

الحصرية والإحتكار في عقود الوكالات التجارية

الباحث
محمد حسن أنور على

إشراف
الأستاذ الدكتور: محمد فهمي الجوهري
أستاذ القانون التجاري والبحرى كلية الحقوق-جامعة القاهرة
رئيس قسم القانون التجاري (سابقاً)

مقدمة البحث:

الحصر أو القصر في الوكالات التجارية هما كلمتان مترادفتان، يقصد بهما امتناع الوكيل عن قبول أي وكالة تجارية أخرى غير تلك المتعاقد عليها مع الموكل -إذا كان القصر لمصلحة الموكل-، أو أن يكون للوكيل التجاري وحده الحق في تمثيل الموكل أو بيع منتجاته في منطقة جغرافية محددة، وغالبًا تكون منطقة نشاط الوكيل، ولمدة زمنية محددة وهي مدة عقد الوكالة -إذا كان الحصر أو القصر لمصلحة الوكيل- والأصل أن للوكيل القدرة على تمثيل موكلين متعددين، وفي المقابل يكون للموكل أن يعهد بالوكالة إلى وكلاء متعددين، لكن قد يتم الخروج على هذا الأصل العام عن طريق تخصيص جهود أحد طرفي الوكالة في مجال محدد، أو لمصلحة شخص معين، كأن يتفق على أن يقتصر الوكيل على العمل لدى موكل واحد، أو أن يقتصر الموكل على اختيار وكيل واحد، أو أن يتفق على أن يقتصر الوكيل على العمل في حدود منطقة معينة.

ويعرف هذا الاتفاق بشرط القصر أو الحصر، ويعدده البعض من الفقه بمثابة وكالة خاصة^(١)، بحيث يقصر الوكيل نشاطه على الموكل في منطقة معينة أو منتج بعينه، أو أن يمتنع على الموكل إعطاء توكيلات في ذات منطقة عمل الوكيل لوكلاء آخرين، لكن يكون له هذا الحق في خارج حدود المنافسة، كأن يكون في منتج آخر أو في منطقة أخرى، بمعنى أن هذا الشرط جائز شريطة أن يكون محدد المدة والمنطقة الجغرافية.

ونظرًا لأهمية هذا الشرط سوف يتناول الباحث الحصرية في عقد وكالة العقود في مبحث أول، ثم علاقة الحصر في الوكالات التجارية بالاحتكار وما هي آثار ذلك في مبحث ثانٍ.

(١) ولا يؤيد الباحث هذا الوصف، فوكالة العقود هي وكالة تتعلق بأعمال تصرف محددة. انظر عكس ذلك: د. عبد الفضيل محمد أحمد، العقود التجارية وعمليات البنوك، مكتبة الجلاء الجديدة، الطبعة الأولى ٢٠١٠، دار الفكر والقانون، المنصورة، ص ٩٧.

المبحث الأول

الحصرية في عقود الوكالات التجارية

نظرًا لأهمية موضوع الحصرية في عقود الوكالات التجارية بصفة عامة ووكالة العقود بصفة خاصة في ظل تطور التجارة الدولية وظهور بعض الأصوات التي تنادي بإلغائها، بل ورميها بأنها أحد صور الاحتكار المذموم الذي تسعى الدول إلى مكافحته، وسن القوانين والتشريعات التي تجرمه - فقد رأى الباحث ضرورة تسليط الضوء على هذا الموضوع، وتناول جوانبه كافة، من خلال تعريف ماهية اتفاق الحصر في المطلب الأول، ثم التنظيم القانوني لاتفاق الحصر في المطلب الثاني، وأنواع اتفاق الحصر في المطلب الثالث، وأخيرًا الالتزامات الناشئة عن اتفاق الحصر في المطلب الرابع، وفق التفصيل التالي:

المطلب الأول

ماهية اتفاق الحصر

الحصر -ويقال له: القصر، أو ما يطلق عليه Exclusive Agency - هو كما سبق توضيحه يقصد به امتناع الوكيل عن قبول أي وكالة تجارية أخرى غير تلك المتعاقد عليها مع الموكل صاحب حق القصر -إذا كان القصر لمصلحة الموكل- أو أن يكون للوكيل التجاري وحده الحق في تمثيل الموكل أو بيع منتجاته في منطقة جغرافية محددة، وغالبًا تكون منطقة نشاط الوكيل، ولمدة زمنية محددة وهي مدة عقد الوكالة -إذا كان الحصر أو القصر لمصلحة الوكيل- وشرط القصر لا يعني حرمان الوكيل أو الموكل من مخالفته خارج منطقة القصر، وإنما ينصرف المعنى إلى حمايتهما من المنافسة في منطقة القصر فقط، أو بالنظر إلى إنتاج معين أو الأمرين معًا، أما خارج حدود الشرط فيكون له الحق في ذلك.

ويغلب أن يتضمن العقد شرط القصر الذي يلتزم بمقتضاه الموكل بالامتناع عن توكيل وكلاء آخرين يعملون في ذات المنتج وفي ذات المنطقة الجغرافية للوكيل، وقد يقع بمقتضى هذا الشرط التزام مقابل على عاتق الوكيل؛ حيث يلتزم الأخير بالامتناع عن قبول وكالات أخرى لمنتجات منافسة، لكن يكون له هذا الحق في خارج حدود المنافسة، كأن يكون في منتج آخر أو في منطقة أخرى، ويرى البعض أن شروط القصر في وكالة العقود صحيحة ولو لم تحدد مدتها؛ لانتهاء التأييد فيها؛ إذ يجوز لكل من الوكيل والموكل إنهاء العقد بإرادته المنفردة^(١).

(١) د. محسن شفيق، الوسيط في القانون التجاري المصري، الجزء الثاني، الإسكندرية، ١٩٥٢، ص ٢٥٢.

والباحث لا يؤيد هذا الرأي، بل يرى ضرورة أن يحدد مدة شرط القصر، والمنطقة الجغرافية التي يشملها هذا الشرط؛ حتى لا يضطر الموكل أو الوكيل إلى فسخ الوكالة أو إنهائها؛ رغبة في التخلص من هذا الشرط عند تعارضه مع مصالحه، أو تغير الظروف الاقتصادية التي تم فيها وضع هذا شرط القصر، أو غيره من الأوضاع التي تقتضي إعادة النظر فيه مع استمرار الوكالة بكامل شروطها وأحكامها.

مع مراعاة ما تقضي به التشريعات المختلفة في هذا الشأن مثل ما قضت به أيضاً المادة ١٧٩ من قانون التجارة المصري وأيضاً المادة ٥ من قانون تنظيم الوكالات التجارية الاتحادي بدولة الإمارات والمعدلة بموجب المادة ٢ من القانون الاتحادي رقم ١٤/١٩٨٨ تاريخ ٢٦/١٢/١٩٨٨م، وغيرهم من التشريعات الأخرى وفق ما سيتم تناوله لاحقاً.

المطلب الثاني

التنظيم القانوني لشرط الحصر

قد تناول المشرع المصري تنظيم شرط القصر في المادة ١٧٩ من قانون التجارة رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ التي تنص على أنه «لا يجوز للموكل أن يستعين بأكثر من وكيل عقود واحد في ذات المنطقة ولذات الفرع من النشاط، كما لا يجوز لوكيل العقود أن يكون وكيلاً لأكثر من منشأة تمارس ذات النشاط وفي ذات المنطقة، وذلك كله ما لم يتفق الطرفان صراحة على غير ذلك» ووفقاً للمادة المشار إليها فإن عقد وكالة العقود يفترض تضمنه شرط القصر ما لم يتفق الطرفان على غير ذلك، ووفقاً لهذا النص فإنه لا يوجد ما يمنع أن يكون وكيل العقود وكيلاً لأكثر من موكل طالما كان كل موكل يمارس نشاطاً يختلف عن الموكل الآخر، أو كان يمارس نفس النشاط لكن في منطقة جغرافية مختلفة.

ويلاحظ أن التقنين التجاري المصري قد جعل الاستثناء هو الأصل، بمعنى أن الأصل أن تكون الوكالة حصرية وفق نص المادة ١٧٩ تجاري، وتمنع الموكل أن يستعين بأكثر من وكيل عقود واحد في ذات المنطقة إلا إذا اتفق صراحة على غير ذلك.

ويختلف هذا الحكم عما هو مستقر عليه في القانون الفرنسي الذي نقل منه واضعو المشروع بعض أحكامه في شأن وكالة العقود؛ حيث افترض القانون المصري وجود شرط القصر في عقد وكالة العقود إلا إذا استبعده المتعاقدان صراحة، في حين أن المستقر عليه في الفقه والقضاء الفرنسي هو العكس، حيث يكون للموكل الاستعانة بأكثر من وكيل واحد في نفس المنطقة إلا إذا اتفق المتعاقدان صراحة على غير ذلك.

من ناحية أخرى لا يجوز لوكيل العقود أن يكون وكيلاً لأكثر من موكل^(١) في نفس نوع النشاط وفي ذات المنطقة ما لم يتفق صراحة على غير ذلك، وهذا هو نفس الحكم المقرر في القانون الفرنسي، ويعني ذلك أنه يكون للوكيل أن يمثل موكلاً آخر يمارس نشاطاً مختلفاً، كما يكون له أيضاً أن يمثل موكلاً ثانياً ولو كان ذلك في نفس النشاط محل العقد الأول طالما أنه يتم في منطقة مختلفة^(٢).

وكان لاتحاد الصناعات المصرية اعتراض على نص هذه المادة عند دراستها، وقال في ذلك: إن هذه المادة تثير صعوبة عملية نحو تحديد المقصود بالمنطقة، هل هي المدينة أم المحافظة أم الجمهورية؟ فإذا كان الموكل أجنبياً وكان الوكيل مصرياً ولم ينص على قصر الوكالة على هذا الوكيل، فهل معنى ذلك أنه يحظر على الموكل تعيين وكيل آخر حتى ولو كانت الإمكانية المادية والاقتصادية للوكيل الأول محدودة، ولا يتمكن من تغطية محافظات الجمهورية كافة؟، وغني عن البيان أن التسليم بهذه النتيجة يؤدي إلى نتائج غير منطقية؛ ولذا فإننا نرى أن الأولى بالمشروع اتباع القواعد العامة، التي تقرر أن الأصل في الأمور الإباحة، فالأجدر هو تحويل الموكل إصدار التوكيل لأكثر من وكيل ما لم يكن العقد مقصوراً على وكيل بعينه «وهو الأمر الذي درجت عليه التشريعات المقارنة خاصة وأن المشروع الفرنسي مثلاً يجيز صراحة لوكيل العقود أن يكون وكيلاً لأكثر من موكل شريطة ألا يكون هؤلاء الوكلاء متنافسين في ذات النشاط أو ذات المنطقة»^(٣).

وعلى صعيد قواعد الوكلاء التجاريين بالمملكة المتحدة الصادر في ١٩٩٣ وأيضاً قواعد التوجيه الأوروبي للوكلاء التجاريين ١٩٨٦ نصت الفقرة الثانية من المادة السابعة على أنه «يكون للوكيل التجاري الحق في الحصول على العمولة المقررة لكافة الصفقات التي تتم خلال فترة العقد داخل منطقة النشاط المحددة له إذا كانت الوكالة له بشكل حصري

(١) من الجدير بالذكر أن الموكل حين يكون أحد المشروعات الصناعية الكبرى (تضم عدة شركات تحت اسم واحد مثل شركة سامسونج أو هيونداي أو يونيليفر وغيرها الكثير) عادة ما يحرص على التعاون مع وكيل واحد ليكون وكيلاً حصرياً لكافة منتجاته والتي قد تكون متنافسة فيما بينها أو من نفس النوع، هنا يجب على الطرفين تحديد كافة الالتزامات والمنتجات أو الشركات التابعة للموكل التي للوكيل الحق في تمثيلها أو في توزيع منتجاتها، خاصة فيما يتعلق بشرط التحكيم وهذا ما أكدته محكمة غرفة التجارة الدولية رقم ICC Case No. 10818104 حيث قد تم رفض تمديد شرط التحكيم بموجب القانون السويسري والبرتغالي في قضية ناشئة عن عقد يقضي بأن يكون صاحب المطالبة هو الوكيل الحصري لشركتين من نفس المجموعة. وكان أولهما هو الموقع على العقد، ولكن ادعى الوكيل أن الثانية ملزمة وفق الاتفاق الموقع مع الشركة الأولى، ووجدت هيئة التحكيم أن الشركتين لم تتصرف بشكل يوحى بذلك. واعتبرت مشاركة الشركة الثانية في الاتفاق غير كافية للسماح بالضم للتحكيم.

(٢) المذكورة الإيضاحية لمشروع القانون.

(٣) راجع المادة الثانية من المرسوم الفرنسي الخاص بالوكالة التجارية الصادر فيه ٢٣ ديسمبر ١٩٥٨، والقانون الفرنسي الصادر في ٢٥ يونيو

في هذه المنطقة ولمجموعة محددة من العملاء، وأبرمت الصفقات مع هؤلاء العملاء وفي منطقة النشاط المحددة» وعليه يكون للطرفين وفق هذا النص أن يتفقا على حق الوكيل الحصري في تصريف منتجات الموكل داخل منطقة معينة أو لعملاء محددين.

وينص القانون السويسري حيث تخضع عقود الوكالة لأحكام المواد من ٤١٨ (أ) إلى ٤١٨ (د) من مدونة الالتزامات السويسرية على أنه «يحق للموكل عمومًا أن يتنافس مباشرة مع الوكيل، أو أن يشرك عديد من الوكلاء الآخرين في أعمال الوكالة حسبما يراه ضروريًا».

وفي الممارسة العملية يتفاوض الطرفان عادة على أحكام الحصرية، ويحددان نطاقًا جغرافيًا محددًا بشكل حصري (المنطقة الجغرافية أو فئة السلع) وقد يكون اتفاق الوكالة التجارية ليس حصريًا، ويعطي للوكيل العمل في الإقليم الذي يختاره، أو يحق للوكيل العمل لعدة موكلين آخرين، حتى لو كانوا متنافسين^(١) هذا إذا كان العقد لا ينص على خلاف ذلك، غير أن التعاقد مع النفس محظور، كأن يتعاقد الوكيل عن نفسه وفي نفس الوقت كوكيل للموكل، أو أن يمثل الوكيل كلاً من الموكل والعميل في نفس الصفقة التجارية.

وعلى الرغم من المبدأ العام المتمثل في عدم الحصرية يفترض القانون السويسري أنه إذا تم تخصيص إقليم أو زبائن معينين للوكيل - فإن هذا الأخير يتمتع بالحصرية (الوكيل الحصري) في هذا الإقليم أو لهؤلاء العملاء، ما لم يتفق على خلاف ذلك كتابة وفق ما جاء ب الفقرة ٣ من المادة ٤١٨ (و)، من مدونة الالتزامات^(٢).

وقد ذهبت محكمة العدل الأوروبية إلى أبعد من ذلك باعتبار الوكالة حصرية، حتى وإن لم ينص عليها في العقد، وفي حال رغبت الأطراف خلاف ذلك أن ينص عليه بالعقد بشكل صريح وواضح^(٣).

ويذهب البعض^(٤) من الفقه الإنجليزي إلى ضرورة أن ينص في عقد الوكالة على حصرية العقد من عدمه، أو أن ينص على الحصرية في عقد الوكالة حال تحقيق الوكيل حجم المبيعات المتفق عليه بين الطرفين، وفي حال عدم تحقيق ذلك يكون من حق الموكل تعيين وكلاء آخرين في نفس منطقة نشاط الوكيل.

(١) المادة ٤١٨ ج من مدونة الالتزامات السويسرية.

(2) http://www.amcham.ch/key_topics/p_business_ch.asp?s=2&c=16

(3) Susan Singleton, Commercial Agency Agreements: Law and Practice, Third Edition 2010, Bloomsbury Professional, UK, p40.

وقد كان للقضاء الكويتي نظرة واسعة -يرى الباحث أنها متشددة- لشرط القصر حاول من خلالها أن يحقق حماية واسعة ومؤكدة للوكيل، فمد نطاق المسؤولية لمحاسبة كل من يتسبب في إدخال السلعة أو الخدمة لمنطقة نشاط الوكيل ولو كان من الغير، ولعل الحكمة من ذلك هي غلق الباب أمام الموكل؛ درءاً للتلاعب بوكيل العقود، وحثاً للموكل على اتخاذ المزيد من الحيطة والحذر وهو بصدد التعامل مع الغير على ألا يخرج هذا التعامل عن إطار حُسن النية في تنفيذ التزاماته، كذلك أرسل إشارة واضحة للغير الذي يسعى إلى خرق منطقة نشاط الوكيل بأن الاتجار في تلك المنطقة خلال مدة الوكالة وفي ذات نشاط وكيل العقود المقصور مزاوله النشاط عليه من شأنه أن يخلق منافسة تجارية غير مشروعة لنشاط وكيل العقود تستوجب مسؤوليته^(١).

لكن هذه النظرة تغيرت بعد اتجاه المشرع نحو تغيير تلك القاعدة بالنص صراحة في المادة الرابعة من قانون تنظيم الوكالات التجارية الجديد رقم ١٣ لسنة ٢٠١٦ على أنه «لا ينحصر استيراد أو توفير أي سلعة أو منتج في وكيلها أو موزعها وإن كان حصرياً، ولو اشتملت على حق استخدام العلامة التجارية، شريطة أن تتوافر فيمن يستوردها أو يوفرها شروط وأحكام هذا القانون ولائحته التنفيذية، وفي جميع الأحوال يجب أن تتوافر في السلع التي يتم استيرادها أو توفيرها الشروط والمواصفات القياسية العالمية والخليجية المعتمدة في دولة الكويت، وشروط كفالة المصنع التي يلتزم بها الوكيل، وأن يتم التعامل بالمثل مع الوكلاء والموزعين لنفس السلع والمنتجات لدى دول مجلس التعاون الخليجي».

وبهذا النص يكون المشرع الكويتي قد خطا خطوة واسعة نحو الاتجاه الحديث في التعامل مع مبدأ الحصرية في مجال الوكالات التجارية -الذي نؤيده وبقوة- في ظل قواعد تحرير التجارة الدولية وفق ما سيتم تناوله لاحقاً.

وعلى صعيد التشريعات العربية الأخرى نصت المادة الخامسة من قانون تنظيم الوكالات التجارية الاتحادي بدولة الإمارات والمعدلة بموجب المادة ٢ من القانون الاتحادي رقم ١٤/١٩٨٨ بتاريخ ١٢/٢٦/١٩٨٨ على أن «للموكل الأصلي أن يستعين بخدمات وكيل واحد في الدولة كمنطقة واحدة، كما يجوز له أن يستعين بوكيل واحد في كل إمارة، أو في عدد من الإمارات، على أن يكون توزيع السلع والخدمات محل الوكالة مقصوراً عليه داخل منطقة الوكالة، وللوكيل أن يستعين بخدمات موزع في إمارة أو عدد من الإمارات التي تشملها وكالته».

(١) د. طارق فهمي الغنام، وكيل العقود التجارية، الطبعة الأولى، ٢٠١٢، دار النهضة العربية، ص ١٥١.

وقد ذهب إلى تحقيق ذات الغاية قضاء إمارة دبي، فقضت محكمة التمييز بها بأنه «يحظر استيراد أية بضائع أو منتجات أو مصنوعات أجنبية موضوع وكالة تجارية عن غير طريق وكيلها في دولة الإمارات العربية المتحدة، فإذا أثبت الوكيل التجاري في الدولة أن البضائع موضوع الوكالة دخلت عن غير طريقه وجب على حائز تلك البضائع أن يثبت أن دخولها ليس بقصد الاتجار، أو أنها مستوردة عن طريق الوكيل ذاته أو بموافقة أو بتصريح من وزارة الاقتصاد والتجارة»^(١).

كما قضت محكمة التمييز بإمارة دبي أيضاً بأن «الغير لا يمكنه التذرع بحسن النية في استيراد السلعة محل الوكالة المقيدة بالاستناد إلى مجرد إعلان الموكل عن رغبته في إنهاء عقده مع الوكيل؛ إذ تظل الوكالة قائمة لحين إنهاؤها، سواء بحكم المحكمة أو بقرار من اللجنة المختصة»^(٢).

والمتتبع لموقف التشريعات العربية يرى اتجاهها مؤخراً نحو تقييد شرط القصر في مجال الوكالات التجارية، أو التخفيف من بعض آثاره السلبية من وجهة نظرنا، وهو ما سنتناوله لاحقاً بالتفصيل.

المطلب الثالث

أنواع الحصر في الوكالة التجارية

تتعدد أنواع اتفاق الحصر وتباين من عدة وجوه، فقد يكون اتفاق الحصر قاصر على منطقة جغرافية محددة (الفرع الأول) أو في بضائع ومنتجات أو خدمات محددة يتولى الوكيل توزيعها بشكل حصري (الفرع الثاني)، وقد تكون الحصرية محددة للوكيل في عملاء محددين (الفرع الثالث) كما قد يكون اتفاق الحصر مزدوجاً أي لمصلحة كلا الطرفين (الفرع الرابع) أو لمصلحة طرف واحد فقط (الفرع الخامس) وهذا ما سنتناوله وفق التفصيل التالي:

الفرع الأول

الوكالة الحصرية من حيث المكان

اتفاق الحصر من حيث المكان يكون متعلقاً بمكان مباشرة النشاط، فيسمى الوكيل في هذه الحالة حسب نطاق منطقة نشاطه وكيلاً عاماً حصرياً، وهو من يقتصر عليه تمثيل الموكل وحده داخل منطقة معينة كالشرق الأوسط، أو منطقة الخليج، أو وكيلاً إقليمياً إذا حدد نشاطه بإقليم دولة معينة أو لإحدى مناطقها أو ولاياتها أو محافظاتنا فقط، وهنا لا

(١) راجع حكم محكمة التمييز بدولة الإمارات العربية المتحدة، طعن رقم ١٣١ لسنة ٢٠٠٤ مديني و٢٠٦ لسنة ٢٠٠٤ تجاري، جلسة ٢٠ مارس سنة ٢٠٠٥، وكذلك الطعن رقم ٢١٨ لسنة ١٩٩٩ - جلسة ٢ أكتوبر سنة ١٩٩٩.

(٢) راجع حكم محكمة التمييز بدولة الإمارات العربية المتحدة، طعن رقم ٤٧٨ لسنة ١٩٩٩ - جلسة ٢٥ مارس ٢٠٠٠.

يحق للموكل أن يتعامل مع غير الوكيل في بيع أو شراء المنتجات والسلع موضوع الوكالة داخل المنطقة الجغرافية المحددة للوكيل بشكل حصري، وإلا أصبح مخالفاً للعقد ويستوجب التعويض^(١).

وهذه الصورة هي الصورة الأكثر انتشاراً من صور الوكالة الحصرية في الواقع التجاري، ويسعى إليها وكيل العقود بقوة عند التفاوض للحصول على الوكالة الحصرية، ودائماً من الأفضل للموكل أن لا يمنح الوكيل مساحة جغرافية كبيرة، بل يعطيه جزءاً محدداً من إقليم الدولة، ثم تزداد هذه المساحة الجغرافية بعد أن يحقق الوكيل النجاح المطلوب^(٢). وهنا لا بد من تحديد هذا الالتزام بدقة شديدة؛ حرصاً على تلافي المشكلات العديدة التي يمكن أن تُثار في حالة عدم تحديد شرط الحصرية المتعلق بمنطقة مكانية محددة، ويفضل أن ترفق خريطة جغرافية للمنطقة التي يتم الاتفاق عليها بين الطرفين لتلافي أي خلاف بين الطرفين لاحقاً^(٣).

(١) د. سميحة القليوبي، الوسيط في شرح قانون التجارة المصري، دار النهضة العربية، ٢٠٠٧، بند ٢٩٤، ص ٤٠٣.

(2) susan singleton, commercial agency agreements: law and practice, third Edition 2010, uk, p37.

(٣) وخير مثال على ذلك ما أثير في القضية التي تتلخص وقائعها في أنه وفي ١ ديسمبر ١٩٩٦، أصدرت محكمة العدل الأوروبية قرارها الأول بشأن التوجيه الأوروبي للوكلاء التجاريين، في حكمها بين كلا من جورجيس كونتوجيورغاس ضد كارتونباك في القضية المحالة إليها من قبل محكمة أئينا الابتدائية وكان السيد كونتوجيورغاس قد اتفق في عام ١٩٨١ على العمل كوكيل حصري لشركة كارتونباك - شركة متخصصة في تصنيع مواد التعبئة والتغليف - في ولايتين يونانيتين هما أشايا وإيليا، وفي ١٩٨٥ اندمجت كارتونباك مع شركة أخرى هي "سانت ريتيس"، وادعى كونتوجيورغاس أنه منذ عام ١٩٨٨ باع كارتونباك منتجاتها للعملاء في الولايتين دون دفع عمولة له، ولم تنكر كارتونباك أن هذه المعاملات قد تمت لكن قالت أن المبيعات قدمت للعملاء السابقين لشركة سانت ريتيس - الشركة المندمج معها - وعلى هذا لا يحق للسيد كونتوجيورغاس الحصول على عمولة.

وبعد إنهاء اتفاق الوكالة ادعى السيد كونتوجيورغاس أنه كان يحق له الحصول على عمولة عن تلك الصفقات التي تمت منذ عام ١٩٨٨ في هذه الولايات بناء على شرط الوكالة الحصرية له في هذه المناطق، ورداً على هذا الادعاء قالت كارتونباك: إن العملاء المعنيين هم بعض المصانع في هذه المناطق وكان المكتب الرئيس لكل منهما في منطقة أخرى.

والسؤال الأول يتعلق بالحكم الوارد في الفقرة الثانية من المادة ٧ من التوجيه الأوروبي للوكلاء التجاريين، والذي ينص على أنه "يكون للوكيل التجاري الحق في الحصول على العمولة المقررة لكافة الصفقات التي تتم خلال فترة العقد داخل منطقة النشاط المحددة له إذا كانت الوكالة له بشكل حصري في هذه المنطقة ولمجموعة محددة من العملاء وأبرمت الصفقات مع هؤلاء العملاء وفي منطقة النشاط المحددة".

ولفتت محكمة العدل الأوروبية الانتباه إلى أن المادة المشار إليها تنص على تعويض الوكيل عن جميع المعاملات التي تتم مع العملاء الذين ينتمون إلى منطقة أو مجموعة معينة محددة بشكل حصري للوكيل، وسلطت محكمة العدل الأوروبية الضوء على أنه فيما يتعلق بهذا الحكم لم يرد ذكر لأي جهد أو نشاط من جانب الوكيل لاستحقاق التعويض بموجب النص الوارد في المادة ٧ المشار إليها.

والسؤال الثاني يتعلق بتفسير تعبير "العملاء المنتمين إلى تلك المنطقة" في الفقرة الثانية من ذات المادة حيث لا توجد أي إشارة في التوجيه بشأن المعايير التي يجب أخذها في الاعتبار عندما يكون المكتب الرئيس للعميل في مكان مختلف عن المكان الذي يتم من خلاله ممارسة النشاط التجاري وعلى هذا الأساس قضت محكمة العدل الأوروبية بأن مكان الأنشطة التجارية الفعلية للعميل هو المعول عليه في تحديد معنى عبارة "العملاء الذين ينتمون إلى تلك المنطقة"، وفي هذا السياق لفت الانتباه إلى حقيقة أن الموكل يمكن أن يكون له عدة وكلاء في منطقة جغرافية محددة يعملون داخل دولة واحدة ونتيجة لذلك رأت المحكمة أنه ينبغي تحديد مكان الأنشطة التجارية للعميل بطريقة تمنع وقوع معاملة داخل إقليم وكيلين أو أكثر، وفي الحالة التي يكون فيها العميل شركة رأت المحكمة أن المادة ٧ من التوجيه يجب أن تفسر بالرجوع إلى المكان الذي يمارس فيه العميل فعلياً أنشطته التجارية وليس موقع مكتبه المسجل، لكن عندما يكون العميل يمارس أنشطته التجارية في أماكن مختلفة يمكن

الفرع الثاني

الوكالة الحصرية لبضاعة معينة

في هذا النوع من اتفاق الحصر يكون الحصر متعلقاً بنوع معين من أنواع البضائع أو المنتجات، حيث يتم الاتفاق بين الموكل ووكيل العقود على وكالة حصرية لتوزيع نوع معين من البضائع التي ينتجها الموكل دون باقي البضائع الأخرى، وفي هذه الحالة لا يجوز للموكل أن يتعامل مع أحد غير الوكيل لبيع أو توزيع تلك البضائع المخصصة للوكيل بشكل حصري، وفي حالة أخرى قد يفرض الموكل على وكيله عدم بيع نوع معين من البضائع من نفس نوعية البضائع أو المنتجات التي يتولى إنتاجها وتصنيعها، وفي هذه الحالة يجوز للوكيل التوسط في إبرام صفقات لبضائع أخرى غير تلك التي نص عليها في عقد الوكالة، سواء لنفس الموكل أو لموكليين آخرين.

الفرع الثالث

الوكالة الحصرية لعملاء محددين.

في هذا النوع يكون القصر أو الحصر متعلقاً بعملاء محددين، يتم الاتفاق على أن يكون للوكيل الحق الحصري في التعامل معهم، كما إذا اتفق على أن توزيع الوكيل قاصراً على تجار الجملة دون التجزئة، أو قاصراً على العملاء العاديين -المستهلكين- دون التجار أو العكس.

ومن جانب آخر يتضمن العقد بين الموكل والوكيل عادة اشتراط الثاني على الأول عدم إعطاء توكيلات لوكلاء آخرين لتصريف ذات المنتجات داخل منطقة نشاطه؛ حتى يزيد ربحه نتيجة لذلك، ويعتبر الوكيل في هذه الحالة بمثابة وكيل عام حصري داخل منطقة معينة، ولا يمنع شرط القصر وكيل العقود أن يمارس أعمالاً أخرى تجارية؛ إذ يجوز أن يقوم بمباشرة الأعمال التجارية غير المنافسة لحسابه الخاص^(١).

أخذ عوامل أخرى في الاعتبار لتحديد مكان الصفقة التي تم تنفيذها، ومن هذه العوامل على وجه الخصوص المكان الذي جرت فيه المفاوضات مع الوكيل أو كان ينبغي أن يكون المكان الذي يوجد فيه فرع الشركة الذي تولى التعاقد مع الوكيل أو المكان الذي تم تسليم البضائع فيه.

وقد حكمت المحكمة بناء على تفسيرها لعبارة "العملاء المنتمين إلى تلك المنطقة":

أولاً: بعدم أحقية السيد كونتوغيورغاس في العمولة عن الصفقات التي تمت في هذا المنطقة مع عملاء سانت ريس.

ثانياً: أنه يكون للطرفين الحق في عدم التقيد بالفقرة الثانية من المادة ٧ إذا كان يخالف القانون المحلي؛ ولهذا وفي اتفاقات الوكالات المبرمة بموجب القانون الإنجليزي تتاح الفرصة للوكلاء لاستبعاد استحقاق الوكيل للعمولة على المعاملات التي تتم مع العملاء الذين ينتمون إلى إقليم

الوكيل إذا لم يكن له دور في الصفقة، وللمزيد انظر :

http://www.agentlaw.co.uk/site/case_summaries/clarifying_commission.html

(١) د. سميحة القليوبي، مرجع سابق، بند ٢٩٤، ص ٤٠٣-٤٠٤.

الفرع الرابع

الحصر المتبادل أو المزدوج.

يكون الحصر المزدوج في مواجهة كل من الطرفين، بمعنى أن يكون وكيل العقود صاحب الحق الحصري في توزيع منتجات الموكل داخل منطقة جغرافية معينة، لا يحق للموكل التعامل أو بيع منتجاته وبضائعه داخل تلك المنطقة إلا عن طريق الوكيل، وفي نفس الوقت لا يحق لوكيل العقود التعاقد مع موكل آخر لتوزيع منتجات مشابهة لمنتجات الموكل الأول داخل منطقة نشاطه المتفق عليها مع الموكل، وبهذا يكون الاتفاق مزدوج الالتزامات بين الطرفين، ويكون الحصر في هذه الحالة في مواجهة الطرفين الموكل والوكيل. وغالبا ما يُشترط في وكالة العقود على حصر التوزيع في منطقة نشاط معينة على شخص الوكيل دون غيره، ومنع الوكيل من تلقي توكيلات لغير الموكل في منطقة نشاطه في مجال الصفقات التي يبرمها الوكيل، ومقتضى ذلك هو أنه لا يجوز للموكل أن يمنح توكيلاً لوكيل عقود آخر داخل منطقة نشاط الوكيل الأول، كما لا يجوز للوكيل تلقي وكالة أخرى بذات المنطقة عن ذات المنتجات محل الوكالة^(١).

وقد ذهبت محكمة البداية التجارية في بيروت أن بموجب الحصر المتبادل «ينال الوكيل الحصري منافع التوزيع الحصري المقتصر على شركته أو على مؤسسته فإن طبيعة هذا العقد تُحتم عليه تعادل الالتزامات والمنافع، بمعنى أنه لا بد أن يتعهد هو أيضاً بالمقابل بالتزامات مماثلة تجاه معاقده، لا لسبب إلا لقيام التوازن التعاقدى الناتج عن كون العقد متبادلاً»^(٢).

أهمية شرط الحصر المتبادل في الوكالة الحصرية:

إن جعل الحصر متبادلاً في الوكالة الحصرية مطلب مهم -من وجهة نظر الباحث- لنجاح مثل هذه العقود للأسباب الآتية:

١- إن لشرط الحصر أهمية بالغة للموكل في عقد الوكالات الحصرية؛ حيث إن الموكل في الوكالة الحصرية حينما يشترط على الوكيل فيها الاقتصار على التعامل معه فإنه بذلك يضمن اجتهاده في توزيع سلعته وخدماته، وتفانيه في ذلك بشتى الوسائل؛ لاقتصار نشاطه التجاري عليه، فهو حريص -الوكيل- على نجاح مشروعه وكسب السوق من خلال جودة الأداء والتعامل، وعلى تطوير نشاطه بما يخدم هذه السلع، كما يدفع الوكيل الحصري

(٢) انظر إلياس أبو عيد، التمثيل التجاري اجتهادات ونصوص قانونية، منشورات الحلبي القانونية، الطبعة الأولى، المجلد الأول، ص ٦٧.

إلى فتح عدة فروع في منطقتة لتصريف بضاعة موكله، ولتلبية احتياجات المتعاملين معه.
٢- كما أن هذا الشرط يطمئن الموكل إلى أن الخبرات والدراسات التي يزود بها الوكيل الحصري هي فقط لخدمة منتجه (أي منتج الموكل) وحده دون خدمة آخرين فيما لو لم يكن العقد حصرياً.

٣- أما بالنسبة للوكيل: فإنه يجعله في مأمن من وجود منافسين في منطقتة، وأن ما يبذله من تكاليف في الدعاية والإعلان أو الدراسات وغير ذلك يكون مردودها الاقتصادي عليه وحده، كما أن شهرة العلامة التجارية لمنتجات الموكل سينال الوكيل الحصري ثمارها، ولن يشاركه شخص آخر لم يشاركه في البذل والجهد^(١).

وهذه هي الصورة الأكثر انتشاراً في الوسط التجاري؛ حيث يلجأ إليها الوكيل حرصاً منه على أن يكون ثمرة مجهوده له وحده داخل منطقة الوكالة، وكذلك تجنباً لمحاولة الموكل في بيع المنتجات والخدمات محل الوكالة داخل منطقة الوكيل، سواء بواسطة أو بواسطة غيره من الوكلاء الآخرين.

الفرع الخامس

الحصر في مواجهة طرف واحد فقط

قد يكون اتفاق الحصر في مواجهة طرف واحد، أي يكون للوكيل وحده الحق الحصري في توزيع منتجات الموكل داخل منطقة جغرافية معينة، لا يحق للموكل التعامل أو بيع منتجاته وبضائعه داخل تلك المنطقة إلا عن طريق الوكيل، أو يكون اتفاق الحصر للموكل فلا يحق لوكيل العقود التعاقد مع موكل آخر لتوزيع منتجات مشابهة لمنتجات الموكل الأول داخل منطقة نشاطه المتفق عليها مع الموكل الأول، والحكمة من شرط القصر لصالح الموكل واضحة وهي منع الوكيل من التضحية بمصالح الموكل لصالح منافس آخر، وأيضاً للوكيل بمنع الموكل من التعامل مع وكلاء آخرين داخل منطقة نشاط الوكيل.

(١) أ. أشرف رسمي أنيس، الوكالة التجارية الحصرية في الفقه الإسلامي والقانون، رسالة ماجستير ٢٠١٢، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، نابلس، فلسطين.

المطلب الرابع

الالتزامات الناشئة عن اتفاق الحصر

اتفاق الحصر كأبي اتفاق تعاقدية ينشأ عنه التزامات تكون في نفس الوقت حقوقاً للطرف صاحب حق الحصر في مواجهة الطرف الآخر، ونظراً لأن الموكل يعتبر في مركز أقوى نسبياً تجاه الوكيل تعتبر التزامات الوكيل الحصري عادة أكثر من التزامات الموكل في عقود الوكالات التجارية الحصرية، وسوف نتناول الالتزامات المترتبة على اتفاق الحصر لكل من الوكيل والموكل دون تكرار الالتزامات الأخرى الناشئة عن عقد الوكالة التجارية بصفة عامة، والتي سبق تناولها في الفصل الثالث من الباب الأول من هذا البحث.

وتتمثل هذه الالتزامات في التزام الموكل بعدم التعاقد مع وكيل آخر في منطقة نشاط الوكيل (الفرع الأول) والتزام الوكيل بعد بيع أي منتجات أو بضائع أو خدمات منافسه لمنتجات وخدمات الموكل في ذات المنطقة (الفرع الثاني) مع التزام الوكيل بتسويق كمية محددة من السلع أو الخدمات محل الوكالة سنوياً (الفرع الثالث) وسنتناول تلك الالتزامات وفق التفصيل الآتي:

الفرع الأول

التزام الموكل بعدم التعاقد مع وكيل آخر في نفس منطقة نشاطه

يعتبر هذا الالتزام نتيجة منطقية لشرط الحصر؛ لأن الموكل بموافقته على منح الوكيل الوكالة الحصرية داخل منطقة نشاطه يكون ملتزماً بعدم التعاقد مع وكيل آخر لتصريف منتجاته وخدماته داخل تلك المنطقة، أو القيام بنفسه بذلك بشكل مباشر مع العملاء، وعليه يلتزم الموكل بدفع أجر وكيل العقود ولو لم تبرم الصفقة بواسطته داخل منطقة نشاطه، أو إذا كان سبب عدم إبرامها يرجع إلى خطأ الموكل أو فعله، ذلك أنه قام بكل ما من شأنه مباشرة التصرف.

وقد أشارت إلى هذه الأحكام المادة ١٨٤ تجاري مصري بنصها على أنه «إذا كانت وكالة العقود مقصورة على وكيل واحد في منطقة معينة استحق وكيل العقود الأجر عن الصفقات التي يبرمها الموكل مباشرة أو بوساطة غيره في هذه المنطقة، ولو لم تُبرم هذه الصفقات بسعي هذا الوكيل، ما لم يتفق الطرفان صراحة على غير ذلك» وتهدف المادة ١٨٤ إلى حماية مصالح وكيل العقود في الحالة التي تكون فيها الوكالة مقصورة عليه في منطقة نشاطه.

كما أشار إلى هذا الالتزام صراحة المشرع الألماني في قانون التجارة حين نص على التزامات الموكل في المواد ٨٦ و ٨٧ إلى ٨٧، حيث نص على حق الوكيل التجاري الحصري في الحصول على عمولة لجميع المعاملات المبرمة مع العملاء الموجودين في منطقته، بصرف النظر عما إذا كان قد اشترك في التفاوض على الصفقة أم لا^(١)، ويستند هذا الحكم إلى اعتبارات المنطق والعدالة في آن واحد؛ ذلك أنه طالما أن الوكالة مقصورة على الوكيل في منطقة نشاطه فإن أية صفقة تُبرم في هذه المنطقة هي في نهاية الأمر نتاج لنشاط الوكيل في الترويج لمنتجات أو خدمات الموكل؛ ولذا فمن الطبيعي أن يستحق هذا الأجر ولو لم يتم بإبرام هذه الصفقات بنفسه، ثم القول بغير هذا يفتح الباب واسعاً لتحايل الموكل بهدف حرمان الوكيل من أجره^(٢).

ويذهب البعض إلى ضرورة أن ينص في عقد الوكالة على الحصرية من عدمها، وقد ينص أحياناً على الحصرية في عقد الوكالة إذا حقق الوكيل حجم المبيعات المتفق عليه بين الطرفين، وفي حال عدم تحقيق ذلك يكون من حق الموكل تعيين وكلاء آخرين في نفس منطقة نشاط الوكيل^(٣).

وقد اتفق الفقه الفرنسي^(٤) بأن للوكيل التجاري الحق في العمولة عن كل عملية تجارية يتم إبرامها خلال مدة العقد، وذلك بفضل تدخله أو مع الغير مع كل شخص ينتمي إلى المنطقة الجغرافية أو مجموعة العملاء المخصصة له^(٥)، ولقد أخذت محكمة عدل الاتحاد الأوروبي بالتفسير الواسع للمادة ٧-٢ من التوجيه الأوروبي الصادر في ١٨ ديسمبر ١٩٨٦؛ حيث قضت بأن للوكيل التجاري حينما يكون مكلفاً بقطاع جغرافي معين الحق في الحصول على عمولة عن كل عملية من العمليات التي يتم إبرامها مع العملاء الذين ينتمون إلى هذا القطاع، حتى وإن تمت هذه العمليات بدون تدخله^(٦).

ويُثار التساؤل حول أحقية الوكيل في الحصول على العمولة إذا تم عقد أي صفقة من قِبَل طرف ثالث لعملاء من داخل المنطقة الجغرافية المخصصة للوكيل بشكل حصري دون تدخل من الموكل، سواء بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر، وقد أُثير هذا التساؤل في أثناء نظر قضية تتلخص وقائعها أن عينت Groupe Danone وكيلاً لتمثيل شركاتها

(1) <http://www.rmwc.eu/practice-areas/commercial-agent-germany>

(٢) المذكرة الإيضاحية للقانون رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.

(3) susan singleton, commercial agency agreements: law and practice, third Edition 2010, uk, p٤٥.

(4) M. Pédamon, et H. Kenfack, op. cit., p. 729

(٥) المادة ١٣٤-٦ الفقرة ١ و ٢ من تقنين التجارة الفرنسي.

(6) CJCE 12 déc. 1996: D. 1997, 438, note J. -L. Leloup

التابعة ("مدعى عليهم") في تعاملاتهم مع المستوردين وتجار الجملة والتجزئة لبضائعهم في منطقة جغرافية محددة، وبعد انتهاء العقد ادعى الوكيل أحقية حصوله على عمولة تتعلق بمشتريات قامت بها شركتان تقع في منطقته الجغرافية الحصرية، غير أن المشتريات كانت قد أجريت دون أي إجراء من جانب الوكيل.

وأحالت المحكمة الفرنسية المسألة التالية إلى محكمة العدل الأوروبية من أجل إصدار حكم أولي في القضية وهي «هل تفسر الفقرة الثانية من المادة ٧ من التوجيه الأوروبي المتعلق بالوكلاء التجاريين على أنه يعني أن الوكيل التجاري المعهود إليه منطقة جغرافية محددة يحق له الحصول على عمولة عندما تكون المعاملة التجارية بين طرف ثالث والعميل الذي ينتمي إلى تلك المنطقة دون أي إجراء من الموكل»؟

وتنص الفقرة الثانية من المادة ٧ على أنه «يكون للوكيل التجاري الحق في الحصول على العمولة المقررة لكافة الصفقات التي تتم خلال فترة العقد داخل منطقة النشاط المحددة له إذا كانت الوكالة له بشكل حصري في هذه المنطقة ولمجموعة محددة من العملاء، وأبرمت الصفقات مع هؤلاء العملاء وفي منطقة النشاط المحددة»، كما تنص المادة ١٠ على ما يلي:

(١) تصبح العمولة مستحقة فورًا حال وقوع حالة من الحالات التالية:

(أ) أن يقوم الموكل بتنفيذ المعاملة.

(ب) أن يقوم الموكل وفقا لاتفاقه مع الطرف الثالث بتنفيذ المعاملة.

(ج) قيام الطرف الثالث بتنفيذ المعاملة.

(٢) تصبح العمولة مستحقة على أقصى تقدير بقيام الطرف الثالث بتنفيذ الجزء

الخاص به من الصفقة، أو كان ينبغي أن يكون قد فعل ذلك إذا كان الموكل قد نفذ الجزء الخاص به من المعاملة.

وبناء على ذلك فسرت محكمة العدل الأوروبية الفقرة الثانية من المادة ٧ على أنها

تعني أن الوكيل التجاري الحصري بمنطقة جغرافية محددة ليس له الحق في العمولة عن الصفقات التي تتعلق بالمعاملات التي يبرمها العملاء المنتمون إلى تلك المنطقة مع طرف ثالث دون أي إجراء مباشر أو غير مباشر من جانب الموكل^(١).

(1)Marsha Aldridge, http://www.agentlaw.co.uk/site/case_summaries/heirs_v_groupe.html

الفرع الثاني

التزام الوكيل بعدم بيع منتجات مشابهة لمنتجات الموكل

إذا تم الاتفاق على شرط الحصر المتبادل بين الطرفين أو كان اتفاق الحصر لمصلحة الموكل يلتزم الوكيل الحصري بعدم تسويق منتجات منافسة لمنتجات وكيله المنصوص عليها بعقد الوكالة، وإن كان يحق له تسويق منتجات أخرى شريطة أن لا تكون هذه المنتجات متعارضة أو مزاحمة لمنتجات الوكالة.

وبناء على نص المادة ١٧٩ تجاري مصري التي نصت على أنه «لا يجوز للموكل أن يستعين بأكثر من وكيل عقود واحد في ذات المنطقة ولذات الفرع من النشاط، كما لا يجوز لوكيل العقود أن يكون وكيلا لأكثر من منشأة تمارس ذات النشاط وفي ذات المنطقة، وذلك كله ما لم يتفق الطرفان صراحة على غير ذلك» فقد جعلت الأصل هو عدم أحقية وكيل العقود في تمثيل أكثر من منشأة تمارس نفس النشاط في المنطقة الجغرافية موضوع الوكالة، وعليه فهو يلتزم بذلك وإن لم ينص عليه في العقد، والاستثناء هو النص على أحقية الوكيل في تمثيل موكل آخر.

وهذا هو نفس الحكم المقرر في المادة الثالثة من القانون الفرنسي^(١) ويعني ذلك أنه يكون للوكيل أن يمثل موكلًا آخر يمارس نشاطًا مختلفًا، كما يكون له أيضًا أن يمثل موكلًا ثانيًا ولو كان ذلك في نفس النشاط محل العقد الأول طالما أنه يتم في منطقة مختلفة.

الفرع الثالث

التزام الوكيل بتسويق كمية محددة من السلع أو الخدمات

إن من أهم التزامات الوكيل الحصري هو التزامه بالقيام بتنفيذ العمل المكلف به، الذي هو عادة تصريف أو تسويق المنتج أو الخدمة التي يقدمها أو ينتجها الموكل مع ما صاحبها من لوازم ومعدات وقطع غيار، وقد جرى العرف التجاري في حال رغبة الوكيل في الحصول على الوكالة الحصرية داخل منطقة نشاطه أن يلتزم للموكل بتصريف عدد أو كمية معينة من السلع أو الخدمات محل الوكالة، يتم الاتفاق عليه من قِبَل الطرفين عند التعاقد، يتم تحديد هذه الكمية بعد دراسة السوق ومعرفة احتياجاته، وتُعد غالبًا من قِبَل الموكل

(1)Article 3 (abrogé au 21 septembre 2000) En savoir plus sur cet article...

Abrogé par Ordonnance 2000-912 2000-09-18 art. 4 JORF 21 septembre 2000

“L'agent commercial peut accepter sans autorisation la représentation de nouveaux mandants. Toutefois, il ne peut accepter la représentation d'une entreprise concurrente de celle de l'un de ses mandants sans accord de ce dernier”.

بمشاركة الوكيل قبّل الدخول في العقد من خلال مكاتب للدراسات الاقتصادية المتخصصة في دراسة جدوى المشروع والمردود الاقتصادي المتوقع، والأسلوب الأمثل لتنفيذه، والتكاليف المترتبة على ذلك.

والهدف من هذا الإلزام هو تحقيق أعلى قدر من المبيعات والأرباح المترتبة على ذلك؛ لذا فالموكل يشترط على الوكيل حدًا أدنى للمنتجات التي يلتزم بتصريفها له مقابل عدم تسويقها عن طريق تاجر أو وكيل آخر، ويترتب على هذا الشرط أحقية الموكل في إنهاء العقد والبحث عن وكيل آخر في حالة عدم نجاح أو ضعف الوكيل الحصري في تسويق الحد الأدنى المتفق عليه من المنتجات، بشرط أن يكون الضعف في التسويق خارج عن حدود قدرة وإرادة الطرفين.

ويرى بعض الفقه^(١) أن هذا الشرط يجعل على عاتق الوكيل الحصري بذل مزيد من الجهد والحرص والمثابرة على تسويق أكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات محل الوكالة؛ لأن تقصيره يؤدي إلى خسائر للموكل بسبب كساد بضاعته أو انتهاء تاريخها، مما يدفع الموكل إلى المطالبة بفسخ العقد والبحث عن وكيل آخر يمكنه تصريف منتجاته؛ لأن الوعد الصادر من الوكيل الحصري بتسويق أو تصريف هذه الكمية والتزام الموكل بإنتاجها له ترتب عليه تنفيذ التزامه بتسويق هذه الكمية، وإن الإخلال في ذلك يستلزم تعويض الموكل عما يصبه جراء ذلك، إلا إذا كانت الأسباب خارجة عن إرادة الطرفين.

المبحث الثاني

الاحتكار ووكالة العقود التجارية

تمهيد:

لقد ظهرت في الآونة الأخيرة مشكلة في بعض الدول التي يعد فيها نشاط وكالة العقود نشاطاً رئيساً، كالدول العربية بصفة عامة ودول الخليج بصفة خاصة، فنظر البعض إلى وكالة العقود على أنها نوع من الاحتكار يمارسه البعض الذين لا همّ لهم سوى جني الأرباح الطائلة مما أثر على حركة التجارة، في حين رأى البعض الآخر أن الوكالة الحصرية تتعارض مع مبادئ منظمة التجارة العالمية ومبادئ التجارة الحرة؛ لذا تعالت الأصوات للإطاحة بنظام الوكالة الحصرية واستبدالها بأي نشاط آخر.

(١) إبراهيم بن صالح التميمي: الامتياز في المعاملات المالية وأحكامه في الفقه الإسلامي، ط ١، السعودية، دار ابن الجوزي، ١٤٣٠هـ.

ولقد وجدت لهذه الأصوات صدى في بعض الدول، ففي سوريا صدر القرار رقم ١١٩٦ بإلغاء الوكالات الحصرية بهدف تنشيط حركة التجارة داخل البلاد، وفي المملكة العربية السعودية تُعد فكرة إلغاء الوكالة الحصرية فكرة مطروحة وبقوة على الساحة، بل قد تم الشروع في إلغاء نظام الوكالات التجارية بشكل كامل، كما تم السماح للشركات والمؤسسات الأجنبية بالدخول بشكل مباشر للسوق السعودي دون وكيل أو وسيط كما كان متبعًا سابقًا. أما مجلس التعاون الخليجي العربي فقد رتب أوراقه التي تتعلق بالسوق الخليجية المشتركة على أساس التخلص من بعض الأنشطة الاقتصادية، ومن أهمها الوكالات الحصرية.

وهذا يدعونا إلى التوقف عند هذه الزاوية من البحث لنلقي نظرة عميقة حول تلك المشكلات التي دفعت البعض إلى التفكير في التخلص من الوكالات الحصرية لكونها سبباً رئيساً في تجميد بعض أنواع الأنشطة التجارية، فشرط القصر يُعد أحد الركائز التي تقوم عليها وكالة العقود، والمرتبطة ارتباطاً وثيقاً في كثير من الجوانب التي تتعلق بحقوق وكيل العقود تجاه الموكل خاصة فيما يتعلق بتعويض الوكيل في حالات إنهاء عقد الوكالة؛ إذ يفيد في بيان المجهود الذي بذله وكيل العقود في الترويج وتطوير عنصر العملاء؛ إذ أن تعدد الوكلاء من شأنه أن يثير اللبس والارتباك حول دور وكيل العقود في تطوير عنصر العملاء الذين يستحق عنهم التعويض.

وبناء على ما سبق رأى الباحث تسليط الضوء بشكل مختصر على الاحتكار من خلال تعريفه وبيان أركانه وآثاره؛ لتوضيح أوجه الشبه والاختلاف بينه وبين اتفاق الحصر بعقود الوكالات التجارية، ومن ثم الوقوف على ما إذا كانت (الوكالة التجارية) فرعاً يتفرع عن الاحتكار فتأخذ حكمه، أم أن لكل منهما دائرة يعمل فيها، ويستقل بها بملامح خاصة تجعله لا يتداخل مع الآخر، وهو ما سنتناوله تباعاً كالتالي:

المطلب الأول

تعريف الاحتكار وآثاره

سيتناول الباحث في هذا المطلب تعريف الاحتكار بشكل عام في الفرع الأول، ثم حصر الآثار السلبية له في الفرع الثاني كالتالي:

الفرع الأول

تعريف الاحتكار

أولاً: الاحتكار لغة: إذا راجعنا المعاجم العربية سوف نجد أنها تتعرض لفظ احتكار في مادة حكر، ونكتفي في هذا الصدد بما جاء في المعجم الوجيز الذي أصدره مجمع اللغة العربية؛ إذ جاء به:

(حكره) حكرًا: ظلمه وتقصه، فهو حكر للسلعة جميعها لينفرد بالتصرف فيها.

(حكر) فلان -حكرًا- برأيه: استبد، و(احتكر) السلعة: حكرها (الحكر): العقار المحبوس^(١).

والواضح أن الفعل حكر إذا انصب إلى أشخاص فإنه يعني ظلمهم، وإذا انصب على الأرض كان معناه حبس الأرض، وإذا انصب على السلع كان معناه جمع السلع للانفراد بالتصرف فيها.

الاحتكار في اللغة الإنجليزية (Monopoly): نستطيع القول أن معنى الاحتكار في اللغات الأجنبية لا يختلف عن مفهومه في اللغة العربية، للتدليل على ذلك نكتفي بما جاء في اللغة الإنجليزية، وفيها الفعل يحتكر monopolize وهذا نقل حرفي لما ورد بشأنه في أحد المعاجم:

Monopolize V//: to take over and control (something or someone) completely: to use (something) in a way that prevents others from using it⁽²⁾

والواضح أن المعجم يعرف الاحتكار بأنه سيطرة فرد أو شركة على نشاط ما أو شيء ما، بحيث لا يستطيع أحد مشاركته في هذه السيطرة، وهي ذات المعاني التي تذهب إليها المعاجم العربية.

(١) معجم اللغة العربية بمصر: المعجم الوجيز، ط ١٤٢٥-٢٠٠٤م، ص ١٦٤.

(2) <http://www.merriam-webster.com/dictionary/monopolize>

ثانياً: الاحتكار في الشريعة الإسلامية.

لا يختلف معنى الاحتكار الشرعي الاصطلاحى عن معناه اللغوى، وقد عرف عند الفقهاء بتعريفات متقاربة في المعانى والألفاظ، وقد تم الاقتصار على تعريف واحد لدى كل مذهب من المذاهب الأربعة كالتالى:

أولاً: عند الحنفية: يقول الحنفى في شرح الدر المنقى: الاحتكار شرعاً اشتراء الطعام ونحوه وحبسه إلى الغلاء أربعين يوماً؛ لقوله صلى الله عليه وسلم (من احتكر على المسلمين أربعين يوماً ضربه الله بالجذام والإفلاس)^(١).

ثانياً: مذهب المالكية: عرف المالكية الاحتكار بقولهم: هو الادخار للمبيع وطلب الربح بتقلب الأسواق. أما الادخار للقوت فليس من باب الاحتكار^(٢).

ثالثاً: مذهب الشافعية: عرفه الرملي الشافعي بقوله: إنه اشتراء القوت وقت الغلاء ليمسكه ويبيعه بعد ذلك بأكثر من ثمنه للتضييق^(٣).

رابعاً: مذهب الحنابلة: عرف الإمام ابن قدامة الحنبلي^(٤) الاحتكار بقوله: والاحتكار المحرم ما اجتمع فيه ثلاثة شروط:

الأول: أن يُشترى، فلو جلب شيئاً أو أدخل من غلته شيئاً فادخره لم يكن محتكراً.

الثاني: أن يكون المشتري قوئاً، فأما العسل والزيت فليس فيها احتكار محرم.

الثالث: أن يضيق على الناس بشرائه ولا يحصل ذلك إلا بأمرين:

أ. أن يكون في بلد يضيق بأهله الاحتكار كالحرمين وبالثغور.

ب. أن يكون في حال الضيق بأن يأتي للبلد قافلة فيتبادر التجار فيشترونها ويضيقون على الناس.

وقد أورد ابن القيم شرحاً واضحاً له فقال: «إن المحتكر هو الذي يعمد إلى شراء ما يحتاج إليه الناس من الطعام فيحبسه عنهم ويريد غلاءه عليهم، وهو ظالم لعموم الناس؛ ولهذا كان لولي الأمر أن يُكره المحتكرين على بيع ما عندهم بقيمة المثل، عند ضرورة الناس إليه، مثل من عنده طعام لا يحتاج إليه والناس في مخمصة مجاعة، أو سلاح لا

(١) راجع: فخر الدين عثمان بن علي الزيلعي الحنفي: تبين الحقائق شرح كنز الدقائق (٢٧/٦-٢٨)، نشر المكتبة الكبرى الأميرية ببولاق، القاهرة، ١٣١٥هـ..

(٢) راجع: عبد العزيز بن إبراهيم بن أحمد القرشي التميمي التونسي المعروف بابن بزيمة (المتوفى: ٦٧٣ هـ): روضة المستبين في شرح كتاب التلقين (٩٩٧/٢)، تحقيق: عبد اللطيف زكاغ، ط/١، عام ١٤٣١ هـ - ٢٠١٠ م، دار ابن حزم، بيروت، لبنان.

(٣) انظر: البحر الرنق شرح كنز الدقائق لابن نجيم (٢٢٠/٥)، المطبعة العلمية بمصر، سنة ١٣١١ هـ.

(٤) راجع: عبد الله بن أحمد بن محمد أبو محمد موفق الدين، الشهير بابن قدامة المقدسي (المتوفى: ٦٢٠ هـ)، المغني (٣٠٥/٤)، ط/١، عام ١٤٠٥ هـ، دار الفكر، بيروت لبنان.

يحتاج إليه والناس يحتاجون إليه للجهد أو غير ذلك، فإن اضطر إلى طعام غيره أخذه منه بغير اختياره بقيمة المثل، ولو امتنع من بيعه إلا بأكثر من سعره فأخذ منه بما طلب لم يجب عليه إلا قيمة مثله»^(١).

ويستفاد من التعريفات السابقة ما يلي:

أ- أن الاحتكار هو حبس ما يحتاج إليه الناس، سواء كان طعاماً أو غيره مما يكون في احتباسه إضرار بالناس؛ ولذلك فإنه يشمل كل المواد الغذائية والأدوية والثياب ومنافع الدور والأراضي، كما يشمل منافع وخبرات العمال وأهل المهن والحرف والصناعات، إذا كانت تحتاج إلى مثل تلك السلع والخدمات والمنافع، وأساس هذا الأمر أن كل ما لا تقوم مصالح الأمة أو الدولة إلا به فهو واجب تحصيله.

ب- أنه لم يفرق في الاحتكار بين كون السلعة قد اشترت من الخارج واستوردت، أم اشترت من الداخل وحبست انتظاراً للغلاء، أو كانت إنتاجاً ذاتياً من محل المحتكر.

ج - شمل تعريف الاحتكار: كل ما يضر حبه بالإنسان والدولة والحيوان.

د - أظهر التعريف ظاهرة (الحاجة) التي هي دليل على تحريم الاحتكار، فليس كل ظرف من الظروف يكون فيه حبس هذه الأشياء احتكاً، وإنما يكون احتكاً في ظرف الحاجة الذي يقع فيه الضرر، فإذا لم يوجد مثل هذا الظرف كان الادخار احتباساً مباحاً؛ لأنه تصرف في حق الملكية بل قد يكون واجباً إذا كان اختزاناً احتياطياً.

ثالثاً: الاحتكار اصطلاحاً.

للاحتكار أنواع وصور متعددة، فهناك احتكار البائع أو المنتج، وهو الأكثر شيوعاً، وذلك لمن يتحكم في عرض كميات السلع في السوق وبالتالي في أسعارها. واحتكار المشتري: مثال المنتج الوحيد لسلعه معينة لها خامات ليس لها استخدام بديل، فيكون محتكراً لشراء تلك الخامات.

وتتنوع درجات ومستويات الاحتكار كما يلي:

١- الاحتكار الأحادي: حيث يتحكم فرد أو منشأة واحدة في الكمية المتداولة في

السوق بيعاً وشراءً.

٢- احتكار القلة: حيث يتحكم عدد محدود في السوق، وذلك بما لا يلغي القدرة

التحكيمية لأي منهم في السعر تماماً، وإن قلت درجة الهيمنة أو التحكم لأي منهم عما يتحقق في سوق المحتكر الأحادي.

(١) إجماع الموقعين عن رب العالمين (٢٣/١)، تحقيق: محمد عبد السلام إبراهيم، دار الكتب العلمية - بيروت، ط١، ١٤١١ هـ.

٣- المنافسة الاحتكارية: وهو وضع يتحقق ما بين الاحتكار والمنافسة الكاملة، حيث يتعدد البائعون لسلعة واحدة وإن كانت غير متجانسة الصفات فيما بينهم، وفي هذه الحالة يحتفظ البعض منهم بتميز في نوعية السلعة أو صنعها أو درجة الجودة بما يتيح درجة من التحكم والتميز في السعر.

ويحقق المحتكر في جميع حالاته أرباحاً غير عادية (احتكارية) دون الاهتمام بجودة المنتج، وذلك على حساب المجتمع ككل، وبما يؤدي إلى سوء استخدام الموارد.

الفرع الثاني

عيوب ومسالب الاحتكار

للاحتكار مسالِب كثيرة نظراً لدوره السلبي على الاقتصاد الوطني والدولي، ولعل أهم هذه العيوب يتمثل في:

- يساهم في تعظيم حجم ثروة المحتكر بشكل كبير وفي زمن قياسي، مع تحكمه في الأسعار على حساب الفقراء والطبقة الكادحة والمستهلكين بصفة عامة داخل الدولة.
 - يؤدي إلى ضعف المنافسة، وانعدام وجود حافز مع عدم الاهتمام بجودة المنتج المقدم أو الخدمة.
 - التحكم في حركة الأسعار مما يؤثر سلباً على التضخم، ومن ثم القوة الشرائية للنقود، وترك آثار سلبية على إنفاق الفئات الكادحة.
 - ضعف أداء القطاع الذي يعمل به المحتكر، وإمكانية حصوله على استثمارات جديدة تساهم في دعم الاقتصاد.
 - ضعف دور الجهات الرقابية، والمساعدة في انتشار الفساد الإداري والرشاوى؛ ضمناً لبقاء «المنتج الأوحده» مسيطراً على السوق.
- والاحتكار يفسح الطريق أمام شركة أو كيان بعينه إلى بسط هيمنته وفرض منتجه مهما كانت درجة جودته، وبالسعر الذي يريده؛ نظراً لعدم قدرة المنافسين على مواجهته، ومن ثم تتعاظم أرباح ذلك الكيان الذي قد ينافس نفسه في بعض الأحيان عن طريق شركات أخرى تعود ملكيتها له. ولأن الاحتكار يهدد كيان الدولة فإن وضع القوانين الصارمة لمواجهته يُعد أساسياً لخلق توازن في الأسواق، وإبعاد فكرة السيطرة عن السوق وتضخم الثروات الفردية على حساب الطبقة الكادحة.

وتبقى الإشارة إلى أن الإسلام نبذ الاحتكار وجرمه، فلا يعقل أن يستأثر شخص أو شركة بالتحكم فيما سيأكله الناس أو ما هو ضروري لحياتهم، وصدق رسول الله -صلى الله

عليه وسلم- حين قال في الحديث الذي رواه ابن ماجه: «من احتكر على المسلمين طعامهم ضربه الله بالجزام والإفلاس»^(١).

المطلب الثاني

التفرقة بين الوكالة التجارية الحصرية والاحتكار

بعد تناول الاحتكار وتعريفه وبيان عيوبه نأتي إلى العلاقة بين الوكالة التجارية والاحتكار، حيث يزعم البعض أن الوكالة التجارية الحصرية تعد صورة من صور الاحتكار، وبصيغة أخرى: هل تعتبر الوكالة التجارية نوعاً من الاحتكار الذي حرّمته الشريعة الإسلامية؟ وبالتالي يعتبر أمراً غير دستوري نظراً لأن الدستور المصري ينص في المادة الثانية منه على أن الشريعة الإسلامية المصدر الرئيس للتشريع.

وللرد على هذا التساؤل نجد أن جمهور الفقهاء المسلمين يشترطون حصول المحتكر على السلعة التي يحتكرها بالشراء، ولهذا نجدهم لا يعتبرون المزارع الذي يخترن محصوله محتكراً؛ لأنه لم يحصل على السلعة بالشراء، أما فيما يتعلق بالوكالة فإن الوكيل لا يشتري السلع التي يتولى توزيعها أو تقديمها؛ إذ تبقى كل هذه السلع في ملكية الموكل، ويقتصر دور الوكيل التجاري على تمثيل مالكيها الموكل، وبهذا يفنّد عمل الوكيل التجاري شرطاً رئيساً من شروط قيام الاحتكار، وكذلك الفرق من حيث تداول السلعة، والهدف وراء كل منهما، والعرض والمنافسة^(٢).

ويمكن أن نجد الرد الكامل على هذا التساؤل أيضاً في نص الحكم الصادر من الدائرة الدستورية بالمحكمة الاتحادية العليا الإماراتية بتاريخ ١٤/٠٤/١٩٩٣م في الدعوى الدستورية رقم ١ لسنة ٢٠ دستوري، في الطعن المرفوع إليها بشأن مدى دستورية القانون الاتحادي رقم ١٨ لسنة ١٩٨١م المعدل بالقانون الاتحادي رقم ١٤ لسنة ١٩٨٨م بتنظيم الوكالات التجارية.

وقد جاء بصحيفة الطعن بعدم الدستورية بأن القانون المطعون فيه قد أباح الاحتكار، وغلب عليه المصلحة الخاصة على المصلحة العامة؛ وذلك لأنه حصر مزاولة الوكالة التجارية بوكيل في الدولة أو وكيل في عدد من الإمارات أو وكيل في إمارة، ويكون توزيع السلع والخدمات مقصوراً على الوكيل داخل منطقة الوكالة، مخالفاً بذلك أحكام

(١) مقال بجريدة أرقام الإلكترونية بتاريخ ١١-٠٤-٢٠١٥. <http://www.argaam.com/ar/article/articledetail/id/375064>

(٢) انظر د. حامد أنور الجزيري، شرعية الوكالات التجارية، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الأولى ٢٠١١، القاهرة، ص ٧٣

الشريعة الإسلامية التي هي مصدر رئيس للتشريع وفقاً للمادة ٧ من دستور دولة الإمارات العربية المتحدة، كما منع القانون غير الوكيل من إدخال بضاعة أو منتجات أو مصنوعات أو مواد موضوع أيه وكالة، وتقرير المنع هو الاحتكار بعينه الذي نهى عنه الرسول -صلى الله عليه وسلم- وأضافت الشركة الطاعنة أن قانون الوكالة ينتبعه نجد أنه قد جاء لمصلحة فئتين من الناس لا ثالث لهما، الفئة الأولى فئة كبيرة وهم في الخارج وهي فئة الموكليين، والفئة الثانية وهم فئة صغيرة في الداخل وهي فئة الوكلاء، وترك للفئتين المذكورتين الاتفاق على احتكار السلع من قوت أو غيره.

وقد حكمت المحكمة بدستورية القانون الاتحادي رقم ١٨ لسنة ١٩٨١م، ثم تعرض الحكم للمبررات التي اتخذها الإسلام ذريعة لتحريم الاحتكار فقال: وحيث إنه لا مراء في أن الإسلام يحبب إلى التجار تخفيض الأسعار للتيسير على الناس، ونهى عن التغالي في الربح وعن الفحش في الكسب وحارب الاحتكار؛ لما فيه من إهدار لحرية التجارة والصناعة والعمارة بل والزراعة وتحكم في الأسواق إذ يستطيع معه المحتكر أن يفرض ما شاء من أسعار على الناس يرهقهم بها، ولضرر الاحتكار بالأمة نهى عنه الرسول صلى الله عليه وسلم وأظهر بشاعة جريمته، فقال عليه الصلاة والسلام: «الجالب مرزوق والمحتكر ملعون».

ثم تعرض لمفهوم الاحتكار المحظور في الشريعة الإسلامية بقوله: «وحيث إن المستقر في الفقه الإسلامي أن الاحتكار المحظور في الشريعة الإسلامية هو حبس شيء تشتد حاجة الناس إليه، ويستعملونه في حياتهم، ويتضررون من حبسه عنهم، يستوي في ذلك أن يكون الحبس نتيجة شراء أو اختزان، وأن يكون الشيء طعاماً أو غير طعام، ويشمل ذلك ما اشتراه في وقت الغلاء أو في وقت الرخص ليرفع سعره على الناس عند الضيق والاحتياج».

ثم انتقل الحكم بعد ذلك ليتعرض للأسباب والضرورات التي أدت إلى ظهور نظام الوكالات التجارية، فقال: وحيث إنه مع تطور التجارة وتشعب عملياتها ظهرت أهمية الوكالة التجارية، وكثيراً ما يلجأ التجار إلى وكلاء بالعمولة يحصلون لهم على البضائع أو المواد الأولية التي تستخدم في الصناعة؛ إذ يكون هؤلاء متخصصين في دراسة الأسواق وتقلب الأسعار، ومن أجل ذلك أصدر المشرع القانوني الاتحادي رقم ١٨ لسنة ١٩٨١م المعدل

بالقانون الاتحادي رقم ١٤ لسنة ١٩٨٨م بشأن تنظيم مزولة أعمال الوكالة التجارية^(١).

وقد استند أصحاب الرأي الرامي إلى إلغاء ما يعرف بالوكالة الحصرية في ذلك على أن عدم تقييد الشركات بذلك يؤدي إلى نوع من المنافسة غير المشروعة مما يعتبر -وفقاً لما يراه أصحاب هذا الاتجاه- نوعاً من الاحتكار غير المشروع.

وفي هذا الخصوص تجدر الإشارة لعدد من الاعتبارات، ومنها:

١. أن الوكالة الحصرية لا يجب أن يتم تصنيفها على أنها احتكار غير مشروع؛ حيث إن الوكالة الحصرية في مجال المنتجات الغذائية مثلاً لا تمثل كامل المنتجات الغذائية برمتها في أسواق الدولة وإنما تمثل شركة أجنبية بعينها. فهي وكيل حصري للشركة الأجنبية وليس وكيل لكافة المنتجات الغذائية، وبالتالي فإن وصف تلك الوكالة بالاحتكار إنما هو وصف يتطلب إعادة نظر فيه، وبالتالي فإن مجال المنافسة متاح لكافة المنتجات المماثلة.
٢. إن نظام الوكالات التجارية المعمول به في أغلب الدول لا يلزم أي شركة أجنبية بتعيين وكيل حصري لها داخل الدولة، وإنما تعمد النظام ترك ذلك لحرية الطرفين (الشركة الأجنبية ووكيلها الوطني) مما يعني إتاحة الفرصة للشركة الأجنبية لأن يكون لها أكثر من وكيل أو موزع وطني، وبالتالي فإن ذلك يتنافى مع أي صفة أو ممارسة احتكارية.
٣. إن أغلب أنظمة الاستيراد المعمول بها دولياً لا تمنع التجار من غير الوكلاء أو الموزعين المعتمدين من الاستيراد من بلد المنشأ، وعلى سبيل المثال نجد أنه وعلى امتداد السنوات الماضية كان هناك كثير من التجار ممن كانوا يستوردون مختلف السيارات من عدة دول على الرغم من وجود وكلاء حصريين وموزعين معتمدين لتلك الأنواع من السيارات.
٤. إن التوجه لمنع الوكالات الحصرية سوف ينعكس سلباً على اقتصادنا الوطني من خلال هروب رؤوس الأموال الوطنية والشركات والوكالات إلى الدول المجاورة بما فيها دول الخليج. والمطلوب هو إعادة تنظيمه بالشكل الذي يمنع إمكانية احتكار السلع، ومما لا شك فيه أن المتضرر الأساسي من ذلك هو المستهلك، وذلك من ناحيتين:

(١) انظر د. حامد أنور الجزيري، مرجع سابق، ص ٢.

أ - زيادة تكلفة المنتج محل الشراء؛ نظرًا لأن ذلك المنتج سيمر عبر ثلاثة أطراف (الشركة المصنعة + الوكيل الأصلي + الموزع المحلي) وذلك قبل وصول السلعة المنتجة للمستهلك النهائي.

ب- تضرر المستهلك من خلال صعوبة توفير أعمال الصيانة وتوافر قطع الغيار بالشكل اللازم؛ نظرًا لارتفاع تكلفة ذلك على الوكالات الصغيرة مقارنة فيما لو تم تقديمها من قبل الوكالة التجارية العملاقة.

سلبات إلغاء الوكالة الحصرية:

يرى الباحث أن التوجه الرامي إلى تفتيت الوكالات التجارية الوطنية من خلال إلغاء الوكالات الحصرية قد يترتب عليه عدد من السلبات، التي -لا شك- سيتضرر منها اقتصادنا الوطني، ومن تلك السلبات:

- إن تطبيق هذا التوجه لا يتفق مع القواعد التي تسيّر وفقها الأسواق الحرة؛ حيث تعد أسواق الجمهورية إحداها، وضمن المنظمات الاقتصادية الدولية التي دخلت الدولة في عضويتها.
- إن تنفيذ هذا التوجه لا يمثل أي دعم للتجار الوطنيين في التوسع بأعمالهم التجارية وفقًا للسياسات والأنظمة التي سبق أن أقرتها الدولة.
- إن إلغاء وكالات الشركات قد ينعكس سلبًا على المستهلك المحلي من خلال تضرر خدمات ما بعد البيع، وتوفير قطع الغيار اللازمة التي كان بإمكان الوكالة التجارية الأصلية توفيرها؛ نظرًا لتمكّنها وقدرتها على ذلك.
- إن تفتيت الوكالات الحصرية إلى وكالات صغيرة سيجعل الشركة الأجنبية (الموكل) في موقف تفاوضي أقوى مع الوكالات المحلية المحدودة الإمكانيات، مما يجعلها تفرض عليهم ما تراه من شروط قد يتضرر منها المستهلك المحلي من جهة واقتصادنا الوطني من جهة أخرى.

ويتبين من استقراء ودراسة نصوص القانون المذكور وتعمق أحكامه أنه لا يؤدي بحال من الأحوال إلى حبس عروض التجارة موضوع الوكالات التجارية أو رفع أسعارها؛ إذ جاءت هذه النصوص منظمة فقط للعلاقة بين الوكيل التجاري وبين المنتج أو الصانع.

وبعد الاطلاع على الحثيات السابق ذكرها يرى الباحث أنه لا علاقة بين الوكالات

التجارية بصفة عامة والاحتكار، وإن تشابهت أحكامهما على غير ذي بصيرة من غير المختصين مع الوكالة الحصرية، فالمشكلة ليست في الوكالة كصورة من صور الوساطة التجارية بل في مسلك بعض التشريعات التي تكثف الحماية التي تفرضها لصالح وكيل العقود، مما يؤدي إلى هذا التصور، وتشابه أحكام الوكالة الحصرية والاحتكار، ويمكن للدول من خلال تعديل تشريعاتها التجارية منع هذه المسالب للوكالة الحصرية، وهو ما سنتناوله في المطلب الثالث كآتي:

المطلب الثالث

دور الدولة في منع الاحتكار وتشجيع المنافسة

يأتي قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ ضمن مجموعة من القوانين التي أعدتها الحكومة المصرية خلال الفترة الأخيرة لتوفير بيئة تشريعية ملائمة للتطورات الاقتصادية، وبما يتواءم مع تحقيق مزيد من تحرير التجارة والاندماج في السوق العالمية، فضلاً عن تحديث نظم وسياسات التجارة الداخلية التي تهدف إلى ضمان تحقيق المنافسة ومنع الاحتكار، وذلك في إطار عمليات الإصلاح الاقتصادي والتزام مصر بقواعد اقتصاد السوق الحر.

وتعتبر المنافسة ركناً أساسياً من أركان اقتصاد السوق الحر، وعنصرًا فعالاً لضمان استمرارية هذا النظام الاقتصادي، وذلك بما تعكسه من منافع لكافة أطراف السوق سواء بالنسبة للمستهلكين الذين يحصلون على السلع والخدمات بأسعار أقل وجوده أعلى، أو بالنسبة للمنتجين من خلال ما تدعمه المنافسة من الحصول على نصيب أكبر من السوق، علاوة على ما توفره من حافز لاستمرارية التطوير والابتكار، مما يساعدهم على توسيع نطاق أسواقهم رأسياً وأفقيًا، أو بالنسبة للمجتمع ككل بما توفره المنافسة من استخدام أمثل للموارد المتاحة.

ولا تعني قواعد حماية المنافسة حتمية الوصول إلى المنافسة الكاملة، وإنما تعني أن يكون هناك قدرٌ كبيرٌ من الحرية لدى كل من المستهلكين في إشباع احتياجاتهم والمنتجين في إنتاج السلع والخدمات بأقل تكلفة ممكنة.

وتقوم المنافسة على عدة مبادئ أساسية، منها: التعددية سواء من جانب المنتجين أو المستهلكين، وتجانس السلع والخدمات المقدمة داخل الأسواق، وتوافر المعلومات الكاملة عن ظروف العرض والطلب، وحرية الدخول والخروج من الأسواق.

ولقد جاء صدور قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية مواكباً

للاتجاهات العالمية في هذا الصدد؛ وذلك لأن تطبيق اتفاقية الجات العالمية تلزم الدول الموقعة عليها باتباع سياسة للمنافسة ومنع الاحتكار من ناحية بالإضافة إلى تعاضد دور القطاع الخاص في ظل اتباع سياسة الخصخصة، وهو الأمر الذي أدى إلى ظهور تكتلات اقتصادية كبيرة قد تسعى إلى احتكار السوق والسيطرة عليه، والتأثير على قواعد المنافسة المتعارف عليها من ناحية أخرى.

ويسعى القانون من خلال تنظيم عمل التكتلات الاقتصادية إلى:

- إرساء القواعد العادلة لحماية المنافسة.
- التشجيع على تكوين كيانات كبيرة على نحو يمكن من الاستفادة من اقتصاديات الحجم الكبير، وبالتالي يعود بالنفع على المستهلكين من خلال توافر السلع والخدمات بأسعار مناسبة.
- تحقيق الانضباط بالأسواق، ومنع أي محاولات احتكارية للسلع خاصة السلع الإستراتيجية التي تمثل الاستهلاك الأساسي للطبقات محدودة الدخل، وبما يؤدي في النهاية إلى تحسن الأداء الاقتصادي.

وينطبق مع سبق على الوكالة التجارية فإن على الدول إعادة النظر بقوانين تنظيم الوكالة التجارية، ووضع القواعد التي تكفل المنافسة المشروعة، وتساعد على حرية التجارة، وتمنع الاحتكار، دون المساس بالقواعد التي تكفل حماية وكيل العقود تجاه موكله، وتضمن التوازن بين طرفي العقد.

كما أن مراجعة قانون الوكالات التجارية خطوة هامة للغاية للقضاء على جميع مظاهر الاحتكار التي تنشأ -دون قصد أحياناً- عن السماح بالوكالات الحصرية في المنتج الوحيد أو الذي ينتج بشكل احتكاري من طرف الموكل، ولا يكفي أن يسمح النظام بتعدد الوكالات من حيث المبدأ ثم يجيز التعاقدات الحصرية التي تتم بين الشركات المصنعة ووكلائها، بل يجب أن ينص القانون على منع تلك الاتفاقات، ويُبطل أي شرط يلزم الشركة المصنعة السابق الإشارة إليها بوكيل واحد أو اثنين أو أي عدد آخر محدد؛ لأن السماح بذلك هو إخلال بمبدأ المنافسة.

كما أن سن القوانين أو تعديلها لا يكفيان للقضاء على الاحتكار والممارسات التجارية الذكية التي تحد من المنافسة وترفع الأسعار، بل يتطلب ذلك الأمر متابعة ومراقبة دقيقة؛ لأن الاحتكار كثيراً ما يتستر تحت ألقنة كثيرة يصعب كشفها.

ويلزم لمكافحة الاحتكار أجهزة حكومية قوية مزودة بالكفاءات والصلاحيات

والحصانات اللازمة لأداء هذه المهمة الصعبة، ولناخذ عبرة من الدول الأخرى، فالولايات المتحدة الأمريكية أتت من خلفية وتقاليد ثقافية نقيضاً لمبادئها في الحرية الاقتصادية إلى غير ذلك من الشعارات، ومع ذلك فقد بذلت جهوداً ضخمة -وما زالت- في مكافحة الممارسات الاحتكارية، وهي تكسب جولة وتخرس أخرى.

ومن أهم المحطات في ذلك التاريخ صدور قانون شيرمان في عام ١٨٩٠ ولعله أهم تشريع من الناحية التاريخية في مكافحة الاحتكار، لكنه مع ذلك لم ينجح في وقف الممارسات الاحتكارية وإن كان أوقف الأمثلة الصارخة منها، وأعطى الحكومة سلطة التدخل في حالة وجدت اتفاقيات مكتوبة يترتب عليها رفع الأسعار، أو منع منافسين جدد من الدخول في السوق.

وحين لم يردع قانون شيرمان الممارسات الاحتكارية أصدرت الولايات المتحدة في عام ١٩١٤ ما يُسمى قانون كلايتون، الذي عالج الممارسات الاحتكارية الأقل وضوحاً مثل اتفاقيات «الموزع الوحيد» وهي شبيهة بالوكالات الحصرية لدينا، وحرّم معظمها. وفي نفس العام أنشأت الحكومة الاتحادية جهازاً رقابياً قوياً هو الهيئة الاتحادية للتجارة، وهي مؤسسة مستقلة إحدى مهامها الأساسية مكافحة الاحتكار، ثم أنشأت في وزارة العدل قطاعاً كاملاً هو قطاع مكافحة الاحتكار anti-trust division. ويقوم هذان الجهازان على وجه الخصوص بمتابعة أي ممارسات غير مبررة تؤدي إلى تضيق فرص المنافسة. واقتداءً بالحكومة الاتحادية أنشأت الولايات المختلفة أجهزة حكومية لحماية المستهلك تعالج الممارسات الاحتكارية على مستوى الولاية، وتتبع عادة مكتب المدعي العام في الولاية، مما يعطيها حصانة قضائية في حالة احتاجت إلى التفتيش والتحقيق في المخالفات. ومكافحة الاحتكار ليست بالمهمة اليسيرة؛ لأن التعامل مع المصالح الكبيرة التي تديرها الممارسات الاحتكارية يتطلب رقابة في نفس القوة، ولنا أن نعتبر من الدول الأخرى التي عانت من هذه الآفة، وأذكر أنه حينما رفعت الحكومة الأمريكية القضية المشهورة ضد شركة الهاتف ATT الاحتكارية الكبرى وجدت أن لدى الشركة من المحامين أكثر مما كان لدى وزارة العدل التي رفعت القضية، واضطرها ذلك -بعد مرور حوالي ١١ عاماً من التقاضي دون نتيجة- إلى القبول بتسوية خارج المحكمة تم بموجبها حل الشركة، وتقسيمها إلى عدد من الشركات الأصغر حجماً بهدف تحقيق شيء من التنافس بينها^(١).

(١) انظر مقال للدكتور عبد العزيز حمد العويشق منشور بجريدة الرياض عدد ٤ فبراير ٢٠٠٨.

كما أن كون ما قد يصل إلى ٧٠% من السلع التي تستهلك في أسواقنا سلعةً مستوردة يجعل الممارسات الاحتكارية في الاستيراد أخطر وأشد تأثيراً على المستهلك من الممارسات الاحتكارية التي يمارسها المنتج المحلي، ما يجعل من أهم ما يجب على الدولة القيام به هو إجبار الشركات التي تسوق منتجاتها المحكرة في الدولة أن يكون لها عدة وكلاء مستقلين عن بعضهم يتنافسون فيما بينهم، مع ضرورة ألا يكون تعدد الوكلاء من خلال توزيعهم جغرافياً، كأن يكون هناك وكيل في منطقة الوجه البحري والقناة مثلاً، وآخر في القاهرة الكبرى، وثالث في الصعيد، بل يجب أن يتنافسوا في كافة المناطق دون قيود.

ومن الأمثلة على ذلك مع فعله المشرع الكويتي حين نص بالمادة الرابعة من القانون رقم ١٣ لسنة ٢٠١٦ الخاص بتنظيم الوكالات التجارية على أنه «لا ينحصر استيراد أو توفير أي سلعة أو منتج في وكيلها أو موزعها وإن كان حصرياً، ولو اشتملت على حق استخدام العلامة التجارية، وفي جميع الأحوال يجب أن تتوافر في السلع التي يتم استيرادها أو توفيرها الشروط والمواصفات القياسية العالمية والخليجية المعتمدة في دولة الكويت، وشروط كفالة المصنع التي يلتزم بها الوكيل.....».

﴿المصادر والمراجع﴾

- د. إبراهيم بن صالح التتم: الامتياز في المعاملات المالية وأحكامه في الفقه الإسلامي. ط ١، السعودية، دار ابن الجوزي. ١٤٣٠هـ.
- أ. أشرف رسمي أنيس ، الوكالة التجارية الحصرية في الفقه الإسلامي والقانون ، رسالة ماجستير ٢٠١٢، جامعة النجاح الوطنية ، كلية الدراسات العليا، نابلس، فلسطين.
- إعلام الموقعين عن رب العالمين (٣٣/١)، تحقيق: محمد عبد السلام إبراهيم ، دار الكتب العلمية - بيروت لبنان، ط/١، ١٤١١هـ - ١٩٩١م.
- د. إلياس أبو عيد ، التمثيل التجاري إجتهادات ونصوص قانونية ، منشورات الحلبي القانونية ، الطبعة الأولى ، المجلد الأول
- البحر الرئق شرح كنز الدقائق لابن نجيم (٢٢٠/٥)، المطبعة العلمية بمصر، سنة ١٣١١هـ
- د. حامد أنور الجزيري ، ، شرعية الوكالات التجارية ، المركز القومي للإصدارات القانونية ، الطبعة الأولى ٢٠١١، القاهرة
- د. سميحة القليوبي ، الوسيط في شرح قانون التجارة المصري ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٧
- د. طارق فهمي الغنام ، وكيل العقود التجارية ، الطبعة الأولى ، ٢٠١٢ دار النهضة العربية
- عبد العزيز بن إبراهيم بن أحمد القرشي التميمي التونسي المعروف بابن بزيزة (المتوفى: ٦٧٣ هـ): روضة المستبين في شرح كتاب التلقين (٩٩٧/٢)، تحقيق: عبد اللطيف زكاغ، ط/١، عام ١٤٣١ هـ - ٢٠١٠ م، دار ابن حزم، بيروت، لبنان
- عبد الله بن أحمد بن محمد أبو محمد موفق الدين، الشهير بابن قدامة المقدسي (المتوفى : ٦٢٠ هـ)، المغني (٣٠٥/٤)، ط/١، عام ١٤٠٥ هـ، دار الفكر، بيروت لبنان.
- د. عبدالفضيل محمد أحمد ، العقود التجارية ، الطبعة الأولى ٢٠١٠ ، دار الفكر والقانون ، المنصورة
- فخر الدين عثمان بن علي الزيلعي الحنفي: تبين الحقائق شرح كنز الدقائق (٢٧/٦) - (٢٨)، نشر المكتبة الكبرى الأميرية ببولاق، القاهرة، ١٣١٥هـ..

- د.محسن شفيق، الوسيط في القانون التجاري المصري، الجزء الثاني، الإسكندرية، ١٩٥٢
- د.محمد إبراهيم الرميثي ، بعنوان هل الوكالات التجارية إحتكار؟، جريدة الاتحاد الامارتية
- معجم اللغة العربية بمصر : المعجم الوجيز ، ط ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
- susan singleton , commercial agency agreements : law and practice , third Edition 2010 , Bloomsbury professional , uk
- CJCE 12 déc. 1996 : D. 1997, 438, note J.-L. Leloup
- M. Pédamon, et H. Kenfack, op. cit
- <http://www.merriam-webster.com/dictionary/monopolize>
- MarshaAldridge, http://www.agentlaw.co.uk/site/case_summaries/heirs_v_groupe.html
- <http://www.rmwc.eu/practice-areas/commercial-agent-germany>
- http://www.amcham.ch/key_topics/p_business_ch.asp?s=2&c=16
- http://www.agentlaw.co.uk/site/case_summaries/clarifying_commission.html