أهـمية التمييز بين الأسـماء والعناوين التجارية للشـركات في القانون العِراقيّ

د. اكرم فاضل سـعيد قصير
كلية الحقوق/جامعة النهرين

الخلاصة

لقد أَفردَّ قانون الشركات التجارية العِراقيَّ رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ المعدل والملغى حالياً لشركات الاموال مصطلح (الأسم التجاري) بينما أفرَّد لشركات الاشخاص مصطلح (العنوان التجاري) وعندما الغَى المُشرِّع العِراقيَّ هذا القانون اصدر بدلاً عنه قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ الذي الغي العمل به ايضاً بصدور قانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل الجاري به العمل حالياً.

والمُلاحظ على القوانين اللاحقة لقانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ استخدامها لمصطلح واحد للتعبير عن جميع الشركات، وهومصطلح (الأسم التجاري) .فهل يوجد فرق بين المصطلحين ؟ وللاجابةِ عن هذا السؤال سيكون مدار بحثنا هذا.

The Importance of Distinction between the Namesand the commercial Addresses of the companies in Iraqi Law

Dr.Akram Fadiel Saied

Abstract

We have singled out the Commercial Companies Law of Iraq (31) for the year 1957 as amended and repealed to fund companies term (trade name)، while the Spread of the companies people term (business address) and when he canceled the Iraqi legislature that the law was issued in lieu thereof the Companies Law No. (36) for the year 1983، which Work is also canceled by the issuance of the Companies Law No. (21) for the year 1997، as amended by the Work is currently ongoing.

It is noticeable on the subsequent legislation of the Commercial Companies Law No. (31) for the year 1957 be used for a single term to express all the companies، and Homstalh (trade name) Is there a difference between the two terms? The answer to this question will be the orbit of this research.

مقدمة

نصت المادة (٢١/ اولاً) من قانون التجارة العِراقيَّ رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤، على ما يأتي: ((على كلِّ تاجر، شخصاً طبيعياً كان او معنوياً، ان يتخذَ لتمييز نشاطه التجاري أسماً تجارياً مختلفاً بوضوح عن غيره من الأسماء التجارية)). ونصت المادة (٢٢) من القانون نفسه، على انه: ((يجوز للتاجر الفرد ان يتخذ من أسمه الثلاثي او أسمه ولقبه او اية تسمية اخرى ملائمة أسماً تجارياً)) واخيراً فقد نصت المادة (٢٣) من القانون نفسه على انه : ((يجب ان يدلَ الأسم التجاري للشركة على نوعها، وان كان يحتوي في الاقل على أسم احد الشركاء ان كانَتْ شركة تضامنية او بسيطة او مشروعاً فردياً)).

ويتبين لنا من خلال هذه النصوص ان المُشرِّعَ العِراقيَّ ساوى في الحكمِ بين الأسماء التجارية للمحلاتِ وللشركات التجارية سواء أكانت شركات اشخاص ام شركات اموال مكتفياً بالأسم المدني الثلاثي للتاجر او أسمه ولقبه او أية تسمية اخرى ملائمة لان تكون أسماً تجارياً يميز التاجر بها ومن خلالها بين متجره وغيره من المتاجر، وبين شركته وغيرها من شركات الاشخاص وشركات الاموال ولكنه عادَ فميز بين الشركات الشخصية بعضها بعضاً من خلالِ الأسم التجاري لها. اذ اجاز في شركات الاشخاص (وهي، الشركات: التضامنية والمشروعات الفردية والبسيطة) ذكر الأسم المدني الثلاثي لاحد الشركاء فيها، على أقلِ تقدير، مع ذكر عبارة شركة تضامنية او مشروع فردي او شركة بسيطة. اما في شركاتِ الاموال (وهي، الشركات: المساهمة سواء أكانت مساهمة ام مختلطة) فيجب ان يَدُلَّ الأسم التجاري على نوعِها ولا بأس ان كان هذا الأسم معبراً عن نشاطِها ايضاً.

وأذا أنتقلنا الى العنوان التجاري للمتاجر (اي المحلات التجارية) او للشركات التجارية، فسنجد ان هناك فراغاً تشريعياً في هذا الموضوع في العِراقِ منذ سنة ١٩٨٣ والى حدِّ الان. فهل تُغني قواعد الأسم التجاري بأحكامه المنصوص عليها في القانون عن العنوان التجاري للمتاجر او للشركات ؟ وللاجابة عن هذا السؤال يستلزم تحليل الاعتبار المهيمن على شركاتِ الاشخاص وعلى شركاتِ الاموال على حدٍ سواء.

ان الاعتبارَ الحاكم لماهية الشركات، مزدوج: اولهما، هو الاعتبار الأسمي بديون الشركة، وهو اعتبار يحَكُمُ شركات الاشخاص. وبمقتضاه تكون ذمة الشريك المالية ضامنة لديون الشركة التضامنية كما يكون هو نفسه متضامناً مع غيره من الشركاء في الوفاءِ بديون الشركة (المادة ٦/ ثالثاً من قانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل) الا انه لا يجوز التنفيذ على ذممِّ الشركاء المالية الا بعد انذار الشركة المدينة (المادة ٣٧ من قانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل) وثانيهما الاعتبار التكويني. وبمقتضاه تكون لشركات الاموال (المساهمة والمحدودة) . كما تكون ايضاً لشركات الاشخاص . فضلاً عن الذمم المالية لها، شخصية معنوية أكثرُ استقلالاً عن شخصية الشركاء فيها وبدرجة أوضح من استقلال الشخصية المعنوية لشركات الاشخاص عن شخصية الشركاء فيها، وهم من طائفة الاشخاص الطبيعيين دائماً ، ومن ثلاثِ نواحٍ:

☜ **<u>الناحية الاولى:</u> الملاءة؛** فملاءة الذمَّة المالية لأحدى شركات الاموال لا تعتمد على ملاءةِ الذِممَّ المالية للشركاء فيها ولو كانوا من الاثرياء. امَّا ملاءة الذمَّة المالية لأحدى شركات الاشخاص فتعتمد بشكل مباشر على ملاءةِ ذممَّ الشركاء المؤسسين لها او المنضمين اليها فيما بعد.

- **<u>الناحية الثانية:</u> الاستقلال**؛ أذا أُعسرتْ احدى شركات الاموال فلا يعتبر الشركاء المؤُسسين لها او المُنضمين اليها معسرين. وأذا بلَّغتْ المحكمة أحد الشركاء فيها بعريضةِ الدعوى فلا يُعَدُّ تبْلّغهُ بها تبليغاً رسمياً للشركةِ بالحضورِ الى المرافعةِ. امَّا في شركاتِ الاشخاص فأذا أُعسِرتْ احداها فَيُعتَبرُ كلُّ شريكٍ فيها مُعسراً (المادة ٣٦ من قانون الشركات العِراقيَّ رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المُعدل) وأذا بَلَّغَتْ المحكمة أحد الشركاء في الشركةِ بعريضةِ الدعوى او بأية ورقة مطلوب تبليغُها، فَيُعَدُّ تبلُّغهُ بها بمثابة تبليغٍ رسمي للشركةِ، بحضور من يمُثلها الى المرافعةِ، او بأستلامِ الورقة المطلوب استلامها من قِبلِ من يُمثلها مباشرةً، اي من قبل المدير المفوض لها (المادة ٧/٢١ من قانون المُرافعات المدنية العِراقيَّ رقم ٨٣ لسنة ١٩٦٩ المعدل).
- **<u>الناحية الثالثة:</u> التضامن**؛ الشركاء في شركات الاموالِ لا يكونون متضامنين مع الشركات التي قاموا بتأسيسها او بالانضمام اليها ولا يمُكن الحكم عليهم مجتمعين (متضامنين) او منفردين (بغير تضامن) بالوفاءِ بديونها. امَّا الشركاء في شركاتِ الاشخاص فيكونون متضامنين مع الشركات التي قاموا بتأسيسها او بالدخولِ في عضويتِها .ويمُكن الحكم عليهم بالوفاء بديون الشركة بعد انذارها أذا كانت الشركة، شركة تضامنية (المادة ٣٧ من قانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل)، وبدون حاجة الى انذارِها في غيرِ شركات التضامن الشخصية، اي في بقية انواع شركات الاشخاص الاخرى، مثل الشركة البسيطة وشركة المشروع الفردي.

ومِنْ ثُمَّ **<u>لايكون</u>** الشريك في احدى شركات الاموال، ولو كان مساهماً فيها ومستمراً بإنتمائهِ إليها بعد اكتسابها للشخصيةِ المعنوية، ضامناً للوفاء بديونها من امواله الخاصةِ. ومن باب اولى **لايكون متضامناً** مع غيره من الشركاء في الوفاءِ بديونها ايضاً (المادة ٦/اولاً من قانون الشركات المذكور أنفاً).

والحقيقة أنَّ لكلِّ أعتبار شكلٌ يعبر عنه. ونفترض ان الشكلَ المناسب عن الاعتبارِ الأسمي في شركات الاشخاص هو **<u>نظام العناوين التجارية</u>**. بينما نفترض ان الشكل المناسب للتعبير عن الاعتبار التكويني في شركات الاموال هو **<u>نظام الأسماء التجارية</u>**. وهذا ما سنقوم بتوضيحه واثباته في هذا البحث.

مشكلة البحث وخطته:

تنحصر مشكلة البحث في مسألتين: اكاديمية وعملية. **<u>المشكلة الاولى</u>. هي مشكلة اكاديمية او نظرية**، نوجزها بأستخدام الأسم التجاري في المحلات التجارية والشركات لانه يميزها بعضها بعضاً. اما العنوان التجاري فيستخدم لتمييز التاجر عن غيره من التجار. فهل تعتبر الشركات التجارية، بحكم التجار، لانها تتمتع بالشخصية المعنوية وتمارس النشاط ذاته الذي يقوم التجار الطبيعيون بممارسته ام تعتبر بحكم العناصر المادية والمعنوية للمحال التجارية التي تتميز عن غيرها من المحال بالأسماء التجارية ؟

امَّا **<u>المشكلة الثانية</u>، فهي مشكلة عملية** قوامها التمييز بين الأسماء والعناوين التجارية للشركات. فهل يوجد من تمييزٍ عملي بين نظام الأسماء ونظام العناوين التجارية للشركات ؟ وهل يعزز التمييز بينهما الائتمان التجاري ويقوي ثقة التجار فيما بينهم ؟ وهل يؤدي الى زيادةِ قيمة العناصر المعنوية للمحال التجارية ؟ وهل يدفع التمييز بينهما المُشرِّع العراقيَّ لاعادة النظر في قوانين التجارة والشركات عموماً وفي جوازِ توسيع دائرة الاعمال التجارية وكذلك في بيع ورهن العناصر المعنوية في المحال التجارية والصناعية خصوصاً؟

وأغلب الظَّن، ان حلَّ مشكلة البحث، يستلزم تحليل طبيعة نظام الأسماء والعناوين التجارية. وقد تمكَّنا من خلال المراجع والتشريعات المتوفرة بين ايدينا من بحثِ هذا الموضوع في ثلاثةِ مباحث. خصصنا اولهما لاهمية تحديد المصطلح المستعمل للتعبير عن شخصية الشركة وماهيتها. وافردنا ثانيهما لاثبات استعمال المصطلح الاكثر تطابقاً للتعبير عن ماهية الشركة. وكرسنا ثالثهما للأهمية العملية بين المصطلحين.

وذلك وفق خطة البحث الآتية:

- مقدمة البحث ومشكلتهِ.
- المبحث الأول: أهمية تحديد المصطلح المستعمل للتعبير عن شخصية الشركة وماهيتها.
- المبحث الثاني: اثبات استخدام المصطلح الاكثر تطابقاً للتعبير عن ماهية الشركة.
- المبحث الثالث: الأهمية العملية للتمييز بين المصطلحين.
- فأذا اكملنا هذه المباحث وصلناها الى خاتمة الموضوع.

المبحث الاول

أهمية تحديد المصطلح المستعمل للتعبير عن شخصية الشركة وماهيتها

كلُّ كيان يتخذ شكل شركة، سواء اكان هذا الكيان عاماً ام خاصاً، حتى وان كانت الشركة شركة عامة مملوكة للدولة او خاصة مملوكة للأشخاص الطبيعيين والمعنويين او كانت الشركة، شركة دولية او متعددة الجنسيات فيجب ان يكون لها مصطلح دال عليها يهدف الى تمييز هذه الشركة عن غيرها من خلال المصطلح المعطى لها كـ (كيان) (*Entity*) اي ان الشركةَ تُعبرُ عن نفسهِا من خلالِه في وجهٍ اول ويكون تابعاً لها تبعية اندماج في وجه ثانٍ ومعبر عن ذمة الشركة المالية في وجهٍ ثالث ومميز لها عن غيرها في الكيانات في وجهٍ رابع وقابل للتغير من خلال الاندماج او الانقسام او التحول الذي تَمرُّ به الشركة خلال ممارستها لنشاطها التجاري في وجهٍ خامس(١).

ويبقى للمصطلح الدال على الشركةِ، سواء اكان أسماً تجارياً ام عنواناً تجارياً، مدلوله المالي واعتباره القانوني حتى لو نقص عدد الشركاء فيها الى شخصٍ واحد. وهذا ما يدعى بشركة الشخص الواحد او الشركة المحدودة المكونة من شخص واحد(٢).

---

(١) من المعلوم ان لكلِّ شركة ، الحق ، خلال وجودها ان تبدلَ أسمها من أسمٍ الى أسمٍ أخر كما أَنَّ لها الحق ان تتحولَ من نوعٍ الى اخر وان تندمجَ مع شركةٍ اخرى وان تنقسمَ على نفسها الى شركتين او اكثر او ان تصبح تابعة لغيرها من الشركات او ان تكون قابضة لشركة اخرى . والقيمة المالية للأسم التجاري او العنوان التجاري يتبعان التصرف ، وبعبارة ادق يتبعان نوع هذا التصرف الذي تقصده الشركة من تحول وانقسام واندماج. والحقيقة ان المُشرِّعَ العِراقيَّ لم يبين لنا الاحكام القانونية المترتبة على تغييرِ المصطلح الذي يضفي على الشركة ماهيتها(اي نوعها) بسبب اندماجها او انقسامها او تحولها في حين نجد ان المُشرِّعَ الأُردُنيَّ اشار الى هذا الموضوع باقتضاب ، في المادة (٥٦) من قانون الشركات رقم (٢٢) لسنة ١٩٩٧ المعدل التي نصت على انه : ((يحق لشركة التضامن او التوصية البسيطة الاحتفاظ باسمها الاصلي أذا رغبت بالتحول الى شركة ذات مسؤولية محدودة)) ويقارن د. صلاح زين الدين بين الأسم التجاري والعنوان التجاري للشركة التضامنية او الشركة التوصية البسيطة ، في كتابة : شرح التشريعات الصناعية والتجارية ، ط١، عمان : دار الثقافة للنشر والتوزيع ،٢٠٠٥،ص٢٣٤، بقوله : ((ويلاحظ ان عبارةَ (الأسم الاصلي) الواردة في نص المادة المذكورة تنصرف الى العنوان التجاري لشركة التوصية البسيطة ، كما هو في واقع الحال . اي يشمل عنوانها التجاري ، كما يشمل أسمها التجاري ان وجد ، لان الاول { اي العنوان التجاري } وجوبي الوجود في حين ان الثاني { اي الأسم التجاري } اختياري الوجود ، وفي حالة وجوده فانه يشكل عندئذ جزءاً من عنوانها التجاري)).ومن الجدير بالذكر ان المادة (١٠/ب) قانون الشركات الأُردنيَّ رقم (٢٢) لسنة ١٩٩٧ المعدل قد نصت على ان ((لشركة التضامن ان تتخذ لها أسماً تجارياً خاصاً على ان يقترن هذا الأسم التجاري بالعنوان الذي سجلت به الشركة وان يدرج في الوثائق والمستندات التي تصدر عنها او تتعامل بها ومراسلتها)) .

(٢) جواز تحول الشركة المؤسسة وفق احكام قانون الشركات العِراقيَّ رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل الى شركة الشخص الواحد جائز على سبيل الاحتياط ، والاصل عدم جوازه . وهذا ما نصت عليه المادة (١٥٣/ ثانياً) من القانون المذكور ، بقولها : ((لايجوز تحول الشركة المساهمة او المحدودة او التضامنية الى مشروع فردي الا في حالةِ نقصان عدد اعضائها الى عضوٍ واحد)) .

ولهذا نرى ان نبحثَ هذا الموضوع في مطلبين. نعالج في اولهما ضرورة التمييز بين الأسماء والعناوين التجارية ونكرس ثانيهما لاثبات استعمال المصطلح الاكثر تطابقاً للتعبير عن ماهية الشركة.

المطلب الاول

ضرورة التمييز بين الأسماء والعناوين التجارية للشركات

في كلِّ موضوع مختلف عليه ومتداخل مع غيره من الموضوعات، فلابد ان تكون له بداية، سواء أكان متفقاً عليه ام مختلفاً بشأنه بين الفقه، لكي يتمكن الباحث من ابداء رأيه الصريح فيه. ونستطيع القول ان الأسماءَ التجارية تصطبغ على شركات الاموال(٣) بينما تصطبغ العناوين التجارية على شركات الاشخاص. وذلك أَنَّ شركات الاموال أقرب الى الاشياءِ ذات القيمة المالية او الاموال واكثر ملائمة للعمل التنظيمي المرفقي منها الى شركات الاشخاص. في حين تعتبر شركات الاشخاص كالتجار مثلاً الاشخاص المعنويون الاكثرُ قرباً واتصالاً بالاشخاص الطبيعين المكونين لها منها الى الاموال والاشياء والعمل التنظيمي المرفقي.

وحتى نستطيع ان نميزَ بدقةٍ ووضوح بين الأسماء والعناوين التجارية للشركات نرى من الضروري ابتداءً التوقف عند هذين المصطلحين خارج نطاق الشركات. فالمحل التجاري يتميز عن غيره من المحلات ، بمقتضى قانون الأسماء التجارية المِصريَّ رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١ بأسمه وعنوانه التجاريين.

فالأسم التجاري للمتجرِ، هو الذي بنفسه يميزه عن غيره من المتاجر الاخرى بوضوح، امَّا العنوان التجاري فيستخدم في القانون المِصريَّ لغرض مزدوج، اذ يستخدم لتمييزِ متجرٍ عن متجرٍ اخر(٤) بعلامةٍ

---

(٣) وفي هذا الصدد نجد ان د. محمد حسني عباس ، التشريع الصناعي ، القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٦٧ ، بند (١٥٥) ص١٧١، وكذلك في مؤلفه الملكية الصناعية والمحل التجاري : القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٦٩ ، ٤٣٤ ، صاحب (٣٧٧-٣٧٦) يقول : ((متى عرفنا ان الأسم التجاري بانه أسم يطلقه التاجر لتمييز محله التجاري ، وجب الفصل بين الأسم التجاري وبين أسم الشركة ، فأسم الشركة هو احدى الخصائص المميزة الشخصية الاعتبارية للشركة وقد يكون أسم الشركة هو ((عنوان الشركة)) هذا فيما يتعلق بشركات الاشخاص اذ يتكون أسم الشركة من أسم شريك متضامن او اكثر ، اما شركة المساهمة فليس لها عنوان شركة ولكن يستمد أسمها من الغرض الذي انشئت من اجله)) .

(٤) فالعنوان التجاري، في القانون المِصريَّ، يستخدم لتمييز متجر عن متجر أخر . ويبدو لاول وهلة ، ان الأسم التجاري هو العبارة المكتوبة على لافتة المحل التجاري . والواقع ان العبارةَ المكتوبة والشارات المميزة التي توضع على لافتة المحل هي ما يطلق عليها ((العنوان التجاري)) ينظر د. محمد حسني عباس ، في مؤلفه التشريع الصناعي ، المرجع السابق ، بند (١٥٢) ، ص ص (١٦٧-١٦٦) وفي مؤلفه الاخر ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، المرجع السابق ، بند (٤٣١) ، ص٣٧٢ بقوله : ((وهذا العنوان التجاري قد لايتكون تماماً من الأسم التجاري للمتجر فقد تضاف اليه رسوم او اشارات او تسمية مبتكرة ، فلا يقتصر على مجرد الأسم ، وقد يكون ((عنوان المحل)) او ((العنوان التجاري)) هو مجرد نسخة من الأسم التجاري توضع على لافتة المحل التجاري وبذلك يستعمل الأسم التجاري لتمييز المنشأة التجارية بوضعه على لافتة المحل التجاري ، واستعمل الأسم التجاري عنواناً تجارياً على هذا النحو هو احدى وظائف الأسم التجاري وقد توضع على لافتة المحل تسمية مبتكرة مثل (المنظر الجميل) او (محلات الهلال) ، ويطلق عليها (سمة المحل))). أذا الأسم التجاري يتكون

مميزة مثل الصالون الاخضر او الازياء الانيقة، كما يستخدم ايضاً في تمييزِ تاجرٍ عن اخر(٥) والادق تمييز شخص تاجر عن شخصٍ تاجر أخر(٦).

لذلك نجد ان هناك رأياً في الفقه يذهب الى اعتبارِ الأسم والعنوان التجاريين من مكوناتِ الذمة المالية(٧) وهذا ما نتفق عليه، كما يعتبرهما من قبيل الاموال المنقولة ايضاً، وهذا ما لانتفق على اطلاقه. فمن الصحيح، في منطقِ القانون المِصريَّ، ان الأسم التجاري والعنوان التجاري المتخذ كسمةٍ لتمييزِ محلٍ او متجرٍ عن محلٍ او متجرٍ اخر هو من قبيل الاموال الا انه من غير الصحيح اعتبار العنوان التجاري المتخذ كسمةٍ لتمييزِ شخصِ تاجرٍ عن شخصِ تاجرٍ اخرمن قبيل الاموال ايضاً،ومن ثمَّ لايصلح لان يكون محلاً لاي حقٍ شخصي . فالغرض من استعمالِ العنوان التجاري في مِصر هو اما لتمييز متجر من متجرٍ اخر او لتمييز تاجرٍ من تاجرٍ اخر. فأذا كان الغرض من استخدامه هو لتمييزِ متجرٍ من غيره من المتاجرِ، فيجوز التصرف فيه بيعاً او بأي معاوضة مالية اخرى يجُيزها القانون التجاري. اما أذا كان الغرض من استخدامِه هو لتمييزِ تاجرٍ من اخر فلا يجوز لصاحب هذا العنوان التصرف فيه على الاطلاق. فلا يجوز له بيعه لانه متصل بشخصه لا بمتجره كما لا يجوز له اجراء اي معاوضة مالية عليه للسببِ نفسه، حيث سبق لمحكمة النقض المصرية في ١١/كانون الثاني (ديسمبر) سنة ١٩٩٧ ان قَضَتْ في خصوصِ التمييز بين الأسم التجاري والعنوان التجاري المتخذ كسمةٍ او تسميةٍ مبتكرة للمتجرِ(٨).

ان لقبَ الشخص (الصعيدي) يمكن ان يُعَدَّ أسماً تجارياً يهدف صاحبه الى تمييزِ منشأته من المنشأت الاخرى من خلاله ولكن لايمكن ان يعتبرَ عنواناً تجارياً او سمة تجارية تمييز بين منشأته والمنشأت التجارية الاخرى. اذ نقضت بذلك حكم الاستئناف الذي رتب على اشتراكِ أسم (الصعيدي) بين الأسم التجاري للطاعن (او المميز) وبين السمة التجارية لمنشأة المطعون ضده (او المميز عليه) وجاء بحيثيات حكم النقض: ((..... هذا الذي خلص اليه الحكم ينطوي على خلط بين الأسم التجاري والسمة التجارية {اي العنوان التجاري} اذ ان خصائص السمة التجارية {اي العنوان التجاري} تتضمن تسمية مبتكرة وهو مايتعارض

من أسم التاجر ولقبه والغرض من وضعه على واجهة المحل هو لتمييزه عن غيره من المحال التجارية . امَّا العنوان التجاري فهو (سمة المحل) مثل (الساحل الاخضر) وهذا يعني انه يستخدم في نفس الغرض الذي يستخدم فيه الأسم التجاري لتمييز محل عن اخر ويزاد عليه غرضٌ اخر وهو استخدامه ايضاً لتمييز تاجر عن تاجر اخر.

(٥) عزالدين مرزا ناصر العباسي ، الأسم التجاري (دراسة قانونية مقارنة)، ط١، عمان : دار الحامد للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣، ص٦٤.

(٦) المرجع السابق ، ص٦٥ و د.خالد الشاوي، شرح قانون الشركات التجارية العِراقيَّ، ط١، بغداد: مطبعة الشعب، ١٩٦٨، ص١٤١.

(٧) ينظر الاستاذ محمد علي يوسف ، الحماية القانونية للأسم التجاري في العِراق ، مجلة القانون المقارن ، جمعية القانون المقارن العِراقية ، العدد (٣٤) ، ٢٠٠٤ ، ص ٧٣ .

(٨) نقض مدني، جلسة ١١ ديسمبر ١٩٩٧، السنة ٤٨، رقم ٢٧١، ص ١٤٥١، نقلاً عن د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط٦، القاهرة: دار النهضة العَربية، ٢٠٠٧، بند(٦٠٣)، ص ٨٠٦.

مع أسم (الصعيدي) المستمد من لقب المطعون هذه. مادام هذا الأسم مجرد من أسم اضافة مبتكرة، ومن ثم فأن هذا الأسم يعتبر أسماً تجارياً للمطعون ضده هذا وليس سمة تجارية لمنشأته(٩)).

المقارنة بين نظام الأسماء والعناوين التجارية للشركات:

يمكننا المقارنة بين نظامي الأسماء والعناوين التجارية من خلال أربعة أوجه، وهي كما يأتي:

- **الوجه الأول:** يتعلق عنوان الشركة التجاري بأسماءِ الشركاء فيها بينما يتعلق أسم الشركة التجاري بنشاطها الاقتصادي. لذا لايصحُ ذكر أسماء –في العنوان التجاري– لأشخاص ليسوا من الشركاء حتى لايحصل التمويه أو التدليس على الغير، فيعتقد الأخير إنهُ شريك في هذهِ الشركة ويتعامل معها على هذا الاعتبار، ثمَ تتضح لهُ خلاف هذهِ الحقيقة(١٠).أمَّا الأسم التجاري للشركة، فيتعلق بنشاطها لا بأسماء شركائها. لذا تجب الدقة في اختيارهِ وعدم تقليد أسماء الشركات التجارية المنافسة وإلا يُعتبر ذلك عملاً من اعمال المنافسة غير المشروعة أذا اتحدَ نوع نشاطها مع نشاط الشركة المنافسة أو قد يعتبر عملها عملاً طُفَيليَّاً، كما سنرى في بعض القوانين التي ليس القانون العِراقيَّ من إحداها، ولو لم يكُن نشاطها التجاري مشابهاً للنشاط التجاري للشركة المنافسة(١١).
- **الوجه الثاني:** تُجيز بعض القوانين، كالقانون المِصريَّ(١٢)أن يكون لشركات الأشخاص فضلاً عن عنوانها التجاري، أسم تجاري يُميزها من غيرِها من الشركات، في حين لاتوجد حكمة من ان يكون للشركة المساهمة –وهي أهم أنواع شركات الأموال– عنوان تجاري الى جانبِ أسمها التجاري، وذلكَ لأنَ العنوان

---

(٩) المرجع السابق، بند (٦٠٣)، ص٨٠٧، بقوله: ((فالأسم التجاري والعنوان التجاري يستخدمان لتحقيق هدف واحد {في حالة تمييز المتاجر عن بعضها البعض} الا وهو العمل على تمييز المحل التجاري عن{والصحيح لغةً:من} غيره منعاً للخلط او اللبس في المجال الصناعي والتجاري. كما ان لكل منهما قيمة مالية. ومن ثم يعتبر كل منهما عنصراً من عناصر المحل التجاري)). ويلاحظ الباحث في مؤلف الدكتورة سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، اقتصار بحثها للعنوان التجاري على (السمة التجارية) وليس على مفهوم تمييز شخص تاجر عن غيره من التجار ايضاً .

(١٠) يُنظر الاستاذ حسن جاد، شرح القانون التجاري العِراقيَّ، ج١ (مجموعة المحاضرات أُلقيت على طلبة الليسانس بكلية الحقوق سنة ١٩٤٠–١٩٤١)، بغداد: مطبعة التفيض الأهلية، بدون سنة طبع، بند (١٨٤)، ص٢٦٣ و د.علي حسن يونس، الشركات التجارية، القاهرة: دار الفكر العربيَّ، بدون سنة طبع، بند (٥٥)، ص٧٩.

(١١) سنشرح هذا الموضوع في هذا المطلب تحديداً.

(١٢) نصت المادة (٥) من قانون الأسماء التجارية رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١ المِصريَّ، على مايأتي:

((يكون عنوان شركة التضامن أسماً تجارياً لها. وللشركة ان تحتفظ بعنوانها الأول بغير تعديل أذا ضُمَّ شريك جديد لعضويتها.

ويكون عنوان شركات التوصية البسيطة والتوصية بالأسهم عنوان أسم الشركات ذات المسؤولية المحدودة أسماً تجارياً لها)).

التجاري لهذهِ الشركة يتعذر تحديده لأنهُ يتكون من أسماء الشركاء جميعاً الذي يتعذر تحديدهم لكثرتهم(١٣) ولسهولة التنازل عن اسهمهم فيها.

- **الوجه الثالث:** يكون الأسم التجاري الدال والمُعبر عن شركاتِ الاشخاص، لو أُضفَيَ عليها، مُجرداً من أية قيمة قانونية او عملية فيها. لذا فتتقدم هذهِ الشركات بعنوانها التجاري لا بأسمها التجاري(١٤). أمَّا الأسم التجاري الدال والمُعبر عن شركات الاموال فيكون مؤثراً على الشركةِ الدال عليها قانونياً وعملياً ولاسيما على معاملاتها ونشاطها مع غيرها من الاشخاصِ الطبيعيين او المعنويين.

- **الوجه الرابع:** يُؤدي وفاة أو انسحاب أحد الشركاء في شركاتِ الاشخاص الى تغييرِ عنوانها التجاري(١٥) إذ يجب ملاحظة ان العنوان التجاري للشركة متصل بأشخاص الشركاء، وهم اشخاص طبيعيون، لأنهُ يتكون من أسمائِهم. لذا وجبَّ تغييره كلما حصل تغيير في أشخاص الشركاء المؤسسين او المُنضَّمين لإحدى شركات الاشخاص (التضامنية والبسيطة والمشروع الفردي). في حين لايؤدي وفاة أحد الشركاء، ولو كان مؤسساً لها، أو انسحابهِ منها الى تغيير أسمها التجاري(١٦) وذلك لأنَ الأسم التجاري المُعطى لها من قبل الشركاء ثابت لايتعلق بأشخاصهم. وإنما يتعلق بنشاط الشركة ذاتها. فلو وجبَّ تغييره، فإنَ تغييره يُبنى على إعتبار آخر كمثل اندماج الشركة مع غيرها من الشركات أو انقسامها الى شركتين او أكثر او تحول نوعها الى نوعٍ آخر أو لمجرد رغبة الهيئة العامة لهذهِ الشركة بتغير أسمها التجاري الى أسم اخر، وهكذا.

حكم استخدام مصطلح (أسم او عنوان تجاري) مملوك لغير الشركة الدال عليها:

من المعروفِ بداهة، انه يجب ان يكون المصطلح الدال على نشاطِ شركة من شركاتِ الاموال دالاً على نشاطِها الاقتصادي، وهذا هو أسمها التجاري. امَّا المصطلح الدال على شركةٍ من شركاتِ الاشخاص فانمَّا يَدُّلُ على أسماءِ الاشخاص الطبيعين للشركاء فيها او على احدهم، وهذا هو عنوانها التجاري.

---

(١٣) ينظر د.علي حسن يونس، الشركات التجارية، المرجع السابق، بند (٥٥)، ص٨٠.

(١٤) ومع ذلك لايجوز ان يُضافَ مع الأسم المدني للتاجرِ الداخل في تركيبِ العنوان التجاري مايدل أو يوحي الى ان العنوان التجاري يمثل تجارة أكبر من حقيقتها، كراهيةً للمبالغة في تقويم حجم النشاط التجاري، لأنه يؤدي الى اخفاء هوية التاجر أو لايكشف عن حقيقة الشركة بشكّل واضح. للتفاصيل يُنظر د.خالد الشاوي، شرح قانون الشركات التجارية، المرجع السابق، ص١٤١.

(١٥) امَّا في القانون العِراقيَّ فيؤدي وفاة او انسحاب احد الشركاء في شركاتِ الاشخاص الى تغييرٍ وجوبي في الأسم التجاري لهذه الشركة (المادتان ٦٩/اولاً و٧٠/ اولاً من قانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل) أذ يجب ملاحظة ان المُصطلحَ الدَال على مختلفِ انواع الشركات العِراقية سواء أكانت شركات اموال ام شركات اشخاص هو أسم تجاري وليس عنوان تجاري بموجب احكام هذا القانون.

(١٦) يُنظر الاستاذ حسن جاد، شرح القانون التجاري، المرجع السابق، بند (١٨٤)، ص٢٦٥ و د.علي حسن يونس، الشركات التجارية، المرجع السابق، بند (٥٥)، ص٨١، هامش (١).

فالأسم التجاري للشركة يَدلُّ على نشاطِها وذمتها المالية المتميزة عن ذممِ الشركاء فيها ويقتصر استخدامه على شركاتِ الاموال بينما يدلُّ العنوان التجاري للشركة على أسماءِ الشركاء الاعضاء فيها ومن ثمَّ يقتصرُ استخدامه على شركاتِ الاشخاص. ونعتبرُ من جهتنا، دلالة هذه المصطلحات على الشركاتِ فرضيةً لبحثنا(١٧)، نُثبت مدى صحتها في المبحثِ الثاني، ونهدف من وراءِ اثباتها الوصول الى نتائج عملية أَغفلَ عنها المُشرِّع العراقيَّ.

فقد يستمدَ مؤُسسو الشركة التضامنية او شركة التوصية البسيطة عنوانها التجاري امَّا من العنوان التجاري لشركةٍ مجهولة الأسم وذلك مثل شركة المحاصة المستترة (١٨) او قد يُستمدُّ من أسم شخصٍ طبيعي غير مؤُسس لها اوغيرُ مُنضم اليها. امَّا الأسم التجاري للشركة المساهمة او المحدودة، خاصة كانت ام مساهمة، فلا يتصور اغتصابه وانمَّا يتصور الفكر القانوني المزاحمة او المنافسَّة غير المشروعة فيه او التَطَفُّل عليه، كما سنثبته تباعاً، ممَّا يؤدي الى خلقِ الالتباس بين الشركات وتعطيل النشاط الاقتصادي لها. فالعنوان التجاري للشركةِ التضامنية او لشركةِ التوصية البسيطة في كلتا الحالتين المشار اليهما انفاً يكون عنواناً مغتصباً من الشركةِ الحقيقية المنسوبة اليه أذا كانت هذه الشركة مجهولة الأسم وذلك مثل شركة المُحاصة المستترة او قد يكون مغتصباً من أسم شخصٍ طبيعي غير مؤسس لها او مُنضمٍ اليها، كما رأينا.

فأذا كان عنوان الشركة مُكَوَّناً من الأسمِ الشخص المغصوب لشخص ما غير عضو فيها او غير مؤسس لها. ففي هذه الحالة يكون لصاحب هذا الأسم الحق في مطالبة الشركة المغتصبة لأسمه المدني في المطالبة بالتعويض على اساسِ المسؤولية التقصيرية ومنع الشركة من استعمال أسمه في المستقبل (المادة ٤١ من التقنين المدني العِراقيَّ)(١٩) فأذا كان لأسمه المدني اعتبارٌ تجاري او سمعة تجارية معتبرة في السوق، ففي هذه الحالة يكون لصاحب هذا الأسم الحق في المطالبة ،فوق ذلك ،بالتعويض على اساسِ المنافسَّة غير المشروعة على ان لايقل التعويض المقدم اليه باي حال من الاحوال عن النسبةِ التي كانت تؤول اليه فيما لو كان عضواً حقيقياً في الشركة التي اغتصب الشركاء فيها أسم المدعي(٢٠)وهذا كله

---

(١٧) من الواضح ان هذا الموضوع ، سبق دراسته. ينظر د. محمد صالح بك ، شركات المساهمة في القانون المِصريَّ والقانون ومشروع قانون الشركات ، ط١، القاهرة : مطبعة جامعة فؤاد الاول ، ١٩٤٩ ، بند (٣٧٢)، ص ص (٢٦_٢٧)

(١٨) ينظر د. محمد صالح بك ، شركات المساهمة ، المرجع السابق ، بند(٧٣٢) ،ص ص (٢٦-٢٧)

(١٩) وهذا تطبيق للقواعد العامة للمسؤُولية التقصيرية . فقد نصت المادة (٢٠٤) مدني عراقِيَّ ، على ما يأتي : ((كلُّ تَعَدٍّ يُصيُبُ الغير بأي ضررٍ أخر غير ما ذكر في المواد السابقة يستوجب التعويض)).

(٢٠) اختلف فقهاء القانون المدني في جواز اعتبار الاعتبار التجاري او السمعة التجارية حصة في الشركة . فقد ذهب د. محمد كامل مرسي بك في مؤلفه: العقود المدنية الصغيرة ، ط٣، مصر : مطبعة فتح الله الياس نوري واولاده ، ١٣٦١ هـ ،١٩٤٢م، بند (٤١) ،ص٥٦ الى جواز الاخذ بها ، بقوله: ((ويصح ان تكون حصة الشريك الأسم او الاعتبار او النفوذ التجاري له . اما النفوذ السياسي فلايمكن ان يعتبر حصة الان الاتجر بالمصالح العامة يعرض الهيئة الاجتماعية للخطر)) . بينما عارض د. عبد الرزاق احمد السنهوري فكرة اعتبار (الاعتبار التجاري) او (السمعة التجارية) حصة في اي نوع من انواع الشركات في مؤلفه : الوسيط في شرح القانون

تطبيق للقواعد العامة التي جاء بها التقنين المدني العِراقيَّ (المادة ٢٠٤ منه). وذلك ان الغرضَ من التعويضِ في المسؤوليةِ التقصيرية (التي يمكن بَسَطَ حُكمِهَا على المُنافسَّةِ غير المشروعة في الاعمالِ التجارية ايضاً) هو ازالة الضرر. وازالة الضرر لا تتم الا بتعويض المدعي كما لو كان شريكاً حقيقياً في هذه الشركة التي أَتخذت أسمه المدني عنواناً تجارياً لها.

امَّا أذا كان الأسم التجاري لاحدى شركات الاموال يثيرُ التباساً في النشاط التجاري للشركةِ المُدعية بذلك وكان من شأن ذلك الالتباس ان يؤدي الى التضحيةِ بزبائنها ،فَيُعَدُّ ذلك منافسةً غير مشروعة.والمنافسة غير المشروعة شيء وغصب الأسم التجاري شيءٌ اخر ، لانه يوقع التباساً في ذهن الزبائن لتحويلهم نحو المشروع المنافس اي الشركة الاخرى(٢١) دون ان تنكر الشركة المعتدَّية ملكية الأسم التجاري العائد لهذا المشروعِ. وأذا اقتصر ادعاء الشركة بان الشركة الاخرى تقتفي اثرها من خلال مشروع اخر دون ان يصل اقتفاء هذا الاثر بالضرورة الى حد خلق الالتباس في ذهن الزبائن فأن ذلك يؤدي الى احداث مزاحمة غير مشروعة لها طبيعة خاصة تدعى بـ(المزاحمة الطُفيلية)(٢٢).

ففي دعوى اقامها البنك المتحد للأعمال، وهو شركة مساهمة لبنانية ،ضد شركة تتعاطى التجارة وسجلت كشركة محدودة المسؤولية، وهي شركة لبنانية ايضاً، بأسم الشركة المتحدة للاعمال، شركة محدودة (الذِمَّة) مدعياً فيها قيام الشركة التي تتحمل ذات الأسم بمزاحمة نشاطه الاقتصادي مزاحمة غير مشروعة. فدفعت الشركة المدعى عليها دعوى البنك المدعي بانها ليست في وضعية منافسة مع المدعي لاختلاف نشاط كل منهما ولاختلاف نوع الشركتين وموضوعهما الا ان القضاء اللُبنانيَّ، اعتبر ان فعلَ الشركة المدعى عليها وان كان لاينطبق عليه فعل المزاحمة غير المشروعة بمفهومها التقليدي، الا انه يعتبر من قبيل

المدني ، ج٥ (العقود التي تقع على الملكية) ، المجلد الثاني (الهبَّة والشركة والقرض او الدخل الدائم والصلح) ، القاهرة: دار النهضة العربية ، ١٩٦٢ ، بند (١٨٥) ص ٢٧١ ، بقوله : ((على اننّا نرى ان الحصةَ لايمكن ان تكون الا مالاً او عملاً . أذا كانت السمعة التجارية هي ثمرة العمل والنزاهة ، فأنها مع ذلك ليست مال)).

(٢١) وهذه صورة من صورِ المنافسَّة غير المشروعةِ قانوناً لا اتفاقاً. للتفاصيل يراجع د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، المرجع السابق، بند (٥٤٥) ، ص ص (٤٨٥-٤٨٦).

(٢٢) للتفاصيل يراجع د. حلمي محمد الحجار وهالة حلمي الحجار ، المزاحمة غير المشروعة في وجهٍ حديث لها الطفيلية الاقتصادية (*Le Parasitisme éconmique*) ، ط١ ، بيروت ، لبنان : منشورات زين الحقوقية ، ١٤٢٥،٢٠٠٤هـ، ٢٠٠٤م، بند (٣٩)، ص ص (١١٣-١١٢) د. جوزيف نحلة سماحة ، المزاحمة غير المشروعة (دراسة قانونية مقارنة) ، ط١،بيروت، لبنان : مؤسسة عِزْالدين للطباعة والنشر ،١٤١١هـ ،١٩٩١ م ، ص ٧٤ وما بعدها . و د.طارق كاظم عجيل ، الملكية العملية ، مجلة القانون المقارن ، جمعية القانون المقارن العراقية العدد (٥٥) ، ٢٠٠٨ ، ص ٧٠ وما بعدها.

التصرفات الطفيلية التي تربط مسؤولية الشركة على اساس المسؤولية التقصيرية باعتبارها أساساً لكلٍّ من دعوى المنافسة غير المشروعة قانوناً ودعوى المنافسة الطفيلية ايضاً (٢٣).

المطلب الثاني

مشكلة احلال احد المصطلحين محل الاخر

عالج المُشرِّع العِراقيَّ بنجاح مشكَّلَة استعمال الأسماء والعناوين التجارية للشركات بموجب قانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ المُلغى ، فأطلق على مصطلح الشركة التضامنية الدال عليها والمُعبّرَ عنها (العنوان التجاري). ويتألف هذا العنوان من أسماء جميع الشركاء او من أسم واحد منهم او اكثر مع اضافة كلمة (شركاؤه) او (شركاؤهم) او (شريكه) او مايفيد ذلك (المادة ١١/أ منه). بينما اطلق على مصطلح الشركة المساهمة الدال عليها والمعبر عنها (الأسم التجاري) . اذ اطلق المُشرِّع على الشركة المساهمة أسم مستمد من اغراضها او اية تسمية خاصة اخرى تكون مقبولة عليها بشرط ان تكون عارية من العنوان التجاري (المادة ٣٣ منه). ولايجوز ان يكون هذا الأسم مستمداً من أسمِ الشخص طبيعي الا أذا كان الغرض من استعماله هو استثمار براءة اختراع مسجلة قانوناً بأسمِ ذلك الشخص (المادة ٣٤/١منه).

وعندما الغى المُشرِّع العِراقيَّ هذا القانون فقد حَلَّ محله قانونٌ جديد لايرقى اليه وهو، قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ الذي لازال نافذاً لحد الان في اقليمِ كوردستان العراق، الذي الغى التمييز بين المصطلحين (الأسم التجاري) و (العنوان التجاري). وهذا القانون، وان كان يبدو للوهلة الاولى، أَكثرُ بَسَاطةً وأَقلُ تعقيداً من القانون السابق (اي من قانون الشركات التجارية رقم ٣١ لسنة ١٩٥٧ المُلغى)، الا انه يُعَزَى اليه تفشي النظام البيروقراطيَّ في تنظيمِ عمل الشركات واحلال السلطان الاعلى المباشر–وهو سلطان إداري– لمسجلِ الشركات على انشطةِ الشركات بجميعِ انواعها محلَّ السلطان القضائي (أي الرقابة العملية للقضاء الوطنيَّ) على الشركاتِ وولايته على انشطتها وقراراتها. وهذا ما يُفَسرُ لنا قلَّةَ دعاوى الشركات المعروضة امام القضاء العراقيَّ في وقتِ نفاذه ان لم نقل ندرتها خلال عقدي الثمانينات والتسعينات من القرن السابق.

ان قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ (المُلغى) عالج مشكلة الاصطلاحات معالجة مقتضبة، فالغى مفهوم العنوان التجاري لشركات الاشخاص وحَلَّ محَلَّهُ مصطلح الأسم التجاري لجميع الشركات سواء أَكانت شركات اشخاص ام شركات اموال.

وقد أنتبه الى هذه المشكلة، في حينه، رأَيٌ من الفقه ونبه اليها: فهل ان القانون الجديد وحدَّ الامرَ بين العنوان التجاري والأسم التجاري ، فالغى العنوان والزَمَ ان يكون لكلِّ شركة أسم(٢٤)،ام اقتصر

---

(٢٣) ينظر قرار الغرفة الثانية لدى محكمة الدرجة الاولى في جبلِ لُبنان الصادر بالعدد ٢٣ في ٢٠٠٠/١٠/٣٠ اشار اليه د. حلمي محمد الحجار وهالة حلمي الحجار ، الطفيلية الاقتصادية ، المرجع السابق ، ص ٩٤ وما بعدها.

(٢٤) كتب أُستاذنا د. لطيف جبر كوماني في كتابِه : الوجيز في شرح قانون الشركات الجديد رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ ، ط١، بغداد : مطبعة العمال المركزية (ساعدت الجامعة المستنصرية على طبعه

استخدامه للأسماء التجارية للدلالة على انواع الشركات كافة واستعماله مصطلح العنوان الاستعمال العرفي الدال على المكان المادي لمركز إدارة الشركة؟ وتأبى المصطلحات القانونية عن بيان المأزق الذي احدثه تشريع قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ (المُلغى)، اذ الغى المُشرِّع العِراقيَّ مراحل التقدم كافة التي بلغتها تشرِّيعات النشاط التجاري في العراق ومنها تشريع الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ المُلغى، وما يهمنا منه الغاءَهُ مصطلح ((عنوان الشركة التجاري)) الدال على شركات الاشخاص وبضمنها شركات التوصية البسيطة وأن يحلَّ محلَّهُ مصطلح واحد، لايعبر عن مكنون الشركات بكافة انواعها، وهو مصطلح (الأسم التجاري). اما العنوان، في قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣الُملغى، فيراد به المكان المادي لمركز ادارة الشركة او الموطن القانوني لها. وكان الافضل على المشرع ان يستعمل المصطلح القانوني الصحيح الدال على المكان المادي لمركز الادارة، وهو الموطن، بدلا عن المصطلح اللغوي (العنوان)؟

وبالنسبة للشركاتِ المحدودة او التي كانت معروفة في ظل قانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ المُلغى، بالشركات ذات المسؤولية المحدودة. فكان القانون المشار اليه انفاً يُعطي الخيار لمؤسسِّي هذه الشركة في اتخاذ أسم تجاري او عنوانٍ تجاري لواحدٍ منها أو للاثنين معاً (المادة ١٩٢ منه) بخلاف قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ (المُلغى) وقانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل النافذ الذي اقتصر على مصطلح واحد عليها (الأسم التجاري)([24]).

) ، ١٩٨٦ ، ص ص (٢٥-٢٦) مايأتي : ((اما النوع الثاني من الشركات – شركات الاموال وبالذات الشركات المساهمة – فهي شركات ليس لها عنوان ، ولاضرورة لمعرفة الشركاء فيها ، كما ان طبيعة هذا النوع من الشركات لاتسمح بذكر أسماء الشركاء في العنوان ، بسبب العدد الكبير منهم ولعدم الترابط بين ديون الشركة والذمة المالية للشركاء وعلى ذلك يقتضي ان يكون لها أسم ، والذي يستمد اما من اغراضها او مبتكراً وفي كل الاحوال لايتضمن أسم شخص طبيعي ، عدا حالة ما أذا كان غرض الشركة لمستثمر براءة اختراع (م ٣٤/أ) والقانون الجديد وحدَّ الامر بين العنوان والأسم فالغى العنوان والزم ان يكون لكلِّ شركة أسم (م ١٣/اولاً) امَّا العناصر التي يتكون منها فانه يستمدُّ في كلِّ الاحوال من نشاطِ الشركة بالنسبة لجميع الشركات مع ذكر نوعها – مساهمة، محدودة، تضامنية، مشروع فردي، بسيطة – ، يضاف الى ذلك بالنسبة لشركات الاشخاص – التضامنية، المشروع الفردي، البسيطة – أسم احد الشركاء والاتداخلت الأسماء وصعب التمييز بين شركة واخرى)) وانتقد الاستاذان د.باسم محمد صالح و د.عدنان احمد ولي العزاوي في مؤلفهما المشترك : الشركات التجارية ، وزراة التعليم العالي والبحث العلمي الموصل : مطابع جامعة الموصل ، ١٩٨٩، بند (٥٢) ،ص٦٣، هذا الرأي بقوليهما ما يأتي : ((عنوان الشركة وكما ارادَ المُشرِّع من خلال نص المادة (١٩٣) المذكورة اعلاه الى (المكان المادي) بمعنى المركز الرئيسي المتخذ لمباشرة النشاط المعتاد للشركة من قانوني او اداري . وبهذه الصورة يختلط العنوان بموطن الشركة . فعنوان الشركة لايعني هنا الأسم المتخذ لغرضِ اجراء المعاملات التجارية والتوقيع به على المراسلاتِ المتعلقة بالنشاط التجاري. وليس هو بعنصر ذاتي او توقيع لصاحبه ، كما رأينا عند دراستنا للأسم التجاري او العنوان التجاري بل هو المكان المادي للشركة)).

(٢٥) ينظر د. طالب حسن موسى ، ملاحظات في قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ (بحث مستل من مجلة القضاء) ، بغداد : مطبعة واوفيست الشعب ، بدون ذكر لسنة الطبع ، ص ١٨ و د. مصطفى رجب ، حول الأسماء والعناوين التجارية (دراسة مقارنة) مجلة القضاء ، نقابة المحاميين العراقيين ، العددان الاول

وعلى أية حال من الاحوال ليس تمييز استعمال الأسم التجاري من العنوان التجاري في الشركة لغزاً من الالغاز وانما هو مسألة ذهنية ترتبط بخيالِ المُشرِّع. الا ان مُشرِّعنا العِراقيَّ جعلَ منها امراً شائكاً بسبب اندفاعه وراء اقتضاب النصوص وحصر النشاط الاقتصادي للشركات على ما هو منصوص عليه في القوانين التي اعقبت قانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧المُلغى،وبحدود مارسمته هذه القوانين من احكام، ممَّا ادى الى احداث الفوضى والارباك في القطاع التجاري بصورة غير مباشرة(٢٦)كما ادى ايضاً الى انكماشِ مساحة السمعة التجارية التي كان يتمتع بها التُّجَّار والصناعيون والحرفيون على حساب الفئات الدخيلة عليهم التي سَاهمت بتخريبِ نشاطهم. فالعنوان لغةً هو ما يكتب في الرسالة على غلافها من أسم المرسل اليه ومحل اقامته(٢٧)وفي معنى لغوي اخر لها هو ما يدل ظاهرهُ على باطنه اذ يقال: ((الظاهر عنوان الباطن)) اي دليله. ومنه عنوان الرسالة اي ما كتب على ظهرها او غلافها من أسم الشخص الذي كتب الرسالة اليه ومحل اقامته(٢٨).

ومصطلح (مكان الاقامة) يُعبرُ عنه اصطلاحاً بالموطن. ولابأس على التاجر ان يستعملَ مكان اقامته عنواناً تجارياً لمراسلته الذي يتميز به من اقرانه من التجَّار. ولكن يبقى العنوان التجاري للتاجر او الشركة من شركات الاشخاص شيء والعنوان (اي مكان الاقامة) او الموطن شيء اخر لانهما مختلفان تماماً(٢٩).

امَّا الشركات، بصورة عامة، فهي نتاج الاشخاص الطبيعيين، في الوهلة الاولى، اذ يخلق الشخص الطبيعي، على حد عبارة الدكتور مصطفى الجمَّال ((الشخص المعنوي فيكون مملوكاً له، ثم يدفع اليه بأمواله ليقوم بأستثمارها فيما يخصصه لها من اغراض، تحت اشرافه، فأذا ما حقق الشخص المعنوي ثمرة من

والثاني ، السنة ١٨،١٩٦٠ ،ص ٣٥٧ ، بقوله : ((نحى المُشرِّع العِراقيَّ منحى القانون الالمَانيَّ حينما اجاز للشركة ان تتخذ لها أسماً مستمداً من اغراضها او من أسم شخص طبيعي واحداً او اكثر مع الاشارة دائماً الى المسؤولية المحدودة للشركاء او السبب في هذه الحرية في الاختيار هو ان الشركات ذات المسؤولية المحدودة تجتمع بين دفتيها خصائص من شركات الاموال واخرى من شركات الاشخاص)) .

(٢٦) لأنها غير محكومة بقاعدة السبب والنتيجة المباشرة المؤدية اليها.

(٢٧) ينظر مادة (عنوان) في معجم : رائد الطلاب ، جبران سعدد ، ط ٦، بيروت لبنان : دار العلم للملايين ، ١٩٩٩، ص٥٧٥.

(٢٨) ينظر مادة (عَنْونَ) في معجم : المنجد في اللغة والاعلام ، ط٣٠، بيروت : المكتبة الشرقية ، ١٩٨٨، ص٥٣٤.

(٢٩) وفي هذا المعنى نجد ان د. فوزي محمد سامي ، في كتابه : شرح القانون التجاري الأُردنيَّ ،ج١،ط٢، عمان : مكتبة ودار الثقافة للنشر والتوزيع ١٩٩٦، ص ١٥٧ كتب ما يأتي : ((الهدف من اتخاذ العنوان التجاري هوأيجاد وسيلة لتميز التاجر عن غيره من التجار وعلى التاجرِ ان يكتبَ عنوانه على مدخل متجره)) .

ذلك كانت مملوكة له من الناحية القانونية ولكنها تعود الى الشخص الطبيعي في النهاية باعتباره مالكاً للشخص المعنوي ذاته))((فهل يطلق على الشركةِ أسم تجاريٌ او عنوانٌ تجاريٌ للتعبير عن ماهيتها؟

لقد افترضنا في مقدمةِ الموضوع ان الأسمَ التجاري يطلقُ على شركاتِ الاموال وان العنوان التجاري يطلق على شركات الاشخاص وان استغناء المُشرِّع العِراقيَّ عن مصطلح (العنوان التجاري) يعود سببه الى خطأ فادح في اضفائِه المعنى اللغوي للعنوان على معناه الاصطلاحي وتفسيره له بالمكان المادي لمركز ادارة الشركة الذي هو بالحقيقة الموطن القانوني لها، هذا فضلاً عن اعتقاد المُشرِّع بأن الأسم التجاري للشركة يشمل ويستوعب انواع الشركات كافة سواء اكانت شركات اشخاص (التضامنية والمشروع الفردي والشركة البسيطة) ام شركات اموال (المساهمة والمحدودة الخاصة والمختلطة بما فيها الشركة المحدودة والمكونة من شخص واحد).

ان اقتصارَ المُشرِّع العِراقيَّ على مصطلحِ (الأسماء التجارية) للشركاتِ وما صاحبه من تحولٍ سياسي وميلٍ سياسي شديد الى نقدِ نظام السوق التجاري برمته دون عدالة في انتقاده في حينِه (على الرغم من عدم قناعتنا بجدوى اليات نظام السوق الحُر على اطلاقِه دائماً) أدَّى الى عِزوُفِ التُجَّار والصناعيَّن والحرفيَّن بشكلٍ غير مباشر عن تأسيسِ الشركات التضامنية الشخصية ولاسيما بعدَ أن كان ينظر اليهم . وهم اصحاب المصالح التجارية والصناعية الحقيقية بالطبقةِ الرأسمالية الجشعة ،ممَّا اساء الى سُمعةِ نشاطِهم التجاري والصناعي في العِراق لحد الان.

---

(٣٠) هذا ما كتبه د. مصطفى الجمال في مؤلفه : نظام الملكية في القانون اللبنانيَّ والمقارن (حق الملكية) ، الاسكندرية : دار الجامعة ، ١٩٨٥ ، بند (١١)، ص ٢٥.

المبحث الثاني

اثبات استخدام المصطلح الاكثر تطابقاً للتعبيرِ عن ماهية الشركة

تُعتَبرُ الشركة، اياً كان نوعها، خليطاً من الاشخاص والاموال المُجمَّعة لغرضٍ معين وهو غرض تحقيق الربح. لذا لامفرَّ من تأثيرِ نوع الشركة على المصطلح الذي تصطبغ به. فالشركة التضامنية توضع تحت اطار عنوان تجاري وهو الأسم الثلاثي لابرز احد الشركاء فيها ان انفردَ بوضعِ أسمه المدني او لجميع الشركاء المكونين لها أذا اجتمعوا في كتابةِ أسمائها امَّا الشركة المساهمة او المحدودة فتسمى بأسمٍ تجاري ومِنْ ثُمَّ تصطبغ به بشرط أن يتفقَ مع نشاطِها التجاري او الخدمي(٣١)فأذا طرحنا مصطلحين يُعبران عن شركتين مختلفتين فكيف نستطيع ان نميزَ الأسم التجاري من العنوان التجاري؟ وجواباً عن هذا السؤال نقول: أذا وجدَّ في الشركة أسماً مدنياً دالاً عليها ومميزاً لها من غيرها من الشركات الاخرى فأن دلالة هذا الأسم تدل على كونها شركة من شركات الاشخاص، وبوجه خاص من شركات التضامن، والأسم المدني، سواء اكان أسماً لاحد الشركاء فيها (وهذا هو الوضع الشائع فيها) او لم يكن (وهذا هو الوضع النادر الوجود لها)، يكيف قانوناً بالعنوان التجاري لها. وسنطلق على هذه الفكرة مصطلح ((**الاعتبار الأسمي**)). ونقصد به أثر المصطلح المعطى للشركة للدلالة على نوعها. وهذا الاعتبار محدود ولايعمل به الا في شركاتِ الاشخاص. وأذا خلا أسم الشركة من أسم مدني لاحد الشركاء فيها (وهذا هو الوضع الغالب لمعظم الشركات غير القائمة على الاعتبار الشخصي) وكان دالاً على نشاطها التجاري فأن نوع الشركة يكون من شركات الاموال. وسنطلق على هذه الفكرة مصطلح ((**الاعتبار التكويني**)) ونقصد به تاثير نوع الشركة على المصطلحِ الذي تصطبغ به وهو نفسه المصطلح الذي يميزها من غيرها من الشركات.

والحقيقة يوجد امام هذا التمييز عائقان: الشخصية المعنوية للشركة(٣٢)ذمتها المالية. فأياً كانت هذه الشركة واياً كان نوعها فلا بد ان يكون لها شخصية معنوية وذمة مالية تَحدُّ من نضوجِ الاعتبار

---

(٣١) كتب د. مصطفى رجب، حول الأسماء والعناوين التجارية، المرجع السابق، ص٣٨٥، مايأتي: ((تقضي المادة ٣٣ من قانون الشركات التجارية {رقم ٣١ لسنة ١٩٥٧ المُلغى} بانه: يطلق على شركة المساهمة أسم مستمد من اغراضها او تسمية خاصة مقبولة تطلق عليها وتكون عارية عن العنوان)). وقول المُشرِّع وتكون عارية عن العنوان يشير الى الاساس الذي يستند اليه في التفرقة بين الأسم و العنوان. ولم يجزْ المُشرِّع استعمال أسم شخص طبيعي في أسم الشركة الا أذا كان غرض الشركة استثمار براءة اختراع مُسَجلة قانوناً باسم ذلك الشخص..... أما القانون السويسريَّ فقط اطلق الحرية للشركات المساهمة في ان تختار أسمها وخصوصاً استعمال أسماء الاشخاص في الأسم ولا يشترط ذكر عبارة شركة مساهمة الا أذا كان الأسم يتكون من الأسم الشخصي لاحد المساهمين وذكر أسم احد المساهمين امر مشروع أذا كان هذا الشخص ذا علاقة بالشركة وقت التسمية. ومن المُفضل ان لاتتخذ شركة المساهمة الا أسماً واحداً مهما كان عدد المؤسسات التي تديرها وتملكها)) .

(٣٢) تتمتع الشركة ، اياً كان نوعها، شركة اشخاص ام شركة اموال، بالشخصية المعنوية. الا ان الدكتور باسم محمد صالح يشكك في شخصية شركة المشروع الفردي المعنوية ويضع امامها علامة استفهام (؟) للتفاصيل يراجع له : مدى تكامل الجوانب القانونية والعملية لاحكام قانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ ، مجلة كلية

الشخصي والاعتبار التكويني لها بأعتبارها سبباً للخلط بين ذمة الشركة المالية وبين شخصيتها المعنوية، او بعبارة اخرى بين كونها صاحبةً للحق ومالكةً له من جهة وبين كونها موضوعاً للحق ينصبُ على ذمتها المالية من جهة اخرى.

المطلب الاول

الاعتبار الشخصي لشركات الاشخاص

فكرة الاعتبار الشخصي:

اذا ورد في مصطلح الشركة الدال عليها والمعبر عنها أسماء الشركاء المكونين لها او أسم احدهم من ذكر عبارة (شركاؤه) فأن الشركة تُعَدُّ من قبيلِ شركات الاشخاص، وذلك لان المصطلح المعبر عنها يَدلُّ على ماهيتِها(٣٢)ومن ثم فأن التكييف القانوني للمصطلح الدال عليها يعتبر عنواناً تجارياً لها. ويصح ذلك على شركات التوصية البسيطة ايضاً التي لم يأخذ بها المُشرِّع العِراقيَّ في قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ (المُلغى) وقانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل النافذ حالياً(٣٣)

الحقوق ، جامعة النهرين ، المجلد ٦ ، العدد ٩، ١٤٢٣ هـ ، ٢٠٠٢م ، ص٦ بينما يؤكد الدكتور منذر عبد الحسين الفضل، على تمتع شركة المشروع الفردي بالشخصية المعنوية . يراجع له: المشروع الفردي في قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ (شركة الشخص الواحد) مجلة القانون المقارن، جمعية القانون المقارن العراقية ، العدد (٢٠) ، السنة ١٣ ، ١٤٠٧ هـ ، ١٩٨٧ م ، ص ٢٣٢.

(٣٣) امَّا الفقه فيكاد يجمع على دلالةِ نوع الشركة على المُصطلحِ الذي تصطبغ به ، وهو عكس ما ذكرناه في المتن اعلاه . فالفقه لا يستند ، كما صرحنا به في المتن ، على دلالةِ المصطلح على ماهية الشركة في جميع الاحوال – وسنثبت دلالة المصطلح على ماهية الشركة الدالة عليه – فأذا كانت الشركة من شركات الاشخاص فيجب ان يذكر فيها أسماء الشركاء المكونين لها او أسم احدهم مع ذكر عبارة (وشركائه) . وهذه الدلالة ، هي دلالة نوع الشركة على أسمها . ويقابلها دلالة اخرى ، نحاول جاهدين اثبات صحتها، وهي دلالة أسم الشركة على نوعِها .وهي دلالة غير مألوفة بعد لحد الان. والحقيقة ، كما صرحنا بها ، ان الفقه يأخذ بدلالة نوع الشركة على أسمها ، وهي خلاف ما ذكرناه في المتن ، ينظر في هذه الدلالة:

- د. محمد الكيلاني الموسوعة التجارية المصرفية ، المجلد الثاني (التشريعات التجارية الالكترونية) (دراسة مقارنة) ، ط١ ،عمان : دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧ ، ص ٣٢٩.
- د. فوزي عطوي ، الشركات التجارية في القوانين الوضعية والشرِّيعة الاسلامية ، ط١، بيروت : منشورات الحلبي الحقوقية ، ٢٠٠٥، ص٧٧ .
- د. صلاح زين الدين ، شرح التشريعات الصناعة و التجارية ، المرجع السابق ،ص٢٠٤ ،ص٢٣٢.
- ومع ذلك نجد الاساتذة عليان الشريف وفائق شقير ورياض الحلبي ومحمد الباشا ، في مؤلفهم المشترك : مبادئ القانون التجاري ،ط١، عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ١٤٢٠هـ ، ٢٠٠٠م ، ص١٠١ يذهبون الى ان شركة التضامن تتميز عن غيرها من الشركات الاخرى بعنوانها التجاري لان العنوان التجاري يدل عليها وعلى مراسلاتها وتصرفاتها القانونية المنسوبة اليها.

(٣٤) والحقيقة ان المُشرِّعَ العِراقيَّ لم يعالج حالة شركة التوصية البسيطة ، وكذلك لم يعالج حالة شركة التوصية بالاسهم فالشركة من النوع الاول من شركات الاشخاص اما الشركة من النوع الثاني فمن شركات الاموال . وان

وعلى أية حال فإنَ شركة التوصية البسيطة، تتكون من فئتين من الاشخاص:

- **الفئة الاولى:** الشركاء المتضامنون الذين يحق لهم دون سواهم ان يقوموا بادارةِ اعمال الشركة وهم مسؤولون عن ديونها بصفتهم الشخصية وعلى وجه التضامن بموجب احكام المادة (١٩/اولاً) من قانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ المُلغى.
- **الفئة الثانية:** الشركاء الموصون الذين لايلتزمون الا بدفع رأس مال الشركة ابتداءً(٣٤) (المادة ١٩/ثانياً من قانون الشركات التجارية رقم ٣١ لسنة ١٩٥٧ المُلغى).

وشركة التوصية البسيطة على الرغمِ من تكوينها من فئتين من الشركاء فانها تُعَدُّ مع ذلك من قبيل شركات الاشخاص لا من شركات الاموال. ويُكَيَّف المصطلح الدال عليها والمعبر عنها بالعنوان التجاري(٣٦) (المادة ٢٠/أ من قانون الشركات التجارية رقم ٣١ لسنة ١٩٥٧ المُلغى) .وأذا تسامح الشريك الموصي بادراجِ أسمه في عنوان الشركة أصبح مسؤولاً عن ديونها كشريك متضامن تجاه الغير حسن النية (المادة ٢٠/ب في قانون الشركات التجارية رقم ٣١ لسنة ١٩٥٧ المُلغى).

اثر الاعتبار الأسمي على الشركة :

يكيَّف المصطلح الدال على احدى شركات الاشخاص بالعنوان التجاري لها، وهذا يعني تغليب الصفة الشخصية المعنوية للشركة على ذمتها المالية (الصفة الشيئية)(٣٧) على سبيل المثال اتجه رأي من

حصر المُشرِّع العِراقيَّ لانواع الشركات في الحالات الاتية : (التضامنية، والمشروع الفردي والبسيطة والمساهمة والمحودة من شخص واحد) على الرغم من اهميتها فهي لاتخدم واقع التجارة في العراق اذ خلت من نظام شركات التوصية البسيطة وشركات المحاصة . ينظر د. باسم محمد صالح ، مدى تكامل الجوانب القانونية والعملية . .....، المرجع السابق ، ص٨ .

(٣٥) للتفاصيل يُنظر د.أكرم ياملكي، الوجيز في شرح القانون التجاري العِراقيَّ، ج٢ (في الشركات التجارية)، ط٢ (المُعدلة)، بغداد: مطبعة العاني، ١٩٧٢، بند (٥٣)، ص٩٢ و د.لطيف جبر كوماني، النظام القانوني للشركة البسيطة في القانون العِراقيَّ، مجلة دراسات قانونية، بغداد: بيت الحكمة، العدد (٢١)، ٢٠٠٧، ص٢٣.

(٣٦) ويقابلها في القوانين العربية ، النصوص الاتية :

(١) المادة ٢٢٨ من قانون التجارة البرية اللبنانيَّ رقم (٣٠٤) لسنة ١٩٤٢ المعدل.

(٢) المادة ٢١٣ من قانون التجارة السُوريَّ رقم (١٤٩) لسنة ١٩٤٩ المعدل .

(٣) المادة ٣ من قانون شركات المساهمة وشركات التوصية بالاسهم والشركات ذات المسؤولية المحدودة المِصريَّ رقم (١٥٩) لسنة ١٩٨١ .

(٤) المادة ٤٨ من قانون الشركات التجارية العُمَانيَّ رقم (٤) لسنة ١٩٧٤ المعدل.

(٣٧) يصعب الفصل او التمييز بين الذمة المعنوية والشخصية القانونية للشخص الطبيعي ، فكيف يكون التمييز بينهما في الشركات والجمعيات ؟ فهذه مسألة عسيرة يجب ان نرجح احدهما على الاخرى ، في بعض الاحيان. حتى نتمكن من تحديد نقطة التوازن بينهما . لا بل ان التمييز بين الاشخاص (*personals*) والاشياء (*things*) أصبح مسالة عسيرة في بعض الفروض ، فهل يُعَدُّ الجين البشري شخصا ُام شيئاً له قيمة مالية ؟ بنظر د. عامر القيسي ، الماهية القانونية للجين البشري (محاولة لسبر اغواره) مجلة القانون المقارن ، جمعية القانون المقارن العِراقية ، العدد ٤٣ ، ٢٠٠٦ ، ص٨١ وما بعدها .

الفقه الى القول بأن : ((عنوان شركة التضامن هو الذي يميزها من غيرها من الشركات الاخرى، لان العنوان يدل على شخصية التاجر. والعنوان التجاري يستعمل عند ممارسة العمل التجاري حيث تتم بموجبه المراسلات التجارية وتوقيع العقود والامور القانونية التي تقوم بها الشركة))(٣٨).

والحقيقة لقد بقيت على الفكر في مراحله الاولى مرحلة واحدة لم يصل اليها بعد: مرحلة استنباط نوع الشركة من المصطلح الدال عليها: فأذا سميت الشركة بأسم احد شركائها او جميعهم فان أسمها يُكيَّف قانوناً بالعنوان التجاري لها ويكون نوعها شركة اشخاص دائماً.

ويبدو ان التقنين التجاري اللُبنانيَّ قد أقترب الى صناعةِ هذه القاعدة بموجب المادة (٥٣) منه(٣٩) بخطوات كبيرة قياساً على التطور الذي وصل اليه قانون الشركات العِراقيَّ رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل النافذ(٤٠)، الذي ما زال بعيداً عن مراحلِ التطور التي وصل اليها القانون اللُبنانيَّ. ومع ذلك لم يبلغ اي تشريع هذه المرحلة، على الرغم من وضوحها. والسبب في ذلك يَعُودُ الى اغفالِ الاجابة عن السؤالِ الاتي: هل تعدُّ الشركة مالكةً للحق ام هي محلٌّ له؟ وبدورنا نجيب عن هذا السؤال بالقولِ: ان صاحبَ الحق اي المالك له الشركة نفسها سواء اكانت هذه الشركة تضامنية ام بسيطة ام مشروعاً فردياً. امَّا محلُّ الحق فيقصد به محلُّ الالتزام الذي ينشغل به المدين لهذه الشركة. وهو السبب المنشئ لالتزامه الذي يؤديه الى الشركة الدائنة له. وهذا المدين لايخلُ من ان يكون شخصاً أرتبط بعلاقة التزام مع الشركة، كأن يكون مديناً لها فيحكم التزامه المصدر المنشئ له، كأن يكون عقداً او ارادة منفردة او عملاً غير مشروع او اثراء بلا سبب او نصاً في القانون. وان كان شريكاً فيها فأن محل الحق المقرر للشركة او لدائنيها تجعل ذمة الشريك المالية مشغولة به لانه ملتزم بالوفاء للشركةِ بالحصةِ التي تعهد بتقديمها اليها في حالِ نجاح تأسيسها ولاسيما أذا أَصدرَ مُسجل الشركات لها شهادة بشأنها (شهادة التأسيس) كما تتشغل ذمة الشريك ايضاً بديون الشركة مع بقية الشركاء، فيها لانهم متضامنون بالوفاءِ بديونها التي هم شركاء فيها، الا ان ميعادَ هذا الالتزام لايجعل

---

(٣٨) يُنظر الاساتذة عليان الشريف شقير ورياض الحلبي ومحمد الباشا ، مبادئ القانون التجاري ، المرجع السابق ، ص١٠١.

(٣٩) نصت المادة (٥٣) من قانون التجارة البرية (اللُبنانيَّ) الصادر المرسوم الاشتراعي رقم (٣٠٤) في ١٩٤٢/١٢/٢٤ على مايأتي : ((كُلُّ شريك في شركةِ تضامن يُعَدُّ كأنه يتعاطى بنفسه التجارة تحت عنوان شركة ، فكل منهم يكتسب صفة التاجر القانونية . وافلاس الشركة يؤدي الى الافلاس الشخصي لكلٍّ من الشركا ء)).

(٤٠) نصت الفقرتان (ثالثاً) و (رابعاً) من المادة (٦) من قانون الشركات (العِراقيَّ) رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل ، على ما يأتي : ((ثالثاً – لايقل عدد الاشخاص الطبيعين الذين يكونون شركة تضامنية ، عن شخصين ولايزيد عددهم على خمسة وعشرين شخصاً ، يكون لكل منهم حصة في رأس مال الشركة ، ويتحملون متضامنين المسؤولية الشخصية غير المحدودة عن جميع التزامات الشركة . رابعا : – المشروع الفردي – شركة تتألف من شخص طبيعي واحد يكون مالكاً للحصة الواحدة فيها ومسؤولا مسؤولية شخصية وغير محدودة عن جميع التزامات الشركة)).

ذمم الشركاء مشغولة به الا منذُ ميعاد انذار الدائن لهذه الشركة (والتي نقصد بها الشركة التضامنية) بضرورةِ الوفاء بديونها (المادة ٣٧ من قانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل)(٤٠).

وعليه فأن المصطلح الدَال على الشركةِ يُكيَّفُ بأنَّه عنوان تجاري لها لكونه يميِّزها كشخصٍ معنوي من غيرها من الاشخاص المعنويين الاخرين. وان صدق الفرضية القائلة: ((يكيَّف المصطلح الدال على احدى شركات الاشخاص بانه عنوان تجاري لها))،

يترتب في ضوئهِ نتيجتان:

- **النتيجة الاولى:** تعتبر هذه الشركة مالكة للحق وليست موضوعاً او محلاً له.
- **النتيجة الثانية:** تعتبر صفة الشخصية المعنوية لهذه الشركة متغلبة على الذمة المالية (اي على الصفة الشيئية).

المطلب الثاني

الاعتبار التكويني لشركات الاموال

سبق وان المحنا بانه أذا كان المصطلح الدال على الشركة مستمداً من الأسم المدني لاحد شركائها فأن الشركة تعتبر شركة من شركات الاشخاص عموماً ومن شركات التضامن على وجه الخصوص. ويكيَّف المصطلح الدال عليها بالعنوان التجاري وهذا هو الاعتبار الشخصي في شركات الاشخاص المتضمن دلالة المصطلح (اي العنوان التجاري) على نوعها، ولكن يقف الى جانب الاعتبار الشخصي (او الأسمي) لشركات الاشخاص، اعتبار اخر يدعى بالاعتبار التكويني للشركة. وهذا الاعتبار يعكس ماهية الشركة على أسمها لانه يُعّبرُ عن الشركة بصفتها مالكة للحقوق المالية ومدينةً بقيمة الاسهم المكونة لها(٤١) وهذا يعني

---

(٤١) التي نصت على ما يأتي : ((اولاً – لدائني الشركة التضامنية مقاضاتها او مقاضاة اي شريك كان عضواً فيها وقت نشوء الالتزام ، ويكون الشركاء ملزمين بالايفاء على وجه التضامن ، ولايجوز التنفيذ على اموال الشريك قبل انذار الشركة .

ثانياً – لدائني المشروع الفردي مقاضاة مالك المشروع او مالك الحصة فيه ، وتعتبر امواله (او اموالها) ضماناً لديون المشروع ، ويسمح له حجز امواله دون انذار المشروع وفقاً للأجراءات القانونية المعمول بها والمطبقة)) .

(٤٢) وكان قانون الشركات التجارية (العِراقيَّ) رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ الملغى يجيز ان يكون المصطلح المعبر عن شركاتِ الاموال عنواناً تجارياً في حالتين استثنائيتين منه:

اولاً : عندما يكون الغرض من المصطلح الدال على احدى شركات الاموال التجارية استثمار براءة اختراع مسجلة قانوناً باسم ذلك الشخص (المادة ٣٤/ من قانون الشركات التجارية رقم ٣١ لسنة ١٩٥٧ المُلغى) . ولم يأخذ قانون الشركات (العِراقيَّ) رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ بهذ الحكم رغم كثرة التعديلات على مواده (يراجع الامر رقم ٦٤ لسنة ٢٠٠٤).

ثانياً : عندما تكون الشركة ، شركة توصية بالاسهم (او شركة توصيه مساهمة) على حد عبارة المادة (٢٣) من قانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ الُملغى.

امَّا المُشرِّع المِصريَّ فأخذ بالاتجاه نفسه الذي اخذ به المُشرِّع العِراقيَّ . فشركة التوصية بالاسهم هي شركة يتكون رأس مالها من حصة او اكثر ملكها شريك متضامن او اكثر . واسهم متساوية القيمة يكتتب فيها مساهم او

استغراقه الاعتبار الأسمي، لان المدين برأس مال الشركة هي الشركة نفسها ههنا. ومن البديهي في هذا الاعتبار، هو تجاوزه لاي اعتبار او ائتمان تجاري لاي شريكٍ فيها لانه يعكس تركيب الشركة على المصطلح الدال عليها كما يتضمن دلالة لذات المصطلح على تركيبها وتكوينها ونوعها من الجهة الاخرى ايضاً.

والشركات التي لايكون المصطلح الدال عليها مستمداً من أسماء الشركاء والمؤسسين لها او المنضمين اليها تكون من قبيل شركات الاموال لان المصطلح الدال عليها انما يدلُّ على نشاطها التجاري. ونشاطها التجاري لايتعدى الحدود التي يتضمنها المصطلح المعبر عنها، فضلاً عن القيود الاخرى الواردة في عقد تاسيسها، وهي قيود تعبر عن المصطلح نفسه الذي تترجم الفاظه اللغوية الى احكام قانونية.

وشركات الاموال، في القانون العِراقيَّ، على خمسةِ اشكال، كلها تعمل في نطاق الاعتبار التكويني لها، وهي: الشركات المساهمة والمحدودة الخاصة منها والمختلطة، وهذه اربعة انواع شائعة منها امَّا النوع الخامس من شركات الاموال فهي الشركة المحدودة المكونة من شخصٍ واحد التي تعمل وفق نظام تجزئة الذمة المالية للشريك فيها بقدر رأس المال الذي خصصه لممارسة الشركة التي يملكها على انفراد لنشاطها المحدد في شهادة تأسيسها (المادتان ٦/رابعاً و ٨/ثانياً من قانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل).

وهذا النوع من الشركات مستحدث بعد الاحتلال الانكَّلوُ امريكي على العراق في ٩/نيسان/٢٠٠٣ ولم نشهدْ له تطبيقاً عملياً لحد الان (سنة ٢٠١١)!.

الطبيعة القانونية للمصطلح الدال على شركات الاموال :

نقصدُ بالطبيعةِ القانونية للمصطلح الدال على شركاتِ الاموال، هي مدى ملائمة المصطلح المذكور لشخصية الشركة المعنوية التي تؤهلها القيام بالاعمال التجارية او الصناعية المحدودة بعنوانها او التي لاتتعارض معه صراحة على أقل تقدير بأعتبار ان القانون هو الذي يُنشيء الطبيعة القانونية للوقائع التي نقصد بها المصطلح الدال على الشركات عموماً سواء أكانت شركات اموال ام شركات اشخاص(٤٣)وهذه هي الماهية الشخصية للشركة التي تصور المُشرِّع وجودها، وكذلك نقصد بالطبيعة القانونية لهذا المصطلح هي مدى ملاءمتهِ لذمتها المالية التي تؤهل الشركة المعرفة بالمصطلح الدال عليها ايضاً للوفاء بما لها من التزامات على ذمتها المالية، وهذه هي الصفة الشيئية او المالية للشركة نفسها.

اكثر (المادة ٣/١ من قانون شركات المساهمة وشركات التوصية بالاسهم والشركات ذات المسؤولية المحدودة المِصريَّ رقم (١٥٩) لسنة ١٩٨١) ونصت المادة (٣/٣) من القانون نفسه على ان ((يتكون عنوان الشركة من أسم واحد او اكثر من أسماء الشركاء المتضامنين دون غيرهم)) .

فمن غير العدل ان نضفَي على المصطلحِ الدال على احدى شركات الاموال بالعنوان التجاري الا أذا كان هذا العنوان يبرر التمسك به ولايخل بنوعِ الشركة ، لانه وان كان عنواناً تجارياً ، الا انه يعبر حقيقة عن أسمها التجاري ضمناً وعن نوعها بكونها شركة اموال صراحةً .

(٤٣) ينظر د. محمد سليمان الاحمد، أهمية الفرق بين التكييف القانوني والطبيعة القانونية في تحديد نطاق تطبيق القانون المختص، مجلة الرافدين للحقوق، كلية القانون، جامعة الموصل، المجلد ١، السنة ٩، العدد ٢٠، ١٤٢٥هـ، ٢٠٠٤م، ص ١٠٠و ص ١٠٤.

والحقيقة ان المصطلحَ الدال على شركة الاموال هو الأسم التجاري الذي أَضفاه المؤسسون عليها. وهو يَدلُّ على شخصيتِها المعنوية وذمتها المالية سويةً(٤٤)فهو يَدلُّ على شخصيتِها المعنوية لانه يشير، كما سبق لنا القول، الى عزمِ المؤسسين على اختيار أسم تجاري لها، وهي بعد لم تؤسس اذ لاتؤسس الشركة الا منذ ميعاد صدور شهادة تأسيسها (المادة ٢٢ من قانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل) ويستمر الأسم التجاري المعطى لها معبراً عن كينونتها ولو توفى أَحدُ المؤسسين قبل او بعد تأسيسها او تنازل عن اسهمه فيها للغير بيعاً وفق الشروط المنصوص عليها في قانون الشركات او في قانون سوق المال (البورصة). كما ان الأسم التجاري للشركة يدل على ذمتها المالية ايضاً.

ويجوز ادراج الأسم المدني لشريك او اكثر في الشركة المساهمة، في بعض قوانين الشركات العربية كالقانون التجاري الجزائريَّ (المادة ٥٩٣ منه)، وهو نهج دافع عنه بعض الفقهاء في العراق الا انه لم يكتب له النجاح في التطبيق العملي لحد هذا اليوم(٤٥).

وخلاصة القول هو: ان الأسمَ التجاري لشركة ما من شركاتِ الاموال انما يعبر عن شخصيتها المعنوية وذمتها المالية معاً. امَّا الأسم المعطى لشركة التوصية بالاسهم – وهي نوع من شركات الاموال – فيشذُّ عن هذه القاعدة ويكيَّف قانوناً بالعنوان التجاري. وذلك لان المصطلح الدال عليها انما يستمد قوته من الأسماء المدنية للشركاء المتضامنين فيها(٤٦).

المبحث الثالث

---

(٤٤) وفي هذا المعنى كتب استاذنا د. لطيف جبر كوماني، الشركات التجارية (دراسة قانونية مقارنة)، بدون ذكر مكان وجهة النشر، ٢٠٠٦، ص ص(١٤٥-١٤٤)، ما يأتي: ((لا يظهر أسم الشركاء في أسم الشركة {المساهمة}، لعددهم الكبير، ولغياب الاعتبار الشخصي، لذلك يكون للشركة أسم مبتكر اضافة الى دلالته على نوع الشركة.....لكن غالبية القوانين المشار اليها اباحت التسمية باسم شخص طبيعي استثناءً عندما يكون نشاط الشركة استثمار براءة اختراع، تكريماً لصاحب البراءة، ولم يتعرض القانون العراقي لهذه الحالة)).

يُنظر أيضاً د.خالد الشاوي، المرجع السابق، ص١٤١.

(٤٥) كتب د. باسم محمد صالح ود. عدنان أحمد ولي العزاوي، الشركات التجارية، المرجع السابق، بند (١٠٣)، ص ١١٥، ما يأتي: ((ومع ذلك فأن بعض التشريعات العربية (**تُجُوِّزْ**) ادراج أسم شريك أو اكثر في الشركة المساهمة، وهو نهج يستحق الدراسة، فلا يمكن ان نهمل كلياً دور الاعتبار الشخصي رغم التسليم بطغيان الاعتبار المالي على طابعِ الشركة المساهمة)).

(٤٦) ينظر حوله القوانين الاتية :

(١) المادة ٢٠ من قانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ المعدل الملغى.

(٢) المادة ٣ من قانون الشركات المساهمة وشركات التوصية بالاسهم والشركات ذات المسؤولية المحدودة (المِصريَّ) رقم (١٥٩) لسنة ١٩٨١.

(٣) المادة ٥٦٣/مكرر ٢ من قانون التجارة الجزَائريَّ رقم (٧٥-٩٥) لسنة ١٩٧٥ .

(٤) اما قانون الشركات الأُردنيَّ رقم (٢٢) لسنة ١٩٩٧ المعدل فقد كيَّف المصطلح الدال لشركة التوصية بالاسهم بالأسم التجاري (المادة٧٩ منه) .

الاهمية العملية للتمييز بين المصطلحين

ليس لاستخدام مصطلح تجاري دون أخر اهميته المباشرة على الشركات عند ممارستها لاغراضها التجارية والا لاضطرَّ المُشرِّع للالتفات على هذا الموضوع مباشرةً. وانما يؤدي التمييز بين مصطلحي (الأسم التجاري) و (العنوان التجاري) الى احداثِ اثار غير مباشرة لاتظهر اهميتها العملية او انعكاساتها على القطاعات التجارية او الصناعية او الخدمية الا بعد مرور مدة ربع قرن او اكثر على اقل تقدير. وهذا مادفع بالمُشرِّع العِراقيَّ الى عدم الاهتمام بهذا الموضوع.

لذا نرى من الضروري دراسة هذا الموضوع في مطلبين بحيث نخصص اولهما للأثار العملية غير المباشرة الناشئة بسبب التمييز بين الأسماء التجارية والعناوين التجارية على وجه العموم وبين الأسماء التجارية والعناوين التجارية للشركات على وجه الخصوص، ونكرس ثانيهما لبيان موقف المُشرِّع العِراقيَّ من هذا التمييز ولاسيما ان قانون الشركات العِراقيَّ رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ عُدِّلَ تعديلاً جوهرياً بالامر رقم(٦٤) لسنة ٢٠٠٤ الصادر عن سلطة الائتلاف المؤقتة المنحلة التي شكَّلَها الاحتلال الانكلَو امريكيَّ على العراق بعد احتلاله في ٩/نيسان/٢٠٠٣.

المطلب الاول

الاثار العملية غير المباشرة للتمييز بين المصطلحين

سبق وان المحنا بأنه ليس للتمييز بين الأسماء التجارية والعنواين التجارية للشركات آثارٌ مباشرة أو فورية على صعيدِ الاقتصاد العِراقيَّ .ومع ذلك يمكننا القول بان للتمييز بينهما اثاراً مهمة، على نمو الاقتصاد العِراقيَّ وعلى بعثِ الثقة في القطاعِ الخاص وعلى تجاوزِ نسبةٍ كبيرة من العوائقِ التي تقف امامه ولاسيما أذا صاحبها خطوات جريئة على صعيدِ التشريع منها الغاء قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ النافذ واحلال قانون جديد للتجارة على غرار قانون التجارة المِصريَّ رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ والغاء قانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ النافذ على الرغم من اهمية تعديله بالامر رقم (٦٤) لسنة ٢٠٠٤ واحلال قانون عصري يَحِلُّ مَحِلِّهِ على غرارِ قانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ المُلغى.

ويمكن لنا أنَ نتصور هذه الاهمية في ثمانية مجالات، وهي كما يأتي:

- **<u>المجال الاول:</u>** يُمكَّنْ التمييز بين المصطلحين،موضوع البحث، المخترع في المشاركةِ في تأَسيسِ شركةٍ مساهمة بأختراعه، وذلك لان الأسم التجاري المخصص لها يصح ان يُضْفِي الموسسون عليه أسم المخترع أذا كانت براءة الاختراع مسجلة بأسمه وكان نشاط الشركة وغرضها هو استثمار هذه البراءة. (المادة ٣٢ من قانون الشركات التجارية رقم ٣١ لسنة ١٩٥٧ الملغى).
- **<u>المجال الثاني:</u>** يؤدي التمييز بين المصطلحين الى تنميةِ المنافسة المَشرُوعَةَ بين التجار والصناعيين لان التاجر او الصناعي يُفكر اكثر من مرة بمستقبل أسمه المدني وبعنوانه التجاري قبل ان يقدَمَ على منافسةِ غيره من التجار منافسة غير مَشرُوعةَ. ومن الجديرِ بالذكرِ قوله ان قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة

١٩٨٤(٤٧) يخلو من أية اشارة تذكر الى تنظيم قواعد المنافسة غير المشروعة(٤٨) مكتفياً باحكام القواعد العامة للمسؤلية التقصيرية الوارد ذكرها في القانون المدني رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ المعدل (المادة ٢٠٤ منه)(٤٩) وهي احكام قاصرة عن مواجهة ومجابهة حالات المنافسة غير المشروعة بين التجار والشركات.

- **المجال الثالث:** يؤدي التمييز بين المصطلحين الى تنميةِ العناصر المعنوية للمحال التجارية والصناعية كافة وبضمنها معارض الشركات. وذلك لان قيمتها المالية ترتفع بارتفاع ائتمان قيمة الأسم التجاري كما يؤدي ايضاً الى ارتفاعِ قيمة المعارض التجارية والصناعية المملوكة لاحد الاشخاص المعنوية التي تتخذ صفة شركة ما من الشركاتِ. ومن الجدير بالذكر قوله ان قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ يخلو من أية اشارة تذكر الى تنظيم عناصر المحال التجارية والصناعية المعنوية منها والمادية مكتفياً بتقييم هذه المحال بقيمة الموجودات المادية فيها مما ادى الى ارباك الاستقرار التجاري والصناعي في العراق.
- **المجال الرابع:** يؤدي التمييز بين المصطلحين الى تشجيعِ التجار والصناعيين واصحاب المهن الحرة الى تأسيسِ شركات تضامنية فيما بينهم، أذا ما شعروا بأهمية العنوان التجاري لنشاط الشركة التي يسعون الى تأسيسها.
- **المجال الخامس:** يؤدي التمييز بين المصطلحين الى المساهمةِ في احياءِ السمعة التجارية او الاعتبار المالي في تأسيسِ شركات الاشخاص. وتعيد بعض الانواع القديمة منها التي انقرضت نتيجة السياسات العشوائية والتشريعات الارتجالية الحاكمة للنشاط التجاري في العراق منذ نهاية عقد الخمسينات من القرن الماضي. أذ يؤدي التمييز بين المصطلحين الى احياءِ شركات المحاصة وشركات التوصية البسيطة وسائر الشركات المدنية التي كان منصوصاً عليها في التقنين المدني العِراقيَّ (المواد من ٦٢٦ الى المادة ٦٨٣ منه) التي الُغيت بجرةِ قلم ولم يعد لها وجود قانوني يُذكر منذ سنة ١٩٨٣ والى يومِنا هذا.
- **المجال السادس:** يؤُدي التمييز بين المصطلحين مستقبلاً الى الحدِّ من تأسيسِ الشركات الوهمية كما يؤدي الى الحدِّ من اعمال النصبِ والاحتيال وسحب الصكوك بدون رصيد والى الحد من اعمال التغرير (او التدليس) على المستهلكين ومن غبن التجار والشركات بعضهم لبعض نتيجة لسيادة اعراف التجارة وقيمها فيما بينهم.

---

(٤٧) وقد سبق للدكتور لطيف جبر كوماني انتقاده لقانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ (النافذ حالياً). يراجع له بحثه الموسوم: قانون التجارة وضرورات التغيير، مجلة دراسات قانونية، بغداد: بيت الحكمة العدد (٢٢)، ٢٠٠٨، ص٤٧ وما بعدها.

(٤٨) وعلى الرغم من التفات المُشرِّع العِراقيَّ الى هذه المسألة واصداره قانون المُنَافَسةَ ومنع الاحتكار رقم (١٤) لسنة ٢٠١٠ المنشور في الوقائع العِراقية بالعدد (٤١٤٧) في ٩/أذار/٢٠١٠ ، **وهو قانون مهم** ، الا انه لايغطي حالات المنافسة غير المشروعة بين التجار والشركات ولاسيما الحالات التي تحدث اللبسَ في الذهن بين المتاجر ومعارض الشركات كالاسرار التجارية وجذب العاملين فيها بصورة غير مَشُروعةٍ .

(٤٩) والتي نصت على ما يأتي ((كلُّ تَعَدٍّ يُصيبُ الغير بأي ضرر أخر غير ما ذكر في المواد السابق يستوجب التعويض)) . للتفاصيل ينظر جوزيف نحلة سماحة ، الزاحمة غير المشروعة، المرجع السابق، ص١٢٩.

- **<u>المجال السابع</u>:** يؤدي التمييز بين المصطلحين، موضوع البحث، الى بَعثِ الاعمال التجارية بالتبعيةِ من جديد(٥٠).وهي تلك الاعمال التي الغى المُشرِّع العِراقيَّ وجودها القانوني ومنعَ الاخذ بحكمها صراحةً (كما جاء في الاسبابِ الموجبة لقانون التجارة رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤)(٥١).وفكرة الاعمال التجارية التبعية تقوم على أضفاءِ صفة العمل التجاري على الاعمالِ المدنية التي يقوم بها التاجر او المتصلة بأحد اعماله التجارية الضرورية لها(٥٢).متى كانت هذه الاعمال مرتبطة بمناسبةِ حرفة التاجر او عمله

---

(٥٠) ومن أشد خصوم فكرة الاعمال التجارية التبعية شخصيةً كانت ام موضوعية ، د.محمود سمير الشرقاوي ، ينظر له مؤلفه: القانون التجاري ، ج١ (النظرية العامة للمشروع ، المشروع الخاص ، المشروع العام ، الاموال التجارية للمشروع)، القاهرة : دار النهضة العربية ،١٩٨٢ ،بند (٥٨) ،ص٥٧، بقوله : ((والواقع اننا لا نرى أي فائدة من وصفِ بعض الاعمال بأنها تجارية بالتبعيةِ ، اذ في تأسيسِ الاعمال التجارية على فكرةِ المشروع ما يغني عن نظريةِ التعبيةِ)). وكتب ايضا في بند (٥٨)، ص٥٨ ، مايأتي : ((وعلى ذلك فأن نظرية المشروع التجاري تغني كليةً عن نظريةِ الاعمال التجارية بالتبعيةِ ، ومؤدى ذلك ثبوت الطابع التجاري للالتزاماتِ الناشئة بمناسبة إدارة المشروع التجاري ، ومن ثَمَّ يمكن القول بثبوت الطابع التجاري لكافةِ التزامات المشروع قِبَلَ الغير سواء نشأت هذه الالتزامات عن عقدٍ او عن فعلٍ ضار وقع من المشروع بمناسبة تسيير نشاطه التجاري او عن فعلٍ نافع كالاثراءِ بلا سبب)). بينما يعتبر د.علي البارودي من أَشدِ مناصري هذه النظرية . ينظر له : القانون التجاري (الاعمال التجارية والتجار والشركات التجارية)، الاسكندرية: منشأة المعارف ، ١٩٨٦ ، بند (٦٢) ،ص٧٢، بقوله: ((فنحن نعلم ان الاصلَ العام في الاعمالِ انها مدنية. وان اكتسابَها الصفة التجارية هو الامر العارض الذي يتطلب الاثبات . ولكن صفة التاجر تعكس هذا الاصل العـام)). وكتب ايضا في بند (٦٢) ، ص٧٢، ما يأتي : ((ولكننا أذا استبعدنا هذه الاعمال (المدنية بحسب نوعها) فأننا نجد عدداً ضخماً من الاعمالِ التي يمكن ان تكون مدنيةً ، ويمكن أن تكون تجاريةً . وهنا تلعب نظرية الاعمال التجارية بالتبعيةِ دوراً اساسياً هاماً في أكتسابِ هذه الاعمال الصفة التجارية . بل انها تصبح في الحقيقة من اهم مداخل الصفة التجارية على الاطلاق .وبأعمال قرينة التجارية تَصبحُ صفة التاجر هي التي تَصبغُ غالبية أعمال التاجر بالصبغةِ التجارية ، وتجعل من هذه الصفة الشخصية أساساً هاماً لتطبيق أحكام القانون التجاري)).

(٥١)اذ جاء في الاسبابِ الموجبةِ لاصدار قانون التجارة العِراقيَّ رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ ،ما يأتي : ((لذلك فقد جاء هذا القانون بأحكام جديدة ، فأقام نظرية الاعمال التجارية على اساسٍ من تعدادٍ وارد على سبيلِ الحصر. مراعياً في ذلك ان تشتملَ على جميعِ الاعمال التجارية التي تقع في حدودِ التصور المعقول أخذاً بالاعتبارِ حقائق الاوضاع التجارية والاقتصادية في القطرِ . ***<u>ومن ناحيةٍ أُخرى فأن القانون لم يشأ ان يأخذَ بنظريةِ العمل التجاري التبعي التي تجعل بعض الاعمال التي يقوم بها التجار والمرتبطة بتجارته عملاً تجارياً))</u>***.

(٥٢) ومع ذلك نجد في المادة (١٨٦) (المتعلقة بالرهن التجاري) من قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ ، أشارة واضحة تُلَّوح ضمناً بالاخذِ بالعملِ التجاري التبعي،وبصورةٍ خفية،على الرغمِ من نبَذِ الاسباب الموجبةِ للقانون التجاري لها كما رأينا في الهامشِ السابق (هامش رقم ٥١) . وصورة هذا العمل تظهر عندما يرهن التاجر لمصلحةِ نفسه وبسبب حرفته رَهناً – والحرفة متصلة بالتاجر ، والعمل التبعي الناشئ عنها هو عملٌ شخصي لا موضوعي – أو لعمله التجاري –والعمل التجاري متصل بعملٍ متعلق بمنشأة التاجر لا بشخصه ، لذلك فأن

التجاري وهذا يستتبع بالضرورةِ أعمال القانون التجاري عليها. اذ يؤدي التمييز بين المصطلحين حقيقةً الى أحياءِ صفة الاعمال التجارية على مقاولاتٍ مدنية بطبيعتها. ويدفع المُشرِّع الى أعادةِ العمل بها، والرجوع عن الخطأ العمدي الذي أرتكبه المُشرِّع العِراقيِّ عند الغائه لهذه الاعمال بإصداره للقانون التجاري النافذ الذي نبذها صراحةً ، بغير حق ،في الاسبابِ الموجبة لاصدراه.

ان التمييزَ بين المصطلحين يَدفعُ المُشرِّعَ الى الاخذِ بالاعمالِ التجارية سواء أكانت تبعيةً أم مختلطةً فوق ما هو منصوص عليه في المادتين (الخامسة) و (السادسة) من القانون التجاري العِراقيَّ .

- **<u>المجال الثامن:</u>** يؤدي التمييز بين المصطلحين،موضوع البحث، في المستقبلِ المتوسط والبعيد الى احداثِ اثارٍ أقتصادية هامة على صعيدِ شركات الاشخاص والاموال على حد سواء.**<u>فعلى صعيدِ شركات الاشخاص</u>**،يؤدي تمتع الشركة بعنوانها التجاري ، الى احترامِ الشركاء فيها لهذا العنوان. وبوجهٍ خاص أحترام الشريك للعنوان التجاري للشركة أذا كانت قد اتخذته من أسم هذا الشريك المدني ولقبه عنواناً تجارياً لها. ومن باب اولى أحترام ورثة هذا الشريك الاعتبار المعنوي المتولد من العنوان التجاري لهذه الشركة الذي ورثوه عن حصةِ مورثهم فيها. ويجلعهم متمسكين بالعنوان التجاري للشركةِ كتمسكهم بالقيمة المادية للمنافع المالية التي ورثوها عن حصةِ مورثهم فيها. وذلك لان العنوان التجاري المذكور يضفي عليهم امتيازاً معنوياً له قيمة مادية لا يتمتع به الا من كان شريكاً في هذه الشركة .ويدفعهم هذا العنوان، تحت الاعتبار المعنوي، الى المحافظةِ على الطرقِ الصناعيةِ او التجاريةِ التي ورثوها عن مورثِهم او التي تداولها الشركاء فيما بينهم. كما يَدفعُهم، الاعتبار المعنوي لهذا العنوان أيضاً، الى أبتكارِ طرقٍ صناعيةٍ او تجاريةٍ جديدة لم يسبقْ أنْ أهتدى اليها أحد من قبل. هذا فضلاً عن تأهيل الشركاء كافة ، سواء أكانوا ورثةً لصاحبِ الأسم المدني الذي أتخذته الشركة عنواناً تجارياً لها أم مجرد شركاء فيها ، الى أمتلاكِ معلومات تجارية وصناعية لا تقدر بثمن لم يسبقْ أنْ تَوصلَ اليها أحد او أطلعَ عليها شخص مؤهل بالقيام بهذا العمل من قبل.ومِنْ ثَمَّ تتكون لدى الشركة،معارف تقنية موروثة،يرجع تاريخها الى بداياتِ نشوء الاعمال التي خاض الاباء المؤسسين فيها لاول مرةٍ من قبل .وتَنتقلُ من جيلٍ الى جيلٍ ومن كابرٍ الى كابرٍ. وتصبح مالاً يقبل الاستئثار به ويَصحُّ التصرف فيه بجيمعِ أنواع التصرفات الجائزة أذا ما تم الحفاظ على سريةِ هذه المعارف والمعلومات.

<u>امَّا على صعيدِ شركات الاموال</u>، فيؤدي التمييز بين المصطلحين الى توسيعِ دائرةِ التداول الشريف للاوراق المالية التي تخلو من اعمالِ الغش والخداع عند التصرف بالاسهم والسندات التي تطرحها الشركات في الحدودِ التي يجيز قانون الشركات فيها هذا التداول .اذ يترتب ، تحت ضغط الاعتبار المعنوي الذي يتولد من احترامِ الشركات لسمعتها التجارية،نشوء فئة عريضة من الشركاتِ الرائدة التي يتمتع كلٌّ واحدٍ منها بأسم تجاري أصيل. ويؤدي التعامل بأسهمِها وسنداتها ، وتحت ضغط هذا الاعتبار أيضاً، الى نشوءِ عادات وتقاليد تُعَبُر عن أصالةِ الشركات. ولاسيما عند طرح أسهمها للاكتتاب التأسيسي او للاكتتاب بزيادةِ رأس

العمل التبعي الناشئ بسببها هو عملٌ موضوعي لا شخصي – فأن احكام القانون التجاري ،هي التي تُضفى على هذا الرهن ، وتسري عليه.

المال. مما يقلل،في المستقبلِ المتوسط والبعيد ، من أمكانيةِ عقد الصفقات المشبوهة او غير المشروعة في تداولِ هذه الاسهم والى كشفِ الشركات الوهمية التي تسعى الى الربحِ المجرد او لغسيل اموالها متى كانت متأتية اليها من اعمال غير مشروعة كالأتجار بالمخدارت ودعم الارهاب والمتاجرة بالرقيق الابيض.وهناك مجال اخر يؤدي التمييز فيه بين المصطلحين الى تحفيزِ النشاط الاقتصادي لسوق الاوراق المالية (البورصة) او للاسواق الموازية(٥٣) او للاسواق الاولية السابقة عليها(٥٤).

وفي هذا الصدد، يترتب على شيوعِ الشركات الاصيلة (أن جَازَ لنا أستعمال هذا التعبير) التي تتمتع بسمعة عالية وأسم تجاري مشهور، الى طمأنينةِ متخذ القرار في سوق المال (البورصة) عندما يأذن لها ببيع صكوكها من أسهمٍ وسنداتٍ في هذه السوق. وللاصالةِ في الشركاتِ(على النحو المقصود) مفهومٌ قانوني وأعتباري يترك تقديره للسلطةِ التقديرية لادراة سوق المال (البورصة) بالنسبة لكلِّ حالةٍ ولكلِّ واقعةٍ على حدة. ويتولى التحقق من وجودها مركز أدارة السوق المذكور(٥٥)اذ لا يمكن لأي مُشرِّع أنْ يُعرفها او يحددها او

---

(٥٣) السوق الموازي (over the counter market) (O.T.C) هو السوق غير النظامي التي تُباعُ فيه صكوك الشركات من أسهمٍ وسندات غير المسجلة في سوقِ المال (البورصة) والتي لا يتم تداول أسهمها وسنداتها فيه . والبيع والشراء في الاسواقِ الموازية تَنجمُ عنه أخطار كبيرة ما دام لا يوجد قانون يحكمه ، وما دام غير خاضع لاي رقابة ومن أي جهة كانت . للتفاصيل ينظر:

- شريف مصطفى كمالّ طه ، بورصات الاوراق المالية ، ط١ ، الاسكندرية : دار الفكر الجامعي ،٢٠٠٩،ص٢٢ .
- الاستاذ ابو طالب عبدالمطلب الهاشمي ، شركات الاستثمار المالي في العراق بين الواقع والطموح ، مقالة منشورة ضمن بحوث ومناقشات المؤتمر العلمي الثاني لقسمِ الدراسات الاقتصادية في بيت الحكمة المنعقد تحت عنوان (السياسة الاقتصادية اداة لتفعيل الاقتصاد العِراقيَّ للفترةِ من ١٦ – ١٨ كانون الثاني /يناير /٢٠٠١ ، المنشورة ضمن كراس مفصل يضم بحوث المؤتمر (دراسات في الاقتصاد العِراقيَّ) ، بغداد : بيت الحكمة ، ٢٠٠٢ ، ص٢٥٨.

(٥٤) السوق الاولية او سوق الاصدار (Issue Market) هو سوق متخصص بطرح صكوك الشركات قيد التكوين ، بالسعر الأسمي البالغ دينار عِراقيَّ واحد . ويسمى المشترون لها بالمكتتبين ، وهم من طائفة المؤسسين لهذه الشركة . وتطرح الاسهم للاكتتاب العام من خلال احدى المصارف المجازة للعمل في العراق.ويكون المصرف الذي أجرى الاكتتاب مسؤولاً عن صحتِه وعن ردِ مبالغ هذا الاكتتاب الى المكتتبين (جمهور المدخرين) في حالةِ فشله . ويَحقُ للسلطةِ المختصة في الاسواق المالية الطعن في صحةِ اي أكتتاب يجري في اسهمِ الشركات المساهمة (المادة ٤٥ من قانون الشركات العِراقيَّ رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل) ، للتفاصيل ينظر :

- شريف مصطفى كمال طه ، المرجع السابق ، ص٢٢ .
- ابو طالب عبدالمطلب الهاشمي ، المرجع السابق ، ص٢٤٦ .

(٥٥) ومع ذلك نظم القانون المؤقت لاسواق المالية الصادر بأمر سلطة الائتلاف المؤقتة المنحلة رقم(٧٤) لسنة ٢٠٠٤ (١٩/نيسان/٢٠٠٤) مفهوم الاصالة المطلوب للشركة طالبة قبول أسهمها بجدول تداول الاسهم في السوق . واشترطَ الامر المذكور عدة شروط لقبولِ هذا الطلب ، منها على سبيلِ المثال ان تكون الشركة قد عقدت على الاقل أجتماع سنوي عام يتطلبه القانون . وأن تتقدم خلال ستةِ أشهر من تاريخِ أفتتاح العمليات التجارية فيها

يضبط حدودها بقانون ما ، وانما يكتفي بوضع مؤشرات عنها ، يُترك تفاصيلها للسلطة التقديريةِ لسوق المال (البورصة). والمؤشرات شيء والتعريف او التحديد او ضبط الحدود شيءٌ اخر يختلفُ عنها تماماً.

وعلى اية حال فأن المصطلح الدال على الشركة ، سواء أكان عنواناً تجارياً ام أسماً تجارياً لها، يحفز ويشجع هذه الشركة على تأسيس احدى الشركات المساهمة او اكتساب العضوية فيها على اقل تقدير. كما يحفز افراد الجمهور ولاسيما أذا كانوا من صغار المدخرين، الى الاكتتاب برأس مال هذه الشركة ، سواء أكان الاكتتاب تأسيسياً او بزيادة رأس المال ،أحتراما منهم للأسمِ او للعنوان التجاريين الذي تتمتع به المؤسسة لهذه الشركة، التي تتمتع بسمعة عالية. والتي تضمن لهم الحصول على عائد سنوي مضمون يدفعهم الى الاكتتاب من اجل الحصول عليه.

وبدورنا نؤكد ان التمييزَ بين المصطلحين لايؤدِ مباشرة الى تحقيقِ هذه النتائج وانما يخلق البيئة الاقرب للصواب بعد مرور مدة من الزمن لاتقل عن ربعِ قرن من شيوع استخدام هذه المصطلحات بين التجار او الصناعيين وارباب المهن، باعتبارهم الفئات الاكثر ميلاً نحو تأسيس الشركات التجارية والاكثر قدرة على تحريكِ عجلة التنمية في القطاعِ الخاص الذي يعاني من الشللِ شبه التام بسبب السياسات الاقتصادية الخاطئة والتشريعات الارتجالية السابقة.

المطلب الثاني

موقف المشرع العِراقيَّ من التمييز بين المصطلحين

بيان حكم قانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل من هذا التمييز:

يبدو ان المُشرِّعَ العِراقيَّ لم يُدركْ وجود عائقين امام وجود الشركة: الشخصية المعنوية والذمة المالية وما تسببه من نتائج تتطلب أضفاء كلُّ مصطلح على شركةٍ ما من الشركات ليكون هذا المصطلح دالاًّ عليها ومعبراً عنها، لذلك نراه قد وَحَدَّ الامر بغيرِ صوابٍ، ما بين الأسم التجاري والعنوان التجاري (المادة ١٣/اولاً من قانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل) وأستعمل العنوان التجاري استعمالاً لغوياً فجعل منه معنى لغوي بعد حذف لفظ (التجاري) منه، واصبح يَدُّلُّ على محلِ الاقامة او الموطن، (المادة ٢٠٠ شركات)، واصبح الموضوع برمته يُثيرُ اللبسَ والخلط فيه الى يومنِا الحاضر.

ومن الجدير بالذكرِ قوله ان المُشرِّعَ العِراقيَّ قامَ باحلالِ الأسم التجاري مَحَلَّ العنوان التجاري كما قام باستحداث مشوه لاحكامهما بثلاثة مواد متفرقة لايجمعُ بينها جامع ولايربط شتاتها رابط، وهي مرتبة بثلاث قواعد قانونية، على النحو الاتي:

- **<u>القاعدة الاولى:</u>** نصت المادة (١٣/اولاً) من قانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل ، على مايأتي: ((يَعدُّ المؤسسون عقداً للشركة، موقع من قبلهم او من قبل ممثليهم القانونيين، ويتضمن العقد كحد ادنى: **اولاً:** أسم الشركة ونوعها ويضاف ان أسم الشركة كلمة (مختلطة) أذا كانت شركة من القطاع المختلط، ويضاف لأسمها كذلك اي عناصر اخرى مقبوله)).

بحساباتها النهائية . وان تقدم للسوق الضمانات كافة التي يترى له تقديمها . ينظر القسم (٣) (التعاملات في أسواقِ الاوراق المالية) من الامر رقم (٧٤) لسنة ٢٠٠٤ .

وبدورنا نرى ان الأسم التجاري للشركة، اياً كان نوعها، بمقتضى احكام قانون الشركات النافذ قد اندمج مع عنوانها التجاري وتغلب الأسم التجاري ههنا عليه بلا داعٍ (٥٦).

- **القاعدة الثانية:** ونصت المادة (٢٠٠) من القانون نفسه، على انه: ((يعتبر عنوان مركز ادارة الشركة المسجل عنواناً لمراسلاتها وتبليغاتها. وعلى الشركة اشعار المسجل بكل تغيير يطرأ على هذا العنوان خلال سبعة ايام من حصول التغيير)) .

وهذا هو المعنى اللغوي للعنوان، بعد حذف عبارة (التجاري) منه. فالعنوان بمفرده لغة يكون مشتركاً معنوياً مع الموطن. ونعتقدُ ان خلط المصطلحات اللغوية والقانونية بعضها بعضاً قد ادى الى انتفاء الحاجة الى فكرة (العنوان التجاري). وهذا خطأ كبير وقع فيه المشَّرع العراقي وقتذاك.

- **القاعدة الثالثة:** ونصت المادة (٢٣) من قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤، على انه: ((يجب ان يدلَّ الأسم التجاري للشركةِ على نوعها، وان يحتوي في الاقل على أسم احد الشركاء ان كانت الشركة تضامنية او بسيطة او مَشُروعاً فردياً)).

وبهذا النص يكون المُشرِّع العِراقيَّ قد وَحدَّ، على غيرِ اساس سليم، ما بين الأسم الشخصي للشريك المؤسس لأحدى شركات الاشخاص وبين العنوان التجاري لهذه الشركة واطلق عليه، بغير صواب، مصطلح (الأسم التجاري)! والحقيقة ان الأسم الشخصي للشريك في احدى شركات الاشخاص شيء وأسم الشركة التجاري شيء اخر. وهما مختلفان بعضهما بعضاً اختلاف الضد عن الضد الاخر له.

يتبين لنا من خلال النصوص السابقة بأن المُشرِّعَ العِراقيَّ لم يتَحسسَّ احتياج الشخصية المعنوية والذَمِّةِ المالية لكلِّ انواع الشركات الى المصطلحِ الدال عليها والمُعبر عنها. والامانة العلمية تقتضي منا ان نشيرَ الى رأي الاستاذ الدكتور فوزي محمد سامي الذي اشار الى هذه الحاجة، اذ كتب بجرأة، مايأتي: ((ولكن السؤال الذي قد يتبادر الى الذهن لمأذا تجنب القانون {ويقصد به قانون التجارة الأُردنيَّ رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦} ذكر عبارة العنوان التجاري ، ونص على اتخاذ أسم الشركة ؟ للاجابة على هذا السؤال يمكن القول ان العنوان التجاري له صلة وثيقة بشخصية التاجر الفرد اوالشريك المتضامن في شركة التضامن او التوصية. ولهذا فان العنوان يستمد وجوده وقوته من أسم ولقب الشخص {وهذا هو الاعتبار الأسمي لشركات الاشخاص}، وهو كما سبق ذكره، وسيلة لتمييز التاجر من غيره من التجار وتظهر من خلاله اهمية الاعتبار

---

(٥٦) وهذا خطأ كبير وقع فيه المُشرِّع العِراقيَّ لابل ان الخطأ الاكبر الذي ننسبه اليه هو الغاؤهُ لقانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ ولقانون التجارة رقم (١٤٩) لسنة ١٩٧٠ ، ويقتصر تعليقنا على حدودِ بحثنا المتعلق بالاسم التجاري للشركات. ولشركات الاموال عموماً والشركات المساهمة خصوصاً أسماً تجارياً وليس لها عنواناً تجارياً في الاصلِ ، والاسم التجاري لها يستمد من أغراضها ، ويتم به ومن خلاله مزاولة الاعمال التجارية لحسابها ويوقع فيه ممثلوها على هذه الاعمال . ولكن لايجوز ان يكون هذا الأسم مستمداً من أسمِ شخصٍ طبيعي الا أذا كانت غاية الشركة أستثمار براءة أختراع مسجلة باسم هذا الشخص (المادة ٩٠/ج من قانون الشركات الاردنيَّ رقم (٢٢) لسنة المعدل) للتفاصيل بنظر د. عزيز العكيلي ، شرح القانون التجاري ، ج ٤ (في الشركاتِ التجارية وفقاً لقانون الشركات الجديد رقم ٢٢ لسنة ١٩٩٧) ، عمان : الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٢ ، بند (١٢٤) ، ص ١٩٤ .

الشخصي للتاجر في شركات الاموال ومنها شركة المساهمة، فلا اثر يذكر للاعتبار الشخصي بل تعطى كل الاهمية للاعتبار المالي {وهذا هو الاعتبار التكويني في شركات الاموال} والغرض او الغاية التي أُنشأت من اجلهِا ولا شأن لأسماء الشركاء المساهمين في أسم الشركة))(٥٧

(٥٧) ينظر د. فوزي محمد سامي ، شرح القانون التجاري الأُردنيَّ ، ج١ ، المرجع السابق ، ص١٦٢.

خاتمة البحث

ليست مسألة التمييز بين الأسماء والعناوين التجارية او المحلات التجارية مسالة اكاديمية تقتصر دراستها في المؤلفات المختصة التي يعدها فقهاء القانون التجاري وكُتَّابِهِ. وانما هي مسألة عملية تظهر انعكاساتها الحقيقية على شكل شبيه بصدى الصوت ان جاز لنا هذا التشبيه، عندما تنضج فكرة التمييز بينهما ويستقر العمل بهما.

ومن الجديرِ بالمُلاحظةِ ان الاثارَ العملية لتمييزِ الأسماء والعناوين للشركات والتجار والمحلات التجارية وان كانت اثاراً غير مباشرة من حيث النتيجة فيما بينها في حالة اعادة العمل بها، أذا ما رأت الهيئة الاجتماعية ذلك التمييز صائباً، الا ان التمييز فيما بينها على صعيد الشركات التجارية يُعيدُ الاهمية للقطاع الخاص على وجه العموم وللشركات التضامنية على وجه الخصوص، لانها تعطي زخماً معنوياً للتجار الذين يعتمدون على سمعتهم او على سمعة ابائهم في تاسيس هذا النوع من الشركات التي بدأت تتناقص اعدادها على حساب زيادة اعداد الشركات المحدودة.

ان من الواضح، ان المُشرِّعَ العِراقيَّ، قد أغفل عن عمدٍ التمييز بين الأسماء التجارية والعناوين التجارية للشركاتِ منذ بداية عقد الثمانينات في القرن الماضي، أي منذُّ تشريعه لقانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ (المُلغى). ولانعزو هذا الاغفال الى واقعِ تردي القطاعين الصناعي والتجاري اليه. وانما نقول عنه انه يعتبر بمثابة سببٌ ضمني يُشير الى قائمةِ الاسباب المؤدية الى تحجيمِ دور القطاع الخاص. وأذا ما اضيف اليه اي خطأ اخر يرتكبه المُشرِّع في مجالِ تشريعه للقوانين المدنية والتجارية فأن اثاره ستنعكس سلباً على الحياة المدنية والتجارية وعلى الواقع الاقتصادي وعلى مستوى التشغيل ونسبة البطالة في العراق. ومن أشهر أخطاء المُشرِّع أصداره لقانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ (الملغى) وقانون التجارة رقم٣٠ لسنة ١٩٨٤ النافذ.وماكنَّا نخشاه من المُشرِّع قد أصبحَ حقيقة قائمة ،نَشعرُ بمرارة الافصاح عنها. وقد أدى ذلك الى شللٍّ القطاعات الصناعية والخدمية والتجارية في العراق..

وليس لاعادة التمييز بين الأسماء التجارية والعناوين التجارية للشركات أعادة أحياء الصناعة والتجارة والخدمات في العراق، فما أَفسدُّه المُشرِّع والمُخَطِطْ السياسي من قبل، لايمكن إزالة أثاره بسهولة. ومع ذلك لو أرادَ المُشرِّع، تجاوز هذه المِحنَّة، فبامكانه ذلك من خلالِ تشريعه لقوانين جديدة للتجارة والشركات والملكية الفكرية وأعادة العمل بنصوص الشركات التي كانت منصوصاً عليها في التقنين المدني العِراقيَّ (المواد ٦٢٦-٦٨٣ منه) قبل الغاء العمل بها سنة ١٩٨٣، للنهوض بواقع القطاعين التجاري والصناعي في العراق.

وهذا ماندعو المُشرِّع العِراقيَّ اليه.

والله من وراء القصد

مراجع البحث

أولاً: <u>الكتب:</u>

١. د.أكرم ياملكي، الوجيز في شرح القانون التجاري العِراقيَّ، ج٢ (في الشركات التجارية)، ط٢ (المُعدلة)، بغداد: مطبعة العاني، ١٩٧٢.

٢. د.بأسم محمد صالح و د.عدنان احمد ولي العزاوي، الشركات التجارية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الموصل: مطابع جامعة الموصل، ١٩٨٩.

٣. د.جوزيف نحلة سماحة، المزاحمة غير المشروعة (دراسة قانونية مقارنة)، ط١، بيروت، لبنان: مؤسسة الدين للطباعة والنشر، (١٤١هـ، ١٩٩١م).

٤. الاستاذ حسن جاد، شرح القانون التجاري العِراقيَّ، ج١ (مجموعة المحاضرات التي أُلقيت على طلبة الليسانس بكلية الحقوق سنة ١٩٤٠-١٩٤١)، بغداد: مطبعة التفيض الاهلية، بدون سنة طبع.

٥. د.حلمي محمد الحجار وهالة حلمي الحجار، المزاحمة غير المشروعة في وجهٍ حديث لها الطفيلية الاقتصادية (*Le paresitisme écoonmique*)، ط١، بيروت، لبنان: منشورات زين الحقوقية، ٢٠٠٤.

٦. د.خالد الشاوي، شرح قانون الشركات التجارية العِراقيَّ، ط١، بغداد: مطبعة الشعب، ١٩٦٨.

٧. د.سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط٦، القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٧.

٨. الاستاذ شريف مصطفى كمال طه ،بورصات الاوراق المالية ،ط١،الاسكندرية : دار الفكر الجامعي ،٢٠٠٩.

٩. د.صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، ط١، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥.

١٠. د.عبد الرزاق احمد السنهوري، الوسيط في شرح القانوني المدني، ج٥ (العقود التي تقع على الملكية)، المجلد الثاني (الهِبَّة والشركة والقرض والدخل الدائم والصلح)، القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٦٢.

١١. عز الدين مرزا ناصر العباسي، الأسم التجاري (دراسة قانونية مقارنة)، ط١، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.

١٢. د.عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، ج٤ (في الشركات التجارية وفقاً لقانون الشركات الجديد رقم ٢٢ لسنة ١٩٩٧)، عمان: الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢.

١٣. د.علي البارودي، القانون التجاري (الاعمال التجارية والتجار والشركات التجارية)، الاسكندرية: منشأة المعارف، ١٩٨٦.

١٤. د.علي حسن يونس، الشركات التجارية، القاهرة: دار الفكر العربي، بدون سنة طبع.

١٥. عليان الشريف وفائق شقير ورياض الحلبي ومحمد الباشا، مبادئ القانون التجاري، ط١، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ١٤٢٠هـ، ٢٠٠٠م.

١٦. د.فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري الأُردنيَّ، ج١، ط١، عمان: مكتبة ودار الثقافة للنشر والتوزيع، ١٩٩٦.

١٧. د.فوزي عطوي، الشركات التجارية في القوانين الوضعية والشرِّيعة الاسلامية، ط١، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، ٢٠٠٥.
١٨. د.لطيف جبر كوماني، الوجيز في شرح قانون الشركات الجديد رقم (٣٦) سنة ١٩٨٣، ط١، بغداد: مطبعة العمال المركزية (ساعدت الجامعة المستنصرية على طبعه)، ١٩٨٦.
١٩. د.لطيف جبر كوماني، الشركات التجارية (دراسة قانونية مقارنة)، بدون الاشارة الى مكان الطبع وجهة النشر، ٢٠٠٦.
٢٠. د.محمد حسني عباس، التشرِّيع الصناعي، القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٦٧.
٢١. د.محمد حسني عباس، الملكية الصناعة والمحل التجارية، القاهرة: دار النهضة، ١٩٦٩.
٢٢. د.محمد صالح بك، شركات المساهمة في القانون المِصريَّ والقانون المقارن ومشروع قانون الشركات، ط١، القاهرة: مطبعة جامعة فؤاد الاول، ١٩٤٩.
٢٣. د.محمد كامل مرسي بك، العقود المدنية الصغيرة، ط٣، مصر: مطبعة فتح الله الياس نوري واولاده، ١٣٦١هـ، ١٩٤٢م.
٢٤. د. محمود سمير الشرقاوي ، القانون التجاري ،ج١ (النظرية العامة للمشروع ، المشورع الخاص ،المشروع العام،الاموال التجارية للمشروع)،القاهرة:دار النهضة العربية،١٩٨٢.
٢٥. د.محمود الكيلاني، الموسوعة التجارية والمصرفية، المجلد الثاني (التشريعات التجارية والالكترونية) (دراسة مقارنة)، ط١، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧.
٢٦. د.مصطفى الجمَّال، نظام الملكية في القانون اللبنانيَّ والمقارن (حق الملكية) الاسكندرية: دار الجامعة، ١٩٨٥.

ثانياً: <u>البحوث القانونية:</u>

١. الاستاذ ابو طالب عبدالمطلب الهاشمي ،شركات الاستثمار المالي في العراق بين الواقع والطموح ،مقالة منشورة ضمن بحوث ومناقشات المؤتمر العلمي الثاني لقسم الدراسات الاقتصادية في بيت الحكمة المنعقد تحت عنوان (السياسة الاقتصادية اداة لتفعيل الاقتصاد العِراقيَّ) للفترة من ١٦ الى ١٨/كانون الثاني (يناير)/٢٠٠١، المنشور ضمن كراس جامع لهذه البحوث (دراسات في الاقتصاد العِراقيَّ)، بغداد: بيت الحكمة، ٢٠٠٢.
٢. د.باسم محمد صالح، مدى تكامل الجوانب القانونية والعملية لأحكام قانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧، مجلة كُلية الحقوق، جامعة النهرين، المجلد ٦، العدد ٩، ١٤٢٣هـ، ٢٠٠٢م.
٣. د.طارق كاظم عجيل، الملكية العلمية، مجلة القانون المقارن، جمعية القانون المقارن العِراقية، العدد (٥٥)، ٢٠٠٨.
٤. د.طالب حسن موسى، ملاحظات في قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ (بحث مستل من مجلة القضاء)، بغداد: مطبعة واوفسيت الشعب، بدون ذكر لسنة الطبع.

٥. د.عامر القيسي، الماهية القانونية للجين البشري (محاولة لسبر اغواره) مجلة القانون المقارن العِراقية، جمعية القانون المقارن العِراقية، العدد (٤٣)، ٢٠٠٦.
٦. د.لطيف جبر كوماني، النظام القانوني للشركة البسيطة في القانون العِراقيَّ، مجلة دراسات قانونية، بغداد: بيت الحكمة، العدد (٢١)، ٢٠٠٧.
٧. د.لطيف جبر كوماني، قانون التجارة وضرورات التغيير، مجلة دراسات قانونية، بغداد: بيت الحكمة، العدد (٢٢)، ٢٠٠٨.
٨. د.محمد سليمان الاحمد، أهمية الفرق بين التكييف القانوني والطبيعة القانونية في تحديد نطاق تطبيق القانون المختص، مجلة الرافدين للحقوق، كلية القانون، جامعة الموصل، المجلد ١، السنة (٩)، العدد (٢٠)، ١٤٢٥هـ، ٢٠٠٤م.
٩. الاستاذ محمد علي يوسف، الحماية القانونية للأسم التجاري في العراق، مجلة القانون المقارن، جمعية القانون المقارن العراقية، العدد ٣٤، ٢٠٠٤.
١٠. د.مصطفى رجب، حول الأسماء والعناوين التجارية (دراسة مقارنة)، مجلة القضاء، نقابة المحامين العراقيين، العددان الاول والثاني، السنة (١٨)، ١٩٦٠.
١١. د.منذر عبد الحسين الفضل، المشروع الفردي في قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣(شركة الشخص الواحد)، مجلة القانون المقارن، جمعية القانون المقارن العراقية، العدد (٢٠)، السنة ١٣، ١٤٠٧هـ، ١٩٨٧م.

ثالثاً: <u>المعاجم اللغوية:</u>

١. رائد الطلاب لجبران مسعود، ط٦، بيروت، لبنان: دار العلم للملايين، ١٩٩٩.
٢. المنجد في اللغة والاعلام، ط٣٠، بيروت: المكتبة الشرقية، ١٩٨٨.

رابعاً: <u>القوانين العِراقية:</u>

١. القانون المدني رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ المعدل .
٢. قانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧الملغى.
٣. قانون الشركات رقم (٣٦) لسنة ١٩٨٣ الملغى.
٤. قانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل النافذ .
٥. قانون التجارة رقم (١٤٩) لسنة ١٩٧٠ الملغى باستثناء الباب الخامس منه (الافلاس والصلح الواقي منه) مع ملاحظة تعديله بالامر رقم (٧٨) لسنة ٢٠٠٤.
٦. قانون التجارة رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ (النافذ).
٧. قانون المرافعات المدنية رقم (٨٣)لسنة ١٩٦٩ المُعدل (النافذ).
٨. قانون المُنافسة ومنع الاحتكار رقم (١٤) لسنة٢٠١٠.
٩. القانون المؤقت لاسواق الاوراق المالية الصادر بأمر سلطة الائتلاق المؤقتة المنحلة رقم (٧٤)لسنة ٢٠٠٤.

خامساً: <u>القوانين العربية:</u>

١. قانون التجارة البرية اللبنانيَّ رقم (٣٠٤) لسنة ١٩٤٢ المعدل النافذ.
٢. قانون التجارة السُوريَّ رقم (١٤٩) لسنة ١٩٤٩ المعدل النافذ.
٣. قانون الأسماء التجارية المِصريَّ رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١.
٤. قانون الشركات التجارة العُمانيَّ رقم (٤) لسنة ١٩٧٤ المعدل النافذ.
٥. قانون التجارة الجَزائريَّ رقم (٧٥_٩٥) لسنة ١٩٧٥.
٦. قانون الشركات المساهمة والشركات التوصية بالسهم والشركات ذات المسؤولية المحدودة المِصريَّ رقم (١٥٩) لسنة ١٩٨١ النافذ.
٧. قانون الشركات الأُردنيَّ رقم (٢٢) لسنة ١٩٩٧ المعدل النافذ.