

دور حقوق الامتياز في نجاح وفشل
المؤسسات الصغيرة: دراسة استطلاعية
في محافظة جدة (٢٠٠٩)

مجلة
الاندلس
العلمية

دكتور نايف صلاح غمري
قسم إدارة الأعمال
كلية الاقتصاد والإدارة
جامعة الملك عبد العزيز بجدة

دور حقوق الامتياز في نجاح وفشل المؤسسات الصغيرة: دراسة

استطلاعية في محافظة جدة (٢٠٠٩)

المستخلص:

يعتبر حق الامتياز واحداً من أهم آليات الاستثمار اللامحدود في العصر الحاضر ويمكن تمييزه عن غيره من نظم الاستثمار بأنه استثمار ذو طابع عالمي وإداري حديث وتساعد فكرة حقوق الامتياز الشركات الرئيسية المانحة في سهولة التوسع الجغرافي بدون الحاجة إلى رأس مال كبير، كما تساهم في نقل المعرفة الصناعية والتقنية من دولة إلى أخرى. وتقل المخاطر نسبياً في حقوق الامتياز عنه في المشاريع التجارية الأخرى لأن رجل الأعمال سوف يستثمر أمواله في نشاط تمت تجربته وأثبت نجاحه مسبقاً بالإضافة إلى الخبرات وهيكلية العمل من تدريب العمال إلى ديكورات العرض حيث وضعت بالطرق المدروسة والأسس الصحيحة. ولا تقتصر الإيجابيات على ذلك بل تتضمن أيضاً تكاليف أقل نوعاً ما من بناء مشروع جديد من لا شيء.

ونظراً لهذه الإيجابيات وأهمية حقوق الامتياز الاقتصادية فإن الدراسة تقترح العمل على إنشاء هيئة تنفيذية عامة لمتابعة الأمور المتعلقة بحقوق الامتياز، والعمل على توعية المستثمرين بنظام الاستثمار قانونياً ومالياً، للمساعدة على فهم أنظمة حقوق الامتياز، والعمل على تبسيط إجراءات إقامة الأنشطة التجارية والصناعية وتعريف المستثمرين الأجانب بالأنظمة المحلية.

دور حقوق الامتياز في نجاح وفشل المؤسسات الصغيرة: دراسة استطلاعية لمحافظة جدة.

The Role of Franchising Ideas in The Success and Failure of Small Business Firms in Jeddah Province.

Nayef Salah Ghamri

Assistant Professors, Department of Business Administration

King AbdulAziz University, Jeddah, Saudi Arabia

ABSTRACT

Franchising ideas is a key factor in the development of sophisticated small businesses. Saudi small businessmen give little credence to Franchising ideas. To become more competitive requires the employment of individuals with new ideas and higher level skills who can introduce new technology and systems. To recruit and retain this type of employee requires a participation of Saudi businessman and some international companies. Franchising also requires to improve productivity through training workers thru new programs and by linking owners and managers with appropriate advisory and supportive franchising agencies. If future successful management requires more than the rule-of-thumb procedures traditionally employed, then the necessary skills need to be fostered. The need for more knowledge and awareness of Franchising philosophies between managers and workers which could provide greater efficiency and profitability.

If small businesses need to develop more proficient marketing, salary and stock control systems, then staff and managers need knowledge about Franchising ideas .

The contribution of further research activity in this process is considered.

The research is divided into four major sections:

The First Section portrays the methodological framework of the study. It was carried out through interviews with merely to one hundred businessmen in Jeddah Province.

The Second Section outlines the theoretical framework of the study and the previous literature relevant to the subject.

In the Third Section the study analysis the data and information which have been collected through samples.

The Final Section the outcomes of the findings and offered certain recommendations:

الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

المقدمة:

أدى التطور السريع في العلاقات التجارية العالمية إلى تزايد حجم التبادل التجاري للمنتجات والخدمات مما أدى إلى بروز عدد من الظواهر التجارية الإيجابية والسلبية، والشرعية العادلة وغير الشرعية العادلة. ومن ضمن الظواهر الإيجابية انتشار شركات حقوق الامتياز التجارية والتي تساهم في خلق روح المنافسة وتطبيق فكرة أبعاد جودة المنتجات والخدمات والمساهمة في تطبيق الفكر الحديث في التجارة والصناعة. ومن الظواهر السلبية غير العادلة وغير المشروعة ظاهرة الإغراق السلعي حيث يكون سعر المنتجات عند بيعها في الدولة المستوردة أقل من سعر تلك المنتجات في سوق الدولة المصدرة وقد يكون بأقل من سعر التكلفة في البلد الأخير. وترجع ظاهرة الإغراق السلعي أولاً إلى بعض الدوافع الاقتصادية التي من أبرزها الكساد العالمي وتكدس السلع وتراكمها في الدولة المصدرة مما يضطرها إلى تصديرها إلى دولة أخرى بأسعار أقل. وثانياً دوافع استراتيجية ينتهجها بعض المنتجين لمحاربة الصناعات الوطنية لبلد آخر مما ينتج عنه عرقلة الصناعة الوطنية لضمان بقاء واستمرار المنتجات الأجنبية في هذا السوق في بيئة احتكارية وتأخذ ظاهرة حقوق الامتياز الطابع الإيجابي لأنها تدخل تحت مراقبة التشريع الوطني لحماية الصناعات الوطنية من الصناعات الأجنبية وفق الاتفاق الخاص بمكافحة الإغراق والحماية الوقائية بين أعضاء منظمة التجارة العالمية.

أهمية البحث:

تلعب المشروعات الصغيرة بمختلف أنواعها ومجالاتها دوراً بارزاً وفعالاً في التنمية الاقتصادية لما تقوم به من توفير فرص العمل. هذا بالإضافة إلى أهميتها في التنمية الاجتماعية وتساهم حقوق الامتياز في تحسين جودة المنتجات والخدمات لأرقى مستويات النوعية والجودة العالمية. من خلال النقاط التالية:

□ تساهم حقوق الامتياز على تحسين الكفاءة والقدرة التنافسية بين المنشآت بفضل دخول المعرفة وأساليب التقنية الحديثة كما تتيح الفرصة لزيادة حجم عمليات البيع والخدمات من خلال الاستفادة من طرق التسويق الحديثة والمستخدمه عالمياً.

□ تساهم حقوق الامتياز على زيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي بسبب الكفاءة وتقليل قيود الدخول إلى الأسواق.

□ تتيح الفرص أمام المشاريع الصغيرة للنفاذ إلى أسواق جديدة لتصريف منتجاتها وكسر احتكار المنشآت الدولية الكبيرة لهذه الأسواق.

□ تساهم حقوق الامتياز إلى تطبيق فكرة تقسيم العمل وتدريب العناصر البشرية من العاملين متوسطي وعديمي المهارة التي كانت تقوم بهذا العمل، مما سيكون له أثر محمود على زيادة فرص العمل وتنمية القدرات الفردية.

□ تساهم حقوق الامتياز في تخفيض الضرائب على رجال الأعمال وعلى المستهلكين.

□ توفر حقوق الامتياز المنتجات الأصلية وأنظمة حماية المستهلك من المنتجات المقلدة، وأساليب الصيانة وخدمات ما بعد البيع.

مشكلة البحث:

إن التغيرات السريعة في العالم خصوصاً وبعد انضمام المملكة لمنظمة التجارة العالمية والانفتاح العالمي، أصبح العالم كقرية صغيرة تتناقل المنتجات العالمية بين الدول بسهولة وتتواجد الخدمات الصحية والمالية بين الدول على مستوى عال من الجودة والجاهزية مما أدى إلى وضع رجال الأعمال في وضع تنافسي صعب خصوصاً من قبل المنتجات الأوروبية التي تمتاز بالجودة والمنتجات الصينية التي تتميز بأسعارها المنافسة، ولا يستطيع رجل الأعمال التواكب مع هذه التحديات والمتغيرات دون التفاعل معها لأن تأثيرها قوي على بقائه في المحيط التجاري. ومن أفضل الطرق لمجارية هذه التغيرات فكرة حقوق الامتياز والتي قد تؤدي إلى نجاح كثير من المشروعات الصغيرة. لذاك على رجال الأعمال أن يواكبوا هذه التطورات حتى يستطيعوا أن يرفعوا من مستوى خدماتهم ليس فقط على المستوى الوطني بل على المستوى العالمي، وهنا فإن رجال الأعمال يحتاج إلى عملية التطوير والأبحاث في خلفيات نظم التجارة الحديثة خصوصاً نظم حقوق الامتياز وهي عملية مكلفة ولكنها ضرورية في المشروعات لما لها من دور أساسي في وضع المشروع في الدور الريادي، الأمر يزايد أهمية في بيئة تنافسية سريعة التغير هذا وتكمن مشكلة البحث في أن بعض المشروعات خصوصاً المشروعات الصغيرة لا تزال تستخدم النظام اليدوي في حفظ الملفات وعدم استخدام أنظمة الحاسوب للحصول على المعلومات والبيانات الجاهزة والمناسبة للإدارة على حد سواء، وهذا أدى إلى ما يلي:

- عدم القدرة على التخطيط الجيد حيث إن المعلومات غير متوفرة في الوقت المناسب وبالشكل المناسب بالإضافة إلى صعوبة استرجاعها ومعالجتها.
- ضعف القدرات التنافسية.
- عدم استخدام حقوق الامتياز أدى إلى عدم إمكانية حصول المشروعات على معايير الجودة الشاملة.

ويعتبر حقوق الامتياز من الأنظمة القليلة الاستخدام في المشروعات خصوصاً في المشاريع الصغيرة الحجم. ويعتقد بأن محدودية استخدام أو عدم استخدام حقوق الامتياز في المشروعات أدى إلى انخفاض جودة الخدمات وزيادة التكاليف. وهكذا فإن مشكلة البحث تكمن في الإجابة على عدة أسئلة:

- ما مدى استخدام حقوق الامتياز في المشاريع؟
- ما هو دور استخدام حقوق الامتياز في تطور أداء المشاريع؟
- دور وفاعلية حقوق الامتياز في تفادي التأثيرات والمتغيرات الدولية المحيطة بالمؤسسة.

أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعريف بالمشروعات الصغيرة وأهميتها في التنمية الاقتصادية.
- التعريف بنوع حقوق الامتياز المستخدم في المشاريع التجارية والخدمية.
- تحديد عوائق استخدام حقوق الامتياز في المشروعات وأسبابه.
- التعريف بدور حقوق الامتياز في رفع مستوى جودة المنتجات والخدمات.
- مدى اقتناع القيادات الإدارية العليا في دعم فكرة حقوق الامتياز.
- تطويع حقوق الامتياز في حل كثير من مشاكل أبعاد الجودة مثل الاعتمادية والتقمص العاطفي والمادية الملموسة.
- الاستفادة من أساليب التقنية الحديثة التي يوفرها نظام حقوق الامتياز في نظم الحاسب الآلي في المجالات مثل مراقبة المخزون، الشؤون المحاسبية، شؤون الموظفين، حسابات الشركة والبنوك، والتأمين الصحي.
- تحديد دور حقوق الامتياز في المساهمة في تحسين المكانة التنافسية للمشروع مكان الدراسة.

فروض البحث

- هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تفضيل رجل الأعمال لمجال عمل الوكالة التجارية (خدمات، منتجات، أو مشاركة في التصنيع) وبين متغيرات الدراسة (عمر الشركة، عمر رجل الأعمال، المستوى التعليمي لرجل الأعمال، مكان تعليم رجل الأعمال، وعدد سنوات الخبرة لرجل الأعمال).
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرغبة في الحصول على حق الامتياز وبين العوامل التي تؤثر في نجاح الوكالة التجارية التي تشمل (مستوى جودة المنتج، سعر المنتج، دراسة الجدوى، خطة الأعمال، اختلاف أذواق المستهلكين، اختلاف العادات والتقاليد، المستوى التعليمي والثقافي لرجل الأعمال، عدم فهم شروط العقد أو عدم قراءة ما بين السطور، والمشاركة في أرباح المؤسسة من قبل الشركة المانحة لحقوق الامتياز).
- لا توجد علاقة ارتباط بين الرغبة في الحصول على حقوق الامتياز وكلاً من المتطلبات التي تطلبها حقوق الامتياز وسلبياتها.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في شعور رجال الأعمال الحاصلين على حقوق امتياز وكالة تجارية على مستقبلهم المالي والتجاري يعزى لاختلاف متغيرات الدراسة (نوع الذي تقوم به الشركة، عمر الشركة، عمر رجال الأعمال، مكان تعليم رجل الأعمال، عدد سنوات الخبرة لرجل الأعمال).
- هناك علاقة ارتباط طردي بين فشل المنتج والالتزامات المالية التي تقدم للشركة الرئيسية ومنها الرسوم السنوية، الضمان البنكي المطلوب للحفاظ على جودة المنتجات والخدمات وأخيراً المشاركة في الأرباح.

منهج البحث:

ينتهج البحث منهجين هما:

المنهج الوصفي التحليلي والذي يعتمد على الاطلاع على المراجع العربية والغربية والدوريات والأبحاث التي سبقت في هذا المجال.
المنهج التطبيقي والذي يعتمد على تصميم قائمة استبيان تحتوي على بعض الأسئلة (المفتوحة والمغلقة) وتوزيعها على عينة البحث ثم جمعها وتعريفها وتحليل بياناتها للتوصل إلى النتائج والتوصيات الخاصة بموضوع البحث.

مجتمع وعينة الدراسة:

ضم مجتمع الدراسة رجال الأعمال من المانحين لحقوق الأمتياز وغير المانحين له، وقد أتاحت فرصة متساوية نسبياً لكل فرد في مجتمع الدراسة للمظهر في العينة من خلال عينة اختيرت بطريقة عشوائية بلغ عدد أفرادها (عدد الاستمارات الموزعة) خمسون (٥٠) استمارة وتم توزيع نسختان من الاستبيان لكل مشروع، في محافظة جدة، بحيث يكون المستهدفين أصحاب الشركات والعملاء للتعرف على أثر حقوق الامتياز في نجاح وفشل المشروعات والعوائق التي تواجه تطبيق فكرة الوكالات وحقوق الامتياز.

وقد استغرقت عملية التوزيع ثلاثين يوماً وكانت مواعيد التوزيع في أوقات مختلفة حسب رغبة رجال الأعمال، تم استرجاع ثلاثون (٣٠) استبانة متكاملة، وأستخدم مقياس ليكرت (likert scale).

صدق الأداة وثباتها: وتعني أن مقياس الدراسة يمكن أن يحقق الهدف ويقيس الأبعاد المطلوبة فيما لو تم استخدامه في دراسة أخرى ذات معطيات متشابهة، وقد تم استخدام عدة اختبارات للتأكد من ذلك وهي كالتالي:

□ الصدق الظاهري : **FACE VALIDITY** التأكد من أن مكونات الاستمارة يمكن أن تعبر عن هدفها وتوفر البيانات المطلوبة بدقة ولتحقيق ذلك

تم عرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء في التخصص وكذلك توزيع الاستبيان على عينة مبدئية **PILOT STUDY** من مجتمع الدراسة بهدف قياس مستوى فهم العبارات والمصطلحات الواردة فيها ومدى وضوحها.

□ صدق المحتوى : **CONTENT VALIDITY** ويعني درجة تعبير فقرات الاستبانة عن أبعاد الدراسة المختلفة حيث تم التركيز على تمثيل كافة أبعاد الدراسة بشكل دقيق من خلال مجموعة من الأسئلة القابلة للقياس، حيث الوضوح في عملية القياس وتمثيل أبعاد الدراسة.

□ اختيار صدق القياس وثباته : تم اختيار صدق القياس من خلال عرض الاستبانة على عدد من المحكمين، حيث تم تعديها بناءً على مقترحاتهم ، أما ثبات أداء القياس فقد تم اختباره عن طريق معامل (كرونباخ - ألفا).

المعالجة الإحصائية : للإجابة على أسئلة الدراسة من خلال اختبار فرضيتها تم تفرغ البيانات واخضاعها لمعالجات إحصائية مختلفة، باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، إذا تم استخدام الإحصاء الوصفي لإظهار النسب والتكرارات والانحراف المعياري لوصف ومقارنة أسئلة الدراسة، كما تم استخدام **T (Test)** لفحص الفرضيات والتحقق من صحتها، من خلال فحص الفروق بين المتوسطات ومعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية. وتم دراسة العينات وذلك لمعرفة دور حقوق الامتياز وآثاره في نجاح وفشل المشروعات وعلى وجه التخصيص المشروعات الصغيرة.

حدود البحث:

سيتم تطبيق فكرة حقوق الامتياز على بعض المشروعات في محافظة جدة.

□ الحدود الزمنية: خلال فترة البحث.

□ الحدود المكانية: بمحافظة جدة.

أدوات جمع البيانات:

سيتم جمع البيانات عن طريق الأدوات المكتبية وهي الإطلاع في المراجع الغربية والعربية. وسيتم تصميم قائمة استبيان ويتم توزيعها على بعض المشروعات التجارية . وسيتم استخدام برنامج SPSS في التحليل الإحصائي وذلك باعتماد عدة أدوات لاختبار فروض البحث وفقاً للتالي:

□ استخدام التكرار والنسب المئوية لتوزيع خصائص منشآت العينة الموجودة من قائمة الاستقصاء.

□ استخدام الأوساط الحسابية للتعرف على مدى استجابة أفراد العينة لمتغيرات مقياس كفاءة نظام حقوق الامتياز في منشآت العينة.

الفصل الثاني: أدبيات الدراسة

أدبيات البحث والدراسات السابقة:

منذ أن بدأ تنظيم عمليات الوكالات التجارية وحقوق الامتياز في المملكة العربية السعودية قبل أربعة عقود زمنية، والمؤسسات والشركات السعودية تقوم بأدوار ملموسة في مجال بناء التنمية الاجتماعية والاقتصادية من خلال تنشيط حركتي التجارة والاستثمار، حيث عملت تلك الوكالات على توفير ما يحتاجه المجتمع السعودي من الخدمات والسلع الاستهلاكية وقطع الغيار ومراكز الصيانة، فقد أسهمت الوكالات السعودية في استيراد وجلب احتياجات المجتمع من المعدات الحديثة في العمليات الإنتاجية، إضافة إلى التنوع في تشكيلة المنتجات التي يستهلكها المواطنون، الأمر الذي ساهم في تحريك عجلة الإنتاج وتفعيل جودة المنتجات ورفع مستوى معيشة المواطنين، ومن ثم المساهمة في رفع معدلات الأداء الاقتصادي العام.[1]

وتعتبر شركة سنجر للخياطة أول من قام باستخدام حق الامتياز في عام ١٨٧١ ميلادي.[2]

وظهرت بصورة تجارية على مستوى عالمي إبان الحرب العالمية الثانية في دول أوروبا الغربية، نتيجة لرغبة الشركات الكبرى في توسيع رقعتها الجغرافية وزيادة منافذ التوزيع التسويقي. وتلازم ذلك مع إنشاء المنظمة العامة للاتفاقيات والتعريفات (GATT) والتي كان من أهم أهدافها إلغاء التعريفات الجمركية وحماية حقوق الملكية الفكرية مما ساهم في حفظ حقوق أصحاب الإمتيازات والماركات التجارية. وتعتبر فكرة حقوق الامتياز اليوم أكثر الأفكار التجارية رواجاً، ومن أهم مظاهرها امتياز الفنادق ومطاعم الوجبات السريعة.[3]

وتعني (Franchising) عقد حق الامتياز ويعرف بأنه عقد بين طرفين مستقلين قانونياً واقتصادياً يقوم بمقتضاه أحد طرفيه والذي يطلق عليه مانح الامتياز بمنح الطرف الآخر والذي يطلق عليه ممنوح الامتياز الموافقة على استخدام حق أو أكثر من حقوق الملكية الفكرية و الصناعية أو المعرفة الفنية لإنتاج سلعة أو توزيع منتجاته أو خدماته تحت العلامة التجارية التي ينتجها أو يستخدمها مانح الامتياز وفقاً لتعليماته وتحت إشرافه حصرياً في منطقة جغرافية محددة و لفترة زمنية محددة مع التزامه بتقديم المساعدة الفنية وذلك مقابل مادي أو الحصول على مزايا أو مصالح اقتصادية.[4] وهناك تعريف آخر لحقوق الامتياز يركز على إيجابيات ومزايا وشروط حقوق الامتياز ويعرف حقوق الامتياز: "حقوق الامتياز فكرة واقعية لعملية تسويقية فعالة لتوزيع المنتجات والخدمات... والشركة الأم (الشركة الرئيسة) مانحة حق الامتياز تسمح للوكيل باستخدام اسم الشركة مقابل رسوم سنوية، وتقوم بتقديم التدريب والمشورة الإدارية المستمرة إلى الوكيل. إن نظام حقوق الامتياز يساعد الشركة والوكيل على التوسع بسرعة وتقديم خدمة أفضل بالنسبة للعملاء وذلك باستخدام رأس مال أقل وخبرات إدارية جيدة ومتوفرة للوكيل.

والوكيل يستطيع أن يدخل المجتمع التجاري بثقة لأن لديه ماركة تجارية معروفة وبذلك يتعرض لأقل مستوى من المخاطرة التجارية" [5]. ومن هنا تظهر حرية الوكيل بالتصرف المطلق في بعض الأحيان في توزيع المنتجات في دولة الوكيل وفي كثير من الأحيان يمنح الوكيل الاستقلال المطلق في إدارة شركته" [6].

"يقصد بالوكالات التجارية المتعلقة بتطبيق نظام الوكالات التجارة وتعديلاته كل من يتعاقد مع المنتج أو من يقوم مقامه في بلده للقيام بالأعمال التجارية سواء أكان وكيلاً أو موزعاً بأية صورة من صور الوكالة أو التوزيع وذلك مقابل ربح أو عمولة أو تسهيلات أياً كانت طبيعتها". [7].

الدراسات السابقة:

قدم السيد نبيل دبور ورقة بعنوان: "تطوير التجارة والاستثمار في بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي: دور بناء القدرة". [8]

وقد قدمت هذه الورقة فكرة عن أداء الاستثمار بصفة عامة في دول منظمة المؤتمر الإسلامي ودور الوكالات التجارية وحقوق الامتياز في التنمية الاقتصادية وآثارها على الفرص الاقتصادية والاقتصاد ككل وتوفير فرص العمل ومساهمتها في التغلب على عقبات الاستثمار والتي تعاني منها بعض هذه الدول، والمساهمة في رفع مستويات التجارة والاستثمار وتقييم القطاع الخاص وتوفير فرص الاقتراض والتركيز على التأمين والتصدير وتحسين فرص الاستثمار، وهذه الورقة اعتمدت النظرة الشمولية للوكالات حقوق الامتياز على الاقتصاد الوطني.

وضع الباحث بعض النقاط المهمة ومنها:

- ضرورة دعم الاستثمار ومواجهة التحديات الحالية وسبل تخطيها.
 - تحسين مناخ الاستثمار من خلال تقديم الخبرات المالية والإدارية والاستفادة من خبرات الآخرين وفي بحث آخر تطرق خوجة لموضوع حقوق الامتياز واعتبره من أكثر الموضوعات الحيوية في الأنظمة التجارية المعاصرة. وترجع أهمية الدراسة في هذا الموضوع إلى اعتبار المملكة العربية السعودية من أكبر الأسواق العربية استقطاباً للسلع والخدمات التي تنتج في الخارج، مما يجعل الوكالات التجارية الأداة القانونية لتداول هذه السلع والخدمات بين المملكة ودولة المنشأ. الأمر الذي يفرض على المشتغلين بالأنظمة الاهتمام بهذه الوكالات التجارية، لما تشيره من مشكلات نظرية وعملية شديدة الأهمية. [9]
- وتناولت الدراسة الوكالات التجارية، من زاويتين:

الزاوية الأولى: النظر إلى الوكالات التجارية كمهنة لها شروط وقيود حرص المنظم السعودي على النص عليها كتنظيم لممارسة هذه المهنة. وذلك حماية للمتعاملين في هذا المجال من ناحية، وحماية الاقتصاد الوطني من ناحية أخرى. وتتمثل هذه الضوابط في مجموعة من الشروط والقيود الموضوعية والإجرائية. اعتمدت الدراسة على ما ورد في بعض الأنظمة العربية مثل القانون المصري والقانون الإماراتي والقانون العماني وكذلك القانون الاسترشادي الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي.

الزاوية الثانية: النظر إلى الوكالات التجارية كعقد من العقود الهامة في واقع الحياة العملية من حيث تحديد ماهيته وكيفية إبرامه وبيان آثاره في العلاقة بين طرفيه وبيان كيفية انقضائه والتعويض المستحق عن إنهاء عقد الوكالة التجارية.

ملخص الدراسات السابقة:

يتضح من خلال استعراض بعض الدراسات أنها أجريت في ظروف وبيئات مختلفة وهي تبين أهمية دور حقوق الامتياز في تحقيق جودة منتجات وخدمات أفضل وتحقيق مستوى أعلى من إشباع حاجات العملاء.

وتمتاز الدراسات بأنها تركز على الجوانب التالية:

- اعتمدت النظرة الشمولية لحقوق الامتياز على الاقتصاد الوطني من خلال دورها في التصدير وتحسين فرص الاستثمار.
- اعتمدت النظرة القانونية لحقوق الامتياز وطرق حماية المستهلك والمرخص له وآثارها القانونية على الاقتصاد الوطني.

أنواع حقوق الامتياز:

هناك ثلاثة أنواع من حقوق الامتياز:

□ الامتياز الصناعي **Manufacturing Franchise**: يمنح المرخص بموجبه للمرخص له حقوق تصنيع المنتجات وتسويقها تحت الاسم التجاري وعلامته التجارية، ويكثر العمل بهذا النوع من حقوق الامتياز في صناعة المواد الغذائية والمشروبات الغازية، بحيث تقوم الشركة المانحة لحق الامتياز بتزويد الصانع (المرخص له) بالمكونات الأساسية والمواد الخام والمعرفة التقنية، واستعمال السر التجاري وبراءة الاختراع.

وقد تكون المنتجات كبيرة في العدد والنوع وتحتاج للوصول إلى المستهلكين بقاعدة توزيع أفقية عريضة وهو غالباً ما يكون في قطع غيار السيارات، فالوكيل يحتاج إلى تجار تجزئة أشبه ما يكون بالوكلاء الصغار يقع على عاتقهم توزيع المنتجات إلى المناطق البعيدة والمنتشرة في كل البقاع وهذا يمثل النوع الثاني من أنواع حقوق الامتياز.

□ الامتياز التوزيعي **Distributing Franchise**: عندما يكون حجم المصنع كبير، فقد يحتاج إلى منافذ للتوزيع ليس فقط في الدولة التي يقام عليها المصنع، ولكن في دول أخرى وهنا يتم فتح مجالات حقوق الامتياز فيكون رجل الأعمال الموزع في بلد أخرى أو مجموعة دول أخرى مثل دول الخليج العربي أو دول الشرق الأوسط هو الممنوح لحق الامتياز لتوزيع منتجات الشركة الرئيسية مثل شركات السيارات. وغالباً ما تكون عمليات الشراء بكميات كبيرة متبعاً أسلوب التوزيع حيث يقوم رجال الأعمال بفتح الاعتماد لتوريد البضائع والسيارات بدفع ٢٥٪ من القيمة تسدد المبالغ الباقية فيما بعد.

□ امتياز صيغة العمل **Business Format Franchise**:

يقوم المرخص له بموجبه هذا الترخيص باستعمال طريقة العمل بدلاً من التركيز على إعطاء الحق ببيع المنتجات أو تقديم خدمات حقوق الامتياز، وهنا يستفيد المرخص له باستخدام كل العناصر اللازمة لإدارة العمل إضافة إلى مزايا التدريب وطرق الدعاية والترويج، وما إلى ذلك من وسائل أخرى، وذلك لقاء رسوم يتم تحديدها مسبقاً.

إيجابيات حقوق الامتياز:

هناك عدة إيجابيات يمكن أن يستفيد منها الوكيل مثل:

- دراسات الجدوى، والنظم والخبرات الإدارية، ووسائل الترويج والإعلان.
- نظراً للاسم الذي تتمتع به بعض شركات حقوق الامتياز فإن أغلب البنوك التجارية توافق على إعطاء القروض للوكلاء بسعر فائدة مناسب وفترة سداد أطول.

□ شعور الوكيل بالاطمئنان، ويساهم ذلك العمل بثقة وبتعزيز أكبر، بعيداً عن وساوس الفشل. لأن الطريق إلى النجاح والشهرة لا يخلو من المخاطر.

□ نظراً لشهرة المنتجات والخدمات وارتقائها لمستوى تنافسي عالمي من حيث الجودة والسعر، فإن هذا يؤدي إلى النجاح والنمو ويقلل من المخاطر وغالباً ما يرجح النجاح كفة الميزان.

بعض معوقات حقوق الامتياز:

هناك بعض المعوقات التي تساهم في فشل حقوق الامتياز ويرجع ذلك إلى سببين رئيسيين الأول يرجع إلى حقوق الامتياز والثاني يرجع إلى المنتجات المقلدة.

أولاً: الأسباب التي ترجع لحقوق الامتياز فهي:

□ قد تطلب بعض الشركات العالمية من الوكيل أن يدفع مبالغ كبيرة كضمان بنكي لحفظ سمعة الشركة وجودة منتجاتها وخدماتها، وفي حالة تردي مستوى جودة المنتجات والخدمات فإن الشركة الرئيسة قد تقوم بإلغاء العقد وبذلك يفقد الوكيل الضمان بنكي.

□ قد يحقق رجل الأعمال نجاحاً كبيراً في أعماله ويصادف ذلك فترة إنهاء العقد بين الطرفين، وتقوم الشركة المانحة لحق الامتياز بتوقيع العقد مع رجل أعمال آخر وبذلك يفقد الوكيل الأول كل الجهد الذي قدمه لنجاح هذا المنتج.

□ اختلاف التقاليد الاجتماعية، ففي كثير من الدول الصناعية قد يستطيع العملاء ارجاع البضائع بعد فترة من البيع قد تصل إلى أسبوعين. وإذا طبق هذا النظام في بعض مجتمعات دول العالم الثالث فإن المنتج يسيء استخدامه من قبل العميل خلال هذه المدة الطويلة وبذلك تكون هناك خسارة على الوكيل.

□ الالتزامات المالية الكبيرة مثل الرسوم السنوية.

- تكاليف أنظمة الحاسوب المركزي الذي تضعه الشركة المانحة لحق الامتياز رغبة منها في المراقبة الشاملة.
- الاختلاف في الخلفيات الاقتصادية والدينية والثقافية (أذواق العملاء) ، قد تؤدي إلى صعوبة عملية ترويج المنتجات والخدمات، وبالتالي يسبب خسارة كبيرة للوكيل.
- عدم استقلالية رجل الأعمال حيث إنه مكبل بأمور مثل تحديد أسعار المنتجات، والخدمات، ونوعية الجودة المطلوبة، وكميات البيع المتاحة، وتحديد موقع المؤسسة، ونوعية العمالة، وخدمات ما بعد البيع.
- الرقابة المستمرة من الشركة الرئيسية على مستوى جودة المنتجات وتدخل الشركة الرئيسية في كثير من الأمور الخاصة بحقوق الامتياز.
- قد تقوم الشركة الرئيسية بتوظيف بعض الأفراد من شركتها لمراقبة سير الأعمال في المؤسسة وهنا يصبح الوكيل بدون أي استقلاليه.
- حقوق الامتياز ليست دائماً الطريق الممهد إلى النجاح فقد يحصل الفشل نتيجة لتواجد منتجات معروفة في السوق أو منتجات مقلدة.
- عدم قدرة كثير من الوكلاء على فهم عملية الوكالة، خصوصاً إذا كانت من بعض الدول الصناعية الأوروبية التي تمتاز بالقوانين المالية والتجارية الصارمة.
- إن عدم معرفة رجال الأعمال باللغات الأجنبية واعتماده على ترجمة الآخرين والتي تبني على الترجمة السطحية دون قراءة ما بين السطور قد يوقع الوكيل في مشكلات كبيرة.

ثانياً: الأسباب التي تعود إلى المنتجات المقلدة:

تشكل المنتجات المقلدة التي تغرق الأسواق إرباكاً للمستهلك وصاحب حق الامتياز والجهات الرسمية. وقدرت منظمة الجمارك العالمية ومقرها بروكسل

عائدات المتاجرة بالبضائع المقلدة من التجارة الدولية ما يزيد على ٥٠٠ بليون دولار سنوياً.

الجهات التي تساهم في نمو ومكافحة المنتجات المقلدة:

□ المستهلك: يساهم المستهلك في تواجد المنتجات المقلدة في الأسواق من خلال شرائها. وترجع رغبة المستهلك في شرائها إلى تدني أسعارها ومناسبتها لقدراته الشرائية ومستوى دخله الاقتصادي، وأحياناً عدم معرفته بأنها مقلدة.

□ تجار المنتجات المقلدة: تشجيع رجال الأعمال في الإتجار بالمنتجات المقلدة من خلال عرضها وبيعها في محلاتهم لتحقيق الأرباح. وبيعهم لهذه المنتجات المقلدة على إنها ذات جودة عالية.

□ أصحاب حقوق الامتياز: يرى أصحاب حقوق الامتياز أن كثير من تجار المنتجات المقلدة لا يتحملون التكاليف التي يتحملها الوكيل الأصلي مثل الرسوم السنوية والمشاركة في الأرباح، ولا يلتزمون تجاه المستهلك بأي التزامات مثل خدمات ما بعد البيع، ولا تتوفر لديهم قطع الغيار ولا أقسام للصيانة.

□ الجهات الرسمية: تعتقد الجهات الرسمية أن المنتجات المقلدة تشكل منافسة ضارة من حيث القيمة الضرائبية لأنها تباع بأسعار منخفضة مقارنة مع الماركات العالمية الأصلية.

وتطبق الجهات الرسمية قانون حماية الإنتاج الوطني الذي يتضمن بعض إجراءات مكافحة الإغراق وفق الأنظمة الرسمية. ويقوم قانون الجمارك بمنع دخول المنتجات المقلدة التي تشكل تعدياً لنظام حقوق الملكية الفكرية.

التعريف بالمشروعات الصغيرة:

تلعب حقوق الامتياز دوراً هاماً في القطاع الخاص خصوصاً في قطاع المشاريع الصغيرة حيث إن هناك عدداً كبيراً من المؤسسات الصغيرة منحت حق الامتياز وساهم ذلك في نجاح كثير من هذه المؤسسات.

و "تُعرف المؤسسات الصغيرة بأنها مؤسسات ذات ملكية فردية وأن عملية اتخاذ القرارات الإدارية بيد المدير المالك وغالباً ما يكون هو المؤسس لهذا المشروع، وأنها تستوعب نسبة بسيطة من حصة السوق، ولا يزيد عدد العمال فيها عن عشرين عاملاً، ورأس المال لا يتجاوز عشرة ملايين ريال" [10].

ومجالات المؤسسات الصغيرة كثيرة منها المدارس الخاصة والعيادات ودور الاستشارات ومحلات الملابس والأحذية وهيئات السفر والسياحة، والسوبر ماركات وتجارة التجزئة في المواد الغذائية، وورش السيارات والحدادة والنجارة.

ومن مزايا المؤسسات الصغيرة، أنها تمثل فترة حضانة للمشروعات الكبيرة وتتصف بالمنهج الشخصي في التعامل مع العملاء وتخلق فرص عمل واسعة المجال وتساهم في عمليات التصدير، وغير مكلفة نظراً لصغر رأس المال المطلوب للبدء، وغالباً ما تكون مورداً للمشاريع الكبيرة أو ما يعرف التكامل الإنتاجي مع المشاريع الكبيرة من حيث المواد الخام والنصف مصنعة وقطع الغيار. [11]

أضف إلى ذلك أن المشاريع الصغيرة تسهيل نمو روح الإقدام [12].

أيضاً تساهم في زيادة الخبرات الشخصية [13].

المعوقات التي تواجه المشروعات الصغيرة ودور حقوق الامتياز في تخطيها:

تواجه المشاريع الصغيرة صعوبات جمة تتعلق بحجم عملياتها ومواردها المحدودة كما تتصل في غالب الأحيان بحدائثة عهدا، وبعض المشكلات سائد منذ سنوات عديدة في حين أن بعضها الآخر بدأ يبرز مع تغير ظروف التجارة الاقتصادية العالمية وتشمل هذه المشكلات ما يلي:

□ إن كثيراً من المؤسسات الصغيرة تفتقد القيادات والخبرات الإدارية المتميزة والتي تلائم وتواكب التغيرات التي تحصل عند نمو هذه المؤسسات وخرجها من نطاق المؤسسات الصغيرة (لاسيما المؤسسات الطامحة في النمو) ويمكن لحقوق الامتياز أن توفر هذه الخبرات الإدارية.

□ عدم تواجد القدرات المالية لتمويل المشروع من بداية إنشائه. إضافة إلى تهرب المصارف وبيوت الأموال من تقديم المساعدة المالية (إمكانات الحصول على الائتمان) ويمكن التخطي على هذه المشكلة في حالة الحصول على حقوق الامتياز حيث إن البنك يكون أكثر إقتناعاً بتقديم القرض.

□ عدم توافر الخبرة الفنية لتشغيل آليات الإنتاج والتي تتطلب أجوراً عالية، أضف إلى ذلك انخفاض مستويات الإنتاجية المرتبط بالتكنولوجيا غير الملائمة والمهارات الوافدة المؤقتة والهزيلة والتنظيم غير الكفاء. لذا يمكن الاستفادة من أنظمة التدريب التي تقدمها الشركة الرئيسية لمناح حق الامتياز في تحسين مستوى إنتاجية العاملين ورفع كفاءتهم.

□ إن التغيرات في التقنية سريعة جداً وبهذا فإن المالك سوف يحتاج إلى عملية التطوير والأبحاث في نظم المعلومات الإدارية والخدمات التسويقية الإلكترونية وهذه عمليات مكلفة لا تستطيع المشاريع الصغيرة مجاراتها، ونظراً لصغر حجمها وصغر حجم رأس المال فلا يمكن عمل الأبحاث الخاصة بالتطوير والابتكار، (الصعوبات المواجهة في الابتكار أمر يتزايد أهمية في بيئة تنافسية سريعة التغير متجاهلة أي اعتبارات للمكان والزمان). ويكن التغلب على هذه المشكلة حيث إن أغلب شركات حقوق الامتياز لديها أنظمة التقنية الحديثة والمتطورة مثل أنظمة الحاسب الآلي المرتبط بالشركة الرئيسية وأنظمة التخزين الدقيقة وبل في بعض الأحيان تستخدم أنظمة الذكاء الاصطناعي.

- الافتقار إلى إمكانية الحصول على المعلومات بشأن الأسواق والموردين وتقنيات التشغيل والتصميمات الجديدة واللوائح والمعايير. ويمكن أن يتوفر عن طريق الشركة الرئيسية حيث يتواجد بها أحدث سبل دراسة جدوى السوق وخطط الأعمال وأفضل طرق الترويج .
- ضعف القدرة على اكتساب الصبغة الدولية وهي مشكلة خاصة بالنسبة للمشاريع الصغيرة، وقد باتت ذات أهمية قصوى مع تزايد تكامل الاقتصادات تحت وطأة ضغوط العولمة. وهذه متواجدة أصلاً في نظام حقوق الامتياز.
- عدم ملائمة ظروف العمل ومستويات الحماية الاجتماعية، وهي لا تضر بالعمال فحسب بل تضر كذلك بقدرة المنشأة على الابتكار وتحسين الإنتاجية. ويمكن التغلب على ذلك لأن أغلب الشركات في حقوق الامتياز أوروبية وتمتاز بشهرة عالية من حيث معايير الجودة ورفاهية المنتج.
- المكانة الاجتماعية المتواضعة لأصحاب المشاريع، أما مدير شركة حقوق امتياز فإن له مكانة اجتماعية مرموقة.

الفصل الثالث: تحليل الدراسة

نتائج تحليل الدراسة:

سيتم في هذا الجزء من الدراسة استطلاعية اختبار صحة فروض الدراسة الأساسية وهي كما يلي:

الفرض الأول: هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تفضيل رجل الأعمال لمجال عمل الوكالة التجارية (خدمات، منتجات، أو مشاركة في التصنيع) وبين متغيرات الدراسة (عمر الشركة، عمر رجل الأعمال، المستوى التعليمي لرجل الأعمال ، مكان تعليم رجل الأعمال، وعدد سنوات الخبرة لرجل الأعمال).

لاختبار الفرض الأول من الدراسة تم إجراء اختبار معامل الارتباط بيرسون كما يلي :

جدول رقم (١)

يوضح علاقة الارتباط بين تفضيل رجل الأعمال لمجال عمل الوكالة التجارية ومتغيرات الدراسة

تفضيل رجل الأعمال لمجال عمل الوكالة التجارية		متغيرات الدراسة
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
٠.٠٠	❖❖ ٠.٧٣٥	عمر الشركة
٠.٠٠	❖❖ ٠.٦٤٤	عمر رجل الأعمال
٠.٠٠١	❖❖ ٠.٥٨٨	المستوى التعليمي لرجل الأعمال
٠.١٨٣	٠.٢٥٠	مكان تعليم رجل الأعمال
٠.٠٠٥	❖❖ ٠.٤٩٦	عدد سنوات الخبرة لرجل الأعمال

من الجدول رقم (١) أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تفضيل رجل الأعمال لمجال عمل الوكالة التجارية وكلا من متغيرات عمر الشركة ، عمر رجل الأعمال ، المستوى التعليمي لرجل الأعمال وعدد سنوات الخبرة لرجل الأعمال عند مستوى معنوية (٠.٠١)، ويشير إلى معنوية معامل الارتباط قيم الدلالة الإحصائية حيث بلغت أقل من مستوى المعنوية (٠.٠١) .

أما بالنسبة لمكان تعليم رجل الأعمال ومدى وجود علاقة بينه وبين تفضيل رجل الأعمال لمجال عمل الوكالة التجارية فقد كشفت الدراسة أنه ليست هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية ويشير إلى ذلك قيمة معامل الارتباط ودلالته الإحصائية حيث جاءت أكبر من مستوى المعنوية (٠.٠٥) .

وعليه نستنتج مما سبق أن متغيرات الدراسة التي تشمل عمر الشركة ، عمر رجل الأعمال ، المستوى التعليمي لرجل الأعمال وعدد سنوات الخبرة لرجل الأعمال تؤثر في تفضيل رجل الأعمال لمجال عمل الوكالة التجارية . بينما مكان تعليم رجل الأعمال ليس له تأثير على تفضيل رجل الأعمال لمجال عمل الوكالة التجارية .

الفرض الثاني : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرغبة في الحصول على وكالة تجارية وبين العوامل التي تؤثر في نجاح الوكالة التجارية التي تشمل (مستوى جودة المنتج، سعر المنتج، دراسة الجدوى، خطة الأعمال، اختلاف أذواق المستهلكين، اختلاف العادات والتقاليد، المستوى التعليمي والثقافي لرجل الأعمال، عدم فهم شروط العقد أو عدم قراءة ما بين السطور، والمشاركة في أرباح المؤسسة من قبل الشركة المانحة لحقوق الامتياز) .

جدول رقم (٢)

يوضح علاقة الارتباط بين الرغبة في الحصول على وكالة تجارية وبين العوامل التي تؤثر في نجاح الوكالة التجارية

الرغبة في الحصول على وكالة تجارية		متغيرات الدراسة
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
٠.٠٠	❖❖ ٠.٧٨١	مستوى جودة المنتج
٠.٠٠	❖❖ ٠.٨٠٦-	سعر المنتج
٠.٠٠	❖❖ ٠.٦٧٣	دراسة الجدوى الاقتصادية
٠.٠٠	❖❖ ٠.٨٣٩	خطة الأعمال
٠.٠٠	❖❖ ٠.٨٤٤	اختلاف أذواق المستهلكين
٠.١١٦	٠.٢٩٣	اختلاف العادات والتقاليد
٠.٠٤٤	❖ ٠.٣٧٠	المستوى التعليمي والثقافي لرجل الأعمال
٠.٣٩٥	٠.١٦١	عدم فهم شروط العقد
٠.٥٥٦	٠.١١٢	المشاركة في أرباح المؤسسة

من الجدول رقم (٢) أعلاه يتضح ما يلي :

□ هناك علاقة ارتباط طردي دالة إحصائية بين كلا من مستوى جودة المنتج والرغبة في الحصول على وكالة تجارية عند مستوى معنوية (٠.٠١) كما هناك علاقة ارتباط عكسية بين سعر المنتج والرغبة في الحصول على وكالة

تجارية عند مستوى معنوية (٠.٠١) ، ويشير إلى العلاقة العكسية الإشارة السالبة، كما يشير إلى معنوية معامل الارتباط قيم الدلالة الإحصائية حيث جاءت أقل من مستوى المعنوية (٠.٠١) .

□ هناك علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائياً بين الرغبة في الحصول على وكالة تجارية وبين خطة الأعمال واختلاف أذواق المستهلكين عند مستوى معنوية (٠.٠١) ، بينما تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباط موجب وطردي بين المستوى التعليمي والثقافة لرجل الأعمال والرغبة في الحصول على وكالة تجارية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) .

□ لم تثبت الدراسة وجود علاقة ارتباط بين الرغبة في الحصول على وكالة تجارية وبين المتغيرات (دراسة الجدوى الاقتصادية، اختلاف العادات والتقاليد، عدم فهم شروط العقد والمشاركة في أرباح المؤسسة) .

الفرض الثالث: لا توجد علاقة ارتباط بين الرغبة في الحصول على حقوق الامتياز وكلا من المتطلبات التي تطلبها حقوق الامتياز وسلبياتها.

لاختبار الفرض تم إجراء تحليل معامل الارتباط بيرسون كما يلي :

جدول رقم (٣)

علاقة الارتباط بين الرغبة في الحصول على حقوق امتياز وكالة تجارية وكلا من المتطلبات التي تطلبها الوكالات ومساوئها .

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بين المتطلبات التي تطلبها شركات حقوق الامتياز والرغبة في الحصول على وكالة تجارية بلغت (٠.٦١٤) عند مستوى معنوية (٠.٠١)، كما يتبين من الجدول أن قيمة معامل الارتباط بين مساوئ الوكالات التجارية والرغبة في الحصول عليها بلغت (٠.٦٩٦) عند مستوى معنوية (٠.٠١). وعليه نستنتج مما سبق أن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كلا من المتطلبات التي تطلبها شركات حقوق الامتياز ومساوئ الوكالات التجارية وبين الرغبة في الحصول على حقوق امتياز لوكالة تجارية . وهذا يعني رفض الفرض وقبول الفرض البديل له .

الفرض الرابع:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في شعور رجال الأعمال الحاصلين على حقوق امتياز وكالة تجارية على مستقبلهم المالي والتجاري يعزى لاختلاف متغيرات الدراسة: (نوع الذي تقوم به الشركة، عمر الشركة، عمر رجال الأعمال، مكان تعليم رجل الأعمال، عدد سنوات الخبرة لرجل الأعمال) .

لاختبار الفرض تم إجراء تحليل التباين الأحادي كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (٤)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA

مدى وجود فروق تعزى لاختلاف عمر الشركة					
مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع	قيمة F
بين المجموعات	٠.٠٣٦	٣	٠.٠١٢	٠.٩١٩	٠.١٦٤
داخل المجموعات	١.٨٢٦	٢٥	٠.٠٧٣		
المجموع	١.٨٦٢	٢٨			
مدى وجود فروق تعزى لاختلاف عمر رجل الأعمال					
مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع	قيمة F
بين المجموعات	٠.٠٤١	٢	٠.٠٢٠	٠.٧٤٣	٠.٣٠
داخل المجموعات	١.٨٢٦	٢٧	٠.٠٦٨		
المجموع	١.٨٦٢	٢٩			
مدى وجود فروق تعزى لاختلاف مكان تعليم رجل الأعمال					
مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع	قيمة F
بين المجموعات	٠.١٥٢	١	٠.١٥٢	٠.١٢٦	٢.٤٨٩
داخل المجموعات	١.٧١٤	٢٨	٠.٠٦١		
المجموع	١.٨٦٧	٢٩			
مدى وجود فروق تعزى لاختلاف عدد سنوات الخبرة لرجل الأعمال					
مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع	قيمة F
بين المجموعات	٠.١٥٢	٣	٠.٠٥١	٠.٥٢١	٠.٧٧٠
داخل المجموعات	١.٧١٤	٢٦	٠.٠٦٦		
المجموع	١.٨٦٧	٢٩			

يوضح الجدول السابق نتائج اختبار F والتي تهدف إلى معرفة مدى وجود فروق معنوية في شعور رجال الأعمال بالاطمئنان على مستقبلهم المالي والتجاري

تعزى لاختلاف عمر الشركة، عمر رجل الأعمال، مكان تعليم رجل الأعمال وسنوات الخبرة لرجل الأعمال.

وعلى ضوء قيم F المحسوبة ودلالاتها الإحصائية نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في شعور رجال الأعمال بالاطمئنان على مستقبلهم التجاري والمالي يعزى لاختلاف المتغيرات : (عمر الشركة ، عمر رجل الأعمال ، مكان تعليم رجل الأعمال، وعدد سنوات الخبرة لرجل الأعمال).

الفرض الخامس: هناك علاقة ارتباط طردي بين فشل المنتج والالتزامات المالية التي تقدم للشركة الرئيسية ومنها الرسوم السنوية، الضمان البنكي المطلوب للحفاظ على جودة المنتجات والخدمات وأخيرا المشاركة في الأرباح. تم اختبار هذا الفرض كَمَا يلي:

جدول رقم (٥)

توضح اتجاهات العينة نحو تأثير الالتزامات المالية على فشل منتج الوكالات التجارية

المجموع		لا		نعم		متغيرات الالتزامات المالية
ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن	
٣٠	١٠٠	٦	٢٠.٠	٢٦	٨٠.٠	الرسوم السنوية
٣٠	١٠٠	٢	٦.٧	٢٨	٩٣.٣	الضمان البنكي
٣٠	١٠٠	٩	٣٠.٠	٢١	٧٠	نظام محاسبي إلكتروني مرتبط بالشركة المانحة
٢٩	١٠٠	٤	١٣.٨	٢٥	٨٦.٢	المشاركة في الأرباح

من الجدول أعلاه نستنتج أن من أبرز الالتزامات المالية التي تطلبها شركات حقوق الامتياز هي الضمان البنكي حيث بلغت نسبة من يوافقون على ذلك ٩٣.٣٪، ثم يليه في الأهمية المشاركة في الأرباح بنسبة ٨٦.٢٪، ثم يليه في المرتبة الثالثة من الأهمية الرسوم السنوية بنسبة موافقة بلغت ٨٠٪ وأخيراً وجود نظام

محاسبي إلكتروني مرتبط بالشركة المانحة. وعليه فإن المؤشرات السابقة تعزز صحة الفرض الخامس من الدراسة حيث إن هناك علاقة طردية بين فشل المنتج والالتزامات التي تقدم للشركة الرئيسية.

اتجاهات العينة نحو بعض المتغيرات الخاصة بالوكالات التجارية:

١ - اتجاهات العينة نحو أن عنصر المخاطرة في الوكالات التجارية أقل من العمل الخاص بدون وكالة:

جدول رقم (٦)

يوضح استجابات العينة نحو عنصر المخاطرة التجارية في الوكالات التجارية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
منخفض	٢	٦.٧%
متوسط	٢٥	٨٣.٣%
عالي	٣	١٠.٠%
المجموع	٣٠	١٠٠%

من الجدول السابق يتبين أن أفراد العينة بنسبة ٨٣.٣% يعتقدون أن عنصر المخاطرة في الوكالات التجارية أقل من العمل الخاص بدون وكالة تجارية. بينما ٦.٧% يرون أنه منخفض ، كما أن ١٠% يرون أنه عالي . إذن نستنتج أن الاتجاه العام لعينة الدراسة يشير إلى أن أفراد العينة يوافقون على أن درجة عنصر المخاطرة في الوكالة التجارية يعتبر متوسط مقارنة بالعمل الخاص بدون وكالة .

جدول رقم (٧)

يوضح استجابات العينة نحو الفقرات التالية عن الوكالات التجارية

لا		نعم		العبارة
ت	%ن	ت	%ن	
٢	٦.٧	٢٨	٩٣.٣	هل الحصول على حق امتياز لوكالة تجارية يشعرك بالاطمئنان لمستقبلك التجاري والمالي
٤	١٣.٣	٢٦	٨٨.٧	هل الحصول على وكالة تجارية يساعدك في إقناع البنك للحصول على قرض بنكي
٢	٦.٧	٢٨	٩٣.٣	هل تعتقد بأن فرص النجاح في المنتجات أعلى منها في الخدمات
٢	٦.٧	٢٨	٩٣.٣	هل وكالة الخدمات مكلفة من حيث أنها تحتاج لتدريب عالي للعمالة والتفهم لثقافة العميل

من الجدول رقم (٧) أعلاه نستنتج أن أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على الفقرات الواردة بالجدول، حيث يتضح أن أفراد العينة بنسبة ٩٣.٣% يوافقون على أن الحصول على حق امتياز لوكالة تجارية يشعر الفرد الحاصل على الوكالة للاطمئنان إلى مستقبله التجاري والمالي، كما أنه بذات النسبة فإن أفراد العينة يرون أن فرص نجاح المنتجات أعلى منها في الخدمات، وكذلك أن وكالة الخدمات مكلفة من حيث إنها تحتاج إلى تدريب عالي للعمالة والتفهم لثقافة العميل.

جدول رقم (٨)

يوضح اتجاهات العينة نحو أهم خمسة مساوئ لوكالات التجارية مرتبة حسب أهميتها

المساوئ	١		٢		٣		٤		٥	
	ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن
تكاليف التأسيس	٢١	٧٠	٢	٦.٧	٣	١٠	٤	١٣.٣	٠	٠
التدخل في شئون الشركة	٣	١١.٥	١٥	٥٧.٧	٦	٢٣.١	١	٣.٨	١	٣.٨
فترة الوكالة المحدودة بعض الأحيان	٢	٨.٣	٤	١٦.٧	٥	٢٠.٨	٧	٢٩.٢	٦	٢٥.٠
عدم استقلالية رجل الأعمال	٢	١٠.٥	٢	١٠.٥	٥	٢٦.٣	٥	٢٦.٣	٥	٢٦.٣
أنظمة البيع المختلفة عن بلدنا	٢	٨.٠	٣	١٢.٠	٥	٢٠.٠	٨	٣٢.٠	٧	٢٨.٠
الأساليب الإدارية	٠	٠	١	٩.١	٤	٣٦.٤	٣	٢٧.٣	٣	٢٧.٣
أنظمة الكمبيوتر المكلفة جدا	٠	٠	٢	٢٨.٦	١	١٤.٣	٠	٠	٤	٥٧.١
نظام الإجازات	٠	٠	١	٩.١	١	٩.١	٦	٥٤.٥	٣	٢٧.٣

من الجدول أعلاه يتضح أن أبرز خمسة مساوئ لوكالات التجارية تمثلت في :

- تكاليف التأسيس .
- التدخل في شئون الشركة .
- فترة الوكالة المحدودة بعض الأحيان .
- عدم استقلالية رجل الأعمال .
- أنظمة البيع المختلفة عن بلدنا .

ومما سبق نستنتج أن هناك علاقة ارتباط بين فشل المنتج والعوامل التي تتمثل في تكاليف تأسيس الوكالة التجارية، التدخل في شؤون الشركة ، فترة الوكالة المحدودة في بعض الأحيان، وعدم استقلالية رجل الأعمال، وأنظمة البيع المختلفة عن البلد الذي تقام فيه الوكالة.

جدول رقم (٩)

يوضح اتجاهات العينة نحو عوامل نجاح الوكالات التجارية مرتبة حسب درجة أهميتها

المستوى الخامس		المستوى الرابع		المستوى الثالث		المستوى الثاني		المستوى الأول		المساوي
ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن	
٠	٠	٠	٠	٣.٣	١	١٦.٧	٥	٨٠	٢٤	مستوى جودة المنتج
٦.٧	٢	٣.٣	١	٢٠	٦	٦٣.٣	١٩	٦.٧	٢	سعر المنتج
٧.٤	٢	١٨.٥	٥	٥٥.٦	١٥	١١.١	٣	٧.٤	٢	دراسة الجدوى الاقتصادية
٥٤.٥	١٢	٢٢.٧	٥	١٣.٦	٣	٩.١	٢	٠	٠	اختلاف أذواق المستهلكين
٢٩.٢	٧	٥٨.٣	١٤	١٢.٥	٣	٠	٠	٠	٠	خطة الأعمال
٦٦.٧	٦	١١.١	١	١١.١	١	٠.٠٠	٠	١١.١	١	المستوى التعليمي والثقافي لرجل الأعمال
٠.٠٠	٠	٦٦.٧	٤	١٦.٧	١	١٦.٧	١	٠.٠٠	٠	اختلاف العادات والتقاليد
١٠٠	٢	٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	٠	٠	٠.٠٠	٠	عدم فهم شروط العقد

من الجدول رقم (٩) أعلاه يتضح أن من أهم خمس عوامل في نجاح الوكالة التجارية هي :

- مستوى جودة المنتج .
- سعر المنتج .
- دراسة الجدوى الاقتصادية لمشروع الوكالة التجارية .
- اختلاف أذواق المستهلكين .
- خطة الأعمال .

حيث تم اعتماد التصنيف أعلاه بناء على مجموعات الدرجات التي يحصل عليها العامل حتى المستوى الثالث من الأهمية .

جدول رقم (١٠)

يوضح أي الدول أفضل من حيث المتغيرات التي تؤثر في عمل الوكالة التجارية

عوامل التفضيل	الدولة	درجة الموافقة	
		التكرار	النسبة المئوية
السعر	الصين	٣٠	١٠٠٪
الجودة	أوربا ، فرنسا ، بريطانيا	٢١	٧٠٪
الالتزام بالعقد	أوربا فرنسا، بريطانيا	٢١	٧٠٪
أذواق المستهلكين	أوربا فرنسا، بريطانيا	٢٢	٧٣.٣٪

من الجدول رقم (١٠) أعلاه يتضح أن أفضل الدول من حيث السعر هي الصين ، بينما أفضل الدول من حيث الجودة هي الدول الأوروبية ، فرنسا وبريطانيا ، كما يتضح أن أفضل الدول من حيث الالتزام بالعقد هي أيضا أوربا ، وفرنسا ، وبريطانيا . كما يتضح أن أفضل الدول من حيث أذواق المستهلكين هي أيضا أوربا، فرنسا وبريطانيا .

وبالتالي فإن مصدر الوكالة التجارية له علاقة هامة بنجاح الوكالة التجارية وخاصة من حيث درجة توفر عوامل التفضيل السابقة .

جدول رقم (١١)

يوضح درجة تأثير عناصر الاقتصاد على نجاح وفشل الوكالات التجارية

درجة الموافقة				عناصر الاقتصاد
لا		نعم		
ت	ن	ت	ن	
٠	١٠٠	٠	١٠٠	التضخم
١	٩٦.٧	٠	٣.٣	الركود الاقتصادي
٠	١٠٠	٠	١٠٠	الانتعاش الاقتصادي
٠	١٠٠	٠	١٠٠	ارتفاع الأسعار

يتضح من الجدول أعلاه أن من أبرز عناصر الاقتصاد تأثيراً على نجاح وفشل الوكالات التجارية هي التضخم (ارتفاع الأسعار) ويليه في الأهمية الانتعاش الاقتصادي حيث وافق أفراد العينة على ذلك بنسبة ١٠٠٪. ويأتي في المرتبة الثانية الركود الاقتصادي من حيث التأثير بنسبة ٩٦.٧٪. ومن المعلوم أن تأثير الركود الاقتصادي يكون سلبياً على نجاح الوكالات التجارية.

أما بالنسبة للتضخم فيختلف تأثيره إيجاباً أو سلباً حسب مصدر التضخم هل هو مصدر التضخم في دولة المنشأ أو في الدولة التي تقام فيها الوكالة التجارية

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات:

هدف هذا البحث إلى معرفة آراء رجال الأعمال والذين لهم علاقة بحقوق الامتياز في المملكة العربية السعودية لمعرفة عوامل نجاح وفشل حقوق الامتياز. وقد أشارت نتائج البحث إلى تأثير العوامل الثقافية والالتزامات المالية مثل الضمان البنكي والمشاركة في الأرباح في الراحة النفسية لرجل الأعمال، كما أشارت الدراسة إلى أن عنصر المخاطرة أقل في عملية حقوق الامتياز عنه في الأعمال الخاصة.

- وهناك بعض الاستنتاجات التي يمكن استخراجها من هذه الدراسة وهي:
- تستنتج الدراسة أن عمر الشركة ورجل الأعمال، والمستوى التعليمي وعدد سنوات الخبرة لها تأثير في تفضيل رجل الأعمال للحصول على حقوق الامتياز.
 - تظهر الدراسة على وجود الرغبة في الحصول على وكالة تجارية وبين المستوى الثقافي لرجال الأعمال يساهم في رغبتهم في الحصول على وكالة تجارية.
 - يفضل رجال الأعمال الحصول على الوكالات التجارية ولم يعطوا أي تأثير لشروط العقد أو المشاركة في الأرباح حيث يركز تفكير رجال الأعمال على قوة الشركة الرئيسية في السوق وكثير من رجال الأعمال مستعدون الموافقة على الحصول على الوكالة وإن كانت العادات والتقاليد مختلفة.
 - أظهرت الدراسة أن الالتزامات المالية مثل الضمان البنكي المطلوبة والمشاركة في الأرباح وقيام الشركة الرئيسية بالرقابة المستمرة تؤدي إلى التقليل من قدرة الوكيل الإدارية والمالية والتسويقية وتؤثر في الراحة النفسية لرجل الأعمال.
 - إن الاتجاه العام لرجال الأعمال على أن درجة عنصر المخاطرة في الوكالة التجارية يعتبر متوسط مقارنة بالعمل الخاص بدون وكالة .
 - وقد وافق كثير من رجال الأعمال على أن الحصول على حق امتياز لوكالة تجارية يشعرهم بالاطمئنان على مستقبله التجاري.
 - أظهرت الدراسة أن فرص نجاح المنتجات أعلى منها في الخدمات.
 - إن وكالة الخدمات مكلفة من حيث إنها تحتاج إلى تدريب عالي للعمالة والتفهم لثقافة العميل.

- وتستنتج الدراسة أن فشل المنتج وتكاليف تأسيس الوكالة التجارية، والتدخل في شئون الشركة، وفترة الوكالة المحدودة، وأنظمة البيع المختلفة تساهم في فشل كثير من الوكالات.
- وأظهرت الدراسة أن مصدر الوكالة التجارية له علاقة هامة بنجاح الوكالة التجارية وخاصة من حيث درجة توفر عوامل التفضيل مثل سعر المنتجات وجودتها وتناسبها مع أذواق المستهلكين والالتزام بالعقد.
- وأظهرت الدراسة أهمية عناصر الاقتصاد وتأثيرها على نجاح وفشل الوكالات التجارية وهي التضخم ويأتي في المرتبة الثانية الركود الاقتصادي من حيث التأثير، ومن المعلوم أن تأثير الركود الاقتصادي يكون سلبياً على نجاح الوكالات التجارية ويختلف مصدر التضخم فقد يكون في دولة المنشأ أو في الدولة التي تقام فيها الوكالة التجارية .

التوصيات:

- على ضوء نتائج الدراسة يمكن اقتراح عدد من التوصيات:
- الاستشارة شيء مهم واستشارة الذين لديهم خبرات في هذا المجال من الشركات والمحامين والعاملين في البنوك يظهر المزايا ويعطي لرجل الأعمال فكرة شاملة.
- يجب دراسة العقد وقراءة كل فقرة بكل تمعن وقراءة ما بين السطور.
- في حالة عدم وضوح بنود العقد فعلى رجل الأعمال طلب توضيحها من الشركة الرئيسية وإذا لم تتناسب بعض البنود مع تطلعاته المستقبلية فيجب عليه أن يطلب تعديلها، لأن وفي حالة موافقته على العقد فإن ذلك يصبح إلزاماً قانونياً عليه وليس باستطاعته تغيير ذلك فيما بعد، وإلا أصبح العقد باطلاً وسوف يفقد الضمان المالي المقدم للشركة الرئيسية.

- معرفة تاريخ الشركة الرئيسة وحجم مبيعاتها ومستوى جودة منتجاتها وخدماتها وعدد فروعها من الأمور المهمة، ويفضل زيارة الشركة الرئيسة ليتعرف على قدراتها المالية والتطويرية.
- على الوكيل أن يجتمع مع المدير في الشركة الرئيسة ومعرفة خلفياتهم، والتعرف على الوكلاء المعتمدين ومعرفة آراء العملاء في الشركة وفي أسعار منتجاتها ومعرفة إذا كانت هناك منتجات متشابهة موجودة في السوق.
- مقابلة المسؤولين في الغرف التجارية ووزارة التجارة في وطنه وبلد الشركة الرئيسة قد تكون لها الفائدة الكبيرة.
- الارتياح النفسي، والحس والحدس التجاري عملاّن مهمان في تهيئة روح الإقدام وله وزنه في نجاح عملية حقوق الامتياز.
- على الأفراد الراغبين في الحصول على حقوق الامتياز أن يفكروا ملياً لأن ذلك معناه قبول أفكار وأيديولوجيات جديدة ومختلفة عن بيئتهم ويجب أن يواكب هذه الأفكار ويطابق قدراته المالية والجسدية ومستواه الثقافى والاجتماعى.

مصادر الدراسة والمراجع

المراجع العربية :

- محمد عبد العزيز الصالح، الرؤية الاقتصادية، جريدة الجزيرة ٥ - ٥ - ١٤٣٠.
- ياسر خوجة (٢٠٠٢) حقوق الامتياز، بحث درجة ماجستير، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز بجدة.
- نبيل دبور، (2008)، ورقة بعنوان، تطوير التجارة والاستثمار في بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي، دور بناء القدرة، منظمة المؤتمر الإسلامي في مدينة جدة، المملكة العربية السعودية، في الفترة ٢٢ - ٢٣ يوليو.
- خالد السهلاوي،(١٤٢٢) هـ معدل وعوامل انتشار المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية ، الإدارة العامة ، المجلد الحادي والأربعون، العدد الثاني، ربيع الآخر.
- الظروف العامة لحفز خلق الوظائف في المنشآت الصغيرة والمتوسطة، (١٩٩٧) مؤتمر العمل الدولي، الدورة ٨٥ جنيف، مكتب العمل الدولي.
- واقع المنشآت الصغيرة في المملكة العربية السعودية (١٤١٥) وزارة التجارة والصناعة ، الغرفة التجارية والصناعية بالمملكة العربية السعودية، الرياض، جمادى الأولى.
- ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، حقوق الامتياز، قول .

المراجع الأجنبية:

- Foley. P. nad Green H. (1989) Small Business Success, Paul Chapman Publishing Ltd, London.
- Ghamri N. (2002) Readings in Business Administration. Fourth Edition. Dar AlElm. Jeddah.

- Lynne L (1994) .Franchise Handbook. Blenheim Business Publications Ltd. London.
- Stoke D .(1992) Small Business Management, DP Publications Ltd.
- wikipedia.org/wiki/Franchising. London.
- www.aafranching. com
- http://www.badwi.com/default.asp?ID=22
- [1] محمد عبد العزيز الصالح، الرؤية الاقتصادية، جريدة الجزيرة ٥ - ٥ - ١٤٣٠.
- [2] http://www.badwi.com/default.asp?ID=22
- www.aafranching. com [3]
- [4] ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، حقوق الامتياز، قوقل.
wikipedia.org/wiki/Franchising
- [5] Lynne Lister (1994) .Franchise Handbook. London. Blenheim Business Publications Ltd..p16
- [6] Stoke D .(1992) Small Business Management. London. DP Publications Ltd.. P 246
- [7] واقع المنشآت الصغيرة في المملكة العربية السعودية (١٤١٥) وزارة التجارة والصناعة ، الغرفة التجارية والصناعية بالمملكة العربية السعودية، الرياض ، جمادي الأولى ، ص ٨١ .
- [8] نبيل دبور، (2008) ورقة بعنوان: "تطوير التجارة والاستثمار في بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي، دور بناء القدرة، منظمة المؤتمر الإسلامي في مدينة جدة، المملكة العربية السعودية، في الفترة ٢٢ - ٢٣ يوليو.
- [9] ياسر خوجة(٢٠٠٢) حقوق الامتياز، بحث درجة ماجستير، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز بجدة.

[10] Ghamri Nayef Salah. (2002) Readings in Business Administration. {Fourth Edition}. Jeddah. Dar AlElm. P63.

[11] خالد السهلاوي، (١٤٢٢) معدل وعوامل انتشار المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية ، الإدارة العامة ، المجلد الحادي والأربعون، العدد الثاني، ربيع الآخره ص ٣٠٤.

[12] الظروف العامة لحفز خلق الوظائف في المنشآت الصغيرة والمتوسطة، (١٩٩٧) مؤتمر العمل الدولي، الدورة ٨٥ جنيف، مكتب العمل الدولي ، ص ٤.

[13] Foley. P. Green H. .(1989) Small Business Success. London. Paul Chapman Publishing Ltd. P6□