادية بشكل عام لذلك ركز الاقتصاديون وخبراء الاقتصاد على دور التكنولوجيا على التنمية والتقدم ونتيجة التركيز على دورها وأهميتها على

¹-تمازيرت أميلية و زعفان كاتية، مرجع سابق، ص 9.

²-مرجع نفسه، ص 10.

³-يوسف محمد عفيف، التكنولوجيا الحديثة ودورها في تنمية الموارد البشرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر "ل.م.د" قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي، تبسة، 2016/2015، ص23.

الإنتاج والحياة الاقتصادية⁽¹⁾، بحيث تعد التكنولوجيا أداة للتغلب على التحديات التي تواجهها الشركات الصغيرة والمتوسطة والتي تعرضها أحيانا للخطر والضياع⁽²⁾.

كما تساعد التكنولوجيا المؤسسة على إدارة المعرفة والمعلومات باستخدام أجهزة وبرمجيات التي تسهل عملية جمع و معالجة وتخزين واسترجاع كميات كبيرة من المعلومات والبيانات كما تعمل على تطوير معارف فنية وتسويقية ومالية وتكنولوجيا في خلق الميزة التنافسية للمؤسسة⁽³⁾.

بحيث تساعد التكنولوجيا في تطوير أداء العاملين الاقتصاديين وذلك لمساعدة المؤسسات في الحصول على المعلومات المطلوبة لأداء أعمالها بشكل مناسب ومميز؛ كما تعتبر القاعدة الأساس التي تبنى على ضوئها العملية التنافسية للمنظمات وذلك لما تحتله هذه التكنولوجيا من دور فعال ورئيسي في إنجاح تلك المؤسسات، كما يمكن لها أن تؤثر على تغيير الطريقة التي تعمل بها المؤسسات وإعادة تشكيل منتجاتها وخدماتها⁽⁴⁾.

كما توفر برامج التكنولوجيا القدرة على انجاز أعمال إدارية وفنية كثيرة وبالتالي تقل تكلفة العملية التعليمية في المؤسسات بشكل عام.

بحيث يرى "بختي": أن التكنولوجيا يمكن أن تحقق فوائد عديدة مثل رفع مستوى الأداء وزيادة دقة البيانات، وتقليص الإجراءات الإدارية والاستخدام الأمثل للطاقات البشرية مما يسمح لها بالتفرغ لأعمال أخرى. ومن العائد المتوقع لتكنولوجيا المعلومات على المؤسسات

¹ -مرجع نفسه، ص 24.

² -ممدوح فارسي الرويلي، دور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، "دراسة ميدانية"، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الإستراتيجية، تخصص الصراعات الإستراتيجية، قسم الدراسات الاستراتيجية، كلية العلوم الإستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2017، ص3.

³ -يوسف محمد عفيف، مرجع سابق، ص 25.

⁴ -ممدوح فارس الرويلي، مرجع سابق، ص8.

تخفيض التكاليف المستخدمة لإنجاز الملفات الورقية التي تأخذ مساحة واسعة في المؤسسة - السرعة والدقة في إنجاز الأعمال المطلوبة - تعيين قنوات الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة في المؤسسة - التنبؤ بمستقبل المؤسسة والاحتمالات المتوقعة لحدوث أي خلل في المنظمة يحول دون تحقيق الأهداف المطلوبة باستخدام أساليب جديدة لمواكبة التطورات العالمية والتكنولوجية وذلك من أجل خدمة الزبائن وإرضائهم - القيام على حفظ البيانات والمعلومات الضرورية التي تحتاجها المؤسسة لاستمرارها في عملها... إلخ⁽¹⁾.

ثانياً - أهمية الخبرة بالنسبة للمؤسسة:

قد تواجه المؤسسات العديد من المشاكل التي تتطلب قدرات خاصة يمتلكها الاستشاري، ولا تستطيع تحمل تكاليف توظيف إداريين بصورة مستمرة، في حين لا تحتاج إلى خدماتهم إلا في بعض الحالات وبصفة متقطعة فهي تحتاج فقط إلى مساعدة متخصصة عندما تواجهه صعوبات، أو عند القيام بفحوصات دورية من أجل كشف العقبات والأخطاء الخفية التي يمكن تفاديها إذا ما تم اكتشافها في الوقت المناسب والتي يجهل صاحب المشروع كيفية التعامل معها ولهذا فإن حاجة أصحاب المشاريع إلى الخبرة والاستشارة أمر مهم جداً من أجل النمو السليم لمؤسساتهم وتفادي الوقوع في الأخطاء التي قد تؤدي بمؤسساتهم إلى الهلاك⁽²⁾

الفرع الثاني

آثار الاستفادة من التكنولوجيا والخبرة

إن التغيرات السياسية والاقتصادية الهائلة التي يشهدها العالم منذ أوائل العقد الأخير من القرن الماضي، وتحديداً تسارع مسيرة العولمة بعد انهيار الاتحاد السوفياتي، قد فرضت

¹ - مرجع نفسه، ص 48.

² - أبو البردة نهلة، مرجع سابق، ص 142

على الدول النامية، و خصوصا الصغيرة منها، تحديات على مختلف الصعد ومن أهمها القدرة على مواجهة متطلبات التنافس الاقتصادي في نطاق الإقتصادي العالمي منفتح على بعضه البعض.⁽¹⁾

باعتبار أن العالم الذي نعيشه الآن عصرا سمي بالمرحلة "عصر المعلومات" ثم أطلق عليه اسم "عصر ما بعد الصناعة"، وأخيرا يطلق عليه البعض "عصر المعرفة"، في جميع الأحوال يفرض على كل من يعاصره ضرورة الأخذ بالمفاهيم والآليات الجديدة والمتجددة، وهذا ينطبق على المؤسسات الاقتصادية بحيث يحتم عليها العمل الجاد والمستمر لاكتساب المميزات التنافسية لإمكان تحسين موقعها في الأسواق⁽²⁾ لذا يطلب على المؤسسة الاقتصادية الاستفادة من التكنولوجيا والخبرة لجعل هذه المؤسسة المتطورة (أولا) وقادرة على تحقيق النمو الاقتصادي (ثانيا)

أولا- تطوير المؤسسة:

إنّ المعرفة أكثر ما يميز المؤسسة ويخلق لها الثروة لأنها في حد ذاتها تعد الثروة الحقيقية والمورد الأكثر أهمية في ظل اقتصاد المعرفة، لذا على المؤسسة التي تسعى إلى تحقيق أداء جيد وكذا كسب ميزة تنافسية مستدامة أن تهتم بهذا العنصر الجوهرى من اجل تطوير المؤسسة.

حيث أن الخبرة تساعد المؤسسة على تهيئة الفرص لنمو المؤسسة وتطويرها بمعدلات تتناسب مع قدراتها وكذا الفرص المتاحة، واستخدام نتائج العلم ومنتجات التقنية المتجددة إلى جانب الخبرة المتراكمة لأفرادها، والمؤسسة التي تتبنى مشروع إدارة المعرفة ستتمكن من تحقيق أهدافها، عن طريق منح فرصة لعمالها، من إطلاق العنان للرصيد المعرفي الذي

¹ -سمير المقدسي، العولمة والاقتصاد اللبناني، مجلة الدفاع الوطني، العدد السابع والثلاثون، تموز، 2001، ص01.

² - الجمعية العلمية، نادي الدراسات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الموقع:

ص1. www.club.jeerom.com

يملكونه وتجسيده في مختلف الأعمال الموكلة لهم، ومن ثم يتحسن ادأؤهم تدريجيا بما يمكنهم التمييز في مكان العمل كما تستفيد أيضا المؤسسة من التكنولوجيا من اجل تطويرها لان التكنولوجيا تساعد المؤسسة على إنتاج سلعة معينة أو تطويرها أو تركيب آلات أو أجهزة أو لتقديم خدمات⁽¹⁾

كما تساهم أيضا في تد نية التكاليف وتقليل الكثير من الجهد والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة في المنظمة.⁽²⁾

ثانيا - تحقيق النمو الاقتصادي :

إن المعرفة (الخبرة) علم ساهمت في ظهوره العديد من الممارسات والمبادلات التجارية التي جعلت منه نظاما قائما بذاته في المؤسسة الاقتصادية التي تسعى إلى زيادة النمو الاقتصادي⁽³⁾ والتفوق وتحسين قدراتها سواء في تحسين استغلال المؤسسة لمواردها أو تحسين قدراتها وكفاءاتها في استغلال مواردها من منتجات وخدمات وعمليات المؤسسة.

كما تستفيد المؤسسة أيضا من التكنولوجيا باعتبار (التكنولوجيا) "عبارة عن تركيبة من تجهيزات ووسائل ومعارف تطبيقية في الصناعة ومعرفة كيفية العمل والإنتاج"... هذا ما جعل المؤسسة لا تستطيع الاستغناء على التكنولوجيا باعتبارها تساعد (المؤسسة) على تحقيق التنمية الاقتصادية، كون قدرة التكنولوجيا عنصر صلب ممثلا أساسا في القاعدة

¹ -حسام الدين الصغير، المنظمة العالمية للملكية الفكرية لأعضاء مجلس الشورى، ندوة الويبو مسقط، 23-24 مارس

2004، ص2

² -بنوة شعيب، خلوط عواطف، اثر التطبيق تكنولوجيا المعلومات في تحقيق زيادة المنظمات الحديثة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، ص7.

chounoua@yahoo.fr, awatifkhe@yahoo.fr

³ - الجمعية العملية، نادي الدراسات الاقتصادية، مرجع سابق، ص 12.

الصناعية للآلات والمعدات ،أو صناعة السلع الرأسمالية، ومختلف الوسائل التقنية التي تسهل الأعمال، وتمكن من الاختراع فيها وكذلك إتقانها.

كما تعتبر أيضا العنصر الناعم والمتمثل في المعلومات والمعارف التي يخزنها البشر العارفون المهارة، التكنولوجيا في شكل معارف تقنية وعلمية تمكن من تطوير مختلف الصناعات، القطاعات والخدمات والنشاطات الاقتصادية⁽¹⁾.

ونلاحظ أن المؤسسة التي تمتلك شبكة اتصالات حديثة وتكنولوجية من المعلومات المتطورة تستطيع أن تسيطر على مواطن القوة والضعف في السوق واتخاذ القرارات التسويقية المناسبة⁽²⁾.

المبحث الثاني

إقحام الأسواق

أدى الانفتاح على العالم إلى ظهور ضرورة ملحة في السعي إلى تغيير سياسات الدول النامية ومواكبة خطر التطور الاقتصادي الذي توصلت إليه الدول الكبرى فاعتمدها على نظام متميز يناشد الحرية الاقتصادية بعيدا عن احتكار الدولة للنشاطات الاقتصادية عُرِف بنظام اقتصاد السوق القائم على أساس حرية المنافسة التي تتوافق في مضمونها مع متطلبات هذا النظام، باعتبارها وسيلة للتفوق في مجالات الأعمال والأنشطة الاقتصادية، فهي ملازمة للنشاط الاقتصادي كأحد الشروط اللازمة لاحترافه وممارسته، وتفتح المجال أمام المبادرة الفردية⁽³⁾، التي تسمح للمتعاملين الاقتصاديين في السوق والمتمثلين في المسير (في عقد التسيير) والممنوح له (في عقد الفرنشايز)، الالتزام بالإدارة الحسنة للمؤسسة التي

¹ - مرجع نفسه، ص 13.

² - بونوة شعيب وخلوط عواطف، مرجع سابق، ص 6

³ - كحال سلمى، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2009-2010، ص 01.

وضعت تحت تصرفهم لإدارتها وذلك ببذل عناية في تطوير الملك المسير أي قيام المسير بتطوير المؤسسات العمومية ورفع شأن منتوجاتها وخدماتها، وإقحام الأسواق الخارجية والبقاء فيها⁽¹⁾، كما يقوم الممنوح له أيضا بإدارة المؤسسة وذلك بالتسويق لمنتجاتها وتوزيعها...

كل هذا يجعل المؤسسة قادرة على اقتحام أسواق "ويقصد بالسوق نقطة"⁽²⁾ تلاقي عروض المشترين والبائعين"⁽³⁾، وجعلها (مؤسسة إقتصادية) أيضا قادرة على إنتاج السلع والخدمات والتنافس في السوق (المطلب الأول)، وتصديرها (المطلب الثاني).

المطلب الأول:

القدرة على الإنتاج والتنافس

بالعودة إلى النشاط الاقتصادي الذي قوامه القيام بمختلف عمليات الإنتاج، لمختلف السلع والخدمات، نجد أن ممارسته يكون من قبل مختلف الأعوان الاقتصاديين من المؤسسات الاقتصادية الكبيرة منها والمتوسطة والصغيرة التي تتنافس فيما بينها بقصد تحقيق الأرباح⁽⁴⁾، فنظرا لانفتاح الأسواق واشتداد المنافسة تصبح المحافظة على المركز التنافسي⁽⁵⁾، وتحقيق النمو والفعالية الاقتصادية⁽⁶⁾ أمرا صعبا للمؤسسة إذ تعمل على تحسين

¹ - نبالي معاشو فطة، مرجع سابق، ص 62.

² - قايد ياسين، قانون المنافسة والأشخاص العمومية في الجزائر، رسالة ماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2002، ص 55.

³ - نصيب رجم، دراسة السوق، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2004، ص 16.

⁴ - إرزيل الكاهنة، عقد تحويل الفاتورة والمؤسسات الاقتصادية، ملتقى وطني حول عقود الأعمال ودورها في تطور الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص 425.

⁵ - الجمعية العلمية، نادي الدراسات الاقتصادية، مرجع سابق، ص 09.

⁶ - متيش نوال، الرقابة في مجال المنافسة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2013-2014، ص 09.

آدائها وتمييز منتجاتها وخدماتها للتفوق على المنافسين وإشباع رغبات المستهلكين بشكل يتفوق تماما على المنافسين⁽¹⁾.

بحيث كلما إزداد عدد المؤسسات إزدادت شدة المنافسة بينهما، وكلما كان من السهل دخول بعض المؤسسات الجديدة لإنتاج وتسويق منتج معين زادت شدة المنافسة أيضا، وكلما زاد المعرضون في المنتجات التي يطلبها الأفراد في السوق وتلك الكمية التي تستطيع المؤسسات تقديمها وعرضها وإنتاجها، وذلك بفضل مساعدة كل من المسير والممنوح له (باعتبارهما متعاملان اقتصاديان يمارسان النشاطات الاقتصادية) للمؤسسات المنتجة وذلك بالتقديم لها كل المعارف الفنية والخبرات التي تحتاجها وتجعلها قوية وقادرة على الإنتاج السلع والخدمات (الفرع الأول) والمقدرة على المنافسة (الفرع الثاني).

الفرع الأول:

القدرة على إنتاج السلع والخدمات

تتميز الأسواق بكثرة السلع والخدمات المتنوعة والمختلفة التي ينتجها ويعرضها مختلف الأعوان الاقتصاديين من مؤسسات اقتصادية كبيرة منها ومتوسطة وصغيرة أيضا تتنافس فيما بينها بقصد تحقيق الأرباح وإرضاء مختلف الزبائن. لكن تحقيق ذلك بالنسبة لأية مؤسسة اقتصادية مسألة تتطلب التفكير بقصد اتخاذ القرارات الحاسمة المتعلقة بالتوجه إلى اقتحام الأسواق، لأن هذا الأمر يستدعي الدراسة الكبيرة والخبرة الجيدة لخبائا السوق، لذلك أحتم على المؤسسات الاقتصادية الإستعانة بآليات وخبرات، ومساعدة كل من المسير والممنوح له لجعلها قادرة على إنتاج السلع (أولا) والخدمات (ثانيا)، وذلك من خلال التعاقد معها باعتبارها من أحسن الطرق التي تأتي بنتائج حسنة بالنسبة لها وتمكنها من اقتحام الأسواق⁽²⁾.

¹ - الجمعية العلمية، نادي الدراسات الاقتصادية، مرجع سابق، ص 09.

² - إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص 425.

أولاً- إنتاج السلع:

أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تمثل البديل الأقوى للتغلب على العديد من المشاكل الاقتصادية⁽¹⁾، التي يعاني منها اقتصاد السوق، مما دفع بكل من الميسر والممنوح له بالسعي لتطوير المؤسسات لجعلها قادرة على القيام بنشاطات عدّة، منها نشاطات إنتاج السلع، بحيث يعبر مصطلح السلعة عن كلّ ما هو مادّي قابل للتداول والاستهلاك⁽²⁾.

وقد تكون هذه السلع استهلاكية كالسلع الزراعية والحيوانية، وقد تكون سلعا منتجة كالمواد النصف المصنعة التي تستخرج من المواد الأولية، كما قد تكون سلعا ذات طابع صناعي وتجاري كالتركيبات والتجهيزات، أو الأدوات الميكانيكية⁽³⁾.

ومن هنا يمكننا تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس طبيعة المنتجات، بحيث يتم التركيز على النشاطات التي تقوم بها المؤسسات بغض النظر عن الحجم النسبي لقطاع هذه المؤسسات، ويمكن التمييز بين⁽⁴⁾:

أ- مؤسسات إنتاج السلع الاستهلاكية:

وتضم كلّ من:

- المنتجات الغذائية.

- تحويل المنتجات الفلاحية.

¹ - حجاوي أحمد، إشكالية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعلاقتها بالتنمية المستدامة، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل إقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010-2011، ص05.

² - إرزيل الكاهنة، الاتفاقات المنعكسة العالمية للتجارة الخاصة بالسلع والخدمات والمنظومة القانونية الجزائرية، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، العدد 02، تيزي وزو، 2009، ص196.

³ - حجاوي أحمد، مرجع سابق، ص14.

⁴ - مرجع نفسه، ص13.

- منتجات الأحذية والنسيج.
- الخشب ومشتقاته⁽¹⁾.

ب-مؤسسات إنتاج السلع الوسيطة:

ويضم هذا النوع كل المؤسسات المختصة في:

- تحويل المعادن.
- الصناعة الميكانيكية والكهرومنزلية.
- الصناعة الكيماوية.
- صناعة مواد البناء.

ج-مؤسسات إنتاج سلع التجهيز:

تتطلب هذه الصناعة بالإضافة إلى المعدات والأدوات التكنولوجية، فهي صناعة ذات كثافة في رأس المال، الأمر الذي ينطبق وخصائص المؤسسات الكبيرة ولهذا يكون مجال تدخل هذه المؤسسات ضيق حيث يشمل بعض الفروع البسيطة خاصة في الدول المصنّعة⁽²⁾.

وفي سبيل ضمان الجودة لسلع المؤسسة - سالفه الذكر - يتجه الطرف المسير للتقليل من إنتاج السلع ذات النوعية الرديئة، أو عدم صرف أجور العمال عن كلّ إنتاج معيب، والتوجه نحو إصلاح الآلات والعتاد وتقليده أو عصرنته، إذا كان هو سبب في عدم الجودة، فإذا كان التراكم في مخزون السلعي يتخذ القرار الحاسم للتخلص منه، ولو سعر التكلفة، وأقل عن ذلك بالحيث أو ردّ المشرع الجزائري في قانون 01/89 ما يقابل شرط

¹ - حجاوي أحمد، مرجع سابق ، ص14.

² - مرجع نفسه.

الجودة في المادة 04 التي نصت على ما يلي: «... لاسيما عن طريق رفع الشأن المنتوجات والخدمات المقدمة»⁽¹⁾.

هذا ما جعل المسير في المؤسسة الاقتصادية الاهتمام بوضعية السوق باعتبارها المدخل الرئيسي والمحدد لتحقيق أو خلق عنصر الفعالية على مستوى المؤسسة، فمن خلال السوق يتسنى للمسير معرفة خصائص ومواصفات السلعة من حيث جوانبها المادية، الميكانيكية والكيميائية لتحديد جداول الإنتاج.

وإذا كان الهدف الأساسي من تحويل التسيير إلى الخواص هو رفع أرباح المؤسسة، فإن تحقيق من الغرض لا يأتي إلا من خلال كسب أكبر قدر ممكن من العملاء وبما لا يأتي أيضا إلا من خلال تلبية احتياجاتهم المشروعة للمستهلك، وذلك لا يتحقق إلا بتوفر مستوى معين من الجودة، بحيث أن المستهلك لا يشتري إلا بعد المقارنة بين أكثر من منتج في العديد من الجوانب المرتبطة به مثل خصائصه التقنية، جودته وتغليفه... إلخ من المعطيات التي تكون الدوافع الانتقائية للمستهلك⁽²⁾، وقد تحول حاليا تحسين المنتجات والخدمات إلى إستراتيجية مهمة على مستوى المؤسسة طالما أن الزبائن لا يتقبلون أي منتج.

لذلك نلاحظ أن سرّ نجاح الشركات اليابانية هو تبنيها لإستراتيجية الجودة واهتمامها بالعمل باعتباره سيد الموقف أو المؤسسة تقف على تلبية رغباته لتحافظ عليه وتجذب

¹ - صبايحي ربيعة، عقد التسيير آلية تفصيل الجدوى الاقتصادية في المؤسسات العامة الاقتصادية، ملتقى الوطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص 420.

² - مرجع نفسه ، ص 422.

الجديد منه وبهذا الشكل تمكنت من السيطرة على السوق بعرض سلع تتفق مع رغبات المستهلك مما كان يحقق له سعرا تنافسيا لم تستطيع (التقوى) أن تواجهه شركات أخرى⁽¹⁾.

وهو نفس الشيء ينطبق على الممنوح له في عقد الفرنشايز حيث يقوم هو أيضا للتأكد من السلع المنتجة من طرف المؤسسات ذات جودة عالية وكافية للاقتحام الأسواق الداخلية والعالمية.

ثانيا: تقديم الخدمات

يتمحور عقد التسيير و عقد الفرنشايز في نطاقات استثمارية متمثلة في النشاطات الفندقية، المطاعم، المطارات.

ففي عقد التسيير يلتزم المسيرّ بتحسين المردودية الاقتصادية للملك المسير، حسب ما نصت عليه المادة 4 من قانون 89-01 المتعلق بالقانون المدني، وذلك للرفع من شأن المنتجات والخدمات واقتحام الأسواق مما يؤدي إلى تطوير المؤسسة من حيث نشاطاتها على مستوى الوطني وأيضاً تفعيلها على مستوى الدولي، وذلك بإقتحام الأسواق الخارجية، عن طريق تحسين نوعية المنتجات والخدمات ومثال ذلك⁽²⁾.

أ-النشاطات الفندقية:

يعتبر القطاع الفندقي المجال الخصب لعقود التسيير، يعمل المسير على ترويج وتسويق للفندق خاصة اتخاذ الترتيبات اللازمة لبيع خدمات الفندق، بحيث يجب على المسير أن يسير الملك طبقا للمستوى المطلوب طبقا لنص المادة 05 من القانون 89-01،

¹ - صبايحي ربيعة ، مرجع سابق ، ص421.

² - أيت منصور كمال، عقد التسيير آلية خصوصية المؤسسة العامة ذات الطابع الاقتصادي، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 19 فبراير 2009، ص250.

فالمسير يتمتع بالشهرة في المجال الذي تعمل فيه المؤسسة، ويحدث معرفة فنية، ينتظر أن تستفيد منها المؤسسة لتحقيق التطور المطلوب⁽¹⁾.

بحيث أن في مجال الخدمات الفندقية، يتجه المسير لتحسين نوعيتها من خلال توفير شروط الصّحة العمومية، وقواعد النظافة والأمن والسلامة والرّاحة والهدوء في أماكن المؤسسة²، وللزبون حق رفض خدمة الغير المطابقة للمواصفات المتفق عليها عند إبرام العقد الفندقي (المادة 34)، وأكثر من هذا أن خوّل القانون له حق فسخ العقد الفندقي إذا قدم الفندقي خدمات أقل نوعية في تلك التي تطابق صنف المؤسسة الفندقية⁽³⁾ طبقا للمادة 4/45 من القانون 01/99 ، ويقع الفندقي مسؤولا عن إهماله لجودة الخدمات المعروضة عل الزبون خصوصا إذا أدى الإهمال إلى وفاة الزبون أو ألحقه جروح⁽⁴⁾. و ذلك طبقا للمواد 22-25-26 من القانون 01/99 السالف الذكر⁽⁵⁾، ويمكن للمسير أن يصوب إهماله في التسيير ويعفى من المسؤولية، إذا بادر بتقديم منتجات أفضل وأحسن في نفس التاريخ طبقا للمادة 2/22 من القانون 01/99 السالف الذكر⁽⁶⁾.

كان لظهور الشركات العالمية المتخصصة في استغلال وتنظيم الفنادق عبر العالم اثر كبير في ظهور تطبيق عقد التسيير في المجال الفندقي، وانتشاره بصفة واسعة لكن امتدّ تطبيقه إلى مجالات أخرى منها: قطاع المطاعم، قطاع المطارات...⁽⁷⁾.

¹ - أيت منصور كمال مرجع سابق ، ص ص 250-260.

² - انظر المواد: 20-23-22-30-61 من قانون 01-99.

³ - صبايحي ربيعة، مرجع سابق ، ص 421.

⁴ - مرجع نفسه، ص 421.

⁵ - قانون رقم 01-99، مشار إليه سابق.

⁶ - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 421.

⁷ - كمال آيت منصور، عقد التسيير، مرجع سابق، ص 36.

ب-قطاع المطاعم:

هو نشاط قريب من القطاع الفندقي وفي العديد من الحالات يعد مكملا له، إذ ظهرت شركات عديدة متخصصة في المطاعم والوجبات الخفيفة⁽¹⁾

ج-تسيير بعض المنشآت الاقتصادية:

وهي من النشاطات الأخرى التي انتشر فيها عقد التسيير، حيث تم إبرام هذا العقد بين مؤسسة المرافق المطارية (EGSA)، ومجموعة باريس للمطارات (ADP) لتسيير المطار الجديد بالجزائر...⁽²⁾.

أما في عقد الفرنشايز فهي نفس الشيء فمن بين النشاطات التي تعرف تطبيق عقد الفرنشايز في مجال تصليح السيارات، استغلال الفنادق، المطاعم، إيجار السيارات على المستوى الأوروبي مثلا: HERTZ /EUROPCARS .

الفرع الثاني:

القدرة على التنافس

انطلاقا من الدور الفعال والحيوي في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، فقد أصبحت المؤسسات (ص.م) تمثل الطرح الأساسي في اقتصاديات الدول المتقدمة والنامية على حدّ سواء وتصدرت هرم اهتمامات مخططي السياسات الاقتصادية.

وباعتبار المؤسسة (ص.م) حجر الزاوية في عملية التنمية الاقتصادية لمردودها الإيجابي على الاقتصاد الوطني عن دورها الناجع في توفير فرص عمل جديدة، والرفع من

¹ - كمال آيت منصور، عقد التسيير، مرجع سابق ، ص44.

² - تواتي نصيرة، مرجع سابق، ص388.

قيمة الدخل والمستوى المعيشي للفرد، وكذلك دورها في غزو الأسواق الخارجية، كان من اللازم دعم وتعزيز دور هذه المؤسسات حتى تتمكن من مواجهة كل التحديات التي تعترضها⁽¹⁾، لأن بروز التنافسية في هذا العصر كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المؤسسات بدرجة غير مسبقة.

ومن هنا أصبحت المؤسسة في موقف عليها العمل الجاد والمستمر لاكتساب الميزات التنافسية لإمكان تحسين موقعها في الأسواق أو حتى مجرد المحافظة عليه في مواجهة ضغوط المنافسين الحاليين والمحتملين⁽²⁾، لذلك يقوم كل من المسير في عقد التسيير والممنوح له في عقد الفرنشايز باعتبارها المتعاملان الإقتصاديان بتقديم المساعدة لجعل المؤسسات قادرة على اقتحام الأسواق وجعلها أيضا قادرة على التنافس، ومواجهة كل المشاكل التي تواجهها أثناء منافسة المؤسسات أخرى ولضمان بقائها في السوق. حيث نقصد بالمصطلح التنافسية "المبادرة والمسابقة من غير إلحاق الضرر بالغير"⁽³⁾، والمنافسة في دنيا الأعمال، نوعين المنافسة المباشرة والمنافسة الغير المباشرة⁽⁴⁾.

فالمنافسة المباشرة: فهي تلك المنافسة التي تحدث في المؤسسات التي تعمل في قطاع واحد.

¹ - ليلي بعتاش، تبني الآليات المستحدثة في التمويل ضرورة لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، ملتقى وطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 16 و17 ماي 2012، ص456.

² - الجمعية العلمية، نادي الدراسات الاقتصادية، مرجع سابق، ص03.

³ - حسن محمد محمد بودف، حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية "دراسة فقه مقارنة"، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص10.

⁴ - الجمعية العلمية، نادي الدراسات الاقتصادية، مرجع سابق، ص4.

أما المنافسة غير المباشرة: تتمثل في الصراع بين المؤسسات القائمة في المجتمع للحصول على المواد المتاحة في هذا المجتمع⁽¹⁾.

إنّ فالمنافسة المقصودة هذا هي المنافسة المشروعة التي يخطر فيها اللّجوء إلى الأساليب والوسائل غير المشروعة التي من شأنها الإضرار بمصالح الغير في المتعاملين الاقتصاديين⁽²⁾، بحيث أن المنافسة التي يشهدها السوق بين مجموعة من المؤسسات المتميّزة حول نشاطات مختلفة من أجل جلب عدد كبير من الزبائن، وترويج أكبر للمنتجات تتم بطريقة مشروعة⁽³⁾. فنجد أنّ المشرّع يسمح بالمنافسة بين المؤسسات، ما دامت في نطاقها المشروع، لأنّها تعطي أفضل النتائج إذا ما أحسن استعمالها، لأنها تدفع بالمؤسسات الاقتصادية إلى تحسين الانتاج وخفض الأسعار لاجتذاب العملاء وإرضائهم عن طريق توفير أفضل الشروط لهم وإدخال التحسينات على السلع والخدمات التي ينتجونها أو يبيعونها ويعرضونها في الأسواق، الأمر الذي يعود بالفائدة على المستهلكين ويدفع بالنشاط التجاري إلى الإزدهار والتقدم⁽⁴⁾.

في مقابل كل ذلك، فإن هناك بعض الجوانب السلبية الملازمة لها، فمثلا قد تؤدي المنافسة بين المشاريع الصغيرة والمؤسسات التجارية الضخمة إلى القضاء على المشاريع الصغيرة ومن ثم إضمحلال وجودها الفعلي في الوسط التجاري، فالتنافس بين شركة تقوم بانتاج سلع ذات علامة تجارية مشهورة عالميا وذات جودة عالية، وبين شركة أخرى صغيرة تنتج نفس المنتجات أو مماثلة لها.

¹ - مرجع نفسه.

² - عدنان باقي لطيف، تنظيم قانون للمنافسة ومنح ممارسات احتكارية "دراسة مقارنة"، دار الكتب القانونية، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، الإمارات، 2012، ص20.

³ - متيش نوال، مرجع سابق، ص9.

⁴ - عدنان باقي لطيف، مرجع سابق، ص21.

في ظل عدم التوازن بين حجم هذه الشركات وإمكانية المالية والتقنية وسمعتها التجارية وجودة منتجاتها وخدماتها يترتب عليه في أغلب الأحيان إضراراً بالمشاريع الصغيرة التي تمارسها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نتيجة اجتذاب العملاء والزبائن إلى الشركات الكبيرة ذات السمعة التجارية العالمية⁽¹⁾.

هذا ما جعل تدخل المتعاملين الاقتصاديين المتمثل في كل من المسير في عقد التسيير والممنوح له في عقد الفرنشايز بتقديم مساعدة سواء فنية أو معارف أو خبرات، التكنولوجية... للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أي المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة لجعلها قادرة على التنافس مع المؤسسات الاقتصادية الكبرى التي تمارس نفس النشاط سواء إنتاج السلع أو تقديم الخدمات.... إلخ

إن توفر السوق يتنافس فيه المتعاملون الاقتصاديون منافسة حرة وفعالية تتوفر على مجموعة من الشروط وهي وجود عدد كبير من المتعاملين الاقتصاديين وتتجانس السلعة لدى المنتجين وحرية تدخل فيه من قبل المتعاملين الاقتصاديين، حرية نجد أساسها⁽²⁾ فيما قرره دستور 2016 المعدل والمتمم وذلك في مادته 43 التي تنص على: «حرية الإستثمار والتجارة معترف بها، وتمارس في إطار القانون، تعلم الدولة على تحسين مناخ الأعمال، وتشجيع على ازدهار المؤسسات دون تمييز خدمة للتنمية الاقتصادية الوطنية.

تكفل الدولة ضبط السوق. ويحمي القانون حقوق المستهلكين.

يمنع القانون الاحتكار والمنافسة غير النزيهة»⁽³⁾.

¹ - عدنان باقي لطيف، مرجع سابق، ص 21.

² - صبايحي ربيعة، "حدود تدخل الدولة في المجال الاقتصادي في ظل اقتصاد السوق"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 02، 2009، ص.232.

³ - قانون رقم 01/16 يتضمن التعديل الدستوري، مشار إليه سابق.

ولكن من الناحية الواقعية هذه الشروط لا تتحقق كاملة أو مجتمعة فقد يقيد أو يعرقل بعد الأعوان الاقتصاديين السوق بفعل الممارسات الاحتكارية التي تستهدف عدم المنافسة الحرة⁽¹⁾.

المطلب الثاني

التصدير

يعدّ التصدير عصب اقتصاديات الدّول بالنّظر إلى عائداته من العملة الصعبة وهو دليل على القوّة الاقتصادية للدول وتحقيق إكتفاءها الذاتي من خلال تصديرها لمختلف السلع والبضائع وحتى الخدمات واعتماده على التنوع في مجال التّصدير⁽²⁾.

فالتجارة الخارجية في مضمونها الصحيح ترتكز على نشاط التصدير من خلال مبدأ

أساسي يتمثل في تحرير دخول وخروج السلع والخدمات من وإلى خارج البلد⁽³⁾، فإن نشاط التصدير يعبر عن قدرة الدّول على إشباع حاجاتها والحصول على الأموال اللازمة من العملات الصّعبة لتنمية اقتصاديتها. من هذا المنطق جعلت البلدان بمختلف أنواعها متقدّمة أو نامية من التصدير شعارا ومنهجاً للدّخول في الأسواق الدولية⁽⁴⁾.

فالتصدير اعتبر قاطرة للنشاط الاقتصادي من خلال تعامله مع مختلف القطاعات والأنشطة، وتوسيع القاعدة الإنتاجية، فضلا عن الدور الحيوي للتصدير في مواجهة العجز المزمن لميزان المدفوعات لكل دولة، كما أن نظرية القطاع القائد في عملية التنمية أو قاعدة

¹ - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص. 232.

² - حجارة ربيعة، حرية الاستثمار في التجارة الخارجية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص. 138.

³ - إرزيل الكاهنة، دور آلية التأمين للقرض عند التصدير في التجارة الخارجية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2009، ص. 2.

⁴ - مرجع نفسه، ص. 3.

التصدير ساهمت كثيرا في إبراز مكانة التصدير في التنمية الاقتصادية كعنصر أساسي في التجارة الخارجية.

كما أن نشاط التصدير يؤدي دورا آخر في تمويل الواردات من خلال زيادة حصيلة العملات الأجنبية، بحيث يمكنه تمويل احتياجات عملية التنمية من السلع وبعض أنواع المواد الخام⁽¹⁾، بحيث تقاس القوة الاقتصادية أي بلد بمقدار صادراتها، باعتباره وسيلة لتزويد الخزينة العمومية بالعملة الصعبة ودليل على تحقيق الاكتفاء الذاتي والمحلي وصلابة المنشآت الاقتصادية القاعدية لذلك البلد من صناعية وتجارية وفلاحية⁽²⁾.

فترقية الصادرات بفضل مساهمة وتدعيم التجارة الخارجية، يجعلها تمثل أحد المصادر الرئيسية للعملة الصعبة لتحقيق الاستثمارات الوطنية والأجنبية، بحيث يترتب عن تطوير الصادرات تحقيق نمو اقتصادي حقيقي، وخلق صناعة وطنية قادرة على المنافسة في الأسواق العالمية، وتحسين الانتاج الوطني، وتدعيمه بحافز المنافسة وزيادة الصادرات⁽³⁾.

وانطلاقا مما سبق يمكننا التوقف لتقديم تعريف للتصدير بحيث يقصد به (أي التصدير): «إخراج البضائع، المنتجات، والخدمات خارج الإقليم الجمركي في أجل جلب العملة الصعبة⁽⁴⁾، ويعد التصدير عملية هامة تتدخل في مراحل النشاط التجاري للمؤسسة الاقتصادية وهو ركيزة تنموية فعالة بالنسبة للدول النامية⁽⁵⁾، فالتصدير عملية تتحقق من

¹ - إرزيل الكاهنة ، مرجع سابق ص2.

² - حجارة ربيحة، حرية الاستثمار في التجارة الخارجية، مرجع سابق، ص.140.

³ - عيساوي محمد، دوافع التنظيم وتطوير الجزائر لصادرتها خارج المحروقات، ملتقى وطني حول ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، بالتعاون مع مخبر العولمة والقانون الوطني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، يومي 11 و12 مارس 2014، ص.10.

⁴ - حجارة ربيحة، حرية المبادرة في التجارة الخارجية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2007، ص.87.

⁵ - الجمعية العلمية، نادي دراسات الاقتصادية، مرجع سابق، ص.16.

خلال تدفق السلع والخدمات من التراب الوطني والتي تحول خارج هذه الحدود ويمكن أن تكون بكثرة أو بقلة»⁽¹⁾.

انطلاقاً من هذا التعريف ومما سبق يجدر بنا التوقف لتبيان أهمية التصدير بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية (الفرع الأول)، ليتسنى لنا لاحقاً تبيان كيفية يمكن الإبرام بالإدارة مساعدة المؤسسات الاقتصادية للقيام بالتصدير (الفرع الثاني).

الفرع الأول

أهمية التصدير بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية

تولي الدولة أهمية كبيرة للتصدير، وذلك بالنظر إلى الدور الذي يلعبه في جلب الثروة، حيث برزت عدة نظريات في هذا المجال ثم تلتها مدارس متعددة أعطت له أهمية كبيرة ساهمت في السعي وراء تطوير نشاط التصدير في العالم، باتخاذ عدة سياسات تتناسب مع واقع إمكانيات الدول⁽²⁾.

فتعتبر تنمية الصادرات في الدول المصدرة التي تحاول تنويع صادراتها وترقيتها عنصر أساسي مدعم للنمو الاقتصادي، فالصادرات من أهم المكونات الرئيسية لحصيلة الدولة من العملة الصعبة، في الوقت الحالي أصبحت عملية تنمية الصادرات وتنويعها عملية مصيرية باعتبارها من أهم الآليات القانونية الاقتصادية التي تتيح لها الفرصة لزيادة معدلات نموها الاقتصادي وزيادة الطاقة الإنتاجية.

¹ - الجمعية العلمية، نادي دراسات الاقتصادية، مرجع سابق، ص. 16.

² - حجارة ربيحة، حرية الاستثمار في التجارة الخارجية، مرجع سابق، ص. 132.

كما أنّ ترقية الصادرات تساعد في تدعيم ميزان المدفوعات وخلق التوازن الخارجي⁽¹⁾، لذلك اعتبر التصدير منذ زمن طويل من القضايا الأساسية التي أولتها الدول أهمية كبيرة.

وذلك بالنظر إلى الدور الذي يلعبه في جلب الثروة حيث برزت عدة نظريات في هذا المجال أعطت له أهمية كبيرة ساهمت في سعي وراء تطوير نشاط التصدير في العالم باتخاذ عدّة سياسات واستراتيجيات تتناسب واقع وإمكانيات الدول وهذا ما عملت به العديد من الدّول النامية، من خلال تجاربها باعتمادها على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واستغلال مميزات الاقتصاد المحلي⁽²⁾..

بحيث يمكن للمؤسسات (ص.م) أن تساهم في تخفيف من حدة عجز في الميزان التجاري خاصة وأن معظم الدّول النامية تعاني من هذه الوضعية الاقتصادية، فيمكن لهذه المشروعات الاقتصادية إنتاج سلع قابلة للمنافسة، وتوفير سلع تكون بديلة للسلعة المستوردة، قد تساهم مباشرة في إنتاج مكونات السلع التي تتجه للتصدير أو حتى المنتجات النهائية، أو تساهم بالشكل غير المباشر عن طريق قيامها بإمداد المؤسسات الكبرى باحتياجاتها من المواد المصنعة أو نصف المصنعة، والتي تستخدمها في عملية الإنتاجية، بأسعار تنافسية في أسواق الخارجية⁽³⁾.

لكن على المؤسسة المصدّرة أن تأخذ خطر البلد بالصفة مستقلة خطر عدم الدّفع، بالمعنى ضرورة التقصي عن الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للبلد المتعامل الاقتصادي خاصة

¹ - حسين نواره، استراتيجية التصدير وإجراءات تنميته في الجزائر، ملتقى وطني حول "ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر"، بالتعاون مع مخبر العولمة والقانون الوطني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، يومي 11 و 12 مارس 2014، ص.84.

² - جلال مسعد، مشاكل تصدير خارج المحروقات في الجزائر، ملتقى وطني حول "ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر"، بالتعاون مع مخبر العولمة والقانون الوطني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، يومي 11 و 12 مارس 2014، ص.223.

³ - حجارة ربيحة، حرية استثمار في التجارة الخارجية، مرجع سابق، ص.106.

الوضعية المالية الداخلية والخارجية⁽¹⁾، فعملية التصدير تتطلب احترام مجموعة من القواعد الأساسية كتعارف على سوق التصدير واختيار المتعامل معه بالدقة، والتأكد من يسر المشتري وملائة بلاده، وضرورة الإطلاع على كل النصوص القانونية المتعلقة بعملية التصدير لكل من بلد البائع وبلد المشتري⁽²⁾.

فالنجاح سياسة تشجيع الصادرات يقضتي رفع الكفاءة الإقتصادية للمؤسسات الاقتصادية بالخلق مناخ التنافس بين هذه الأخيرة على اعتبار أن السوق المحلي أصبح الآن سوق مفتوحا على العالم، مما يجعل أمر ترقية الصادرات ممكنا جدا بالتظافر جهود الجميع، فمن استراتيجيات وطنية لبناء إقتصاد قوي⁽³⁾.

وانطلاقا مما سبق يمكننا القول أن التصدير عبارة عن عملية تصريف الفائض الإقتصادي الذي حققته المؤسسة إلى أعوان الخارجية، كما يعتبر أيضا وسيلة من وسائل تحقيق الرفاهية الإقتصادي لأي دولة من الدول، يستعمل لمواجهة المنافسة وإقتحام الأسواق الخارجية، والتحكم في تقنياته يؤدي إلى إزدهار العلاقات الإقتصادية الخارجية للدولة.

فالتصدير هو المصدر الرئيسي للنقد الأجنبي الذي يستفاد منه في تمويل عمليات الإستيراد من جهة والتخفيض في عجز في ميزان المدفوعات من جهة أخرى، كما يعني أيضا التصدير التواجد المستمر في أسواق الخارجية وقدرة المؤسسات الاقتصادية الكبرى والمتوسطة والصغيرة منها على المنافسة للحصول على أكبر حصة تسويقية، وهذا التواجد يفرض على المؤسسات المصدرة مواكبة المؤسسات المنافسة لها في الأسواق الخارجية،

¹ - حجارة ربيحة، حرية استثمار في التجارة الخارجية، مرجع سابق، ص.156.

² - مرجع نفسه، ص.154.

³ - جلال مسعد، مرجع سابق، ص.253.

وذلك من حيث تكنولوجية الإنتاج وتطوير مواصفات الفنية، واستخدام وسائل الترويج أكثر تأثيراً⁽¹⁾.

إضافة إلى ذلك وعلى مستوى المنافسة العالمية، أصبح التصدير يشير إلى مدى امتياز اقتصاد بلد معين بالمردودية والجودة، حتى أن مقياس الأداء الإقتصادي والتكنولوجي أصبح في السنوات الأخيرة يعتمد كثيرا على اعتبار قدرات تصدير وخاصة محتوياته التكنولوجية.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن عملية التصدير التي تقوم بها المؤسسات الإقتصادية يتسرب تأثيرها إنطلاقا من تحسين جودة منتجاتها، إلى حدوث تخفيض تكاليف الإنتاج وتكلفة نهائية، وصولا إلى احتلال المؤسسات الإقتصادية الكبيرة، المتوسطة والصغيرة منها وضعية تنافسية أقوى وبالتالي قيامها باستحواذ شريحة سوقية ، وبالتالي حصولها على أكبر نسبة من أرباح لتوزيعها جزء منه (أرباح) المساهمين وإعادة هذه المؤسسات الإقتصادية إستثمار الجزء الباقي من هذه الأرباح في نشاطات المختلفة، منها البحث التطبيقي، الإبداع التكنولوجي...

وبالتالي فالقدرة التصديرية الفعلية لا تتمثل في قيام المؤسسات بالتصدير أكبر كمية فحسب بل في إمكانية تصدير أكبر كمية من المنتجات التي تتصف بمواصفات تكنولوجية متقدمة⁽²⁾.

وخلاصة القول أن أهمية التجارة الدولية للدول النامية لا تتمثل فقط في حركة تبادل السلع بينها وبين دول العالم الأخرى، بل يتعدى على حركة تبادل الخبرات الفنية والتكنولوجية، وتبادل عنصر العمل، وانتقال رؤوس الأموال والاستثمارات المالية، أي ان

¹ - الجمعية العلمية، نادي الدراسات الاقتصادية، مرجع سابق، ص.16.

² - مرجع نفسه.

التبادل يمثل جملة من العلاقات الاقتصادية الشاملة والتي تحتاجها الدول النامية، وتحقق من خلال تبادلها مكاسب وإيجابيات تعود بالنفع والفائدة على اقتصاد ومجتمعاتها⁽¹⁾.

الفرع الثاني

مساعدة الالتزام بالإدارة المؤسسات الاقتصادية للقيام بالتصدير

باعتبار أن الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال يعبر عن مجموعة من الأعمال التي يقوم بها المتعامل الاقتصادي، والمتمثل في المسير في عقد التسيير والممنوح له في عقد الفرنشايز.

فبالعودة إلى هذه الأعمال، سنتطرق بدالية إلى الأعمال التي يقوم بها المسير في عقد التسيير التي تساعد المؤسسات الاقتصادية على القيام بالتصدير، وغز والأسواق الخارجية، ونذكر من هذه الأعمال ما يلي:

- تحسين المردودية الاقتصادية والمالية للملك واقتحام الأسواق الخارجية، (المادة 4 من قانون رقم 89-01).

- ترقية المنتجات والخدمات المقدمة في الأسواق⁽²⁾.

أما بالنسبة للأعمال التي قوم بها الممنوح له، لا تختلف كثيرا عن الأعمال التي يقوم بها المسير في عقد التسيير، والمتمثلة في:

- التعامل مع الزبائن.
- اقتحام الأسواق الخارجية (التسويق، الإشهار، ... إلخ)
- إضفاء حقوق الملكية الصناعية (براءة الاختراع خاصة).

¹ - جاسم محمد، التجارة الدولية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص.21.

² - قانون رقم 01/89 مشار إليه سابق.

باعتبار المسير والممنوح له متعاملان اقتصاديان يمارسان نشاطاتهم لاقتصادية في الأسواق الداخلية والخارجية، وذلك عن طريق مؤسساتهم الاقتصادية، والتي تحتاج إلى الدعم والمساعدة مما دفع بالمسير والممنوح له إلى استخدام أعمالهم سلفة الذكر لجعلها قادرة على غزو الأسواق الخارجية ومنافسة المؤسسات الكبرى، ويكون ذلك عن طريق تصدير منتجاتها وبضائعها وخدماتها، وذلك بفضل المساعدة التي يقدمها لها المتعاملان الاقتصاديان (أي المسير، والممنوح له)، والمتمثلة في:

- تسويق المنتجات التي يقوم بها كل من المسير والممنوح له باعتبارهما متعاملان اقتصاديان، حيث يقصد "بالتسويق": «علم إشباع حاجة المستهلك والمشتري عن طريق مجموعة من الأنشطة بداية من الإنتاج إلى غاية وصول السلعة إلى المستهلك»⁽¹⁾.

وهذا العمل ينطبق على المسير والممنوح له اللذان يمارسانه بواسطة المؤسسات الاقتصادية لجعلها قادرة على التصدير، وذلك بشرط أن ترتبط هذه المؤسسات بزبائن وأسواقها، باعتباره من مقومات نجاح المؤسسة الاقتصادية في الأسواق الدولية، وهو ما يعني حتمية لجوء المؤسسة إلى القيام بدراسة تسويقية وإعداد في ضوءها استراتيجيات تسويقية⁽²⁾.

تبرز لها معالم الطريق الذي تتبعه من أجل الوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة بأكبر فعالية ممكنة، ذلك أن التسويق في الوقت الراهن يعتبر بمثابة أحد ركائز القدرة التنافسية للمؤسسة، حيث أنه يوفر المعلومات اللازمة فيما يتعلق بحاجيات ورغبات الزبائن، وإعداد استراتيجيات مزيجها التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج)، القادر على تحقيق

¹ - حجارة ربيحة، حرية استثمار في التجارة الخارجية، مرجع سابق، ص.141.

² - جلال مسعد، مرجع سابق، ص.244.

أهداف المؤسسة وإرضاء المستهلكين المحليين والدوليين بطريقة فعالة وبأكثر كفاءة مقارنة بالمنافسين⁽¹⁾.

¹ - جلال مسعد، مرجع سابق، ص.244.

خاتمة:

أمام عجز العقود التقليدية على مسايرة مجال الأعمال و حاجة المشاريع الاقتصادية إلى التوسع و مواكبة التطور التكنولوجي تم استحداث عقود أعمال تتوافق مع مختلف المصالح الاقتصادية والتطور الذي ألت إليه هذه العقود من أبرزها عقد التسيير وعقد الفرنشايز اللذان يعتبران نموذجان من هذه العقود اللذان يتم إبرامهما بطريقة معينة تلقي على أطرافها، مجموعة من الإلتزامات منها الإلتزام بالإدارة هذا الأخير الذي يساعد على تطوير المؤسسات بمختلف أحجامها سواء كانت كبيرة أو صغيرة منها على بلوغ درجة من التطور وذلك بالإدارة الحسنة لها ، و جعلها قادرة على التحكم في جهازها الإنتاجي ، و ذلك بالرفع من شأن منتجاتها وخدماتها ، و إقحام الأسواق الخارجية و البقاء فيها و التنافس فيها و ذلك بتسويق منتجاتها و توزيعها و كذا الدفع بعجلة التنمية في شتى المجالات....

إلا أنّ هذا الإلتزام يشوبه نوع من النقص ، و ذلك راجع الى عدم قيام المشرع الجزائري بتقنين عقد الفرنشايز لكونها من العقود المعقدة و عدم اكتمال قواعدها ، حتّى في الدول التي ظهرت فيها ، والتي تركت الأحكام للممارسات العملية ، وهي بذلك تخضع للعادات و الأعراف التجارية للإبقاء على سريان النظرية العامة للعقود في مسائل تكوينها .

فصحيح أنّ عقد الفرنشايز يخضع لإرادة المتعاقدين لكنّها إرادة منقوصة ن إذ نكون أمام عقد أقرب إلى الإذعان من الناحية الاقتصادية ، مما دفع بالمعاملين الإقتصاديين اللذين يتعاملون بهذا العقد الى إستخدامه ، و ذلك نظرا لعدم تمكّنهم من ايجاد بديل له ، الذي يحكم قواعده الواقع العملي ، وبالتالي يخضع بالضرورة إلى الإحكام العامة المتعلقة بالعقود من حيث انشاءه و طريقة تنفيذه.

لكن رغم كل هذا إلا أنه لا يمكن نكران الدور الذي يلعبه هذا العقد في تطوير و الرّفع من نشاط المؤسسة الإقتصادية ، إذ تستفيد المؤسسة المستفيدة من الفرنشايز ، بالمزايا و الشهرة التي تتميز بها العلامة التجارية محل عقد الفرنشايز.

على عكس عقد التسيير الذي تولى المشرع الجزائري تنظيمه بموجب قانون 89-01 وذلك راجع إلى المكانة البارزة التي يحتلّها عقد التسيير في الحركة التّناميّة لإقتصاديات الدول الحديثة لا سيّما البلدان النّاميّة التي تفتقر إلى تقنيات التسيير ، حيث يسمح هذا العقد لجميع المؤسسات مهما كانت مجال تدخلها باعتماد هذه التّقنيّة ، كما تسمح هذه التّقنيّة التّعاقدية بإكتساب الطّرف الوطني الخبرة والكفاءة الضروريين للنّهوض بالمؤسسات الإقتصادية مستقبلا، التي تلعب دورا هاما في تنشيط الإقتصاد الوطني ، والتي لا يمكن الإستغناء عنها ، هذا ما دفع بالمشرّع الجزائري الى تشجيعها نظرا لكونها تساعد على وضع حد للإستيراد ، زيادة الإنتاج، و كسب العملة الصّعبة بالإضافة الى تنشيط التصدير.

و إ نطلاقا مما سبق يمكننا القول بأنّ المشرّع الجزائري أصاب بتشجيعه للمؤسسات الإقتصادية خاصة قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، بإعتبارها تمثّل أهم محرّكات التّناميّة الإقتصادية و الإجتماعيّة لمردودها الإيجابي على الإقتصاد الوطني، فهي النواة الحقيقيّة و المركز الإستراتيجي لقطاع الأعمال.

هذا ما فسر الإهتمام بالإدارة في هذا العقد بجعله أبرز الإلتزامات التي تقع على أطرافه بالمقارنة مع باقي الإلتزامات تكريسا للأهداف المذكورة سابقا لكنّ مهما كانت قيمة هذا الإلتزام فإنه يجعل دائما المؤسسات التي تستفيد منها خاصة لشروط أحيان تعجيزيّة من قبل المؤسسات المسيّرة الأمر الذي يكفل كاهلها خاصة من النّاحية المليّة.لذا فالإستفادة من هذه الإدارة تتوقف على قوّة الطّرف المستفيد عند التّفاوض لمحاولة الإنقاص من التّفوق الإقتصادي الذي يفرضه الطرف القويّ.

على العموم ، مهما كانت العيوب و السلبيات التي تنجم عن الإستفادة من الإلتزام بالإدارة إلا أنه يبقى يخدم المؤسسات التي هي بحاجة اليها خاصة في واقع المؤسسات الإقتصادية في الجزائر للمطالبة بالإنتاج لمختلف السلع و الخدمات في ظل الأزمة الإقتصادية الحالية.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب.

- 1- أحمد محرز، القانون التجاري، الجزء الأول، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1993.
- 2- أيت منصور كمال، عقد التسيير، دار بلقيس، الجزائر، 2012.
- 3- إسماعيل السيد، التسويق، الدار الجامعية - طبع، نشر، توزيع، الإسكندرية، 1999.
- 4- بن زراع رابح، مبادئ القانون التجاري، نظرية العمال التجارية، نظرية التاجر، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2014 .
- 5- جاسم محمد، التجارة الدولية ، دار زهران للنشر والتوزيع ،عمان، 2013.
- 6- حسام الدين الخدّاش، أصول المحاسبة المالية، الجزء الأول، الطبعة الثانية مزيّدة ومنقّحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1998.
- 7- حمدي السقا، المحاسبة التجارية الحديثة، الجزء الأول، الطبعة الرابعة منقّحة ومزيّدة، المطبعة الجديدة، دمشق، 1979.
- 8- حمدي باشا غالب الجعير، العلامات التجارية -الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها- ، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.
- 9- حمدي ياسين عكاشة، موسوعة العقود الإدارية والدولية، العقود الإدارية في التطبيق العلمي، منشأة المعارف، مطبعة سامي، الإسكندرية، 1989.
- 10- حسن محمد محمد بودف، حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية "دراسة فقه مقارنة"، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.

- 11-سمير جميل حسن الفتلاوي، استغلال براءة الاختراع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.
- 12-سعيد يوسف البستاني، قانون الأعمال والشركات، القانون التجاري العام، الشركات، المؤسسة التجارية، الحساب الجاري والسندات القابلة للتداول، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2004.
- 13-شرفي نسرين، الأعمال التجارية -التاجر - المحل التجاري-، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2013.
- 14-عليان الشريف، مبادئ المحاسبة المالية، الجزء الأول، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2000 .
- 15-علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2010 .
- 16-علي البارودي، القانون التجاري، الأعمال التجاري، التّجار، الأحوال التّجارية، الشركات التجارية، عمليات البنوك والأوراق التجارية، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية، 1999.
- 17- عبد القادر البقيرات، مبادئ القانون التجاري، العمال التجارية، نظرية التاجر، المحل التجاري، الشركات التجارية، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015.
- 18- عمر سعد الله ،قانون التجارة الدولية،النظرية المعاصرة ،الطبعة الثانية،دار الهوم،الجزائر، 2009 .
- 19- عمار عوابدي، القانون الإداري، الجزء الثاني، النشاط الإداري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
- 20- عمّار عمورة، شرح القانون التجاري الجزائري،دار المعرفة، الجزائر، 2010.

- 21- عدنان باقي لطيف، تنظيم قانون للمنافسة ومنح ممارسات احتكارية "دراسة مقارنة"، بدون طبعة، دار الكتب القانونية، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، الإمارات، 2012.
- 22- علي الفلاح الزعبي وإدريس عبد الجواد الحبوني، إدارة الترويج، والإعلان التجاري، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2015.
- 23- عبد الرحمان عبد الباقي عمر، تنظيم وإدارة الأعمال المكتبية، دون طبعة، الناشر مكتبة عين الشمس، 1976.
- 24- فرحة الزراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري- الحقوق الفكرية-، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2006.
- 25- مصطفى سلمان حبيب، الاستثمار في الترخيص الامتيازي، (الفرنشايز)، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2008.
- 26- محمد محسن إبراهيم النجار، عقد الامتياز التجاري -دراسة في نقل المعارف الفنية-، دار الجامعة الحديدة للنشر، الإسكندرية، 2001.
- 27- محمد محسن إبراهيم النجار، عقد الامتياز التجاري -دراسة في نقل المعارف الفنية-، ديوان المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2015.
- 28- محمد حافظ حجازي، المقدمة في التسويق، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2005.
- 29- محمد سعيد عبد الفتاح، التسويق، الطبعة الخامسة، المكتب العربي، الإسكندرية، 1990.
- 30- محمد حسين إسماعيل، القانون التجاري، العمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، العقود التجارية، مؤسسة الوارق للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
- 31- محمد فريد العريني، أساسيات القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، 2004.

- 32- محمد عبد الله عبد الحليم، أساسيات الإدارة والتنظيم، مطبعة دار التأليف، القاهرة، 2009.
- 33- محمد الناشد، المدخل إلى إدارة الأعمال، منشورات جامعة حلب، حلب، 1979 و 1989 .
- 34- مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري (دراسة مقارنة)، طبعة الثانية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012
- 35- نصيب رجم، دراسة السوق، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2004.
- 36- نظام موسى سويدان، التسويق، مفاهيم معاصرة 2003، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
- 37- نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، -الملكية الصناعيّة- دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2005.
- 38- نورة حسين، الملكية الصناعيّة في القانون الجزائري، الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، تيزي وزو، 2015
- 39- هيثم هاشم، مبادئ الإدارة، الطبعة الثانية، مطبعة طربين، دمشق، 1977 و 1797.
- 40- ياسر سيّد الحديدي، عقد الفرنشايز التجاري في ضوء تشريعات المنافسة، ومنع الممارسات الاحتكارية (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012.

II- الرسائل و المذكرات الجامعية:

أ- رسائل الدكتوراه:

1- إريزل الكاهنة، دور آلية التأمين للقرض عند التصدير في التجارة الخارجية، رسالة شهادة لنيل الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2009.

2- أيت منصور كمال، عقد التسيير آلية خوصصة المؤسسة العامة ذات الطابع الاقتصادي، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 19 فبراير 2009.

3- إيمان لشعب ، التسويق بالعلاقات كأداة لكسب ولاء الزبون، أطروحة مقدّمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، فرع علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 01 فيفري 2018.

4- حجارة ربيحة، حرية الاستثمار في التجارة الخارجية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.

5- صبايحي ربيعة ، الخوصصة بنقل ملكية المؤسسات العامة الاقتصادية ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم ، تخصص القانون ، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، تيزي وزو ، 7 ماي 2009 .

6- عبد الله عوض الحداد، بناء نموذج لمحددات قيمة العلامة التجارية، أطروحة أعدت لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الإدارية، اختصاص التسويق، قسم التسويق، المعهد العالي لإدارة الأعمال، د.ب.ن، 2014-2015.

7- عرقوب وعلي، دور لوحة القيادة المستقبلية (BSC) في تحسين أداء المؤسسة وتحقيق رضا الزبون في ظلّ التوجّه نحو حكومة المؤسسات -دراسة حالة مجمع صيدال

Groupe Saidal، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في شعبة علوم التسيير، تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2014-2015.

8-مختور دليلة، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015.

9-ونوغي نبيل، براءة الاختراع كأداة للتطور التكنولوجي والتنمية الاقتصادية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، فرع قانون خاص، تخصص الملكية العقارية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016/2017 .

ب- مذكرات الماجستير:

1-بن قويّة مختار، الحماية القانونية للملكية الصناعية، رسالة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في القانون، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2007 .

2- بورحلة كريمة، عقد تحويل العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016.

3-بوعريوة الرّبيع، تأثير التدريب على إنتاجية المؤسسة ودراسة حالة مؤسسة سونلغاز، مذكرة لنيل مذكرة الماجستير في علوم التسيير، فرع تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2007.

4-حجارة ربيحة، حرية المبادرة في التجارة الخارجية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2007.

5-حجوي أحمد، إشكالية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعلاقتها بالتنمية المستدامة، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010-2011.

6-عبدوه عز الدين، عمليات التدريب الموظف العام في الجزائر، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في القانون، فرع الإدارة والمالية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002.

7-دعاء طارق بكر البشتاوي، عقد الفرشايث وآثاره، قدّمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص في كلية الدراسات العليا في جامعة النّجاح الوطنية، طرابلس، جامعة النّجاح الوطنية كلية الدراسات العليا، فلسطين، 2008.

8- ساسي فضيلة، دور التكوين في تطوير الكفاءات لدى العمال في المؤسسة، (دراسة ميدانية في المؤسسة الوطنية لصناعة المواد الكهرومنزلية (ENIEM)، (الوحدة التجارية)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس العمل والموارد البشرية، قسم علم النفس وعلوم التربية و الأرطفونيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ، جامعة الجزائر2، 2011-2012.

9-سعيد مصطفى، مكانة عقد التسيير في تنظيم قطاع الخدمات، مذكرة من أجل نيل شهادة الماجستير في القانون، اختصاص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2013.

10- سكر كنزة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة علاقة الزبون-دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية-، مذكرة تخرج تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، قسم العلوم التجارية،

- كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، 2010-2011.
- 11- سهيل زغدود، العملية التدريبية ودورها في تحسين أداء العمال في المؤسسة الاقتصادية- دراسة ميدانية بمؤسسة صناعة الكوابل (ENI.CAB) ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص تنظيم والموارد البشرية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007-2008.
- 12- سوسي ليمن، عقد الفرشايذ، دراسة في القانون الخاص، مذكرة من اجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق سعيد حمدين، جامعة الجزائر 1، 2016.
- 13- الطاهر مجاهدي، التدريب المهني وأثره على الأداء، دراسة ميدانية شركة الأسمنت "الماء الأبيض"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس العمل والتنظيم، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2001-2002.
- 14- عائدة عبد العزيز علي نعمان، علاقة التدريب بأداء الأفراد العاملين في الإدارة الوسطى دارسة حالة جامعة تعز الجمهورية اليمنية، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة الشرط الأوسط للدراسات العليا، 2008.
- 15- عروسي سامية، الطبيعة القانونية لعقد الفرشايذ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 2، 2015.

- 16- عسالي عبد الكريم، حماية الاختراعات في القانون الجزائري، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الحقوق، فرع قانون العمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2004-2005.
- 17- فلة غيدة، انعكاسات اقتصاد السوق على العمالة بقطاع العام الصناعي الجزائري، دراسة حالة وحدة تكرير السكر بسيدي لخضر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع التسيير كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سيدي لخضر، عين الدفلى، 2000-2001.
- 18- قايد ياسين، قانون المنافسة والأشخاص العمومية في الجزائر، رسالة ماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2002.
- 19- قاسمي بلقاسم، الإشهار والملكية الصناعية، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2007-2008.
- 20- كحال سلمى، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2009-2010.
- 21- لوكادير مالحه، دور البنوك في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون التنمية الوطنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- 22- متيش نوال، الرقابة في مجال المنافسة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2013-2014.
- 23- ممدوح فارسي الرويلي، دور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في تطوير أداء العالمين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، "دراسة ميدانية"، رسالة مقدمة استكمالا

لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الإستراتيجية، تخصص الصراعات الإستراتيجية، ، قسم الدراسات الاستراتيجية، كلية العلوم الإستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2017.

24- نايت علي عبد الكريم، تحليل أسس عملية التكوين والتدريب بمراكز التكوين الإداري في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع علم التنظيم السياسي والإداري، معهد العلوم السياسية والإعلامية، جامعة الجزائر، 1982.

ج- مذكرات الماستر:

1-بالضياف العيد ، المؤسسة الاقتصادية بين أهدافها و تحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة المؤسسة الوطنية سونطراك، مذكرة التخرج مقدمة ضمن متطلبات الشهادة الماستر، قسم العلوم الاقتصادية ، التخصص التسيير وإقتصاد البترولي ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2012-2013، ص 11. <<https://buuniv-ourgla.dz>master>>.

2-بن طيّب فاطمة، التنظيم القانوني لبراءة الاختراع في القانون الجزائري، بحث مقدّم لاستكمال متطلبات الماستر الأكاديمي، فرع قانون خاص، تخصص قانون الشركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016-2017.

3-بن عزة فردوس، دور التدريب في تحسين أداء العاملين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة ميدانية لعيادة طبيّة جراحية، ضياء بورقلة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الماستر الأكاديمي، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016.

- 4- تمازيرت أميلية، زعفان كاتية، الالتزام بالإعلام في عقود الأعمال، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.
- 5-زاوية نصيرة ، زعموم فازية ، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير الاقتصادي الوطني ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون ، فرع القانون الخاص ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، 2013-2014.
- 6-زعموم فتيحة، خصوصية عقد الفرنشايز في السوق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، تخصص: قانون الأعمال، قسم القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.
- 7-سعدان ديهية، مكانة عقد التسيير في السوق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.
- 8- سيد ريمة، النّظام القانوني لبراءة الاختراع في التشريع الجزائري، مذكرة مكّملة في مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016.
- 9-شريفى سعدية ، شريفى ويزة ، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة رهان اقتصادي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون مخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسة ، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، 2015.
- 10- يوسفى محمد عفيف، التكنولوجيا الحديثة ودورها في تنمية الموارد البشرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر "ل.م.د"، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي، تبسة، 2015/2016.

د-مذكرات المدرسة العليا للقضاء:

- 1- مومن روبيلة، العقود الإدارية في ظل قانون الإجراءات المدنية والإدارية الجديد والمرسوم الرئاسي قم 08-338، مذكرة نهاية لدراسة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، وزارة العدل، المدرسة العليا للقضاء، 2007-2010،

III- المقالات العلمية:

- 1- إرزيل الكاهنة، الاتفاقات المنعكسة العالمية للتجارة الخاصة بالسلع والخدمات والمنظومة القانونية الجزائرية، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 02، 2009، ص ص 190-228.
- 2- أيت بلقاسم صمهان مفيدة، براءة الاختراع في ضوء القانون الجزائري في ظل رهانات وتحديات العولمة، الفكر البرلماني، مجلة متخصصة في القضايا والوثائق البرلمانية، يصدرها مجلس الأمة، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 21، نوفمبر 2008، ص ص 80-105.
- 3- جبالي واعمر، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام (الوسم والإشهار)، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو العدد 07، 2006، ص ص 05-58.
- 4- حسين نواره تيزا، تنازع القوانين في حقوق الملكية الصناعية للمستثمر الأجنبي، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 2، 2013، ص ص 99-126.

- 5-رضا تير، وجهة نظر تحليلية حول عمليتي التدريب و تحسين المستوى، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، المجلد 12، مركز التوثيق والتكوين الإدارية، الجزائر، العدد01، 2002،ص ص 77-90.
- 6-سميرة بليدي، القواعد الوقائية المنظمة للرسالة الاشهارية في الجزائر، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة، كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، العدد07، 2016،ص ص 55-70.
- 7-سمير المقدسي، العولمة والاقتصاد اللبناني، مجلة الدفاع الوطني، ، تموز، العدد السابع والثلاثون 2001،ص ص 1-20.
- 8- صباحي ربيعة، "حدود تدخل الدولة في المجال الاقتصادي في ظل اقتصاد السوق"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 02،2009، ص ص 229-270
- 9-محمد بن إبراهيم التويجري، التدريب الإداري وآفاق تطويره في البلدان العربية، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، المجلد 14، 2004، مركز التوثيق والبحوث الإدارية، الجزائر، العدد 01،2004،ص ص 11-28.
- 10- مولود حواس، العلامة التجارية كأداة تسويق ومنافسة، مجلة علمية محكمة، جامعة أكلي أولحاج، البويرة، العدد 12، 2012،ص ص 100-120.

VI- المداخلات:

- 1- إريزيل الكاهنة ، عقد تحويل الفاتورة و المؤسسات إقتصادية ، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصادي الجزائري، كلية الحقوق و العلوم الحساسة ،جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 429-440.

2- أيت منصور كمال، الطبيعة القانونية لعقد المناجمنت في القانون الجزائري، ملتقى الوطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 44-52.

3- بعتاش ليلي ، تبين الاليات المستحدثة في التمويل ضرورة لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر ،، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري ، كلية الحقوق العلوم السياسة ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 456-480.

4- بن شنوف فيروز ، عقد الاعتماد الإيجاري و إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، ملتقى وطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري ، كلية الحقوق العلوم السياسة ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 510-530.

5- بوخيرة حسين، الاعتماد الإيجاري كألية لدعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، ملتقى وطني حول عقود الاعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري ، كلية الحقوق العلوم السياسة ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 481-494.

6- بنونة شعيب، خلوط عواطف، اثر التطبيق تكنولوجيا المعلومات في تحقيق زيادة المنظمات الحديثة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، ص ص 7-20.

chounoua@yahoo.fr, awatifkhe@yahoo.fr

7- تواتي نصيرة، الإيطار و التطبيق لعقود الأعمال، ملتقى وطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 381-388.

8- جلال مسعد، مشاكل تصدير خارج المحروقات في الجزائر، ملتقى وطني حول "ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر"، بالتعاون مع مخبر العولمة والقانون الوطني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، يومي 11 و 12 مارس 2014، ص ص 232-255.

9- حسام الدين الصغير، المنظمة العالمية للملكية الفكرية لأعضاء مجلس الشورى ،ندوة الويبو ،مسقط، 23-24 مارس 2004.

10- حميدي فاطمة، الطابع الخصوصي لعقود الأعمال، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 17-22.

11- حميش يمينة، عقد الفرنشايز، ملتقى وطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16-17 ماي 2012، ص ص 108-116.

12- حمادوش أنيسة، دور آلية الفرنشايز في تطوير الاقتصاد الوطني، ملتقى حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 441-455.

13- حسين نواره، استراتيجية التصدير وإجراءات تنميته في الجزائر، ملتقى وطني حول "ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر"، بالتعاون مع مخبر العولمة والقانون

- الوطني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، يومي 11 و 12 مارس، 2014، ص ص 83-93.
- 14-دوّار جميلة، المبادئ العامة لعقد الفرشائز في التشريعات، ملتقى وطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي، 2012، ص ص 90-107.
- 15-صبايحي ربيعة، عقد التسيير آلية تفصيل الجدوى الاقتصادية في المؤسسات العامة الاقتصادية، ملتقى الوطني حول عقود الأعمال ودورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 413-428.
- 16-عيد عبد الحفيظ، عقود الأعمال، إحياء لقانون التجارة الدولي، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوي الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012 ص ص 23-43.
- 17-عثماني بلال، ظهور عقود العمال في ظل عجز العقود المدنية الكلاسيكية على تنظيم مجال العمال، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 10-16.
- 18-عيساوي محمد، دوافع التنظيم وتطوير الجزائر لصادرتها خارج المحروقات، ملتقى وطني حول ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، بالتعاون مع مخبر العولمة والقانون الوطني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، يومي 11 و 12 مارس 2014، ص ص 07-22.

19-محمد قويدري، أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، في الدول العربية، كلية الحقوق، جامعة الأغواط، يومي 17 و 18 افريل 2006، ص 285-295.

20-معاشو نبالي طة، اختلال التوازن في عقد التسيير، ملتقى وطني حول عقود الأعمال و دورها في تطوير الاقتصاد الجزائري، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 16 و 17 ماي 2012، ص ص 53-68.

V- النصوص القانونية:

أولاً: الدستور

1-قانون رقم 01-16، مؤرخ في 6 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري، ج ر ج ج عدد 14، الصادرة بتاريخ 7 مارس 2016.

ثانياً: النصوص التشريعية:

1- أمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 أوت 1975 المتضمن القانون التجاري، معدل ومتمم ج ر ج ج عدد 75 الصادرة بالتاريخ 28 أوت 1975 المعدل و المتمم بموجب قانون رقم 15-20 المؤرخ في 30 ديسمبر 2015 يتضمن القانون التجاري ج ر ج ج عدد 71 الصادرة بتاريخ 30 ديسمبر 2015 .

2- قانون رقم 88-01 المؤرخ 12 يناير 1988، يتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية والاقتصادية، ج ر ج ج العدد 4 الصادرة في 16 يناير 1988 (ملغى جزئياً).

3- قانون رقم 89-01 المؤرخ في 07 فيفري 1989 يعدل و يتم الأمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر ج ج عدد 06، الصادرة في 08 فيفري 1989.

- 4- قانون رقم 99-01 المؤرخ في 6 يناير 1999 يحدّد القواعد المتعلقة بالفندقة، ج ر ج ج، عدد 02، الصادرة في 10 يناير 1999.
- 5- قانون رقم 01-18 مؤرخ في 12 ديسمبر 2001، يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، ج ر ج ج عدد 77، الصادرة في 5 ديسمبر 2001.
- 6- أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة ، ج ر ج ج ج عدد 43، الصادرة في 22 يوليو سنة 2003، (معدّل و متمّم).
- 7- أمر رقم 03-07 المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالبراءة الاختراع، ج ر ج ج ج عدد 44، الصادرة في 23 يوليو 2003.
- 8- أمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 الموافق ل 19 يوليو 2033، يتعلّق بالعلامة، ج ر ج ج عدد 44 الصادرة في 23 يوليو 2003.
- 9- قانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 يوليو 2004، المتعلق بالممارسات التجارية، ج ر ج ج عدد 41 لسنة 2004، (معدّل و متمّم).
- 10- قانون رقم 17-02 المؤرخ في 10 يناير 2017، يتضمّن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصّغيرة و المتوسّطة، ج ر ج ج ج العدد 02 الصادرة في 11 يناير 2017.

ثالثاً: النصوص التنظيمية:

- 1- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر ج ج عدد 05، 1990.
- 2- مرسوم تنفيذي رقم 12-111 المؤرخ في 6 مارس 2012، يحدد شروط و كفاءات إنشاء وتنظيم الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية، ج ر ج ج عدد 15 الصادرة في 14 مارس 2012.

IV- مواقع الانترنت:

1-الجمعية العلمية، نادي الدراسات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،

الموقع:

. ص1 <http://www.club.jeerom.com>

ثانيا: باللغة الفرنسية:

- Décret n°91-337du 4 avril 1991,décret portant application de l'article 1 de la loi n°89-1008, www.legifrance.fr.

صفحة	قائمة المحتويات
ت	
01	مقدمة.....
04	الفصل الأول: مكانة الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال
05	المبحث الأول : ماهية الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال.....
06	المطلب الأول :الالتزام بالإدارة جوهر بعض عقود الأعمال.....
07	الفرع الأول : مكانة الإلتزام بالإدارة في عقد التسيير
08	أولا : تعريف عقد التسيير.....
12	ثانيا : مجالات عقد التسيير.....
15	الفرع الثاني : مكانة الالتزام بالإدارة في عقد الفرنشايز.....
16	أولا : تعريف عقد الفرنشايز.....
20	ثانيا: مجالات عقد الفرنشايز.....
22	المطلب الثاني : مفهوم الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال.....
22	الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإدارة.....
23	أولا : غياب تعريف قانوني واضح للإلتزام بالإدارة
24	ثانيا:الأخذ بالمفاهيم الاقتصادية للتعبير عن الإلتزام بالإدارة.....
28	الفرع الثاني : تمييز الإلتزام بالإدارة عن المفاهيم الأخرى.....
28	أولا : تمييز الإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال عن الإلتزام بالإدارة في قانون الإداري..
31	ثانيا : تمييز الإلتزام بالإدارة في عقود الأعمال عن الإلتزام بالإعلام في عقود الأعمال
33	المبحث الثاني : مضمون الالتزام بالإدارة.....
34	المطلب الاول :الأحكام المشتركة للالتزام بالإدارة في كل من عقد التسيير و عقد
34	الفرنشايز.....

35	أولاً: تعريف الدفاتر التجارية
35	ثانيا : أهمية مسك الدفاتر التجارية
37	الفرع الثاني : التسويق.....
39	أولاً : تعريف التسويق.....
40	ثانيا : أهمية التسويق
41	الفرع الثالث: استقبال الزبائن
42	أولاً: تعريف استقبال الزبائن
43	ثانيا : أهمية استقبال الزبائن
44	الفرع الرابع:اضفاء العلامة التجارية على المؤسسة المدارة.....
46	أولاً : تعريف العلامة التجارية
47	ثانيا : أهمية العلامة التجارية
48	الفرع الخامس : مسك المحاسبة التجارية صحيحة.....
50	أولاً : تعريف المحاسبة التجارية صحيحة.....
50	ثانيا:الغرض من مسك المحاسبة التجارية صحيحة.....
51	المطلب الثاني : الأحكام الخاصة بالالتزام بالإدارة في كل من عقد التسيير و عقد
51	الفرنشايز
51	الفرع الاول : الاحكام الخاصة بالالتزام بالإدارة في عقد التسيير.....
52	أولاً : التدريب
55	ثانيا : الاشهار
59	الفرع الثاني : استغلال براءة الاختراع في عقد الفرنشايز
59	أولاً : تعريف براءة الاختراع.....
61	ثانيا : أهمية : براءة الاختراع.....

65	الفصل الثاني : دور الالتزام بالإدارة في عقود الأعمال
66	المبحث الأول : الالتزام بالإدارة وسيلة لتطوير المؤسسات
67	المطلب الأول : طبيعة المؤسسات المستفيدة من الالتزام بالإدارة
68	الفرع الأول : المؤسسات العمومية الاقتصادية والمؤسسة ذات الإقتصاد المختلط.....
68	أولا : تعريف المؤسسة العمومية الاقتصادية
96	ثانيا : تعريف المؤسسة ذات الإقتصاد المختلط
70	الفرع الثاني : المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
71	أولا : تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وفقا لقانون 01-18
72	ثانيا : تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وفقا لقانون 17-02
73	المطلب الثاني: استفادة المؤسسات من الخبرة و التكنولوجيا
74	الفرع الأول : أهمية الخبرة و التكنولوجيا.....
75	أولا : أهمية التكنولوجيا بالنسبة للمؤسسة
77	ثانيا : أهمية الخبرة بالنسبة للمؤسسة.....
78	الفرع الثاني : آثار الاستفادة المؤسسات من الخبرة و التكنولوجيا.....
78	أولا: تطوير المؤسسة.....
79	ثانيا : تحقيق النمو الاقتصادي
81	المبحث الثاني : إقحام الاسواق
83	المطلب الأول : القدرة على الإنتاج و التنافس
83	الفرع الأول : القدرة على إنتاج السلع و الخدمات.....
83	أولا:إنتاج السلع.....
86	ثانيا:تقديم الخدمات.....
89	الفرع الثاني:القدرة على التنافس.....

92	المطلب الثاني:التصدير.....
94	الفرع الأول:أهمية التصدير بالنسبة للمؤسسات الإقتصادية.....
99	الفرع الثاني:مساعدة الإلتزام بالإدارة المؤسسات الإقتصادية للقيام بالتصدير.....
101	خاتمة.....
	