الرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز

م.د. رواء يونس النجار
مدرس القانون التجاري/كلية الحقوق – جامعة الموصل

المستخلص :

يعد عقد الفرنشايز من العقود التجارية المهمة والأكثر رواجاً حديثاً، إلا أنه يفتقر الى تنظيم تشريعي لأحكامه ليس فقط في تشريعنا الوطني وإنما لمختلف التشريعات الأخرى والعربية منها على وجه الخصوص ، تقوم فكرة هذا العقد على تنظيم نوع من التعاون بين أطراف مستقلين، تتمثل من جهة بالمانح الذي طور تجربه أقتصادية محددة ومعروفة وقابلة للتكرار، والطرف الثاني الممنوح له وهو في أكثر الأحيان يكون أكثر من شخص (شبكة الفرنشايز) إذ يقوم بإعادة أنتاج تجربة المانح الناجحة بطريقة مثمرة، مما يعني تنظيم استعمال العناصر الاساسية للنجاح الاقتصادي للمانح بواسطة "الممنوح له" عن طريق اخضاع الطرفين لعدة التزامات متقابلة ، و إن أهم مؤشر على نجاح "عقد الفرنشايز" هو درجة تقارب جودة المنتج المقدم من قبل "الممنوح له" الى المنتج الأصلي للمانح ، بالشكل الذي يولد قناعة لدى المستهلك بالحصول على منتج ضمن المواصفات المطلوبة دون تمييز بين مصدر الانتاج من "المانح" ام من "الممنوح له" ، الرقابة على جودة المنتج تعد أهم الضمانات لتحقيق ذلك ، فحسن تنفيذ "عقد الفرنشايز" مرهون بمستوى الرقابة بنوعيها السابقة واللاحقة المتحققة على جودة المنتج، إعمال هذه الرقابة يفرض جملة من الالتزامات على أطراف العقد وجزاءات في حالة مخالفتها.

الكلمات المفتاحية: عقد الفرنشايز ، المانح ، الممنوح له ، الرقابة ، جودة ، منتج

Control of product quality in the franchise contract

L.Dr. Rawaa Younis Al-Najjar
Commercial Law Lecturer/College of Law - University of Mosul

Abstract

The "Franchise Contract" is considered as one of the important commercial contracts and the most popular type of contracts nowadays. The idea of this contract pivots on organizing a kind of cooperation between independent parties; one of the them is the granter, who developed a specific, known and repeatable economic experience and the second party is the grantee, who is usually more than one individual (the franchise network) that reproduce the successful experience of the granter in multiple ways. This means the organization of the basic elements of the economic success of the granter through the grantee by means of the commitment of the two parties to corresponding obligations. The most important of the success of the franchise contract is the approximate degree of the product quality which is presented by the grantee to the quality of the original product in a way that the consumer is satisfied with the product he gets, which meets the desired specifications without distinguishing whether the producer is the granter or the grantee. The control of the product quality is regarded as the most vital guarantee and the good execution of the Franchise contract is dependent upon the level of monitoring the product quality.

key words: Franchise contract, grantor, grantee, control, quality, product

المقدمة

مدخل تعريفي بالموضوع وبيان أهميته:

يعد عقد الفرنشايز أحد معطيات العصر الحديث في اطار العولمة الإقتصادية وتجميع رؤوس الأموال ، وقد مهدت الاتفاقية العامة للتجارة والتعرفة الكمركية وبشكل تدريجي الى ظهور منظمة التجارة العالمية، فتضائل دور المشروعات الصغيرة حيث أصبح اعتماد التجارة في دخولها الى الاسواق العالمية بشكل كبير على المؤسسات التجارية العريقة التي تبغى التوسع في نشاطها ، وعقد الفرنشايز هو أحد هذه الأساليب التي تهدف الى توسيع نطاق المشروع التجاري بما يتضمنه من تقنات حديثة التي حلت اكثر فأكثر محل التقنات التجارية التقليدية الأمر الذي أدى الى انتشاره على المستوى الدولي بالاعتماد على ما يقدمه من معرفة فنية و تكنولوجية تحت أسم أو علامة تجارية مشتركة حققت نجاحاً وشهرة ،و عقد الفرنشايز الذي يتم بين طرفين هما "المانح" و"الممنوح له" والذي بمقتضاه تقوم علاقة تجارية بينهما بانتاج منتج أو خدمة وتوزيعها وتسويقها من قبل الممنوح له في منطقه محددة ولمدة معلومة ووفقا لشروط متفق عليها ،على ان يقوم المانح بتقديم الخبرة والأنظمة والتدريب والدعم الفني للمنوح له كذلك السماح له باستعمال جميع مستلزمات ومقومات هذا النشاط ، من اسم وعلامة تجارية والرقابة والاشراف اثناء العقد ، نظير مقابل معين يتفقان عليه.

حسن تنفيذ عقد الفرنشايز مرهون بتحقيق مستوى من جودة المنتج تلبي متطلبات وحاجات المستهلك، من خلال تفعيل الجانب الرقابي الذي يعد ضمانة أكيدة لنجاح هذا العقد ، أهمية الرقابة على جودة المنتج تستحق منا البحث في التعريف بها من خلال تعريفها وبيان انواعها ومن هم الملتزمون بها ،و اساس إلتزامها القانوني والمسؤولية الناجمة في حالة الاخلال بها والجزاء المترتب على ذلك.

تساؤلات البحث:

سنحاول من خلال بحثنا الإجابة على التساؤلات التالية:

1- ما هو مضمون التعاريف التي تناولت عقد الفرنشايز من وجهة الفقه والقضاء والتشريع؟
2- ماهية أشكال وانواع عقد الفرنشايز؟
3- ماهية الطبيعة القانونية لهذا العقد التي تفسر لنا الاستقلال القانوني للممنوح له عن المانح مع بقاء صفة التبعية موازية للاستقلال ؟
4- ماذا نعني بالرقابة على جودة المنتج وماهي أنواعها؟
5- من هم الملتزمون بالرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز؟
6- ماهو الاساس القانوني للرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز؟
7- متى تنهض مسؤولية الرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز وماهو الجزاء المترتب على ذلك؟

منهجية البحث:

سنعتمد في دراستنا أسلوب البحث التحليلي و المقارن ، بعرض الاتجاهات الفقهية وتحليلها فضلا عن عرض النصوص القانونية ذات الصلة والتعليق عليها ،كما اتبع الاسلوب المقارن لبعض التشريعات التي عالجت هذا الموضوع.

هيكلية البحث:

لاجل الإحاطة بموضوع البحث آثرنا أن تكون هيكلية البحث كما يلي:

المبحث الأول: التعريف بعقد الفرنشايز

المطلب الأول: تعريف عقد الفرنشايز وبين أنوعه وأشكاله

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية لعقد الفرنشايز

المبحث الثاني: الرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز والالتزام بها

المطلب الأول:التعريف بالرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز

المطلب الثاني : الإلتزام بالرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز

الخاتمة

المصادر

المبحث الاول

التعريف بعقد الفرنشايز (نعيم مغبغب، 2006، 24)

يشهد عالمنا اليوم انتشاراً واسعاً لعقد الفرنشايز الذي يعد أحد ابرز العقود التجارية ذات الأهمية الاقتصادية، التعريف بهذا العقد يتم

تناوله في هذا المبحث من حيث تعريفه وبيان لأشكاله وانواعه وطبيعته القانونية في مطلبين.

المطلب الاول: تعريف عقد الفرنشايز وبيان اشكاله وانواعه.

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية لعقد الفرنشايز.

المطلب الاول

تعريف عقد الفرنشايز وبيان اشكاله وانواعه

للتعرف على ماهية الشيء لابد من تعريفه ليتجلى المقصود منه وهو ما يتضمه الفرع الاول من هذا المطلب، أما الفرع الثاني فسيكون في اشكال هذا العقد وبيان انواعه .

الفرع الاول

تعددت التعاريف لعقد الفرنشايز في الفقه والقضاء والتشريع ، حيث أورد الفقه كثير من التعاريف أتسم معظمها أما بعدم الوضوح بان تكون مختصرة او مسهبة تؤدي الى ضياع فكرة المقصودة بالعقد، والتعريف التالي هو من التعاريف القلة التي تميزت الى حد ما بوضوحها وشموليتها، فعقد الفرنشايز ((هو عقد يلتزم بمقتضاه شخص يدعى المانح بالسماح لشخص اخر يسمى الممنوح له بأستخدام العلامة التجارية وجميع الاشارات والرموز التجارية التابعة له مع نقل المعرفة الفنية وتقديم المساعدات الفنية والتجارية له، في المقابل يلتزم الممنوح له بدفع رسوم دخول الشبكة الفرنشايز وأداء الاقساط شهرية المتفق عليها في العقد، بالاضافة الى جملة ألتزامات متبادلة تقع على عاتق الطرفين طيلة حياة العقد وحتى بعد انتهائه)) (لبنى، 2012، 18).

أذن نجد أن فكرة عقد الفرنشايز تقوم على تنظيم نوع من التعاون بين أطراف مستقلين، تتمثل من جهة بالمانح الذي طور تجربه أقتصادية محددة ومعروفة وقابلة للتكرار، والطرف الثاني "الممنوح له" والذي عادة ما يكون أكثر من شخص (شبكة الفرنشايز) يقوم بأعادة أنتاج تجربة المانح الناجحة بطريقة مثمرة، مما يعني تنظيم أستعمال العناصر الاساسية للنجاح الاقتصادي للمانح بواسطة الممنوح له عن طريق أخضاع الطرفين لعدة التزامات متقابلة.

اما على صعيد القضاء فقد اتسمت التعاريف التي اوردها بالندرة فقد عرفه القضاء الفرنسي بأنه "العقد الذي بموجبه يقوم المانح بتزويد المتلقي بالمواد والبضائع والمساعدة الفنية واصدار البيع وعلامة الانتاج بالشكل الذي لا يحدث الخلط بين منتج المانح وغيره من المنتجات ويقدم أيضاً الخبرة المستفادة من مراكز البيع الاولى التي أقامها المانح، علاوة على ذلك فأن الممنوح له يعمل على تحسين سمعة العلامة التجارية وزيادة شهرتها في المنطقة المتفق عليها في العقد، حيث ينص العقد أن يكون التعامل بين الطرفين على اساس قصدي تبادلي" (سيبل، 2007، 8-9).

وقد عرف القضاء اللبناني العقد عبر الحكم الصادر من المحكمة الاولى في بيروت بتاريخ 1992 /1/30 ،اثناء نزاع عرض عليها ((بأنه أتفاق يحصل عادة بين تاجر أو صناعي يتعاطى تجارة الجملة وبين شخص يتعاطى أو يرغب أن يتعاطى تجارة الجملة بصورة مستقلة ولحسابه الخاص، فتعتمد الشركة الى تسهيل أو تكوين مركز أو عمل تجاري يكون ملكا للتاجر ، وتعطيه حق بيع بضاعة أو ماركة مشهورة، مع حق أستعمال هذه الماركة والأسم)) (لبنى، 2012، 8 ؛ عبد المهدي، 2009، 277).

وأذا ما قارنا بين التعرفين نجد بأنه في الوقت الذي عرف القضاء الفرنسي عقد الفرنشايز تعريفاً واضحاً ومفصلاً شامل لكل انواع الفرنشايز، نجد ان التعريف الذي أتى به القضاء اللبناني قد اقتصر على الفرانشيز التوزيعي، فضلاً عن أغفاله لاهم العناصر التي يلتزم المانح بتزويدها للمنوح له وهي المعرفة العملية والمساعدة الفنية الامر الذي دعا محكمة استئناف المدينة في بيروت الى تصحيح تسبيب الحكم بعد أستئنافه امامها حيث نصت على عنصر المعرفة العملية والمساعدة الفنية التي يتلقاها الممنوح له طيلة مدة العقد (نعيم مغبغب، 2006، 20-21).

القضاء الامريكي هو الاخر عرف هذا العقد وعده "عقداً تفصيلياً يلتزم بموجبه الممنوح له والبائع للسلع والخدمات صاحب العلامة "المانح" بالطرق والاساليب المحددة من قبل هذا الاخر، والانسجام بين طرفي العقد والرقابة على جودة المنتج والتوزيع سيتوج بأقبال الزبائن على محلات الممنوح له من اجل الحصول على منتوجات تحمل علامة مالك العلامة وهو "المانح" (أنوجال، 2014، 20) .

أما على صعيد التشريع ((فقد عرفه التدبير الأداري الفرنسي رقم 88/4087 بأنه "الأتفاق الذي بموجبه يعطي مشروع هو الفرانشيزر، مشروعاً اخر هو الفرانشيزي، نتيجة تبادل ومقاصة مالية مباشرة او غير مباشرة حق أعادة إستعمال مجموعة حقوق الملكية صناعية أو فكرية تناولت الماركات، الاسماء التجارية، الشعارات، العلامات والرسوم والنماذج، حقوق المؤلف، المعرفة العملية أو البراءات المخصصة لكي تكون مستغلة من أجل أعادة بيع المنتجات النهائية)) (لبنى، 2012، 16). وبذلك نلاحظ ان المشرع الفرنسي قد أعتبر طرفي عقد الفرنشايز هما مشروعين احدهما يمثل "المانح "والاخر "الممنوح له".

- ومن كل ما تقدم من تعاريف نقترح التعريف التالي((أن عقد الفرنشايز يكون بين طرفين هما المانح والممنوح له، والذي بموجبه يحق للممنوح له استعمال كل او قسم من حقوق الملكية الفكرية والصناعية والمعرفة الفنية التي توصل أليها المانح والتي اثبت نجاحها في مشروعه التجاري واستغلال كل ذلك في أنتاج أو توزيع السلع أو تقديم الخدمات وذلك بمقابل يتفق عليه الطرفان مع تعهد الطرفين بالتعاون المستمر بينهما وبأداء كل منهما ما يترتب على عاتقة من التزامات مع الحفاظ على مستوى الجودة العام لنشاطهما)).

نخلص من كل ما تم عرضه من تعاريف وما اقترحناه من تعريف لهذا العقد بان موضوع عقد الفرنشايز و المتضمن وضع المانح تحت تصرف الممنوح له جملة أمور يرتكز أليها ليحقق النجاح يمكن أدراجها في مجموعتين، المجموعة الاولى الأسم التجاري و العلامة التجارية حيث تمثل نقطة الاتصال الرئيسية بعنصر الزبائن والمجموعة الثانية هي المعرفة الفنية واسلوب العمل والمساعدة الفنية التي تطبق في الواقع العملي لغرض العمل بمهنة أو المباشرة بمشروع استثماري وتنشأ عن ممارسة وخبرة التي عادة ما يكون قد اكتسبها المانح مع مرور الزمن والتي تمثل بالنسبة له عامل نجاح أساسي في العمل، وهذا سيستمر طيلة حياة العقد، حيث يلتزم المانح ليس فقط في تقديم المعرفة الفنية وكل ما يستجد فيها من تطور وإنما أيضا التزامه بتحقيق (الرقابة على جودة المنتج) حيث تعد ضمانه حقيقية لنجاح عقد الفرنشايز.

الفرع الثاني

أشكال عقد الفرنشايز

نعني بأشكال عقد الفرنشايز بأنها تلك المعتمدة في تنفيذ موضوع هذا العقد بغض النظر عن نوعه، والبحث في هذه الاشكال هو ما سيتضمنه هذا الفرع ووفقاً للتفصيل الاتي:

أولاً: الشكل المباشر لعقد الفرانشيز:

يتجسد هذا الشكل بأن المانح هو من يحدد أعضاء شبكته من الممنوح لهم في كل بلد ، بحيث يرتبط هؤلاء الاعضاء مباشرتاً به (لبنى، 2012، 25-26)، ويساهم هذا الشكل بتطوير عقد الفرنشايز في الاطار المحلي لانه يتيح للمانح تطوير شبكته فهو على قدر من الخبرة والدراية بكافة ظروف بلده الأم الإدارية والاقتصادية والمالية وخاصة تلك المتعلقة بالضرائب، وحيث تكون امكانية أختيار الممنوح لهم وفقاً لكفائتهم ومقدرتهم على تنفيذ العقد بشكل افضل، ويتميز هذا الشكل ببساطته العلاقة المباشرة بين المانح

والممنـــــــــــــوح لـــــــــــــه الأمـــــــــــــر الـــــــــــــذي يحقـــــــــــــق امكانيـة كبيـرة للمـانح بـأجراء الرقابـة الدائمـة علـى جـودة المنـتج وضـمان حسـن تنفيـذ العقـد (الحلفـاوي، 2012، 61).

ثانياً: الشراكة:

وفقاً لهذا الشكل ينشيء المانح شركة بينه وبين شركة اخرى قائمة في البلد المنوي أقامة شبكة الفرانشيز فيه، فتصبح (الشركة الجديدة)فرعاً من (الشركة الام) وهي شركة المانح، وبالرغم من الفائدة المتحققة من هذا الشكل كسابقة من حيث سهولة أجراء(الرقابة المباشرة) من قبل المانح على (الشركة الجديدة) بالاضافة الى الاستفادة من خبرة الممنوح له على الصعيد المحلي، الا ان هذا الشكل يحمل معه سلبيات منها ما تتعلق بالمانح من حيث تحديد نشاطه بمقدار مشاركته في (الشركة الجديدة)، واخرى تتعلق بالممنوح له حيث سيتيح هذا الشكل امكانية التجاوز على استقلاليته التي تعتبر خاصية اساسية للممنوح له في عقد الفرنشايز.

ثالثاً: عقد الفرنشايز الرئيسي:

بموجب هذا الشكل لعقد الفرنشايز يقوم المانح باختيار الشركة في بلد اجنبي مستقلة استقلالاً قانونياً عنه تدعى (الممنوح له الرئيسي) يعطيها المانح حق استثمار الفرنشايز في منطقة جغرافية محددة ويخولها انشاء شبكة فرانشيز في هذه المنطقة والتعاقد مع أطراف اخرين كممنوح لهم، ويعد "الممنوح له" الرئيسي بمثابة "المانح" لهؤلاء حيث يتولى مهمة أختيارهم ونقل المعرفة ذات السمة العملية اليهم وتحقيق (الرقابة على جودة المنتج)، بالاضافة الى قيامه بمهمة تطوير الشبكة وحماية نظام الفرنشايز والعمل على ملائمته وضبطه بالشكل الذي يلبي احتياجات السوق المحلية الذي ينطلق فيها نشاطه (النجار، 2001، 84-85)

رابعاً: فرنشايز الزاوية

هذا الشكل لعقد الفرنشايز ومن دلالة أسمه فهو محصور في نطاق معين، فالممنوح له يمارس نشاطه في زاوية محددة من محل ذو مساحة كبيرة كصالات الفنادق والمطارات والمخازن الكبرى وغيرها، ويعتبر الفرنشايز الزاوية عقداً ضيق النطاق على صعيد الألتزامات المتقابلة بين طرفيه اذا ما قورنت بعقد الفرانشيز التقليدي، فعلى سبيل المثال للممنوح له لا يمكنه أستعمال العلامة التجارية الممنوحة له في نطاق ضيق وكذلك الحال بالنسبة للمانح يلتزم بنقل معرفته الفنية عملية محددة ومساحة تقنية محددة المقدار وبما يتماشى مع طبيعة عقد الفرنشايز (لبنى، 2012، 29-30)

مما تقدم نخلص الى ان تعدد اشكال عقد الفرنشايز وتفاوت نطاقه حسب الشكل هو ما يميزه عن انواع العقود التجارية الاخرى حيث يتيح المجال امام "الممنوح له" اختيار الشكل الملائم لامكانياته ورغباته لتنفيذ العقد وبمستوى من الجودة عالي المواصفة.

الفرع الثالث

أنواع عقد الفرنشايز

لعقد الفرنشايز العديد من الأنواع، وهذا التنوع جاء بناءً على نوع الأنشطة الاقتصادية التي يشملها هذا العقد، فحيثما تكون هنالك تجربة أقتصادية أو تجارية ناجحة قادرة على التكرار يمكن لعقد الفرانشيز أن يكون تطبيقاً لها، وفيما يلي البحث في أبرز هذه الأنواع.

أولاً: فرنشايز التوزيع

يعد هذا العقد أُنموذجاً للتعاون الاقتصادي بين طرفيه وينصب على توزيع المنتجات بواسطة نظام توزيع متكرر ومنتظم من قبل "المانح" والذي عادة ما يكون منتجاً يبيع سلعه ومنتجاته بواسطة شبكة الفرنشايز ، أو صاحب مركز بيع رئيسي، يقوم بأعادة توزيع منتجاته التجارية بواسطة "الممنوح له" (لبنى، 2012، 25) .

أن ما يميز هذا النوع هو أعطاء المانح حق القصر للممنوح له وهو أن(يكون الموزع الوحيد لمجموعة السلع والمنتجات في منطقة نشاطه والذي يبرم بموجبه عقد التوزيع القصري) (نعيم مغبغب، 2006، 41) كما أن فرنشايز التوزيع لا يقتصر على عمليات توزيع السلع والخدمات المقدمة من قبل "المانح عمليات البيع التي يقوم بها "الممنوح له" " ولكن الى جانب ذلك هنالك عمليات أخرى يمكن أن تساهم في جلب الزبائن، كوجود نظام تبادل المعلومات حول البضائع وادارة المخازن وتطوير وسائل جذب الزبون وما الى ذلك .

ثانياً : الفرنشايز الصناعي

يتجسد هذا النوع الأمداد بالمساعدة التقنية والفنية و بنقل المعرفة الفنية اللازمة لتجميع المنتجات أو تصنيعها من "المانح" الى "الممنوح له"، مما يوجب على "المانح" نقل التكنلوجيا للمنوح له، مع ضرورة إطلاع هذا الأخير على الاسرار الصناعية المتعلقة بكيفية الانتاج والتي تكون مملوكة "للمانح"، فوفقاً لهذا العقد يقوم "الممنوح له" بتصنيع المنتجات محل الترخيص والحاملة للعلامة التجارية "للمانح" مع وجوب أن تكون مطابقة للمواصفات المطلوبة، حيث يشرف المانح على الانتاج للتأكد من (جودة السلعة المصنعة) التي تحمل ذات العلامة ومطابقتها للمواصفات التي يحددها (نسيمة، 2014، 64) ويمنح هذا النوع فوائد لطرفيه، فهو من جانب "المانح" سيحقق له الانتشار الأوسع، التجدد، والابتكار، فضلاً عما يوفره من جهد القيام بالاستثمارات المالية الضخمة والضرورية للتواجد في اكثر من سوق خارجي، ومن جانب "الممنوح له" ستمكنه من الاستعانه بخبرات "المانح" (حيث سيحقق له قفزة تقنية مستندة الى مهارات جاهزة ومجربة)، وهو ما يؤدي الى القول أن هذا النوع من العقد يساهم في تطوير المجال الصناعي للدولة التي ينتمي اليها الممنوح له ويمارس فيها نشاطه (أمعوش، 2016، 21) .

ونجد انه بالرغم من اهمية هذا النوع من عقد الفرنشايز الا انه ينتج عنه بعضاً من الأخطار الاستراتيجية تهدد المانح ، لانه سوف يخلق له منافساً حقيقياً هو الممنوح له ، فبعد انتهاء مدة التعاقد عادة ما يكتسب هذا الاخير معظم ان لم نقل كل المهارات الخاصة بعملية التصنيع ، وبذلك يمكنه أن يكون منافساً مباشراً للمانح ، وبالرغم من المعالجات التي يتم اتخاذها بخصوص هذه الاخطار بإيراد شرط في العقد يمنع الممنوح له استعمال المعرفة العملية بعد انتهاء العقد ،الا أنه في نظرنا ان ايراد هكذا شرط لا يجدي نفعا لان هذه المهارات قد اكتسبها الممنوح له طيلة فترة تنفيذ العقد الأمر الذي يتطلب اعمال دور القانون في ايراد أحكام صارمة تحقق الحماية القانونية المجدية لمالكي العلامة التجارية وهم المانحون.

ثالثاً : فرنشايز الخدمات

عرفت محكمة العدل الاوربية فرانشيز الخدمات (بأنه العقد الذي بموجبه يسمح "المانح" "الممنوح له" باستخدام أسمه وعلامته التجارية ليصنعها على خدمات يقدمها الاخير، ويلتزم الممنوح له بالنماذج والمواصفات التي يقدمها المانح ويخضع في ذلك لرقابته واشرافه)

ويقوم هذا النوع على أساس تمكين الممنوح له أستعمال نظاماً موحد ومتكامل يتضمن عناصر لجذب الزبائن، يتم اعدادها وتطويرها من قبل "المانح" غايتها تقديم خدمات معينة للجمهور ويعتقد فرنشايز الخدمات على معرفه عملية خاصة ومساعدة تقنية مستمرة، وبذلك يعد هذا النوع النموذجي لعقد الفرنشايز حيث تظهر خصوصية بشكل واضح ونجاحه في أطار هذا العقد الذي يعتمد بشكل رئيسي على مدى اكتمال المعرفة الفنية، وله تطبيقات هامة في مجالات متنوعة من قطاع الخدمات، فهنالك فرنشايز الخدمات غير المادية و المادية و فرنشايز المطاعم والفنادق، ومثال ذلك عقد فرنشايز الخدمات في الفنادق العالمية مثال هيلتون وشيراتون، وخدمات بطاقات الائتمان .

رابعاً : الفرنشايز الاستثماري

يتم بناءً على عقد لاستثمار مؤسسة ما ويتميز بانه لا يتوقف على تقديم وحماية المعرفة والمساعدة الفنية بل يتعدى ذلك الى استثمار المؤسسة بذاتها بما في ذلك استراتيجية تلك المؤسسة ومجموع الأنشطة والعمليات التي تقوم بها (نعيم مغبغب، 2006، 48) ، وقد نال هذا النوع انتشاراً واسعاً في الوقت الحاضر بسبب ما يحققه من مكاسب منها الاستثمار الناجح لرأس المال التكنلوجي ومع تجنب مخاطر الاستثمار المالي، فضلاً عما يحققهُ للمانح من منافع منها تجاوزه للقوانين الضريبية في دولة الممنوح له (النجار، 2001، 12).

خامساً : فرنشايز البنيان التجاري

يعتمد هذا النوع من "عقد الفرنشايز " بالدرجة الاولى غى ماتحققه العلامة التجارية والسمعة التجارية المملوكة "للمانح" من شهرة، فعادة ما يقبل الزبائن على تبضع السلع أو الحصول على الخدمات المالكة لعلامة تجارية بذاتها، مما يتيح للمانح أبرام العقد مع مجموعة كبيرة من "الممنوح لهم" (شبكة الفرنشايز)، هذا بدوره سيعود بالفائدة على "المانح" بسبب ما سيحقق له من انتشار دون أن يتكبد نفقات مع حرصه على سمعته التجارية التي بناها لفترة طويلة من الزمن وذلك من خلال ما يصنعه من قيود صارمة على الممنوح لهم والمتمثلة بتحديد لمواصفات ونوع وشكل الخدمة او السلعة المقدمة والتي تخضع لرقابته. (الكندري، 2023، 10-11)

من خلال ما تقدم من البحث في أنواع عقد الفرنشايز يتضح لنا الدور الكبير الذي يحققه العقد من مساهمة فاعلة للإرتقاء بالمستوى الاقتصادي لبلد ما ، فتعدد أنواعه تجعله ملبياً لمختلف متطلبات العمل التجاري الأمر الذي يدعونا الى التأكيد على دعوة مشرعنا الوطني لتنظيم أحكامه بدقة وشمولية من خلال إصدار تشريع خاص به .

المطلب الثاني

الطبيعة القانونية لعقد "الفرنشايز"

البحث في الطبيعة القانونية لعقد "الفرنشايز" يقودنا الى بيان الآراء الفقهية المتعددة التي قيلت لتحديد هذه الطبيعة، فهُنالك من لا يعدهُ عقداً قائماً بذاته انما هو تطبيق لمجموعة العقود التي تشتبة به ويؤيدون رأيهم في العجز عن أعطاء تعريف قانوني لهذا العقد لكونه يتضمن اجراءات واحكام مختلفة (عروسي، 2015، 85-130)، ونحنو لا نتفق مع هذا الرأي لوجود اختلافات جوهرية بين هذا العقد وما يشتبة به من عقود (محمد نعمان، 2012، 605-606)

البعض الاخر يرى انه عقد مركب (والعقد المركب مجموعة عقود ترد على محل واحد) ويكون بصورتين الاولى العقد المركب المختلط والثانية عقد الأطر، فالعقد المختلط هو عقد يتكون من مجموعة من العقود يخضع كل منها للاحكام القانونية المكونة لذلك العقد مما يعني ان العقد المختلط لا يخضع الى قاعدة قانونية معينة، اما عقد الأطر فهو يعني اتفاق اطراف العقد على الاطار العام للعقد والمتضمن الأمور الجوهرية في حين تحدد الأمور التفصيلية يتم بالاتفاق عليها لاحقاً (شاكر ورغد، 2016، 416) وهو ما نؤيده كطبيعة قانونية لعقد الفرنشايز ويفسر لنا بوضوح الاستقلال القانوني للممنوح له عن المانح مع بقاء صفة التبعية موازية للاستقلال، لأجل المحافظة على مستوى الجودة ومظهر شبكة الفرنشايز حيث يبرر تحقق تلك التبعية من خلال التزام المانح بفرض الرقابة على تفاصيل بنشاط الممنوح له وطريقة ادارة المشروع مما يجعل التبعية تسير جنباً الى جنب مع الاستقلال القانوني المقرر لهذا الاخير.

المبحث الثاني

الرقابة على (جودة المنتج) في عقد الفرنشايز والالتزام بها

إن أهم مؤشر على نجاح "عقد الفرنشايز" هو درجة تقارب (جودة المنتج) المقدم من قبل "الممنوح له" الى المنتج الأصلي للمانح ، بالشكل الذي يولد قناعة لدى الزبون بالحصول على منتج ضمن المواصفات

المطلوبة دون تمييز بين مصدر الانتاج من المانح ام من الممنوح له ، الرقابة على(جودة المنتج) تعد أهم الضمانات لتحقيق ذلك ، فحسن تنفيذ "عقد الفرنشايز" مرهون بمستوى الرقابة المتحققة على جودة المنتج ، البحث في التعريف بالرقابة على جودة المنتج في "عقد الفرنشايز " والالتزام بالرقابة على (جودة المنتج) في هذا العقد هو ما سيتضمنه هذا المبحث بالبحث والتحليل في مطلبين:

المطلب الاول: التعريف بالرقابة على جودة المنتج في "عقد الفرنشايز ".

المطلب الثاني: الألتزام بالرقابة على جودة المنتج في "عقد الفرنشايز ".

المطلب الاول

التعريف (بالرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز)

تعد (الرقابة على جودة المنتج) من أهم الممارسات والأدوات التي تساهم بشكل فاعل في ضمان نجاح عقد الفرنشايز ، التعريف بهذا النوع من الرقابة هو ما سيتم تناوله في هذا المطلب من خلال تعريفها وبيان انواعها.

الفرع الاول

تعريف الرقابة على جودة المنتج

تعرف الجودة في اللغة((بأنها بلوغ الشيء درجة عالية من النوعية والكفاءة وكذلك القيمة))، وكلمة الجودة Quality يعود تأصيلها التاريخي الى(الكلمة اللاتينية QuaLİTus) والتي تعد مؤشراً على (طبيعة الشيء أو الشخص ودرجة صلاحه) وللجودة معاني متعددة ، فقد تعني ((جودة الأداء أو تطابق المنتج أو الخدمة أو السلعة وقد تعني التسليم في الوقت المحدد أو التميز)) وغير ذلك (الخطيب، 2018، 22-23) ، وقد عرفها قاموس اكسفورد بأنها ((الدرجة القصوى والعالية من النوع والقيمة للمنتج))، في حين عرفتها المنظمة الاوربية للسيطرة على الجودة بأنها ((هي مجموعة خصائص ومميزات منتوج أو خدمة ذات صلة بمقدرته على الايفاء بحاجة معينة))، أما منظمة الايزو فقد اعلنت ان الجودة تعني((مدى مطابقة مواصفات المنتجات او الخدمات التي يتم تقديم للمواصفات المطلوبة)) ، ويمكن ان نعرف الجودة بانها((قدرة المنتج او الخدمة على تحقيق حاجات المستهلك)) ، من خلال ما تقدم نخلص الى جملة من الامور:

1- أن الجودة تدور في مجملها بين عنصرين الاول المنتج او الخدمة والعنصر الثاني المستهلك او الزبون .
2- من مميزات الجودة التغير المستمر بالشكل الذي يوائم مستجدات ورغبات المستهلك.
3- أن مفهوم الجودة مفهوم نسبي حيث يحمل مختلف المعاني التي تختلف باختلاف الزمان والمكان وطبيعية المستهلك او الزبون.

أما جودة المنتج التي تعرف بأنها ((ملائمة المنتج للاستعمال في الغرض المخصص له بدرجة ترضي المستهلك)) (المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، ص1_3) من الممكن النظر اليها من جوانبها الثلاث:

أ.جودة التصميم: وهي تحقق الجودة في تصميم المنتج وتتجسد في خصائص معينة مادية وغير مادية تدخل في التصميم، وقد يأخذ التصميم أعلى مستويات الجودة حالة استخدام مادة خام افضل مثل نكهات الأطعمة المعلبة .

ب.جودة الأداء: والتي تعرف بأنها قدرة المنتج على القيام بالوظيفة الموجودة منه وبالشكل الذي يحقق رضاء المستهلك.

ج.جودة الأنتاج: او ما يدعى بجودة المطابقة للمواصفات ضمن ظروف الانتاج الفعلية والتي تتحقق بحسن أختيار التصميم الذي يتلائم والأمكانيات التقنية المتوفرة في مراحل الانتاج (العهيار فلة، 2004-2005، 3)

و الرقابة على جودة المنتج بشكل عام "هي مجموعة الاجراءات المحددة مسبقاً والتي ترمي التأكد بأن الانتاج المتحقق كان مطابقاً للخصائص والمواصفات الاساسية المقررة للمنتج المطلوب".

وعليه يمكننا القول بأن الهدف من الرقابة على (جودة المنتج) هو ضمان تحقق جودة ذلك المنتج مع أقل تكلفه ممكنة وهذا أمر مرهون بإمكانية السيطرة في عمليات الانتاج المقررة والتقليل من حدوث انتاج معيب أومخالف للمواصفات المطلوبة.

الفرع الثاني

(أنواع الرقابة على جودة المنتج) (علي شريف، 2003، 373)

للرقابة على جودة المنتج في "عقد الفرنشايز " (والتي عادة ما ينص عليها العقد عند ابرامه) أهميتها البالغة، خاصة اذا ما علمنا أن الهدف الحقيقي من الرقابة على جودة المنتج حامل العلامة في هذا النوع من العقود هو الحصول على منتج مطابق لمواصفات المنتج الاصلي لضمان رضا المستهلك وتعزيز ثقته بالمنتج، الأمر الذي يتطلب تحقيق رقابة حقيقية ومتكاملة سابقة (في مرحلة الاعداد للمواد الاولية ومراحل الانتاج) ولاحقة (وهي التي تشمل مرحلة ما بعد انتاج المنتج ولحين وصوله الى المستهلك) :

أولاً: الرقابة السابقة:

يتجسد هذا النوع من (الرقابة على جودة المنتج) منذ انطلاق أعمال الرقابة على المواد الأولية الداخلة في تصنيعه مروراً بمراحل الانتاج وانتهاءً بالرقابة على جودة التعبئة وطرق التغليف الملائمة للمنتج مع ضرورة التدوين الكامل للمعلومات الدقيقة عن المنتج و الإرشادات اللازمة لاستخدامه ان كان لها موجب ، وعلى "الممنوح له" تزويد "المانح "وبدون أي مقابل وعند الطلب نماذج من العينات في اي مرحلة من مراحل التصنيع، وأن يُقدم كل التسهيلات التي يجب ان ترافق عملية الرقابة لرسم صورة واضحة وحقيقية عن عملية تصنيع المنتج، وان يهيأ للمانح كل متطلبات الرقابة ليصل في النهاية الى تجويد عمليه الانتاج وضمان ان عملية الانتاج تسير بشكل عالي المستوى، بناء على تعليمات يوجهها "المانح" الى "الممنوح له" ، بالإضافة الى التعهد بعدم إحتواء مواد التصنيع على أية مكونات ضارة بالمستهلك والبيئة، وبعكسه سوف يسيء سمعة المنتج وعلامته (يوسف عودة، 2019، 197-198)

ثانياً: الرقابة اللاحقة:

وتضم الرقابة على جودة نقل المنتج وتخزينه وجودة تسويقه ومن ثم الرقابة على جودة استخدام المنتج، وتعد الرقابة في مرحلة النقل والتخزين من أهم مراحل الرقابة اللاحقة لأن تحققها سيضمن مستوى مناسب لجودة المنتج، الامر الذي يتطلب توفير قدر من التكامل ما بين مراحل تصنيع المنتج وبين مراحل النقل والتخزين، لكون محصلة ذلك تقليل معدلات التلف للمنتج مع انخفاض التكاليف بالاضافة الى المحافظة على مواصفات جودة المنتج بالشكل الذي يضمن رضا المستهلك النهائي، اما الرقابة على جودة التسويق للمنتج فتتمثل بالرقابة على مجمل متطلبات التسويق ومدى ملائمتها للمنتج مع تحقيق الرقابة على درجة قبولية المستهلك للمنتج، وأخيراً تتضمن الرقابة على الجودة من خلال الرقابة على مقدار اداء المنتج للغرض المستخدم لأجله (نبيهه جابر، 2010، 1) وتتخذ الرقابة على الجودة بعداً دولياً في حالة حصول المنتج على شهادة الـISO (الذي تؤهل التسويق الدولي للمنتج)، الامر الذي يتطلب التعاقد مع جهة ثالثة وهي في العادة من تمنح شهادة الإعتماد وتتولى اعادة تأهيل الجانب الفني للمشروع الأمر الذي يتطلب إطلاعها على كل الاوليات الخاصة بعملية الانتاج وعملية الاطلاع هذه لا تتم الا بموافقة "المانح"، ولابد من الاشارة الى أن الحصول على شهادة الـISO تتسم بمحدودية الأثر، بمعنى ان حصول "المانح" على هذه الشهادة لا يعني حتمية حصول الممنوح لهم في الشبكة الواحدة عليها (علي شريف، 2015، 375)

وتتزايد أهمية الرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز في حالة كونه حاصل على شهادة الـISO (علامة الجودة)، والتي وجدت لها حماية قانونية من قبل العديد من التشريعات ومنها مشرعنا الوطني ((عندما اوجب الرقابة الدقيقة والتي تصل الى الكشف المفاجيء على الجهة الممنوحة للتأكد من استخدامها لعلامة الجودة والالتزام بمتطلبات الترخيص)) (النجار، 2001، 50-51)

ولكل ما تقدم يتضح أن نجاح عقد الفرنشايز مرهون بشكل كبير بالرقابة الشاملة وبكل انواعها على جودة المنتج، بدأ من الرقابة على المواد الاولية وانتهاء بتقديم المنتج للمستهلك الامر الذي يتطلب شمول الرقابة بتنظيم تشريعي محكم لإضفاء صفة الالزام على اجراءات عملية الرقابة برمتها.

المطلب الثاني

الالتزام بالرقابة على جودة المنتج في "عقد الفرنشايز"

ان الاساس القانوني للرقابة على جودة المنتج في "عقد الفرنشايز" ناشيء عن الألتزام الذي يفرض مستوى عام لتلك الجودة، وهنا تثار عدة تساؤلات، على من يقع الالتزام بجودة المنتج والرقابة عليها؟ وهل ان هذا الالتزام احادي الجانب ام يقع على طرفي العقد؟ و ما هو الاساس القانوني لهذا الالتزام؟ وماهي المسؤولية الناجمة عن الاخلال بهذا الالتزام؟ ، الإجابة على كل هذه التساؤلات هو ما سيتضمنه هذا المطلب بفروعه الثلاثة.

الفرع الاول: الملتزمون بجودة المنتج والرقابة عليها في "عقد الفرنشايز".

الفرع الثاني: الاساس القانوني للالتزام بالرقابة على جودة.

الفرع الثالث: المسؤولية الناجمة عن اخلال الالتزام بالرقابة على جودة المنتج في "عقد الفرنشايز".

الفرع الأول

الملتزمون بجودة المنتج والرقابة عليها في "عقد الفرنشايز"

تفرض طبيعة هذا الإلتزام واجباً على طرفي العقد، فالمتلقي وهو "الممنوح له"، ملتزم بالحفاظ على مستوى جودة المنتج في مواجهة المستهلكين وذلك من خلال ألتزامه بتنفيذ عقد الفرنشايز وفقاً لمعايير "المانح" في الوقت الذي يلتزم "المانح" بتحقيق رقابة محكمة حمايتاً لعلامته التجارية، بالاضافة الى دور الجهات ذات العلاقة (بناء على ما ورد في التشريعات الخاصة بحماية المستهلك في دولة الممنوح له) للتحقق من جودة المنتج وفقاً للمواصفات القياسية الدولية (يوسف عودة، 2019، 197).

ان جوهر "عقد الفرنشايز" يقوم على فكرة تكرار "الممنوح له" لتجربة "المانح"، وهدفه يتمثل بوضع التقنيات المجربة مسبقاً من قبل هذا الأخير موضع التنفيذ وبالطريقة الأكثر أماناً والأقل كلفه، ولضمان معيار الجودة المطلوبة فإن نجاح ذلك يعتمد على مدى التزام الممنوح له بتنفيذ آلية العمل المنضبط والممنهج من قبل المانح (نعيم مغبغب، 2006، 225) ، وهذا مرهون بتحقيق عدة امور تتمثل بأعداد الكوادر العاملة الكفوءة والقادرة على تنفيذ هكذا عقد وفقاً للمعايير والضوابط المطلوبة و ان يلتزم الممنوح له بكافة الشروط الخاصة بمحل العمل الذي يمارس نشاطه فيه ، وبطريقة التجهيز وبالطريقة التي يتم فيها تسويق المنتج المستهلك مع التزامه بعدم اجراء اي تغيرات دون الموافقة الخطية من "المانح" (لبنى، 2012، 163) ، كما ان عليه ان يلتزم بتطبيق الطرق والمسائل المحددة لوضع المعرفة الفنية موضع التنفيذ والتي عادة ما تكون مثبتة في كتيب او دليل التعليمات التي يلتزم "المانح" بتزويده أياه وفقاً لشروط العقد المبرم بينهما،ولضمان تمكين "المانح" من اجراء المراقبة اللازمة على "الممنوح له" لا بد من تمكين المندوب من اجراء الرقابة على نشاط هذا الاخير والاطلاع ميدانياً على ظروف العمل وتقديم المساعدة والتوصيات اللازمة عند الاقتضاء

ان الألتزام بالرقابة على جودة المنتج في هذا العقد هو التزام بتحقيق نتيجة، فالهدف هو انجاح تنفيذ العقد على أتم وجه، لذلك نجد ان "المانح" ملتزم بضمان وصول "الممنوح له" بمستوى الانتاج الى المستوى العام للجودة المطلوبة وذلك بتذليل كل العقبات وتهيأة كل سبل المعرفة الفنية وهنا يثار تساؤل عن

المقصود بالمستوى العام للجودة، هل يعني التماثل الكامل بين جودة المنتج الذي يقدمه "الممنوح له" مع جودة ما قدمه "المانح" وفي حاله عدم حدوث التطابق التام هل يعني ذلك اخلال بالالتزام؟ بالحقيقة ان بلوغ مستوى الجودة المعقول و المثبت في العقد يحقق الوفاء بهذا الألتزام الذي يبقى صحيحاً بالرغم من وجود بعض الاختلافات على ان لا تكون جوهرية في المنتج (النجار، 2001، 241)

الفرع الثاني

الأساس القانوني للالتزام بالرقابة على جودة المنتج في "عقد الفرنشايز"

ان الأساس القانوني للالتزام بالرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز عادة ما يكون نصوصا قانونية في التشريعات المنظمة لاحكام هذا العقد، والتي كان آخرها مشروع قانون الفرنشايز المصري حيث نص على اعطاء "المانح" حق الرقابة والاشراف المتواصل على ممارسة الأعمال التجارية من قبل "الممنوح له" ، وفي حال غياب النص القانوني فالعرف يعد مصدراً لهذا الألتزام والمتجسد باتفاق الاطراف عليه، وحيث أن الألتزام بالرقابة على الجودة عادة ما يكون مرتبطاً بالشروط الشكلية لعقد الفرنشايز (لبنى، 2012، 172)، فاذا كان الاصل في العقود الرضائية والتي تظهر بشكل جلي في العقود التجارية حيث طبيعة العمل التجاري الذي يتسم بالسرعة، الا أنه وبالرغم من ذلك فأن بعضاً من هذه العقود تتطلب شكلية معينة نظراً لما تشتمل عليه من أهمية تتضح فيما ترتبه من آثار فضلاً عن كونها من عقود المدة التي يستغرق تنفيذها وقتاً طويلاً ومنها هذا العقد مدار بحثنا ، كما ان الرضائية ليست من النظام العام مما يعني امكانية اتفاق الاطراف على استيفاء شكلية معينة لا ينعقد العقد الا بتوفرها.

ان نطاق الالتزام بضمان الرقابة على الجودة وتحديد مضمونه عاده ما يكتب في العقد ، ومما يؤكد ان الكتابة في عقد الفرانشيز هي ركن فيه هو ما اقره قانون اخلاقيات الاتحاد الفرنسي الفرنشايز (F.F.F)، وكذلك قانون الأخلاقيات الاوربي لعقد الفرنشايز بأن الكتابة لازمة لصحة انعقاده (عروسي، 2015، 129) ومع دعوتنا لمشرعنا الوطني بتنظيم قانوني خاص "لعقد الفرنشايز" ، نؤكد ضرورة أفراد مواد قانونية تتناول بشكل دقيق ومفصل أحكام الرقابة على جودة المنتج لاضفاء صفة الالزام باعتبارها تمثل المفصل الاكثر اهمية في تحقيق نجاح العقد. ولابد من الاشارة الى انه اذا كان صحة استعمال العلامة التجارية في هذا العقد ترتبط بتتوفير رقابة الجودة فأن معايير توفر عنصر هذه الرقابة مرهون بتنفيذ الالتزام بتقديم المساعدة الفنية التي تعد التزاماً مكملاً للألتزام بنقل المعرفة الفنية ، وعادة ما يتضمن العقد النص على هذا الالتزام ، وتثار مشكلة في حالة عدم النص عليه في العقد ، فهنالك من يجد ان لا التزام إلا بنص يرد في العقد وهنالك من يفرق بين المساعدة الفنية الضرورية وهي التي تضع المعرفة الفنية موضع التنفيذ ، فالالتزام بتنفيذها أمر ضروري حتى اذا لم يرد بشانها نص في العقد ويمكن نجد اساس هذا الالتزام مانص عليه القانون المدني العراقي ((بعدم اقتصار العقد على الزام المتعاقد بما ورد فيه ولكن يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام)) اما المساعدة الفنية غير الضرورية فلا التزام بتقديمها بدون النص على ذلك في العقد ، وفي تقديرنا ان هذا الرأي هو الاصوب اذ لا يمكن تجاهل المساعدة الفنية لمجرد اغفال ذكرها في العقد، حيث لها اهمية كبيرة في تحقق تنفيذ المعرفة الفنية لترصين عملية الانتاج وبالتالي الحصول على منتج عالي الجودة وهو المؤشر الحقيقي على نجاح عقد الفرنشايز.

الفرع الثالث

المسؤولية القانونية الناجحة عن اخلال الالتزام بالرقابة على جودة المنتج في "عقد الفرنشايز"

ان ثقة المستهلك بالمنتج المقدم له تبدو واضحة من خلال بحثه عن ما يحمله من علامة تجارية بعينها لما تمتلكه من سمعة تجارية وهو في الحقيقة نتاج مستوى عام من الجودة كان لالتزام "المانح" بالرقابة الاثر الكبير في تحقيقها، وان الاخلال بهذا الالتزام سوف ينهض المسؤولية العقدية ثنائية الجانب فهي من جانب الممنوح له تنهض في حالة عدم تحقيقه المستوى المطلوب من الجودة ويقابلها عدم مباشرة المانح التزامه بالقدر اللازم من الرقابة وحالة قد تصل الى اللامبالاة الامر الذي يؤدي إلى سقوط حقه في العلامة التجارية، وقد حددت المادة التاسعة عشر من الملحق الثالث من اتفاقية التجارة الدولية تحقيق هذا الحكم

حالة التوقف عن الرقابة مدة ثلاث سنوات ونجد ان هذه المدة ليست بالقصيرة وقد تستغرق حياة العقد نفسه الامر الذي يؤكد حجم الضرر المتحقق في حالة توقف الرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز ، وقد يصار الى فسخ العقد حالة توقف هذه الرقابة على ان يرافقها اخلال "المانح" بالالتزام بتقديم المساعدة الفنية ، ويتسم نطاق الحكم في حالة اخلال "الممنوح له" بهذا الالتزام بانه في عقد الفرنشايز محدود الاثر عادة ما يكون قاصراً على "الممنوح له" الذي اخل بالالتزام دون ان ينصرف الى باقي أعضاء شبكة الفرنشايز (لبنى، 2012، 176). القضاء الامريكي حدد في أحكامه وجوب ان تكون الرقابة فعلية وكافية لضمان حسن ضبط الجودة معطياً لمحكمة الموضوع صلاحية تقدير فعلية ، وكفاية هذه الرقابة تكون بحسب وقائع وظروف كل قضية على حدة (الكندري، 2023، 21) ونجد انه توجه سليم لتنوع عقد الفرنشايز وتباين حجم المشاريع التي يتضمنها النوع الواحد منه

وفي الوقت الذي نصت العديد من التشريعات الخاصة بحماية المستهلك ومنها((قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010 على الجزاءات المترتبة في حالة الاخلال بتحقيق المواصفات القياسية للمنتج)) (يوسف عودة، 2005، 209) نجد انها قد أغفلت الاحكام التي ترتب على الاخلال بالتزام الرقابة على جودة المنتج وهو نقص تشريعي لابد من معالجته فتحقق الرقابة على جودة المنتج هي ضمانة أكيدة لمطابقة المنتج لمواصفاته المطلوبة.

الخاتمة

في نهاية البحث توصلنا الى جملة من النتائج أردفناها بالعديد من التوصيات وكما يلي:

النتائج:

1. تعددت التعاريف لعقد الفرنشايز في الفقه والقضاء والتشريع وقد خلصنا الى تعريف لهذا العقد بأنه ((عقد الفرنشايز يكون بين طرفين هما المانح والممنوح له، والذي بموجبه يحق للممنوح له استعمال كل او قسم من حقوق الملكية الفكرية والصناعية والمعرفة الفنية التي توصل أليها المانح والتي اثبت نجاحها في مشروعه التجاري واستغلال كل ذلك في أنتاج أو توزيع السلع أو تقديم الخدمات وذلك بمقابل يتفق عليه الطرفان مع تعهد الطرفين بالتعاون المستمر بينهما وبأداء كل منهما ما يترتب على عاتقة من التزامات مع الحفاظ على مستوى الجودة العام لنشاطهما))

2. بالرغم من الأهمية الكبيرة لعقد الفرنشايز ، اذ يعد أكثر العقود التجارية رواجاً حديثاً، الا أنه لم ينال حقه في التشريع بتنظيم خاص لاحكامه في مختلف التشريعات و العربية منها على وجه الخصوص ومنها مشرعنا الوطني ، هذا الفراغ التشريعي كان له أثره الواضح في الحد من إنتشار هذا العقد فيها وبالتالي حرمانها بما يحققه من فوائد.

3. لعقد الفرنشايز العديد من الأشكال التي يعتمدها في تنفيذه بغض النظر عن نوعه.

4. عقد الفرنشايز من العقود المركبة فهو مجموعة عقود ترد على محل واحد ،ويكون بصورتين الأولى العقد المركب المختلط والثانية عقد الأطر ، وهو ما يفسر بوضوح الاستقلال القانوني للممنوح له عن المانح مع بقاء صفة التبعية موازية للاستقلال.

5. يتسم الالتزام بالرقابة على جودة المنتج في عقد الفرنشايز بانه ثنائي الجانب فالممنوح له ملتزم بالحفاظ على مستوى جودة المنتج في مواجهة المستهلكين من خلال تنفيذه للعقد وفقاً لمعايير المانح ، في الوقت الذي يلتزم المانح بتحقيق رقابة محكمة لحماية علامته التجارية بناء على ما ورد في العقد .

6. للمعرفة الفنية دوراً فاعلاً ومؤثراً في عقد الفرنشايز فهي تعد جوهره والتي من خلالها يستطيع المانح من فرض شروطه على الممنوح له .

7. ان نجاح عقد الفرنشايز مرهون بشكل كبير بمدى فاعلية الرقابة بكافة انواعها (السابقة واللاحقة)على جودة المنتج.

8. في الوقت الذي تنهض المسؤولية عند الاخلال بإلتزام الرقابة على جودة المنتج سواء أثناء تنفيذها أو في حالة التوقف عن أدائها، فإن نطاق الحكم يتسم بمحدودية الأثر اذ عادة ما يكون مقتصرا على الممنوح له الذي أخل بالتزامه دون أن ينصرف الى باقي أعضاء الفرنشايز.

التوصيات:

1.دعوة المشرع العراقي لإصدار قانون خاص بعقد الفرنشايز، ينظم أحكامه بشكل مفصل، لما لهذا العقد من أهمية كبيرة حيث أثبت الواقع العملي أهميته بإعتباره وسيلة فاعلة للتنمية الاقتصادية و الاستثمارية .

2.تعد الرقابة وسيلة وقائية وضامنة لتحقيق جودة المنتج في عقد الفرنشايز ، الأمر الذي يتطلب تنظيم دقيق ومفصل لأحكامها وفقا لقانون الفرنشايز المطالب بتشريعه.

3.الدعوة لإعتماد عقود الفرنشايز في العراق للنهوض بواقع الصناعة الوطنية التي شهدت في العقود الاخيرة تردياً واضحا على مستوى الانتاج كماً ونوعاً.

4. دعوة مشرعنا الوطني الى تعديل((قانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة))2010 بايراد احكام مفصلة خاصة بالرقابة على جودة المنتج ومدى مطابقته للمواصفات القياسية و الجزاءات المترتبة في حالة مخالفتها.

المصادر

أولاً: الكتب:

1. د. خليل ابراهيم محمود وآخرون، ادارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 200-9001، مطبعة الاشقر، بغداد، 2000

2. د. سمير كامل الخطيب، ادارة الجودة الشاملة والايزو_مدخل معاصر، ج1، 2018

3. د. محسن الحلفاوي، عقد الفرنشايز الداخلي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012

4. د. محمد محسن ابراهيم النجار، ،ط1،عقد الامتياز التجاري، دار المعارف، الاسكندرية، 2001

5. سيبل جلول، عقد الفرنشايز (موجبات الفرقاء)، المنشورات الحقوقية،لبنان، 2007

6. لبنى عمر مسقاوي، عقد الفرانشيز، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2012

7. نعيم مغبغب، الفرنشايز، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006

ثانياً : الرسائل والأطاريح :

1.أمعوش ذهبية ،عقد الفرنشايز وآثاره، رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة عبد الزهرة ميره، كلية الحقوق والعلوم السياسية،2016

2.عروسي ساسة، الطبيعة القانونية لعقد الفرنشايز، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية\ قسم الحقوق- جامعة سطيف، 2015

3.نسيمة أنوجال، عقد الفرنشايز في القانون الجزائري، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة الجزائر، 2014

ثالثاً : البحوث والدوريات

1.د. احسان شاكر عبدالله ورغد ناظم، الطبيعة القانونية لعقد الترخيص والدعم التجاري (الفرنشايز)، بحث منشور في مجلة جامعة تكريت للحقوق، المجلد(1) العدد(2) ج1، كانون الاول 2016

2.د. محمد نعمان عبدالرحمن، عقد الفرنشايز وتميزه عن العقود التجارية المشابه له، بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية، العدد58، ج2، 2012

3.د. يوسف عودة غانم، الالتزام بضمان مطابقة المنتجات للمواصفات القياسية من الوجه القانونية، بحث منشور في مجلة دراسات البصرة، العدد 2019,31

4.عبد المهدي كاظم ناصر، المعرفة الفنية وأثرها في عقد الفرانشيز، بحث منشور في مجلة جامعة بابل_ العلوم الانسانية_ المجلد 17، العدد 2، 2009

رابعاً : القوانين والتعليمات

1.القانون المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951 المعدل النافذ

2.قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010

3.التعليمات رقم(2) الخاصة بعلامة الجودة العراقية 2011، منشورة في جريدة الوقائع العراقية، العدد 4179 بتاريخ 7\3\2011 .

خامساً: المواقع الألكترونية

1."انواع الامتياز التجاري"، بحيث منشور على الموقع الالكتروني Franchising.sa/p1,204 .2015

2.المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، على الموقع الالكتروني

https://downlood_engineering_pdf_ebooks.com 12936_Free_book

3. بحث منشور على الموقع الالكتروني 2015 , Franchising.sa/p1,204. كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2016

4. تعريف الجودة وانواعها ومراحل تطورها، موسوعة اقتصادنا 2020، منشورة على الموقع الالكتروني

https://iqtesaduna.com

5. د. محمود أحمد الكندري، أهم المشكلات العملية التي يواجها عقد الفرانشيز، بحث منشور على الموقع الالكتروني

Fran chising https://w.w.w.startimes.com.a21

6. د. نبيهه جابر، مقال بعنوان "عناصر البرنامج الفعال لأدارة الجودة"، 13 سبتمر، 2010، منشور على الموقع الالكتروني

http://draabih agaber-blogsp of com

Sources

First: Books:

1. d. Khalil Ibrahim Mahmoud and others, Total Quality Management and the requirements of ISO 9001-200, Al-Ashqar Press, Baghdad, 2000

2. d. Samir Kamel Al-Khatib, Total Quality Management and ISO - A Contemporary Introduction, Part 1, 2018

3. d. Mohsen Al-Halafawi, The Internal Franchise Contract, Al-Halabi Human Rights Publications, 2012

4. d. Muhammad Mohsen Ibrahim Al-Najjar, Commercial Franchise Contract, Dar Al-Maarif, Alexandria, 1st edition, 2001

5. Sibel Jalloul, The Franchise Contract (Obligations of the Parties), Human Rights Publications, 2007

6. Lubna Omar Mesqawi, Franchise Contract, Modern Book Foundation, Lebanon, 2012

7. Naim Maghabghab, The Franchise, Al-Halabi Human Rights Publications, 2006

Second: Letters and treatises:

1. Golden Amoush, The Franchise Contract and its Effects, a master's thesis submitted to Abdul Zahra Mirah University, Faculty of Law and Political Science, 2016

2. Arousi Sassa, The Legal Nature of the Franchise Contract, a master's thesis submitted to the Faculty of Law and Political Sciences\ Law Department- Setif University, 2015

3. Nassima Anugal, Franchise Contract in Algerian Law, Master Thesis submitted to the Faculty of Law and Human Sciences, University of Algiers, 2014

Third: Research and periodicals

1.d. Ihsan Shaker Abdullah and Raghad Nazim, The Legal Nature of the License Contract and Commercial Support (Franchise), research published in Tikrit University Journal of Law, Volume (1) Issue (2) Part 1, December 2016

2.d. Muhammad Noman Abdul Rahman, The Franchise Contract and Its Distinction from Similar Commercial Contracts, research published in the Iraqi University Journal, Issue 58, Part 2, 2012

3.d. Youssef Odeh Ghanem, Commitment to ensure that products conform to standard specifications from a legal perspective, research published in Basra Studies Journal, Issue 31, 2019

4. Abdul-Mahdi Kazem Nasser, Technical Knowledge and its Impact on the Franchise Contract, a research published in the Journal of the University of Babylon_ Human Sciences_ Volume 17, Issue 2, 2009

Fourth: Laws and instructions

1. Iraqi Civil Law No. 40 of 1951, as amended, in effect

2. Iraqi Consumer Protection Law No. (1) of 2010

3. Instructions No. (2) for the Iraqi Quality Mark 2011, published in the Iraqi Al-Waqa'iyyah newspaper, Issue 4179 on 7/3/2011.

Fifth: Websites

1 "Types of Franchising", published on the website Franchising.sa/p1,204 2015.

2. The General Organization for Technical Education and Vocational Training, on the website

https://downlood_engineering_pdf_ebooks.com 12936_Free_book

3. Research published on the Franchising.sa/p1,204 website, 2015. College of Law and Political Science, 2016

4. Defining quality, its types and stages of development, Encyclopedia of Our Economy 2020, published on the website

https://iqtesaduna.com

5. d. Mahmoud Ahmed Al-Kandari, The Most Important Practical Problems Facing the Franchise Contract, research published on the website

Fran chissing https://w.w.w.startimes.com.a21

6. d. Nabiha Jaber, article entitled "Elements of an Effective Quality Management Program", September 13, 2010, published on the website

http://draabih agaber-blogsp of com