



# الاستثمار بنظام الفرنشايز

الامتياز التجاري



1437  
2016

الغرفة  
التجارية  
الصناعية  
باليابض

[www.riyadhchamber.org](http://www.riyadhchamber.org)





**سلسلة ريادة الأعمال**

# الاستثمار بنظام الفرنشايز (الامتياز التجاري)

إعداد

مركز الدراسات والتطوير بالتعاون مع  
مركز تنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة

تنفيذ

إدارة التسويق

الطبعة الثانية

١٤٣٧ هـ - ٢٠١٦ م

© الغرفة التجارية الصناعية بالرياض ، ١٤٣٧ هـ  
فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر  
الغرفة التجارية الصناعية (الرياض)  
الاستثمار بنظام الفرنشايز (الامتياز التجاري) / الغرفة  
التجارية الصناعية (الرياض) - الرياض، ١٤٣٧ هـ  
.. ص ؛ .. سم

ردمك : ٩٧٨-٦٠٣-٨٠٠٧-٩٣-٨

١- حقوق الامتياز ٢- الاستثمار أ. العنوان

٢- ديوي ٦٥٨,٨٧٠٨ ١٤٣٧/ ١٩١٤

رقم الإيداع : ١٤٣٧/ ١٩١٤

ردمك : ٩٧٨-٦٠٣-٨٠٠٧-٩٣-٨

## المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
٥	تقديم
٧	مقدمة
٩	تعريف حق الامتياز (الفرنشايز) وأنواعه وأهميته
١٥	المزايا الرئيسية لطرفي العلاقة في نظام حق الإمتياز (الفرنشايز)
٢١	أهم مجالات حق الامتياز (الفرنشايز) في العالم بصفة عامة والمملكة بشكل خاص
٣٠	أهم الأنشطة المؤهلة للعمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) داخل المملكة
٣٦	مقارنة بين مزايا وعيوب مشروع حق الامتياز (الفرنشايز) والمشروع الخاص الجديد
٣٩	المقارنة بين حق الامتياز (الفرنشايز) وأساليب التوسع الأخرى
٤٦	المراحل التي يمر بها مشتري حق الامتياز (الفرنشايز) الممنوح
٤٩	مراحل نمو منح حق الامتياز (الفرنشايز)
٥٢	مقاييس ومعايير المفاضلة بين الشركات المانحة لحق الإمتياز (الفرنشايز)
٥٥	كيفية الحصول على حق الامتياز (الفرنشايز)
٦٠	أهم مكونات اتفاقية حق الامتياز (الفرنشايز)
٦٤	أهم الحقوق والالتزامات التي ينبغي أن يتنبه لها طرفا العملية التعاقدية
٦٨	ملحق بأهم المصطلحات المستخدمة في نظام حق الامتياز (الفرنشايز)



## تقديم

حرصاً واهتماماً من غرفة الرياض بتطوير قطاع الأعمال، ومراعاة خصوصية وتحديات المشروعات المبتدئة، فقد سعت الغرفة إلى مساندة أصحاب الأعمال والرياديين، وتقديم الخدمات الفنيّة التي تسهل لهم بدء الأعمال، ودعم تشغيلها، واستدامتها.

ويندرج هذا الإصدار ضمن اهتمام الغرفة ممثلة بمركز الرياض لتنمية الأعمال الصغيرة والمتوسطة، ومركز الدراسات والتطوير بالتشجيع والمساندة للمشروعات الصغيرة من أجل تسهيل انشائها، وتشغيلها، وتعزيز نجاحها، وتفادي تعثرها.

ويأتي هذا الإصدار ضمن سلسلة تطوير الأعمال للمشاريع الصغيرة والمتوسطة لتجسيد أحد أطر الاهتمام بالمنشآت الصغيرة والمتوسطة بهدف تحسين بيئة العمل فيها إدارياً، وفنياً، وتسويقياً باعتبارها أدوات مهمة لزيادة فعالية المنشأة في السوق، وبناء قواعد أنشطتها، وبالتالي تعزيز استدامتها بقطاع الأعمال والاقتصاد تحقيقاً للأهداف التنموية العامة للمملكة.

والله من وراء القصد، ، ،

الأمين العام

د. محمد بن حمد الكثيري





## ١. مقدمة

تولي العديد من المؤسسات في دول العالم المختلفة الاستثمار عناية كبرى، وبخاصة المشروعات المبتدئة، فتقدم لأصحابها الخدمات المتكاملة؛ الفنية والمالية على حدّ سواء، بل وينصبّ الاهتمام على خدمات المساعدات الفنية؛ والتي تتسع بمفهومها من التوعية بالمشاريع، وتقديم المعلومات والمعرفة المهنية المتخصصة، وتوفير الأطر والمعايير للتأسيس الى تقديم خطة عمل متكاملة للمشروع، وهذا يتمّ بالتعاون الوثيق مع صاحب فكرة المشروع.

كما تتوسع تلك الخدمات لتشمل: أساليب تشغيل المشروع، وإدارته، وتقييمه الدوري، واقتراحات تطويره لتكوّن في مجملها استشارة مُحكمة للأعمال قناعة من البرامج والمؤسسات الداعمة بأن الخدمات الفنية المتكاملة هي حجر الأساس لنجاح تلك المشروعات واستدامتها.

ولا شكّ، أن البُعد المالي مهم، ويلقى خيارات متعددة للتمويل أو للشراكة وبأساليب متعددة ومبتكرة أحيانا وصولا الى تمكين الفئات المستهدفة من المستثمرين والرياديين الى تحقيق طموحاتهم، وبالتالي تنمية استثمارات الدولة واقتصادها.

وكما هو معروف، أن المشروع الاستثماري يمرّ بمراحل أربعة متوالية حتى يبرز الى حيز الوجود ويستديم، وهذه المراحل هي:

- ❖ دراسة جدوى المشروع
- ❖ البدء بتأسيس المشروع بما في ذلك الشراكات والتمويل
- ❖ تشغيل المشروع وإدارته
- ❖ وأخيرا، تقييم المشروع وتقويمه، والحفاظ على استدامته

يندرج هذا الإصدار ضمن اهتمام الغرفة التجارية الصناعية بالرياض . ممثلة بمركز الرياض لتنمية الأعمال الصغيرة والمتوسطة، ومركز الدراسات والتطوير بالتشجيع والمساندة للمشروعات الصغيرة من أجل تسهيل انشائها،

وتشغيلها، وتعزيز نجاحها، وتفادي تعثرها، وبالتالي تعزيز استدامتها في السوق تحقيقاً للأهداف التنموية العامة للمملكة.

وتلعب المنشآت الصغيرة والمتوسطة دوراً هاماً في دعم وتعزيز تشغيل الشباب، وتوليد الدخل المناسب لهم، وبالتالي دعم وتنمية اقتصادنا الوطني.

ولهذا، ولإيمان غرفة الرياض بهذه الدور، فإنها تولي اهتماماً خاصاً بتطوير ودعم هذه المنشآت، وتقديم مختلف مجالات التحفيز والرعاية.

ويأتي تقديم هذا الإصدار ضمن سلسلة أدلة ريادة الأعمال وذلك لتجسيد أحد أطر الاهتمام بالمنشآت الصغيرة والمتوسطة، وتقديم المساندة الفنية لدعم ألياتها، وتعزيز أطرها، وتحسين بيئة العمل فيها إدارياً، وفنياً، وتسويقياً.

وبهذه السلسلة تقدم الغرفة لتلك المنشآت مجالات الامتياز التجاري (الفرنشايز) وأنشطته ومراحله ومكوناته وكيفية الحصول عليه وحقوقه.

والله من وراء القصد، ،

## ٢. تعريف حق الامتياز (الفرنشايز) وأنواعه وأهميته

### ٢-١. تعريف عقد حق الامتياز (الفرنشايز)؛

يعرف عقد حق الامتياز (Franchising) بأنه عقد بين طرفين مستقلين قانونياً واقتصادياً يقوم بمقتضاه أحد طرفيه والذي يطلق عليه مانح الامتياز (Franchisor) بمنح الطرف الآخر والذي يطلق عليه الممنوح (Franchisee) الموافقة على استخدام حق أو أكثر من حقوق الملكية الفكرية والصناعية (الاسم التجاري، العلامة التجارية، براءة الاختراع، والنماذج الصناعية) أو المعرفة الفنية لإنتاج السلعة أو توزيع منتجاته أو خدماته تحت العلامة التجارية التي ينتجها أو يستخدمها مانح الامتياز ووفقاً لتعليماته وتحت إشرافه، حصرياً في منطقة جغرافية محددة ولفترة زمنية محددة مع التزامه بتقديم المساعدة الفنية، وذلك في مقابل مادي أو الحصول على مزايا أو مصالح اقتصادية.

### ٢/٢. كيف بدأ حق الامتياز (الفرنشايز)؛

تعتبر شركة (سنجر) للخياطة أول من قام باستخدام حق الامتياز (الفرنشايز) في عام ١٨٧١م في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث عيّنت موزعين في مختلف أنحاء البلاد لبيع ماكيناتها، أعقبها في ذلك شركات لتصنيع المشروبات حيث منحت تراخيص لشركات أخرى لكي تقوم بتصنيع وتوزيع منتجاتها تحت نفس علامتها التجارية، تبعها في ذلك شركات صناعة السيارات ثم تبعها بعد ذلك كثير من الشركات؛ وفي الوقت الحاضر يشمل نظام حق الامتياز (الفرنشايز) أكثر من ٧٥ صناعة رئيسية مختلفة تنتشر في معظم دول العالم. ولا شك أن نظام حق الامتياز (الفرنشايز) يسهل على الشركات المانحة التوسع والانتشار بأقل قدر من رأس المال، ويوفر لها شركاء يقدمون نفس المنتج أو الخدمة تحت العلامة التجارية نفسها مع توفير الدعم الفني لإنتاج السلعة أو الخدمة، كما يعتبر حق الامتياز (الفرنشايز) أيضاً وسيلة لنقل التكنولوجيا من الدول المتقدمة إلى الدول الأخرى الأقل تقدماً، والشركة التي تباع تراخيص خاصة بنظامها وأسلوبها في العمل تسمى صاحبة الامتياز أو مالكة الامتياز أو مانحة الامتياز، أما الذين يفتتحون وحداتهم الخاصة مستفيدين من ذلك الترخيص فيسمون حاملو الامتياز أو المستفيدين من الامتياز أو الممنوحين.

## ٢/٣. أنواع حق الامتياز (الفرنشايز):

يتم استخدام كلمة حق الامتياز (الفرنشايز Franchise) لوصف أشكال عديدة من العلاقات التجارية بما في ذلك الرخصة والتوزيع واتفاقيات الوكالة. ومع ذلك، فإنه يمكن تقسيم حق الامتياز (الفرنشايز Franchise) حسب التصنيفات التالية:

### ٢/٣/١. أنواع حق الامتياز (الفرنشايز) طبقاً للمهام:

هناك نوعان رئيسيان لحق الامتياز (الفرنشايز) طبقاً للمهام، وهما حق امتياز هيكلية وآلية العمل (Business Format Franchise)، وامتياز التوزيع (Product Distribution Franchise). وقانوناً، يمكن التعبير عنهما بعقد الامتياز وعقد التوزيع، وسنتناول كل منهما بشيء من التفصيل:

### ٢/٣/٢. حق امتياز هيكلية وآلية العمل (Business Format Franchise):

ظهر حق امتياز هيكلية وآلية العمل حديثاً كوسيلة لنقل التكنولوجيا المتقدمة بين الشركات والمؤسسات التي تملك المعرفة الفنية الحديثة وبين الشركات والدول التي تستعين بهذه التكنولوجيا في التنمية الاقتصادية، ويمكن تعريفه بأنه وسيلة من وسائل تسويق أو توزيع سلعة أو خدمة أو تقنية حديثة، وذلك عن طريق التعاون التام والمتواصل بين طرفين مستقلين من الناحية القانونية والمالية، وهو أيضاً عقد يمنح بمقتضاه أحد طرفيه «المانح» الطرف الآخر «الممنوح» حق استخدام أحد حقوق الملكية الفكرية التي يمتلكها (مثل الاسم التجاري، أو العلامة التجارية، أو براءة الاختراع) أو المعرفة الفنية لإنتاج السلعة أو توزيع منتجاته أو خدماته تحت العلامة التي يستخدمها صاحب الامتياز.

### ٢/٣/٣. عقد امتياز التوزيع Product Distribution Franchise

يعتبر عقد امتياز التوزيع بمثابة عقد توريد يرتب التزامات متبادلة بين المنتج والموزع، يلتزم الطرف الثاني فيه ببيع البضائع طبقاً لنماذج محددة تحت اسم تجاري موحد أو علامة تجارية مملوكة للمنتج دون التزام المنتج بإعطاء المعرفة الفنية التي يمتلكها للموزع.

#### ٤/٢. حق الامتياز (الفرنشايز) طبقاً للنطاق الجغرافي وصلاحيه إعادة البيع<sup>٢</sup>:

##### ١/٤/٢. حق امتياز (فرنشايز) رئيسي Master Franchise

وهو حق امتياز يحصل بمقتضاه الممنوح على حق عمومي في بلد بأكمله (مثل المملكة العربية السعودية، على سبيل المثال)، أو منطقة (المنطقة الشرقية مثلاً)، ويقوم الممنوح بدوره بمنح حقوق الامتياز (الفرنشايز) للعديد من وحدات الامتياز في منطقته، ويتعهد بإنجاز ما اتفق مع المانح على تنفيذه من تطوير للنشاط في منطقته مثل افتتاح عدد محدد من المحال أو الوحدات خلال فترة زمنية محددة، كما يحق له (طبقاً لشروط العقد) أن يمنح امتيازات فرعية في نفس البلد أو المنطقة.

##### ٢/٤/٢. حق امتياز (فرنشايز) الوحدة Unit Franchise

ويحصل بمقتضاه الممنوح على الترخيص بفتح وحدة محددة (كمطعم مثلاً) أو غيره من الأنشطة في مدينة محددة وتكون مسئولية هذا الممنوح هي إدارة وتشغيل تلك الوحدة طبقاً لأنظمة مانح الامتياز.

#### ٥/٢. لماذا نشري حق الامتياز (الفرنشايز)؟

يعتبر حق الامتياز (الفرنشايز) أداة أو وسيلة للإستثمار الآمن في نشاط تمت تجربته وثبت نجاحه لفترة طويلة، لذا فهو يشتمل على مخاطرة منخفضة، وهو أفضل من تجربة نشاط غير مضمون قد ينجح وقد يفشل.

##### ٦/٢. منافع ومكاسب حق الامتياز (الفرنشايز):

##### ١/٦/٢. تكلفة حق الامتياز (الفرنشايز) أقل من تكلفة النشاط القائم:

عندما تبتاع نشاطاً قائماً، فأنت تدفع لصاحب هذا النشاط في الغالب أكثر مما تدفعه لقاء بدء العمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز).

##### ٢/٦/٢. حق الامتياز (الفرنشايز) أقل مخاطرة من النشاط المستقل:

يقودك حق الإمتياز إلى النجاح بسرعة ويقلل من زمن تحقيق النجاح، لأنك تحصل على ثمرات نجاح الآخرين وتستفيد من خبراتهم.

### ٣/٦/٢. يؤهلك حق الامتياز (الفرنشايز) للحصول على المشورة:

وتشمل المشورة اختيار الموقع، وتصميم وحدة العمل، والإنتاج والتشغيل وخلافه، فيكون الأمر وكأنك وُظفت وحصلت على تدريب لفتح فرع لشركة كبرى بينما الواقع أنك أنت صاحب ومالك هذا الفرع.

### ٤/٦/٢. الحصول على نظام مريح ومجرب لأداء الأعمال:

يعترف رجال الأعمال الذين حصلوا على حقوق امتياز فرنشايز بأنه من المهم أن تجد نظاماً تتبعه وتسير على خطاه في مشروعك أو استثمارك، وتشير الإحصاءات إلى أنه لا يفشل سوى مشروع واحد فقط بين عشرة مشاريع، أي ١٠٪ فقط، بينما ترتفع هذه النسبة إلى ٢٥٪ في المشروعات التي تتم بغير نظام حق الامتياز (الفرنشايز)، وذلك طبقاً لإحصائيات هيئة الفرنشايز البريطانية.

### ٥/٦/٢. الاستفادة من أبحاث تحسين الجودة والتطوير:

إن أصحاب الأعمال الصغيرة مشغولون بتحقيق الأرباح والحصول على الأموال وليس لديهم الوقت ولا الإمكانيات الكافية لعمل الأبحاث ورصد الاتجاهات المستقبلية في الصناعة أو تطوير منتجات أو خدمات جديدة لمواجهة احتياجات المستهلكين، بينما يسعى صاحب حق الامتياز ومالكه ويحاول دائماً أن يوسع شبكة أعماله ويجعلها أكثر نجاحاً عن طريق الأبحاث وتحسين الجودة والتطوير.

### ٦/٦/٢. الكفاءة في الإدارة:

إن ما يدفعه الممنوح مقابل استخدام حقوق الملكية (الرسوم المستمرة) ورسوم الدعاية يؤمن تحسيناً وتطويراً متواصلاً ومنظماً في أنظمة صاحب حق الامتياز، ويطبق هذا التحسين والتطوير لاحقاً في مشروع الممنوح.

### ٧/٦/٢. حملة الامتيازات (الممنوحون)

يخطون خطوات أسرع ويتقدمون بسرعة أكبر من أصحاب الأعمال المستقلين. فقد أثبتت التجارب أن حملة الامتيازات، أي المستفيدين من نظام حق الامتياز (الفرنشايز)،

يخطون خطوات أسرع ويحققون تقدماً ونجاحاً أسرع في أعمالهم وبصورة منتظمة أكثر من أصحاب الأعمال المستقلين الذين يعملون في نفس الصناعة. وفي استطلاع أجرته هيئة الفرنشايز الأمريكية (AAFD) لأصحاب ومالكي حق الامتياز، ظهرت النتائج التالية:

- أ. أن ٥٩٪ منهم يرون أن حق الامتياز (الفرنشايز) ناجح.
- ب. أن ٥٧٪ منهم أكدوا بأنهم على استعداد لمنح حق الامتياز (الفرنشايز) وعمل امتيازات أخرى وخوض التجارب مرة أخرى.
- ج. أن ٦٪ عبروا عن عدم رضاهم عن صاحب حق الامتياز (الفرنشايز).
- د. أن متوسط دخل حق الامتياز (الفرنشايز) من المشروعات الصغيرة قبل استقطاع الضريبة هو ٢٩٠,١٢٤ دولاراً أمريكياً (وهذا يفوق متوسط المرتبات لأية صناعة) وذلك طبقاً لبعض الدراسات لهيئة الفرنشايز الأمريكية.

٨/٦/٢. يمكن للممنوح التوسع في استثماراته:

وذلك عن طريق فتح فروع أخرى في أماكن أخرى (امتياز فرعي)، أو يقوم بشراء حق الامتياز (الفرنشايز) في دولة أو منطقة محددة، ويقوم بإعطاء حق الامتياز للآخرين نيابة عن المانح الرئيسي وبالتتسيق معه (حق امتياز رئيسي).

٧/٢. نتائج وإحصائيات تتعلق بعمل حق الامتياز (الفرنشايز):

١/٧/٢. أشارت إحصائيات هيئة الفرنشايز الأمريكية أن إجمالي المبيعات من خلال أعمال حق الامتياز (الفرنشايز) بلغت ما يوازي تريليون دولار أمريكي تقريباً، وهذا يعادل ٤٠٪ من جميع مبيعات التجزئة والخدمات في الولايات المتحدة الأمريكية، كما أن هناك (٨) ثمانية ملايين عامل يعملون في ٧٥ صناعة قائمة على حق الامتياز (الفرنشايز).

٢/٧/٢. هناك حق امتياز (فرنشايز) جديد يفتح كل (٨) ثماني دقائق يومياً في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام ١٩٩٦ بلغ عدد حقوق الإمتياز الجديدة (الفرنشايز) المفتحة أكثر من ٤٠,٠٠٠، كما أثبتت الدراسات أن أنشطة حق الامتياز (الفرنشايز) تبقى وتزدهر.

٣/٧/٢. أظهرت الدراسات الحكومية في الولايات المتحدة الأمريكية أن ٧٧٪ من الأعمال التجارية المستقلة قد أغلقت أبوابها خلال ٥ سنوات من افتتاحها، بينما أغلقت ٨٪ فقط من أعمال حق الامتياز (الفرنشايز) الجديدة في نفس الفترة، أي أن نسبة فشل حق الامتياز (الفرنشايز) لا تتجاوز ١٠٪ تقريباً، ومن هنا يتضح لنا أن حق الامتياز (الفرنشايز) يتميز بقلّة المخاطر إلى حد بعيد عند مقارنته بالاستثمارات المستقلة.

٤/٧/٢. هناك الكثير من الأنشطة التي تعمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) في المملكة العربية السعودية، وهي صناعة أخذت في الإنتشار والتوسع بصورة كبيرة خلال العقدين الماضيين حتى وصلت إلى (٢٠٠) حق امتياز (فرنشايز) بنهاية شهر يوليو ٢٠٠٤، وذلك طبقاً للبيانات الرسمية لوزارة التجارة والصناعة، كما أنها أصبحت تغطي الكثير من الأنشطة مثل المطاعم ومحلات الملابس بأنواعها المختلفة (رجالي، نسائي، أطفال) ومواد التجميل ذات الماركات أو العلامات التجارية المميزة، وكذلك مصانع الدهانات الديكورية، والأجهزة الطبية، والأثاث المنزلي، ومعالجة المياه، وتخصيس الوزن، وصيانة أجهزة الإضاءة، والمراكز الترفيهية والتعليمية..... الخ. وطبقاً لصحيفة المدينة (عدد ١٥١١٤ لسنة ٦٩، وتاريخ ٢٠٠٤/٩/٩) فإن حجم مبيعات الوجبات السريعة في المملكة يقدر بحوالي ٧٠٠ مليون ريال، كما أن حجم الاستثمارات بهذه الصناعة في السوق السعودي يقدر بحوالي خمسة مليارات ريال سعودي. ومما أدى إلى نجاح هذا النظام أن العمل به لا يترتب عليه تنازل المانح عن حقوق ملكيته الصناعية أو معرفته الفنية، بل يقوم أساساً على التعاون بين الطرفين (المانح والممنوح) في استغلال المعرفة الفنية وحقوق الملكية تحت إشراف ورقابة المانح، كما أن الممنوح يحصل على نشاط تمت تجربته وحقق نجاحاً وبالتالي لن يدخل في نشاط جديد ويتحمل مخاطرة النجاح أو الفشل، وفي المملكة أمثلة لبعض الشركات الناجحة التي بدأت في التوسع والانتشار مستخدمة نظام حق الامتياز (الفرنشايز) منها أربع شركات مطاعم شهيرة بدأت الانتشار في بعض الدول العربية والأجنبية، كذلك هناك بعض محلات السوبر ماركت الكبيرة في طريقها للعمل بهذا النظام.

1 British Franchise Association ([www.british-franchise.org](http://www.british-franchise.org))

2 British Franchise Association ([www.british-franchise.org](http://www.british-franchise.org)) – (AAFD) the American Association of Franchise and Dealers ([www.aafd.org](http://www.aafd.org))

3 <http://ul.betheboss.com/general.cfm?page=fourtypes.htm>



### ٣. المزايا الرئيسية التي تعود على الأطراف المتعاملة بنظام حق الامتياز (الفرنشايز):

مما لا شك فيه أن التعامل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) يعود بالمزايا والفوائد الكثيرة على كل من صاحب حق الامتياز (المانح) وكذلك الحاصل على حق الامتياز (الممنوح)، هذا بالإضافة إلى المزايا التي يحصلون عليها نتيجة انضمامهم للهيئات والجمعيات الخاصة بالفرنشايز، وسوف نتناول المزايا الرئيسية العائدة على كل من الطرفين بشيء من التفصيل كما يلي:

#### ١/٣. المزايا التي تعود على الممنوح (Franchisee):

##### ١/١/٣. مخاطر متدنية:

إن معظم خبراء الاستثمار يتفقون على أن إدارة نشاط ما عن طريق حق الامتياز (الفرنشايز) ينطوي على مخاطر أقل، وأن نسبة تعرضه للفشل أيضاً تكون أقل، وتشير الإحصاءات إلى أن ٩٥٪ ممن عملوا بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) أثبتوا نجاحهم خلال السنوات الخمس الأولى من بداية نشاطهم، وذلك طبقاً لهيئة الفرنشايز البريطانية (BFA). لذا، فإن احتمال نجاح نشاط ما عن طريق حق الامتياز (الفرنشايز) يكون أكثر بكثير إذا ما تمت مقارنته بالأنشطة المستقلة الأخرى؛ فالأول قد تمت تجربته وأثبت نجاحه بجدارة، أما الثاني فإن عدم تجربته قد تزيد من احتمالات فشله.

##### ٢/١/٣. الحصول على نشاط مؤسس بشكل جيد:

إن صاحب حق الامتياز (الفرنشايز) يقدم سلعة أو خدمة يتم بيعها بنجاح أما النشاط المستقل فإن فكرة نشاطه وتشغيله ليستا مجربتين، وهناك ثلاثة عوامل تشير بوضوح إلى مدى نجاح نشاط حق الامتياز (الفرنشايز)، وهي:

١. عدد وحدات النشاط القائمة.
٢. عدد سنوات الخبرة لكل من المانح، وكذلك الممنوح في الوحدات القائمة.
٣. عدد الوحدات التي فشلت سواءً عن طريق المانح أو الممنوح، وهذه المعلومات يمكن الحصول عليها من بيان الشفافية (UFOC).

### ٣/١/٣. خبرة صاحب حق الامتياز (الفرنشايز):

إن خبرة فريق إدارة حق الامتياز تزيد من قوة نجاحه، وهذه الخبرة غالباً ما تترجم في نظم العمل الرسمية والتدريب والمتابعة المستمرة مع تطوير وتحسين نوعية المنتج أو الخدمة بصفة مستمرة.

### ٣/١/٤. وفورات الإنتاج الكبيرة:

إن وجود عشرين فرعاً أو أكثر لسلسلة مطاعم، على سبيل المثال، تعطيها قوة في الحصول على البضائع والتوريدات اللازمة من الموردين بسعر أقل مما لو كان هناك فرع واحد فقط يقوم بشرائها لنشاطه، وهذا بطبيعة الحال يؤدي إلى خفض التكلفة وزيادة القدرة على المنافسة. وللحفاظ على هذه الخبرة، فإن معظم اتفاقات حقوق الامتياز (الفرنشايز) تحظر على الحاصلين على حقوق الامتياز (الفرنشايز) شراء البضائع والتوريدات من مصادر خارجية.

### ٣/١/٥. الاعتراف بالاسم:

غالباً ما يقوم أصحاب حق الامتياز (الفرنشايز) بعرض اسم مميز لهم، وهذا الاسم يعطيهم شهرة وقوة أكبر في البيع والتسويق، وقد أيد ذلك البحث الميداني الذي قام به المكتب الاستشاري حيث رأى أكثر من ٨٥٪ من عينة المستهلكين الذي شملهم البحث الميداني أن اسم وشهرة الماركة لها درجة تأثير قوية في التفضيل بين المنتجات المحلية والعالمية، ولكن هذا لا يمنع أن يكون لحق الامتياز (الفرنشايز) الجديد قوة احتمالية كبيرة في بناء وتأسيس اسم أو علامة تجارية محددة.

### ٣/١/٦. فعالية الإدارة:

غالباً ما يقوم صاحب حق الامتياز (الفرنشايز) بتطوير وتحديث نظم وأساليب التشغيل الجيدة والفعالة والتي تعود بالفائدة عليه وكذلك على الممنوحين، لذلك هناك قواعد تشغيلية محددة للمناخ ولديه مراقبة للجودة وتوحيد قياسي للنظم والإجراءات بين جميع الممنوحين.

## ٧/١/٣. المساعدات الإدارية:

يقوم المانح بتزويد الحاصلين على حق الامتياز بمساعدات إدارية تشمل الإدارة المحاسبية، إدارة الأفراد، التسهيلات الإدارية، إلى غير ذلك من مساعدات. ويرغم وجود شخص لديه الخبرة في هذه المجالات، إلا أنه ربما لا يستطيع توظيفها بالشكل الجيد، لذا فإن المانح يقوم بمساعدته في توظيفها على الوجه الأكمل.

## ٨/١/٣. خطة العمل:

يقوم أصحاب حقوق الامتياز في الغالب بمساعدة الممنوحين في وضع خطط عمل لتنمية وتوسعة أنشطتهم، ومعظم الخطوط العريضة لهذه الخطط غالباً ما تكون عناصر تشغيلية معيارية للمانح متعارف عليها، كما أن بعض العناصر الأخرى من الخطط ينبغي تعديلها لتناسب مع متطلبات الممنوح، وهذه أيضاً يتم تعديلها بالشكل المناسب لصالح الممنوح.

## ٩/١/٣. مساعدات انطلاقة النشاط:

غالباً ما يواجه أي نشاط جديد الكثير من الصعوبات والمشكلات في بداياته، وعادة ما لا يكون هناك مدراء كثيرين من ذوي الخبرة الجيدة ممن يعرفون كيف يبدأون نشاطاً ما لما لديهم من تجارب وخبرات في هذا المجال. وعلى الرغم من ذلك، فإن المانح لديه الكثير من الخبرات المتراكمة في هذا المجال والتي جناها من مساعدته للممنوحين عند بداية نشاطهم. ولا شك أن هذه الخبرة المعتبرة والهامة توفر الكثير من الوقت والجهد والمال على الممنوح مقارنة بالنشاط المستقل.

## ١٠/١/٣. المساعدات التسويقية:

يقدم المانح مزايا تسويقية عديدة، فهو يقوم بإعداد خطط تسويقية وترويجية متخصصة وعلى مستوى عال من المهنية بتنمية وتوسعة حصته في السوق. وتساعد الخطط التسويقية المحلية والإقليمية والدولية في نمو وانتشار المنتج أو الخدمة موضوع الدعاية والإعلان. وبالتالي، فإن ذلك يعود بالفائدة على جميع الممنوحين، كما أن

المانح يقدم النصح والمشورة لبعض الممنوحين في وضع برامج تسويقية محلية لهم. وغالباً ما تكون خطط التسويق المحلية والإقليمية والدولية ذات تكلفة على الطرفين، فالمانح عادة ما يطلب من الممنوحين المساهمة بنسبة محددة من إجمالي إيراداتهم في صندوق تسويقي تعاوني من أجل تنمية وتنشيط المبيعات، ليس على المستوى المحلي فقط بل على المستوى الدولي أيضاً.

### ١١/١/٣. التسهيلات الائتمانية من البنوك:

على افتراض أن هناك متقدم جديد للحصول على حق امتياز (فرنشايز) من شركة شهيرة (مانح)، وأن هذا المتقدم بحاجة إلى قرض مصرفي لبدء نشاطه في هذا المجال، ولما كان على هذا المتقدم الجديد أن يوقع عقد اتفاق مع المانح، فإن البنك المقرض في هذه الحالة سيكون لديه الاستعداد لمساعدة الممنوح بالمبلغ المطلوب، حيث أن الاتفاق الموقع لحق الامتياز (الفرنشايز) يجعل هذا النشاط أقل عرضة للفشل، وبالتالي يطمئن البنك على أمواله، بعكس حال ما إذا كان هذا النشاط جديداً، حيث يطلب البنك ضمانات كثيرة قد لا تكون متوفرة لديه عند بداية نشاطه.

### ١٢/١/٣. نظام تشغيلي مجرب:

إن معظم ما يميز حقوق الامتياز (الفرنشايز) المختلفة أنها تتمتع بنظام تشغيلي أثبتت التجربة نجاحه وفعاليتها، فالنظام قد مر بمراحل تنمية وتطوير وتحديث كثيرة حتى وصل إلى ما هو عليه الآن، وبالتالي فإن ذلك أيضاً يؤكد ويزيد من احتمال نجاحه.

### ٢/٣. المزايا الرئيسية التي تعود على المانح (Franchisor):

هناك العديد من المزايا التي تعود على المانح والتي نلخصها فيما يلي:

### ١/٢/٣. التوسع والانتشار السريع:

إن الميزة الرئيسية لأي نشاط يعمل تحت مظلة حق الامتياز (الفرنشايز) هي قدرته على التوسع والانتشار السريع. فعدم توفر رأس المال اللازم مع شح العمالة المدربة قد

يؤدي إلى البطء في توسع النشاط. فالممنوح يوفر رأس المال المطلوب، كما يوفر العمالة اللازمة عند إنشاء منفذ جديد، وعلى المانح في هذه الحالة القيام بعمل التدريب اللازم، وبالتالي تسهيل عملية الانتشار والتوسع. وهنا، يمكن القول بأن التوسع يتم على حساب الممنوح، حيث أنه يكون المسؤول عن تدبير رأس المال اللازم للمنفذ أو الوحدة الجديدة.

وعلى افتراض أن شركة مشهورة في المملكة لا تعمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) وترغب في توسعة نشاطها دون أن يكون لديها الأموال الكافية لذلك، في هذه الحالة عليها اللجوء إما إلى أحد البنوك للحصول على المال اللازم، وبالتالي رهن أصولها للبنك في حالة موافقة البنك على القرض، مع ما يترتب على ذلك من التزامات مادية وإجراءات بنكية، أو أن تقوم بزيادة رأس مالها عن طريق الدعوة إلى اكتتاب عام، وفي هذه الحالة أيضاً سوف تتنازل عن قدر من إدارة نشاطها، حيث أن أصحاب الأسهم الجدد سيكون لهم مرئيات ومصالح مختلفة عن مرئيات ومصالح صاحب النشاط الأصلي، وربما يؤدي ذلك إلى شكل من أشكال تضارب المصالح، ومن هنا نجد أن توسع الشركة ليس عملية سهلة ويكتنفها الكثير من المعوقات والمشاكل.

من هنا نجد أنه عن طريق العمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز)، سوف يوفر ذلك على هذه الشركة مشكلة تدبير رأس المال وذلك عن طريق منح حق امتياز (فرنشايز) لمستثمرين جدد في نفس البلد أو خارجها، حيث يقوم هؤلاء في الغالب بسداد جزء كبير من رأس المال المستثمر من أموالهم الخاصة مع إمكانية اللجوء للبنك بنسبة محدودة.

ومن هنا يكون توسع هذه الشركة (المانحة) عن طريق رأسمال الممنوحين الذين يتحملون مخاطر الاستثمار، أما المانح فإنه يحصل على رسوم استغلال حق الملكية (رسوم مستمرة) وبالتالي زيادة أرباحه طالما أنه لا يخاطر برأسماله في موقع جديد، وفي نفس الوقت يجني ارباحاً معنوية من انتشار نشاطه.

### ٢/٢/٣. السمعة:

أن منح حق الامتياز (الفرنشايز) الخاص بشركة ما لقادم جديد يعني افتتاح منفذ جديد لهذه الشركة، وبالتالي فإن هذا المنفذ سوف يأتي بعملاء جدد لهذه الشركة في منطقة جغرافية جديدة، ومن هذا المنطلق فإن سمعة واسم الشركة سوف ينتشران وتكتسب المزيد من العملاء في المنفذ الجديد، وهو ما يرغب المانح في تحقيقه من حيث التوسع والانتشار للشركة.

### ٣/٢/٣. القدرة على المنافسة:

إن التوسع يعطي صاحب حق الامتياز (الفرنشايز) قدراً كبيراً من المنافسة في السوق سواءً في الأسعار أو نوعية الخدمة المقدمة وبالتالي، فإن ذلك يساعده على مزيد من الانتشار وغزو أسواق جديدة.

### ٤/٢/٣. زيادة العائد مع تكلفة أقل:

إنّ مما لا شك فيه أن نجاح حق الامتياز (الفرنشايز) يؤدي إلى زيادة المبيعات وبالتالي زيادة إيرادات المشروع وأرباحه، ويحصل صاحب حق الامتياز (الفرنشايز) على رسوم سنوية كنسبة من حجم المبيعات وليس على الأرباح، وبالتالي إضافة إلى السمعة والانتشار، فإنه يحصل أيضاً على أرباح أو دخل مستمر من الممنوح بغض النظر عما إذا كان الممنوح يحقق ارباحاً أم لا، ومع أن ذلك يعتبر ميزة إيجابية أساسية للمانح إلا أنها تعتبر من العوامل السلبية بالنسبة للممنوح، كما أن هناك رسوماً أخرى يحصل عليها المانح مثل رسوم التأسيس (الرسوم المبدئية) ومصاريف الدعاية والأعلان.

وبعد أن ذكرنا المزايا الرئيسية لكل من الطرفين، فإنه يجدر بنا الإشارة إلى أن هناك العديد من الفوائد التي تعود على كل من المانح والممنوح نتيجة الانضمام إلى الهيئات والجمعيات الدولية والتي تختص بعملية تحسين وتطوير أداء الصناعات المختلفة لأعضائها مع وضع القواعد والقوانين المختلفة التي تتسق العلاقة بينهما، كما أنها تحافظ على المساواة وبدون تمييز بين الممنوحين لدى المانح الرئيسي.

وعلى سبيل المثال، فإننا نجد أن هيئة الفرنشايز الأمريكية قامت بوضع ما يسمى بمعايير حق الامتياز (الفرنشايز) العادلة، وهي تقع في تسعة عشر فصلاً تتناول جميع

الجوانب الخاصة بشروط التعاقد، ونذكر منها المساواة في الحقوق والملكية الفكرية والحقوق الجغرافية وشروط التجديد والتعاقد والرسوم والمصاريف وفض المنازعات والتزامات كلا الطرفين .. الخ. ومن الطبيعي أن تكون هذه المعايير هي المرجع الرئيسي في عملية التحكيم في حال نشوء نزاع أو خلافه بين الطرفين، ومن الجدير بالذكر أيضاً أن المانح والممنوح ينبغي أن يخضعا لشروط وطلبات هذه الهيئات والجمعيات التي تفرض شروطاً على المانح مثل بيان الإفصاح، الذي يعطي الممنوح صورة كاملة عن خبرات المانح في النشاط وعدد الممنوحين لديه وكذلك إيراداته، وعدد المنافذ التي أغلقت .. إلى غير ذلك من بيانات قد تفيد الممنوح قبل دخوله في مجال الصناعة أو النشاط المطلوب، كما ان هذه الهيئات والجمعيات تزود الطرفين بالاستشارات القانونية اللازمة في حالة طلبهما ذلك.

#### ع. أهم مجالات عمل حق الامتياز (الفرنشايز) العالمية مع الإشارة للأنشطة القائمة داخل المملكة:

يستخدم نظام حق الامتياز (الفرنشايز) في معظم الأنشطة الاقتصادية عالمياً، إذ يدخل في أكثر من مائة صناعة سلعية وخدمية؛ ففي الولايات المتحدة الأمريكية، توجد ٧٥ صناعة رئيسية يعمل من خلالها ٢٥٠ الف حق امتياز (فرنشايز) موزعة على جميع الأصعدة الاقتصادية المختلفة، وتقوم بتشغيل ما يزيد على (٨) ثمانية ملايين نسمة من العمالة في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي ألمانيا نجد أن العمل في مجال حق الامتياز (الفرنشايز) يزداد سنوياً بمعدل مرتفع نسبياً، وأن هناك ١٥٠٠٠ نشاط يعمل تحت هذا النظام، وفي اليابان تبلغ نسبة نمو حق الامتياز (الفرنشايز) ٧٪ سنوياً تقريباً<sup>١</sup>. ومن الجدير بالذكر أيضاً أن هناك فكرة خاطئة لدى الغالبية العظمى من العامة، وهي أن حق الامتياز (الفرنشايز) مرتبط بخدمات المطاعم فقط، في حين أن حق امتياز (فرنشايز) الوجبات السريعة في أمريكا مثلاً لا يمثل أكثر من ١٠٪ فقط من عدد شركات حق الامتياز (الفرنشايز)<sup>٢</sup>.

#### ١/٤ . أهم مجالات عمل حق الامتياز (الفرنشايز) مجلياً:

بلغ عدد أنشطة حق الامتياز (الفرنشايز) في المملكة العربية السعودية ٢٦ نشاطاً مختلفاً يعمل من خلالها ٢٠٠ ممنوح في الأنشطة التالية، وذلك حسب البيانات الرسمية لوزارة التجارة:

#### الجدول (١)

الأنشطة التي تعمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) داخل المملكة

م	نوع النشاط	العدد	النسبة %
١	تجارة الملابس الرجالية، والحريمي، والأطفال والأحذية، وتصنيع وبيع الجلديات	٨٢	٤١,٥
٢	مطاعم مأكولات متنوعة وحلويات ومنتجات البان مختلفة وأيسكريم، شاملة الخدمات السريعة والتوصيل	٦٥	٣٢,٥
٣	تصنيع وبيع دهانات ديكورية	٩	٤,٥
٤	مواد تجميل	٦	٣
٥	أثاث منزلي	٦	٣
٦	مراكز ترفيهية وتعليمية	٥	٢,٥
٧	مطبوعات وأجهزة مكتبية	٣	١,٥
٨	بيع النظارات	٢	١
٩	أدوية بشرية	٢	١
١٠	تصنيع خرسانة	٢	١
١١	تأجير سيارات	٢	١
١٢	منتجات وأجهزة طبية	١	٠,٥



## الاستثمار بنظام الفرنشايز

١٣	١	٠.٥	تجارة مستلزمات كهربائية
١٤	١	٠.٥	بيع ادوات الرياضة ومستلزماتها
١٥	١	٠.٥	لعب أطفال
١٦	١	٠.٥	نظام إدارة محلات
١٧	١	٠.٥	تصنيع أسياخ لحم
١٨	١	٠.٥	تصوير فوتوغرافي
١٩	١	٠.٥	نظم الحماية وإنقاذ الوزن
٢٠	١	٠.٥	منتجات اتصالات
٢١	١	٠.٥	صيانة الأجهزة الكهربائية
٢٢	١	٠.٥	معالجة مياه الصرف
٢٣	١	٠.٥	خدمات بريدية
٢٤	١	٠.٥	أجهزة تنقية المياه
٢٥	١	٠.٥	خدمات طبية
٢٦	١	٠.٥	خدمات بيئية
	٢٠٠	١٠٠	الإجمالي

وبنظرة سريعة على أنشطة حق الإمتياز (الفرنشايز)، نجد أنها تتركز في تجارة الملابس والمنتجات الجلدية والمطاعم والمنتجات الغذائية، إذ تبلغ نسبتها ٧٤٪ من إجمالي الأنشطة، وهي وإن كانت مطلوبة لمواكبة التوسع السكاني والمتطلبات السريعة وفقاً لمتغيرات ومتطلبات العصر، إلا أن هناك صناعات أخرى كثيرة يمكن الاستفادة منها بشكل أفضل. وبالنسبة للتوزيع الجغرافي للأنشطة حق الامتياز (الفرنشايز) داخل المملكة مقارنة بعدد السكان يتضح لنا ما يلي:

## الجدول (٢)

### التوزيع الجغرافي لحقوق الامتياز (الفرنشايز) بالمملكة مقارنة بعدد السكان

م	المدينة	بيان الأنشطة		عدد السكان (ألف)	
		العدد	النسبة (%)	العدد	النسبة (%)
١	المنطقة الوسطى	١٣٢	٦٦	٣٢٥٣	٢١
٢	منطقة مكة المكرمة (شاملة مدينة جدة)	٤٥	٢٢,٥	٣٥٥٥	٢٣
٣	المنطقة الشرقية	٢٠	١٠	٢٢٨٧	١٦
٤	منطقة المدينة المنورة	١	٠,٥	١٠٦١	٧
٥	باقي مناطق ومدن المملكة	٢	١	٥٤٣٤	٣٣
	الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	١٥٥٩٠	١٠٠

المصدر: وزارة التخطيط، الكتيب السنوي، ٢٠٠٣م.

تستحوذ منطقة الرياض على النصيب الأكبر من حجم نشاط حق الإمتياز (الفرنشايز)، إذ تبلغ نسبة الأنشطة فيها حوالي ٦٦٪ من إجمالي حجم النشاط على مستوى المملكة، بينما تبلغ نسبة سكانها ٢١٪ من حجم سكان المملكة، تليها منطقة مكة المكرمة (شاملة مدينة جدة) بنسبة نشاط تبلغ حوالي ٢٢,٥٪ مقارنة بحجم سكانها الذي تبلغ نسبته حوالي ٢٣٪، ثم المنطقة الشرقية بنسبة أنشطة تصل إلى حوالي ١٠٪ مقارنة بنسبة سكانها التي تصل نسبته إلى ١٦٪، يلي ذلك منطقة المدينة المنورة بنسبة نشاط تبلغ ٥٪ وبنسبة سكانية قدرها ٧٪، وأخيراً باقي مناطق المملكة، حيث تبلغ نسبتها السكانية ٣٣٪ ونسبة نشاطها لا تتعدى ١٪.

#### ٢/٤. مقارنة مجالات عمل حق الامتياز (الفرنشايز) عالمياً بالمجالات المطبقة محلياً:

في الجدول (٣)، سوف نستعرض أهم الصناعات والأنشطة التي تعمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) عالمياً ومحلياً، وقد تم تقسيم الجدول إلى ما يلي:

# الاستثمار بنظام الفرنشايز

**العمود الأول:** وتم فيه تقسيم الأنشطة إلى ٣١ مجموعة رئيسية لسهولة الاستدلال.

**العمود الثاني:** ويشتمل على أهم الأنشطة التي تعمل عالمياً بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) وعددها (١٠١) تنتشر في كثير من دول العالم.

**العمود الثالث:** ويبين عدد الأنشطة التي تعمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) حالياً بالمملكة وذلك حسب البيانات الرسمية الصادرة من وزارة التجارة، مع مراعاة أن الأنشطة حسب النوع تختلف عن الجدول (١) وذلك بسبب دمج البعض وفصل البعض الآخر لتتناسب مع التصنيف العالمي.

## الجدول (٣)

أهم الأنشطة العاملة عالمياً بنظام حق الامتياز (الفرنشايز)  
والأنشطة القائمة داخل المملكة

عدد	نوع النشاط		م
	فرعي	رئيسي	
	المحاسبة / المراجعة / الضرائب	١	١ خدمات استشارية
	استشارات هندسية (المباني والمقاولات)	٢	
	المحاماة	٣	
	خدمات استشارية أخرى	٤	
	خدمات النقل والخدمات البريدية	٥	٢ خدمات النقل والشحن والتجهيز
	خدمات الشحن والتجهيز	٦	
	خدمات التوزيع	٧	
	الإعلان المحلي	٨	٣ الإعلان والاتصالات
	الرسومات واللوحات الإعلانية	٩	
	البريد المباشر	١٠	
	خدمات النشر	١١	
	آلات ومعدات الصرف الآلي	١٢	٤ خدمات الصراف الآلي
	تشغيل آلات الصراف الآلي	١٣	
	البيع	١٤	٥ السيارات والشاحنات

	سيارات أجرة / تأجير سيارات	١٥		
	خدمات السيارات والصيانة	١٦		
	زيوت وشحومات	١٧		
	قطع غيار سيارات / شاحنات	١٨		
	تنجيد (سيارات/شاحنات) ومستلزماته	١٩		
٦	صالونات التجميل	٢٠	خدمات ومواد التجميل (رجالي/حريمي)	
	أجهزة التجميل ومستلزماته	٢١		
	منتجات التجميل	٢٢		
٧	خدمات الصيانة	٢٣	خدمات المباني السكنية والتجارية	
	سجاد ومفروشات	٢٤		
	صيانة الحدائق ومستلزماتها	٢٥		
٨	خدمات النظافة المنزلية والشخصية	٢٦	التنظيف الجاف / غسيل الملابس	
		٢٧	مكافحة الحشرات والقوارض	
		٢٨	مواد الخدمات المنزلية	
٩	خدمات متنوعة أخرى	٢٩	خدمات منتجات البيئة	
		٣٠	خدمات منتجات الطاقة	
		٣١	خدمات منتجات الاتصالات	
١٠	مراكز الرعاية الطبية	٣٢	مراكز رعاية الطفل	
		٣٣	مراكز الرعاية البدنية / تخفيض الوزن	
		٣٤	منتجات ولعب الأطفال / الخدمات / التعليم	
		٣٥	رعاية كبار السن	
		٣٦	الرعاية المنزلية	
		٣٧	خدمات ومنتجات وأجهزة طبية	
١١	تكنولوجيا المعلومات والحاسبات الآلية	٣٨	برامج تشغيل (سوفت وير / ويب / رسومات)	
		٣٩	تدريب	

# الاستثمار بنظام الفرنشايز

	خدمات الإنترنت العادي والفائق السرعة والتجارة الإلكترونية	٤٠		
	شبكات داخلية (تصميم/ تنفيذ/ صيانة)	٤١		
	مبيعات الحاسبات الآلية (هارد وير)	٤٢		
١٢	مقاولات ومباني	٤٣		
	مقاولات مباني - إنشاءات	٤٣		
	تجديد / إعادة دهان وترميمات	٤٤		
	تأجير معدات البناء	٤٥		
	مواد مصنعة وخدمات الخرسانة	٤٦		
	صيانة عقارات	٤٧		
	التفتيش على المنازل وصيانتها	٤٨		
١٣	محلات الجملة والتجزئة	٤٩		
	أسواق شاملة	٤٩		
	التجارة المنزلية (فرص العمل منزليا/ فرنشايز)	٥٠		
	معدات الرياضة	٥١		
	أدوات الأعمال الحرفية	٥٢		
	الجوال	٥٣		
	منتجات الإشارات	٥٤		
	أدوات المطبخ والمنزل	٥٥		
	مراكز بين النظارات	٥٦		
	هدايا	٥٧		
	تجارة عامة (نظم إدارة محلات)	٥٨		
	الذهب	٥٩		
	القرطاسية	٦٠		
	نباتات الزينة	٦١		
	تجارة تجزئة أخرى غير مصنفة في شرائح أخرى	٦٢		

	١٤	تجارة الأثاث	٦٣	تجارة الأثاث
			٦٤	أدوات الزينة والديكور
			٦٥	مفروشات
	١٥	التعليم وخدماته والوسائل التعليمية	٦٦	الوسائل التعليمية . الخدمات التعليمية
			٦٧	تعليم الأطفال / خدماته
	١٦	الحماية ضد الحريق	٦٨	الحماية ضد الحريق
	١٧	معالجة مياه الصرف	٦٩	معالجة مياه الصرف
	١٨	الأطعمة والمشروبات	٧٠	آيس كريم / البان بأنواعها
			٧١	محللات سناكس
			٧٢	مجمجات / مخبوزات / دونات
			٧٣	المأكولات الصحية والحمية
			٧٤	الحلويات
			٧٥	مطاعم تيك أواي
			٧٦	بقالات ومحللات خاصة
			٧٧	مشروبات (ساخنة/ غازية / أخرى)
	١٩	محطات بيع المنتجات البترولية ومستلزماتها	٧٨	محطات بيع المنتجات البترولية ومستلزماتها
	٢٠	التصوير الفوتوغرافي	٧٩	التصوير الفوتوغرافي
			٨٠	خدمات الفيديو والوسائل الحديثة
	٢١	خدمات صناعية	٨١	خدمات صناعية
	٢٢	خدمات النظافة	٨٢	مواد النظافة
			٨٣	خدمات النظافة
			٨٤	خدم المنازل
			٨٥	خدمات إعادة تدوير المخلفات
	٢٣	خدمات الأمن والحراسة	٨٦	خدمات الأمن والحراسة

# الاستثمار بنظام الفرنشايز

	المنتجات والخدمات الشخصية	٨٧		
٢٤	مواد ومأكولات الحمية ومنوعات	٨٨	معدات الرياضة ومتعلقاتها	
		٨٩	معدات وأدوات الأعمال الحرفية	
		٩٠	مواد ومأكولات الحمية / أدوية بشرية	
٢٥	كتب ومطبوعات	٩١	كتب ومطبوعات / أجهزة مكتبية	
		٩٢	خدمات الطباعة والتصوير	
٢٦	وكالات السفر والسياحة	٩٣	وكالات السفر والسياحة	
٢٧	الموتيلات	٩٤	الموتيلات	
		٩٥	الضيافة والمتنزهات / مراكز ترفيهية وتعليمية	
٢٨	معالجة المياه	٩٦	معالجة المياه / أجهزة تنقية مياه	
٢٩	تجارة الألبسة والملبوسات	٩٧	ملابس وأحذية وتصنيع وبيع جلدات	

هذا ، ونود الإشارة إلى أنه لكي يسهل الإستدلال على الأنشطة الفرعية المشار إليها بعاليه، فقد تم تجميعها في مجموعة أنشطة رئيسية وذلك من وجهة نظر المكتب الاستشاري.

ومن الجدول أعلاه يتضح لنا أن هناك صناعات وحرف وخدمات كثيرة جداً لم تدخل صناعة حق الامتياز (الفرنشايز) بعد إلى المملكة العربية السعودية في حين أنها مؤهلة وتناسب المجتمع السعودي وتعمل على تنشيط ونمو اقتصاد المملكة بشكل أفضل وبما يتفق وأهداف الخطة الخمسية الثامنة (١٤٢٦/٢٥هـ - ١٤٣٠/٢٩هـ) وكذلك استراتيجية التنمية الصناعية للمملكة خلال العقود الثلاثة القادمة (١٤٢٠ - ١٤٥٠هـ).

1 كتاب «الإمياز التجاري»، د. محمد بن دليم القحطاني - الطبعة الأولى ١٤٢٤هـ، مطبعة الإحساء.

2 <http://www.franchisemideast.com>

3 <http://www.franchisemideast.com/franchise-industry-categories.asp>

## ٥. أهم الأنشطة المؤهلة للعمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) داخل المملكة:

من واقع المميزات التي ذكرناها عن نشاط حق الامتياز (الفرنشايز) وخاصة دوره في المساهمة بصفة عامة في رفع مستوى المعيشة وتحسين نوعية الحياة وزيادة فرص العمل للمواطنين، بشرط استخدام ما يصلح ويتناسب منه مع التعاليم والقيم الإسلامية، وبما يساعد على الاستقرار الاجتماعي وترسيخ هوية المملكة الإسلامية والعربية، فإنه ووفقاً لأهداف الخطة الخمسية الثامنة (١٤٢٥ . ١٤٣٠ هـ) وكذلك مشروع استراتيجية التنمية الصناعية للمملكة العربية السعودية خلال العقود الثلاثة القادمة، يقترح المكتب الاستشاري الأنشطة التالية لمن يريد الاستثمار بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) كأنشطة واعدة للعمل بهذا النظام (ينبغي التنبه إلى أن هناك بعض الصناعات التي تعمل بنظام حق الامتياز (الفرنشايز) ولكنها غير مسجلة طبقاً لإحصاءات وزارة التجارة الرسمية الصادرة عن مركز المعلومات) كما أنها تناسب البيئة السعودية وتؤدي إلى تنمية الاقتصاد السعودي بشكل أفضل، كما تشمل القطاعات الرئيسية المختلفة المؤهلة على بعض أسماء الشركات الرائدة في الأنشطة المرشحة والتي يمكن الرجوع إلى عناوينها من خلال موقع الإنترنت التالي:

<http://www.franchisemideast.com/Franchise-industry-categories.asp>

وذلك على أن يتم إدخال الرابط الخاص بكل صناعة.

### ١/٥ . القطاعات الرئيسية غير العاملة في المملكة بنظام حق الامتياز (الفرنشايز):

١/١/٥ . قطاع الموتيالات (مسلسل ٢٧ من الجدول ٣):

ويغطي أنشطة كل من الموتيالات، مسلسل ٩٤، والضيافة الترفيهية والمنتزهات والمراكز الترفيهية، مسلسل ٩٥):



## الاستثمار بنظام الفرنشايز

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المستهدفة في الخطة الخمسية الثامنة (الأهداف «الثاني، والخامس، والثامن») والتي تهدف إلى الاستمرار في تطوير الخدمات المقدمة للحجاج والمعتمرين، وكذا تنمية السياحة بمناطق المملكة بصفة عامة، بالإضافة إلى محاولة إيجاد نوع من التوازن في تنمية مناطق المملكة بصفة عامة، وخاصة منطقة مكة المكرمة (شاملة جدة) التي تستحوذ على أنشطة بنسبة ٢٢,٥٪ لنسبة سكان قدرها ٢٣٪، وكذا المدينة المنورة التي تستحوذ على أنشطة بنسبة ٠,٥٪ لنسبة سكان قدرها ٧٪، يضاف إلى ذلك الأعداد المتزايدة سنوياً للحجيج، كما هو موضح في الجدول (٢).

إن النجاح في استقطاب الشباب السعودي المعزز بالخبرات الدولية في قطاعات الفنادق العالمية من خلال نظام حق الامتياز (الفرنشايز) سيساهم مساهمة كبيرة في إنجاح وتنفيذ أسس استراتيجيات الخطة (التاسع، والحادي عشر، والثالث عشر). كما تعمل السياحة على تنمية قطاعات خدمية وإنشائية أخرى لخدمتها مثل قطاع وكالات السفر والسياحة (٢٦)، وخدمات الصيانة مجموعة (٧)، وقطاع المقاولات والمباني (١٢)، وقطاع محلات الجملة والتجزئة .. الخ. وحيث أن خدمة الموتيلاات ليست متوفرة في المملكة بالكم المطلوب وخاصة بطرق السفر الطويلة أو مناطق السياحة والرحلات، فإن هذا المجال من المجالات الهامة التي يجب الاهتمام بها.

وفيما يلي أمثلة على بعض مانحي حق الامتياز (الفرنشايز) في هذا المجال:

### A-Hotels:

- Travelodge (USA)
- Microtel Inns, Suites

### B- Motels:

- Best Western International
- Days Inn

### ٢/١/٥. قطاع المقاولات والمباني (مسلسل ١٢ من الجدول ٣):

ويغطي هذا القطاع أنشطة (مقاولات المباني - الإنشاءات، مسلسل ٤٣ وتجديد / إعادة دهان وترميمات، مسلسل ٤٤، ومواد البناء والصيانة، مسلسل ٤٦، وتأجير المعدات مسلسل ٤٥، ومواد وخدمات الخرسانة، مسلسل ٤٦، وعقارات، مسلسل ٤٧، والتفتيش على المنازل وصيانتها، مسلسل ٤٨).

ويعتبر قطاع المباني والإنشاءات أحد قاطرات التنمية أيضاً، ومن القطاعات التي تخدم وتساعد القطاعات الأخرى المستهدفة في أهداف الخطة الخمسية الثامنة بطرق غير مباشرة (الثاني، والخامس والثامن)، فمن خلال الإنشاءات والمباني يساهم هذا القطاع في تحقيق هدف الاستمرار في تطوير الخدمات المقدمة للحجاج والمعتمرين، وكذا تنمية السياحة، والعمل على إيجاد نوع من التوازن في تنمية مناطق المملكة، فضلاً عن أن تفعيل هذا القطاع سيساهم مساهمة كبيرة في إنجاح وتنفيذ أسس استراتيجيات الخطة (الأول، الثامن، التاسع، الحادي عشر والثاني عشر).

وفيما يلي أمثلة على بعض مانحي حق الامتياز (الفرنشايز) في هذا المجال:

- World Inspection Network
- Eagle's Nest Homes
- SGO Stained Glass Overlay
- Sierra Stone
- Mr. Handyman
- House Master
- Brick Kicker

### ٣/١/٥. قطاع تكنولوجيا المعلومات والحاسبات الآلية:

(مسلسل ١١ من الجدول ٣):

ويغطي هذا القطاع أنشطة (برامج التشغيل، مسلسل ٣٨، والتدريب، مسلسل ٣٩، وخدمات الإنترنت والتجارة الإلكترونية، مسلسل ٤٠، والشبكات الداخلية (تصميم /

تنفيذ)، مسلسل ٤١، ومبيعات الحاسبات الآلية (هارد وير)، مسلسل ٤٢. ويعتبر قطاع الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات من القطاعات الهامة المستهدفة في أهداف الخطة الخمسية الثامنة (الأهداف «الثالث، والرابع، والخامس، والسادس، والتاسع) والتي تتمثل في تسريع عملية التنمية، وتنمية القوى البشرية ورفع كفاءتها لتلبية متطلبات الاقتصاد الوطني والمساهمة في التوسع في الخدمات التعليمية والصحية والاجتماعية، بالإضافة إلى تقنية المعلومات التي تشكل قاعدة معلومات هامة وضرورية لتطوير وتحسين الصناعة بصفة عامة وتطوير منظومة العلوم والتقنية ودعم البحث العلمي بصفة خاصة، بذلك يساهم هذا القطاع في إنجاح وتنفيذ أسس استراتيجيات الخطة (الخامس، والسادس، والسابع، والتاسع، والرابع عشر والخامس عشر).

وفيما يلي أمثلة لبعض مانحي حق الامتياز (الفرنشايز) في هذا المجال:

- Ais Media
- Global Internet Terminals
- Wsi Internet
- Regent International

### ٤/١/٥. قطاع التعليم وخدماته والوسائل التعليمية (مسلسل ١٥ من الجدول رقم ٣):

ويغطي هذا القطاع أنشطة (الوسائل والخدمات التعليمية، مسلسل ٦٦، وتعليم الأطفال وخدماته، مسلسل ٦٧).

يقوم قطاع التعليم وخدماته والوسائل التعليمية بتفريخ وتعليم الأجيال الحالية والمستقبلية لقيادة المملكة وتحقيق الأهداف التي وضعتها حكومة خادم الحرمين الشريفين (الهدف الرابع والتاسع) والتمثلة في تنمية القوى البشرية ورفع كفاءتها، وإيجاد الأجيال القادرة على تشغيل وإدارة الثروات الوطنية والصناعة المحلية وقيادتها للمنافسة العالمية، وكذا تطوير منظومة العلوم والتقنية ودعم وتشجيع البحث العلمي.

ويساهم هذا القطاع في إنجاح وتنفيذ أسس استراتيجيات الخطة (الأول، والخامس، والسادس، والرابع عشر، والخامس عشر).  
وفيما يلي أمثلة لبعض مانحي حق الامتياز (الفرنشايز) في هذا المجال:

- Kumon Math. Reading, Success
- Regent International
- The Growth Coach
- Talk Tactics
- Stretch – n – grow
- Sylvan (Schuelerhilfe)
- One / Biz

#### ٥/١/٥. قطاع معالجة المياه (مسلسل ٨٢، من الجدول ٣):

ويغطي هذا القطاع أنشطة (معالجة المياه / أجهزة تنقية المياه، مسلسل ٩٦).  
ويعتبر هذا القطاع من القطاعات الحيوية والمصيرية للمملكة نظراً لشح مصادر المياه العذبة من جهة وضخامة حجم المملكة وتراخي أطرافها من جهة أخرى، يضاف إلى ذلك الخطة الطموحة لحكومة خادم الحرمين الشريفين في الانتشار وتحقيق التنمية المتوازنة في جميع مناطق المملكة (الهدف الثامن) والمساعدة في تحقيق الهدف الثاني والمتمثل في تطوير الخدمات المقدمة للحجاج والمعتمرين، وايضاً يتمثل هذا في الهدف العاشر والخاص باهتمام الحكومة بالمحافظة على الموارد المائية وترشيد استخدامها.

ويخدم هذا القطاع الاستراتيجية الثالثة والمتمثلة في التوسع في خدمات الرعاية الصحية والاجتماعية للسكان ولتي لا تتوافر بدون تواجد مصادر مياه نقية صالحة للاستخدام الآدمي (الهدف الثالث) وكذا المساعدة في تنفيذ الأساس الثالث عشر والمتمثل في توزيع الموارد والخدمات بين مناطق المملكة.

وفيما يلي أمثلة على بعض مانحي حق الامتياز (الفرنشايز) في هذا المجال:

Water To Go

## ٦/١/٥. قطاع خدمات النظافة (مسلسل ٢٢، من الجدول ٣):

ويغطي هذا القطاع أنشطة (مواد النظافة، مسلسل ٨٢، وخدمات النظافة، مسلسل ٨٣، وخدم المنازل، مسلسل ٨٤، وخدمات إعادة التدوير/ معالجة مياه الصرف، مسلسل ٨٥). وتعتبر النظافة مقياس حضارة وتقدم الشعوب، وقد تنامت في العقدين الأخيرين صيحات المحافظة على البيئة ونظافتها، كما جاء في الهدف الحادي عشر، والمتضمن استراتيجية خاصة للتأكيد على أهميته (الأساس الاستراتيجي العشرين). لذلك، نوصي بشدة بضرورة الاهتمام بهذا القطاع وتنميته وتشجيع الشباب السعودي عل الاستثمار فيه.

وفيما أمثلة على بعض مانحي حق الامتياز (الفرنشايز) في هذا المجال:

- Fabrizon Cleaning Systems
- Filtafry
- Easi

## ٢/٥. قطاعات أخرى مساعدة ومكاملة تعمل في المملكة بنظام حق الامتياز (الفرنشايز):

القطاعات التالية تعمل حالياً في المملكة، ونرى ضرورة العمل على زيادة تفعيلها لكي تستطيع مواكبة التطورات والتوسعات المنتظرة في الاقتصاد السعودي، وكذا التي ستتبع من الزيادات المتوقعة للسكان والوافدين.

قطاع السيارات والشاحنات (٥) وقطاع خدمات النقل والشحن والتجهيز (٢).

ويغطي هذا القطاع أنشطة (بيع السيارات والشاحنات، مسلسل ١٤، وسيارات الأجرة/ تأجير السيارات، مسلسل ١٥، وخدمات السيارات والصيانة، مسلسل ١٦، وزيوت وشحوم المحركات، مسلسل ١٧، وقطع غيار السيارات / الشاحنات، مسلسل ١٨، وتجهيد السيارات / الشاحنات ومستلزماته، مسلسل ١٩.

كما يغطي قطاع النقل والشحن والتجهيز أنشطة خدمات النقل والبريد، مسلسل ٥، وخدمات الشحن والتجهيز، مسلسل ٦، وخدمات التوزيع، مسلسل ٧، ويساهم هذا القطاع في تنمية جميع مناطق المملكة وربط أطرافها المتباعدة سواءً عن طريق نقل

الأفراد أو المواد اللازمة للإعاشة والتنمية والخدمات المتعلقة بذلك.

- Novus
- Dr Vinyl
- AAMCO Transmission
- Oil Can Henry's

## ٦- مقارنة مزايا وعيوب مشروع حق الامتياز (الفرنشايز) والمشروع الخاص الجديد:

على افتراض أن هناك مستثمر لديه مبلغ من المال ويرغب في إنشاء مشروع خاص، ولديه الخيار في أن يقوم بشراء حق امتياز (فرنشايز) من شركة مطاعم مشهورة، على سبيل المثال، أو يقوم هو بإنشاء مطعم خاص به يحمل اسمه أو الاسم الذي يرغبه. إذاً، فما هي المميزات والعيوب فيما لو قام بالحصول على حق امتياز (فرنشايز) من هذه المطاعم المشهورة أو اختار البديل الثاني وهو إنشاء مطعم خاص به بدون حق امتياز (فرنشايز)، والجدول التالي يبين أهم المزايا والعيوب بموجب كلا النظامين:

الجدول (٤)

مميزات نظام حق الامتياز (الفرنشايز) بالمقارنة مع المشروع الجديد

مشروع بنظام حق الامتياز (الفرنشايز)	مشروع خاص جديد
أولاً: مزايا حق الامتياز (الفرنشايز)	
١. نشاط مجرب وثبت نجاحه ويحتوي على مخاطر أقل	نشاط غير مجرب ويحتوي على مخاطر كبيرة
٢. المساندة المستمرة من جانب المانح عند بداية النشاط، وما بعد البداية	لا يوجد مساعدة من الخارج
٣. النشاط تم تأسيسه بشكل جيد وتم تطويره	النشاط بحاجة إلى تأسيس جيد ولم يطور بعد
٤. صاحب حق الامتياز (الفرنشايز) لديه خبرة كافية تزيد من نجاح المشروع	صاحب النشاط الجديد غالباً ما تنقصه الخبرة اللازمة لإدارة النشاط
٥. القدرة على المنافسة في الأسعار وجودة الصنف	صاحب النشاط الخاص غالباً ما يكون صغيراً في البداية وغير قادر على المنافسة
٦. يحصل على مساعدات فنية وإدارية وتسويقية من المانح	يقوم بتمتية مهاراته الفنية والإدارية والتسويقية على حسابه الخاص
٧. يمكن الحصول على قرض من البنك بسهولة	قد يواجه بعض المصاعب في الحصول على قرض من البنك
٨. يمكنه التوسع والانتشار بسهولة.	يحتاج بعض الوقت للتوسع والانتشار
٩. السمعة تم اكتسابها من خبرات السنوات الماضية	بحاجة إلى مزيد من الوقت ليكتسب سمعة جيدة
١٠. زيادة العائد بتكلفة أقل	يحتاج إلى خطط تسويقية مكلفة حتى يستطيع زيادة العائد
١١. الاستفادة من الدراسات والأبحاث	الدراسات والأبحاث تكون مكلفة
ثانياً: مزايا المشروع الخاص الجديد	
١. يقوم بدفع رسوم استغلال حق الملكية - رسوم سنوية بغض النظر عن الربح والخسارة، هذا بالإضافة إلى رسوم التأسيس (الرسوم المبدئية)	لا يقوم بدفع رسوم مبدئية أو مستمرة

٢. غالباً ما يحصل على المواد الخام من المانح بالأسعار التي يحددها	يحصل على المواد الخام بطريقته الخاصة حسب سعر السوق
٣. ملتزم بتنفيذ كتيب التشغيل الصادر من المانح	غير ملتزم بدليل محدد
٤. غالباً ما يتم تحديد الأسعار مسبقاً من المانح	يقوم هو بتحديد الأسعار
٥. يدفع تكلفة الزيارات التدريبية والاستشارية والمفاجئة	غالباً لا توجد تكاليف استشارية أو مفاجئة
٦. يفرض عليه تكلفة الحملة الإعلانية في حال إنشاء صندوق للحملة	تكلفة الحملة الإعلانية غير مفروضة من الخارج
٧. قد لا يستطيع البيع أو التنازل عن المشروع إلا بموافقة المانح	يمكن بيع المشروع أو التنازل عنه في أي وقت
٨. قد يفرض عليه غرامات مالية من المانح في حالة فشل المشروع	لا يوجد غرامات مالية في حال الفشل

مما تقدم، يمكن القول بأن نظام حق الامتياز (الفرنشايز) نظام يتمتع بالنجاح والسمعة الجيدة وبالتالي فإن قدرته على التوسع والانتشار تكون أكبر بكثير مما هي عليه في نظام المشروع الخاص. ولقد أثبتت التجربة أن هناك فقط مشروع واحد يفشل من بين كل عشرة مشاريع تتبع نظام حق الامتياز (الفرنشايز)، هذا بالإضافة إلى أن ٩٥٪ من المشاريع الجديدة مازالت تعمل بكفاءة خلال السنوات الخمس الأولى من افتتاحها وذلك طبقاً لهيئة الفرنشايز البريطانية (BFA).

هذا، وتشير بعض الإحصائيات الصادرة عن الهيئة الوطنية لمحلي التقييم المعتمدين<sup>١</sup> (National Association of Certified Valuation Analysis - NACVA) في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن عدد الأنشطة الفاشلة في أمريكا قد بلغ ٧١,٨ مليون نشاط في عام ١٩٩٨، في مقابل ١٥٥,١ مليون نشاط بدأ خلال نفس العام. هذا بالإضافة

<sup>1</sup> National Association of Certified Valuation Analysis – NACVA  
(www.nacva.com/index.html)



إلى أن عدد حالات الإفلاس قد بلغت ١,٣٩ مليون حالة، و١,٢٧ مليون حالة إفلاس داخل الولايات المتحدة في عامي ١٩٩٩ و ٢٠٠٠، على التوالي. وربما يشير هذا العدد الكبير لحالات الفشل والإفلاس في الولايات المتحدة الأمريكية إلى حد كبير إلى أن الاستثمار عن طريق حق الامتياز (الفرنشايز) قد يكون أحد الطرق ذات المخاطر الأقل. هذا بالإضافة إلى أن عملية التوسع في مجال حق الامتياز (الفرنشايز) هي إحدى طرق التوسع والانتشار الناجح سواءً فيما يتعلق بالمانح أو الممنوح، فالأول يمكنه التوسع عن طريق الانتشار ليس في دولته فقط بل على مستوى العالم طالما أنه يقدم منتجاً أو خدمة تمت تجربتها وثبت نجاحها، والثاني يمكنه أيضاً التوسع والانتشار عن طريق الحصول على حق امتياز رئيسي (ماستر فرنشايز) أو أن يفتح منافذ جديدة تابعة له في منطقتة الجغرافية. من هنا يمكن القول بأن نظام حق الامتياز (الفرنشايز) يمتلك عوامل أكثر نجاحاً من حيث التوسع والانتشار عن غيره من نظم الاستثمار.

### ٧- المقارنة بين حق الامتياز (الفرنشايز) وأساليب التوسع الأخرى:

في هذا الجزء، سوف نستعرض وسائل التوسع الأخرى التي يمكن أن يلجأ إليها المستثمر صاحب المشروع الناجح كبديل لنظام الفرنشايز، ومقارنة كل منها بنظام الفرنشايز لتوضيح محاور التميز فيما بين الفرنشايز وكل أسلوب من تلك الأساليب.

#### ١/٧ . المقارنة بين حق الامتياز (الفرنشايز) وإنشاء فروع جديدة:

من أساليب التوسع الأساسية للمشروعات الناجحة إنشاء فروع جديدة مملوكة للمشروع الأصلي، إلا أن هذا الأسلوب يستدعي توفير تمويل لهذه الفروع، كما يتطلب مضاعفة الكوادر العاملة بالمشروع لإدارة وتشغيل تلك الفروع. وبمقارنة هذا الأسلوب بالفرنشايز كأداة للتوسع نلاحظ ما يلي من العرض التالي:

م	محور المقارنة	التوسع من خلال الفرنشايز	التوسع من خلال فروع مملوكة للمشروع
١	التمويل	لا يحتاج إلى تمويل	يحتاج إلى تمويل
٢	ملكية المشروع	لا تتأثر	تتأثر في حالة إدخال شركاء للتمويل أو من خلال طرح أسهم للاكتتاب العام
٣	أعباء مالية للغير	لا توجد أعباء مالية للغير	توجد أعباء مالية للغير في حالة الاقتراض لتمويل التوسع
٤	الحصول على رسوم من الغير	يحصل المانح على رسوم المنح من الممنوحين	لا يحصل على رسوم من الغير
٥	حجم الإضافة في أعباء كوادر بشرية	محدود ويكون لأغراض تدريب ومتابعة الممنوحين ومن الممكن تحميل أعبائهم أو جزء منها على الممنوحين.	كبيرة ومتزايدة بتزايد عدد الفروع وقد يصعب السيطرة عليها ومتابعتها مما قد يؤثر على كفاية وربحية الفروع.
٦	نسبة الأرباح	نسبة محددة من أرباح أو إيرادات الممنوحين	كامل أرباح الفروع

ومن هذه المقارنة يتضح أن نظام الفرنشايز يرفع عن المانح كافة أعباء التوسع من خلال الفروع، وبذلك يكون التوسع برأسمال الآخرين (الممنوحين)، وكلما زادت أعداد الممنوحين كلما زادت إيرادات المانح، فضلاً عن أنه يضمن إمكانية استمرار كامل ملكية المشروع للمالك الأصلي دون حاجة لشركاء جدد ودون تحمل مخاطر وأعباء الاقتراض.

## ٢/٧. المقارنة بين حق الامتياز (الفرنشايز) وعقد الوكالة التجاري؛

سنتناول في هذا البند المقارنة بين هذين الأسلوبين بالتركيز على البعد القانوني للعقود المنظمة لكل منهما:

ويبدأ التناول بتعريف كل من عقد الوكالة وعقد الامتياز، ومن خلال التعريف يمكننا تحديد الخصائص التي يتميز بها كل عقد وأوجه الشبه والاختلاف بينهما:

### ١٠/٢/٧. تعريف عقد الوكالة التجارية:

يقصد بالوكالة التجارية ذلك الإمتياز التعاقدي مع المنتج أو من يقوم مقامه في بلده للقيام بالأعمال التجارية سواءً بصفة وكيل أو موزع بأية صورة من صور الوكالة أو التوزيع وذلك مقابل ربح أو عمولة أو تسهيلات، أيًا كانت طبيعتها، ويشمل ذلك وكالات النقل البحري أو الجوي أو البري وأية وكالات يصدر بها قرار من وزير التجارة ١. ومن خلال التعريف المذكور يتضح لنا الآتي:

أ. أن عقد الوكالة التجارية يأخذ أشكالاً مختلفة، فقد يكون عقد وكالة تجارية أو عقد توزيع، وفي كلتا الحالتين فإن الوكيل أو الموزع الذي يوزع المنتجات التي تحمل العلامة، لا يكون له الحق باستعمال العلامة كعلامة منفصلة عن المنتجات التي يوزعها، إنما هو يوزع المنتجات وعليها العلامة، فالموزع لا يحق له أن ينتج منتجات بنفسه ويضع عليها هذه العلامة، ولكي يحق له القيام بذلك يحتاج إلى ترخيص باستعمال العلامة، وعقد التوزيع أو الوكالة لا يتضمن ذلك. ب. أن هناك ثلاثة أنواع من العلاقات التي تنشأ عن عقد الوكالة التجارية وهي:

#### - العلاقة بين الوكيل والموكل

وهذه يحكمها عقد الوكالة المبرم بين الطرفين.

#### - العلاقة بين الموكل والغير:

وهنا نلاحظ ان جميع الأعمال التي يقوم بها الوكيل والعقود التي يبرمها مع الغير تنفيذاً للوكالة تتم باسم ولحساب الموكل، فتصرف آثارها إلى هذا الأخير فيصبح هو الدائن أو المدين تجاه الغير. ومن ثم يكون لكل من الموكل والغير الرجوع على الآخر بالحقوق التي يخولها له العقد الذي أبرمه الوكيل.

#### - العلاقة بين الوكيل والغير:

فالأصل ألا تنشأ أية علاقة قانونية بينهما، لأن الوكيل لا يتعامل معه باسمه وإنما باسم ولحساب الموكل كما رأينا، ولكن إذا تجاوز الوكيل حدود سلطته، فإن أعماله لا تلزم الموكل إلا إذا أجازها، وإذا كان الأصل أن تنتهي مهمة وكيل العقود بمجرد إبرام الصفة ولا يسأل عن متابعة التنفيذ، إلا

أن نظام الوكالات التجارية السعودي ولائحته التنفيذية قرر مسؤولية الوكيل التجاري تجاه الغير عن العقود التي يبرمها في نطاق معين وفي حالات محددة قدرت الدولة ضرورتها حماية لمصالح المستهلكين.

٢/٢/٦. تعريف عقد الامتياز (الفرنشايز):

**لقد قمنا بتعريف عقد الامتياز في موضعه من هذا الدليل وقلنا بأنه:**

عقد يقوم بمقتضاه أحد طرفيه (المانح Franchisor) بالموافقة للطرف الآخر (الممنوح Franchisee) على استخدام حق أو أكثر من حقوق الملكية الفكرية والصناعية أو المعرفة الفنية لإنتاج السلعة أو توزيع منتجاته أو خدماته تحت العلامة التجارية للمانح ووفقاً لتعليماته وتحت إشرافه، وحصرياً في منطقة جغرافية معينة ولفترة محددة مع التزامه غالباً بتقديم المساعدة الفنية، وذلك نظير مقابل مادي. ومن خلال التعريف السابق للامتياز يتضح لنا الاتي:

١. أن عمل الممنوح لا يعتبر فرعاً لعمل المانح وإنما يعد عملاً أو مشروعاً مستقلاً، وذلك تحت الاسم التجاري لصاحب حق الامتياز (الفرنشايز) الأصلي الذي يعرف بالمانح.
٢. إن المشروع أو العمل المدار يكون متشابهاً في الجوهر مع جميع المشاريع أو الأعمال الأخرى التي تدار تحت الاسم ذاته.
٣. أن عقد الامتياز يدار باستخدام طريقة العمل التي يتبعها الممنوح له وذلك بدعم متواصل من المانح نفسه مع تقديم المساعدة التجارية والفنية ضمن مدة زمنية معينة وفقاً للشروط المنصوص عليها في اتفاقية الامتياز الموقعة بين الطرفين لهذا الغرض.
٤. أن عقد الامتياز يكون عادة أكثر تعقيداً من عقد الوكالة التجارية، فهو يتضمن منح الترخيص على العلامة، ومنح تراخيص لاستعمال حقوق ملكية فكرية أخرى، ومنح تراخيص لاستعمال خطط التسويق و التوزيع للمنتجات المعنية ولبعض المعارف التقنية، وهذا يعني أن الترخيص لا يقتصر فقط على

العلامة التجارية، بل يتجاوز ذلك إلى اسم المحل وشعاره وما شابه ذلك بحيث يظهر محل الممنوح تجاه الجمهور بنفس المظهر والهوية العامة الموحدة لكل محلات مانح الامتياز، وعقد الامتياز كما قلنا يغطي أيضاً طريقة البيع وخطط التوزيع والتسويق، ومع هذا كله يجب الانتباه إلى أن كلاً من المانح والممنوح يعتبر كياناً مستقلاً عن الآخر.

### ٣/٧. أوجه التشابه والاختلاف بين عقد الوكالة التجارية، وعقد الامتياز (الفرنشايز) والآثار

المرتبة على ذلك:

#### ١/٣/٧. أوجه التشابه بينهما:

كما ذكرنا سابقاً فإن عقد الامتياز . بالنظر للالتزامات الناشئة عنه من الناحية العملية. يعتبر مزيحاً من عدة عقود، ومن ضمنها عقد الوكالة التجارية الذي يمكن تقسيمه إلى قسمين: عقد وكالة وعقد توزيع، وهناك بعض أوجه شبه بين الامتياز والوكالة، ففي كلا العقدين هناك سلعة أو خدمة يملكها شخص فيقوم الآخر . بناء على اتفاق مسبق بينهما . بتسويقها في منطقة جغرافية محددة ولفترة معينة، وعلى الأغلب يعطي الطرف الأول للآخر حقاً حصرياً بذلك. ويضاف إلى ذلك وجود بعض الالتزامات المتشابهة بينهما في الواقع العملي، مثل الالتزام بالدعاية والإعلان للسلعة أو الخدمة الذي يلتزم به أحدهما أو كلاهما (حسب الشرط التعاقدية)، والالتزام بعدم المنافسة من الطرف الآخر، أي التزامه بعدم تسويق سلعة أو خدمة منافسة لما هو متفق عليه.

#### ٢/٣/٧. أوجه الاختلاف بينهما:

وبالرغم من هذا التشابه فيما بين العقدين، إلا أنه شتان ما بينهما من الناحية الشرعية والنظامية، فالفروق بينهما كبيرة وجوهرية، ويمكن حصر الاختلاف بينهما في النقاط التالية:

## ١- الفرق بين حق الامتياز والوكالة:

أن الوكيل التجاري يعمل باسم الموكل ولحسابه بينما يعمل الممنوح له الامتياز بصفته أصيلاً عن نفسه ولحسابه الشخصي، بالإضافة إلى أن الممنوح له الامتياز لا يتعامل أو يبيع سلعة أو خدمة غيره، بل سلعته أو خدمته هو، وإن كان ذلك تحت مظلة الاسم التجاري للمانح، بخلاف الوكيل الذي يتعامل بسلعة أو خدمة الموكل، سواءً تم ذلك باسمه أو باسم ذلك الموكل. ومن الآثار القانونية المترتبة على ذلك أن الممنوح له الامتياز لا يستحق أجراً أو عمولة نظير وكالته، بالإضافة إلى أن مقر أو محل الممنوح له الامتياز يظهر أمام الجمهور بنفس المظهر والهوية العامة الموحدة لكل محلات مانح الحق، وتبدو متشابهة لجهة اسم المحل وشعاره وديكور المحل وما شابه، بينما قد لا يشترط ذلك في مقر أو محل الوكيل التجاري.

لكل ذلك، فإن الممنوح ليس وكيلاً عن المانح في استخدام الاسم التجاري، ولا يبيع أو تسويق السلعة أو الخدمة موضوع أو محل هذا الاسم، وإنما هو شخصية مستقلة تماماً عن المانح، ويتعامل مع الغير بصفته أصيلاً ولحساب نفسه، وبالتالي فإن آثار تصرفاته مع الغير، سلباً أو إيجاباً، تنعكس عليه مباشرة ولا علاقة للمانح بكل ذلك إلا فيما يتعلق بالاسم والعلامة التجارية.

## ٢- الفرق بين حق الامتياز (الفرنشايز) والتوزيع:

أن الموزع. بخلاف الوكيل التجاري. يتعامل مع الغير باسمه (أي أصيلاً وليس وكيلاً) ولحسابه الشخصي، وتنعكس آثار تصرفاته مع الغير عليه مباشرة، على غرار الممنوح له في عقد الامتياز، ولكن طبيعة العلاقة ما بين الموزع وصاحب السلعة هي علاقة توريد بضائع أقرب ما تكون لعقد البيع، بل هي فعلاً بيع وشراء على دفعات، البائع فيها هو صاحب السلعة، والمشتري هو الموزع، في حين أن العلاقة بين المانح والممنوح هي علاقة خاصة وموضوعها الرئيسي كما ذكرنا، سماح الأول للثاني باستخدام الاسم التجاري لتسويق سلعة يملكها الممنوح وليس المانح، أو خدمة تحمل هذا الاسم مقابل مادي يدفعه الممنوح للمانح، فهي ليست بيع سلعة أو خدمة بأي معنى، وبالتالي لا تطبق عليها أحكام البيع من هذا الجانب.

**آثار التفرقة بين عقد الامتياز وعقد الوكالة بشقيها (الوكالة والتوزيع):**

وتبرز أهمية التفرقة بين عقد الامتياز وعقد الوكالة التجارية بشقيها (الوكالة والتوزيع) في أن الشريعة الإسلامية وبعض الأنظمة ومنها أنظمة بعض الدول العربية، أقرت أحكاماً خاصة للوكالة وأضفت حماية خاصة على الوكيل التجاري من عدة جوانب أهمها:

- في عقد الوكالة فإن حقوق العقد .كتسليم الثمن وقبض المبيع وضمان الدرك والرد بالعيب ونحوه .متعلقة بالموكل لأن الملك ينتقل إليه<sup>٢</sup>، ولا تنتقل حقوق العقد للمانح في عقد الامتياز، وهذا يعني أن الحماية تتمثل في أن جميع التصرفات التي يجريها الوكيل بدون تفريط تعود إلى الموكل.

- في عقد الوكالة التجارية، يعمل الوكيل باسم الموكل ولحسابه مقابل عمولة محددة، بينما في عقد الامتياز يعمل الممنوح لحساب نفسه مقابل نسبة للمانح.

- الأصل ألا تنشأ أية علاقة بين الوكيل والغير الذي تعامل معه بموجب عقد الوكالة، بينما نجد أن الممنوح له الامتياز تكون علاقته مباشرة مع الغير الذي تعامل معه.

- أن هناك ضمان للوكيل التجاري خلاف عقد الوكالة وهو أن له حبس البضاعة التي يحوزها لحساب الموكل انتظاراً لبيعها بموجب عقد الوكالة حتى يستوفي عمولته أو مستحقاته السابقة من الموكل<sup>٣</sup>، بينما لا توجد أية ضمانات للممنوح له الامتياز سوى العقد.

- التزام الممنوح بمدخلات المانح في العملية الإنتاجية (حسب شروط التعاقد).

- التزام الممنوح بنوعية الآلات والمعدات التي يحددها المانح (حسب شروط التعاقد).

- عوائد المانح تمثل بند رئيسي في تكلفة حق الامتياز (الفرنشايز) على الممنوح. مما سبق، يمكن القول بأن عقد الامتياز هو عقد قائم بذاته ومستقل تماماً عن العقود الأخرى التي قد تتشابه معه، ونظراً لحدائته، فإن قوانين الدول العربية بما فيها تلك المطبقة في المملكة العربية السعودية تخلو من أحكام خاصة به، مما يعني خضوعه للقواعد العامة في العقود، وخضوع كل التزام فيه للأحكام الخاصة بالالتزام الشبيه أو المماثل له في عقد من العقود المسماة، وربما يصدق هذا القول على كثير من دول

العالم الأخرى أيضاً، ولكن بالرغم من حداثة، فإن انتشاره في مجال الاستثمار أصبح ملحوظاً ويزداد يوماً عن يوم، مما يكسبه أهمية ظاهرة على الصعيدين الاقتصادي والقانوني في العالم.

## ٨. المراحل التي يمر بها مشتري حق الامتياز (الفرنشايز)

هناك مراحل عدة يمر بها مشتري حق الإمتياز (الفرنشايز) وذلك في حال رغبته في الاستثمار عن طريق نظام حق الامتياز (الفرنشايز)، وهذه المراحل هي:

### ١/٨ . البحث عن حق الامتياز (الفرنشايز) المناسب:

في هذه المرحلة، يبدأ المستثمر بالبحث عبر الإنترنت أو من خلال وسائل البحث الأخرى، ومنها على سبيل المثال، الملحقيين التجاريين بسفارات الدول الأجنبية، وهيئات حق الامتياز (الفرنشايز) في الدول المعنية.. الخ، عن فرص الاستثمار المتاحة في المجال الذي يحدده، بهدف الحصول على أسماء المانحين في المجال المحدد. وعليه ألا يقصر بحثه على بلد واحد فقط بل ينبغي الرجوع إلى مانحي النشاط المرغوب في أكثر من دولة لإمكان المفاضلة بين إمكانياتهم بغرض الوصول إلى أحسن الفرص المتاحة اقتصادياً والمناسبة بيئياً في المجال المراد الاستثمار فيه.

١. م' من اللانحة التنفيذية لنظام الوكالات التجارية.

٢. كشف القناع عن متن الإقناع، ج٣، طبعة ١٤٢٠هـ، ١٩٩٩ - بيروت، ص. ٥٠٨.

٣. العقود التجارية وعمليات البنوك في المملكة العربية السعودية للدكتور محمد حسن الجبر، طبعة ١٤٠٤هـ، ص. ١١٩.



## ٢/٨. مرحلة الدراسة:

بعد تحديد مجال الاستثمار والحصول على عناوين المانحين في دول مختلفة للنشاط المرغوب، يتم البدء بمراسلتهم للحصول على المعلومات الخاصة بمتطلبات إقامة النشاط مثل: رأس المال المطلوب. المكان والمباني اللازمة لمزاولة النشاط. نوعية مستلزمات التشغيل المطلوبة. نوعية القوى العاملة المطلوبة وخبراتها. أصول التشغيل اللازمة. طرق الدعم والمساندة المختلفة من المانحين.

ومن ثم يقوم المستثمر بعملية دراسة جدوى مقارنة لعروض كل مانح متضمنة المزايا والفوائد التي سوف يحصل عليها من كل مانح على حده، بغرض الوصول إلى قرار بأفضل العروض جدية وربحية ومناسبة للتنفيذ بالبيئة المحلية. والمفاضلة بين المزايا التالية على سبيل المثال لا الحصر تساعد المستثمر في اتخاذ القرار المناسب:

١/٢/٨. **السمعة والانتشار للمنتج** موضوع البحث ونسبة رسوم الامتياز المطلوبة.

٢/٢/٨. **حجم التجهيزات الرأسمالية المطلوبة** بما في ذلك متطلبات التأسيس من أثاث وديكور وخلافه.

٣/٢/٨. **مساحة المكان المطلوب إقامة النشاط عليه** ومتطلبات تأهيله لمباشرة النشاط.

٤/٢/٨. **قيمة رأس المال العامل** ودورة النشاط اللازمة للإنتاج.

٥/٢/٨. **الدعم والمساندة التي يلتزم بتقديمها المانح** فيما يخص التدريب والدعاية والإعلان.

٦/٢/٨. **طبيعة المواد الخام ومستلزمات الإنتاج** اللازمة لمباشرة العملية الإنتاجية.

## ٣/٨. مرحلة المفاوضات وتوقيع العقد:

بعد اختيار المانح المناسب، تبدأ مفاوضات الحصول على حق الامتياز (الفرنشايز) المطلوب ومن ثم إعداد مسودة التعاقد وملحقاته ومراجعتها، وفي هذا المجال نود التذكير بالتوصيات السابق ذكرها تحت بند «أهم الحقوق والالتزامات الواجب التنبه لها من طرفي التعاقد»، والمتعلقة بالتوصية الخاصة بالاستعانة بخبير قانوني وآخر مالي في مجال حق الامتياز (الفرنشايز) للمراجعة وإبداء الرأي قبل التعاقد، ثم يلي ذلك كتابة العقد في صيغته النهائية بعد موافقة جميع الأطراف على نقاط المفاوضات السابقة والتوقيع عليه.

وهنا يجب التأكيد على ضرورة توثيق التعاقد لدى الجهات الرسمية المختصة ودفع الرسوم المبدئية أو رسوم جدية التعاقد، والتي يحددها المانح في العقد لإظهار الجدية في التعاقد وحفاظاً على حقوق الممنوحين.

#### ٤/٨ . مرحلة بدء تنفيذ وتشغيل المشروع:

في هذه المرحلة التي تعتبر من أصعب المراحل وأهمها، والتي على أساسها يتحدد نجاح المشروع من عدمه، يبدأ العمل الجاد في إقامة وتنفيذ المشروع من خلال الخطوات التالية:

#### ١/٤/٨ . التجهيز لإعداد مقر النشاط:

وفيها يتم الإعداد لتجهيز جميع متطلبات مقر النشاط للبدء في الإنتاج، وهذه المرحلة تماثل المرحلة الثانية من مراحل الإعداد والتنفيذ للإنتاج الخاصة بمشروع مانح الامتياز والسابق ذكرها.

#### ٢/٤/٨ . التدريب:

وفيها يتم تدريب القوى العاملة على الطرق الفنية للإنتاج أو تقديم المنتج أو الخدمة أو الأعمال المالية والإدارية لفرق العمل المختلفة، حسب ما هو وارد في كتيب التشغيل الخاص بالمانح.

#### ٣/٤/٨ . بداية التشغيل:

هذه المرحلة هي بداية التشغيل التجريبي، تليها مرحلة التشغيل التجاري، والتي ينبغي أن تتم حسب الطرق الفنية للتشغيل المتفق عليها مع المانح، ويجب أن تكون البداية وفق خطة عمل مدروسة ووفقاً لخطوات عمل محددة سلفاً بما يؤدي إلى نجاح الافتتاح وإعطاء انطباع جيد للعملاء وكذلك للمانح.

وخلال هذه المرحلة، يتعين على الممنوح الحصول على أقصى استفادة من النظم الفنية والمالية والإدارية، وكذلك من نظم الدعم والتدريب والبحث والتطوير والمساعدات في مجالات البيع والتسويق والتخطيط وإدارة المخازن المطبقة بنجاح لدى المانح.

وتعتبر هذه المرحلة مرحلة عنق الزجاجة بالنسبة للممنوح، إذ تضعه على المحك، وتعتبر بداية التشغيل الفعلي للمشروع وتستلزم منه القيام بالمتابعة الجدية لجميع أوجه سير العمل من إنتاج والتزام بالخطط التشغيلية وتقديم الخدمات للجُمهور ومعرفة مدى انطباق العملاء عن المنتج أو الخدمة المقدمة، وكذا مدى تقدم وفاعلية برامج الدعاية والإعلان التي يضعها المانح إلى آخر شؤون إدارة المشروع، وهنا على الممنوح بذل قصارى جهده في الاعتماد على النفس ليثبت جديته في المحافظة على المشروع وإدارته بطريقة صحيحة أمام المانح.

وقد يواجه الممنوح الكثير من المشكلات والصعوبات عند بداية النشاط نتيجة لقلّة خبرته اللازمة في مجال العمل، مما يستلزم الحاجة إلى المساندة والدعم، وعليه في هذه الحالة طلبها من المانح لمساندته والوقوف إلى جانبه لتخطي هذه الظروف.

كما قد تستلزم ظروف سير المشروع طلب العمل المشترك مع المانح للمساعدة في تخطي العقبات أو المشكلات التي تواجه سير العمل في مجالات الإنتاج أو التسويق. لذلك يجب على الممنوح ألا يتردد في طلب المعونة من المانح لسابق خبرته في التعرض لمثل هذه المشكلات ومعرفته الجيدة لكيفية التغلب عليها بطريقة سليمة قد تمكن الممنوح من تخطي العقبات والانطلاق الجيد بالنشاط للوصول إلى بر الأمان.

### 9- مراحل نمو مانح حق الامتياز:

تمر عملية إنشاء مشروع حق الامتياز (الفرنشايز) بعدة مراحل، بعضها يستلزم إقامة المشروع للوقوف على أرض صلبة حتى يستطيع مواجهة الشركات المنافسة في السوق، والأخرى تستلزمها عملية الانتشار والتوسع المستقبلية نتيجة لما قد يحققه المشروع من نجاحات تؤهله للتوسع والانتشار نتيجة الإقبال عليه سواءً من المستهلك أو من المستثمرين، وتشكل هذه المراحل سلسلة متتابعة كما يلي:

## ١/٩ . المرحلة الأولى: مرحلة الدراسة:

- قبل البدء بإقامة أي مشروع، لا بد من إجراء دراسة جدوى للمشروع تشتمل فيما تشتمل على النقاط الرئيسية التالية بهدف تقرير مدى جدوى المشروع:
- ١/١/٩ . **نوع النشاط المطلوب** ومدى ملاءمته للمستهلك وللبيئة المقام فيها.
  - ٢/١/٩ . **إعداد التجهيزات الرأسمالية** المناسبة والمتوافقة مع تقنيات الإنتاج أو مع طريقة تشغيل الخدمات اللازمة للمشروع.
  - ٣/١/٩ . **إعداد الهيكل التنظيمي والإداري** ومتطلباته من القوى البشرية العاملة اللازمة للتشغيل، وإعداد نظم وإجراءات العمل.
  - ٤/١/٩ . **مدى توافر مكونات التشغيل** والقوى العاملة اللازمة لإدارته.
  - ٥/١/٩ . **الهيكل التمويلي للمشروع** وإمكانية تحقيقه سواءً بالتمويل الذاتي أو المشاركة مع جهات تمويل أخرى.
  - ٦/١/٩ . **إمكانيات التسويق والبيع** المتاحة ومدى المنافسة لباقي المنافسين في هذا المجال.
  - ٧/١/٩ . **الجدوى الاقتصادية** للمشروع.

## ٢/٩ . المرحلة الثانية: مرحلة الإعداد والتنفيذ:

- بعد اتخاذ القرار بجدوى المشروع، تبدأ الإجراءات التنفيذية للمشروع والمتمثلة في:
- ١/٢/٩ . **إجراء التعاقدات** لشراء أصول التشغيل.
  - ٢/٢/٩ . **البدء في إجراءات تعيين القوى العاملة اللازمة** وفقاً للجدول الزمني المنظم لذلك ومباشرة البرامج التدريبية المعدة حسب الخطة.
  - ٣/٢/٩ . **تجهيز الإجراءات اللازمة** للتعامل مع الجهات الخارجية (البنوك . الموردين . الجهات الرسمية .. الخ).
  - ٤/٢/٩ . **إجراء فترة التجارب** اللازمة للإنتاج التجريبي واختباره قبل بدء الإنتاج التجاري.
  - ٥/٢/٩ . **الإعداد الجيد** للإعلان عن بدء النشاط.
- إن الإعداد والتنفيذ الجيد لهذه المرحلة سوف يتوقف عليه إلى حد كبير نجاح مسيرة المشروع مستقبلاً.

### ٣/٩. المرحلة الثالثة: مرحلة التشغيل

تعتبر مرحلة بداية التشغيل التجاري مرحلة مهمة، حيث أنها بداية تقديم المنتج / الخدمة للمستهلك وتعريفه بها، والتي على أساس قبولها من عدمه ستبنى قوة الإسم التجاري للمشروع ويتحدد مدى انتشاره في السوق، وتسمى هذه المرحلة «مرحلة عنق الزجاجة» والتي في حال نجاحها تبدأ عملية الإنطلاق الناجح للمستقبل.

### ٤/٩. المرحلة الرابعة: مرحلة التطوير:

إننا نعيش اليوم في عالم متطور وشديد التقلب، ويشهد ظهور العديد من الإكتشافات والإختراعات بطريقة غير مسبوقة، لذلك فإن متابعة التغيرات المؤثرة على مجال النشاط تعتبر عاملاً مهماً للبقاء في السوق والمحافظة على النجاح المحقق، ويتم ذلك من خلال القيام بأعمال البحث والتطوير Research & Development والتي ينبغي النظر إليها باعتبارها عملية مستمرة في حياة المشروع تهدف إلى التطوير المستمر للسلعة / الخدمة، ولا ينبغي أن يقتصر مجال التطوير على السلعة / الخدمة فقط، بل يجب أن يتناول جميع أوجه النشاط من قوى عاملة و مواد خام وتعبئة وطرق صيانة .. الخ.

### ٥/٩. المرحلة الخامسة: مرحلة التوسع ومنح حق الإمتياز (الفرنشايز)

بعد أن أصبح المشروع حقيقة واقعه وواضحة في السوق وعلامة من العلامات البارزة في دنيا الأعمال، يستطيع المالك عندئذ البدء بمرحلة التوسع سواءً على المستوى المحلي أو الدولي، وهي ما يعرف بمرحلة منح حق الإمتياز (الفرنشايز) للآخرين، وتعتبر هذه المرحلة هي الإنفتاح على العالم الخارجي ليس فقط لمانح حق الإمتياز (الفرنشايز) بل وللدولة التي ينتمي إليها المانح، وهو هدف يسعى إليه كثيرون من المستثمرين للإنتشار على المستوى العالمي لحصد وجني ثمار المجهود في الفترة السابقة والمتمثل في الحصول على الأموال من الممنوحين مقابل منحهم الإسم التجاري وخبرة نظام العمل. وتعتبر مرحلة منح حق الإمتياز (الفرنشايز) من أفضل طرق الإنتشار وتكوين الشركات العالمية.

## ٦/٩- المرحلة السادسة: المراقبة ومتابعة الأداء:

تتسم هذه المرحلة بضرورة الإشراف الدوري والمفاجئ على عمل وطريقة أداء الممنوح بهدف التأكد من التزامه بطريقة العمل وكافة الشروط والمواصفات الواجب اتباعها حسب الاتفاقيات الموقعة بهذا الخصوص. وتعتبر هذه المرحلة مرحلة هامة جداً للمانح لأن عدم التزام الممنوح بطريقة العمل قد يؤدي إلى الإضرار بجودة وسمعة السلعة / الخدمة المنتجة بموجب العلامة التجارية الممنوحة، لذلك كان لا بد من المراقبة الدورية المستمرة على سير العمل والتأكد من التزام الممنوح بطريقة العمل المتفق عليها، مع تقييم الأداء والنتائج بصفة مستمرة حتى يمكن عمل خطة التطوير اللازمة. وأخيراً، نعيد التأكيد على أنه لما لعملية التطوير من أهمية كبيرة في دعم وتطوير المشروعات، فإنه من واجب المانح الاستمرار في تزويد الممنوح بالإرشادات والخبرات المكتسبة باستمرار للوصول إلى الأهداف المرجوة.

### ١- مقاييس ومعايير المفاضلة بين الشركات المانحة:

تعتبر عملية المفاضلة بين الشركات المانحة من أهم المراحل التي يتعين على الممنوح دراستها وتحليلها بشكل جيد حتى يتسنى له اختيار المانح الذي يساعد على إنجاح المشروع منذ البداية. فعلى سبيل المثال، هناك مانح يقوم بفرض رسوم استغلال حق الملكية (رسوم مستمرة) مرتفعة وآخر لديه رسوم مستمرة أقل، إلا أن الأول لديه اسم وعلامة تجارية أقوى يطلبها المستهلك في منطقة الممنوح ويفضلها على الاسم والعلامة التجارية الأخرى ذات الرسوم الأقل، ومن هنا ينبغي الموازنة بين المنافع والتكاليف الخاصة بكل مانح.

والسطور التالية توضح أهم المقاييس والمعايير التي ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار لاختيار المانح الأفضل من بين عدة مانحين في نفس النشاط:

### ١٠/١ . الحصول على بيانات من عدة جهات مانحة:

عند أخذ القرار بالحصول على حق الامتياز (الفرنشايز)، وبعد تحديد نوعه، تكون الخطوة التالية هي الحصول على بيانات من عدة جهات مانحة بشرط أن تكون البيانات

متكاملة وشاملة، وذلك عن طريق إرسال طلبات إلى الجهات المانحة بذلك، وقد سهل وجود شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) من سبل البحث عن بيانات المانحين وكل ما يتعلق بهم.

### ٢/١٠. الشروط الواجب توافرها عند المفاضلة:

#### ١/٢/١٠. تاريخ الإنشاء:

كلما كانت الشركة عريقة وقديمة في السوق، كلما كان ذلك يعكس خبرتها السوقية وإمكانية الاستفادة من هذه الخبرة، وعموماً فإن الشركات التي يزيد عمرها على (١٠) عشرة أعوام في السوق يمكن النظر إليها بعين الاعتبار عند المفاضلة.

#### ٢/٢/١٠. بداية الانتشار:

ينبغي الأخذ في الاعتبار متى بدأت تلك الشركة في منح الامتياز وما هي الشركات التي طلبت الحصول على حق الامتياز منها، ومدى انتشارها في السوق سواءً المحلي أو العالمي.

#### ٣/٢/١٠. حجم ونشاط الشركة:

ينبغي الاهتمام بهذه النقطة كثيراً عند المفاضلة بين الجهات المانحة، حيث أن حجم الشركة المانحة وعدد فروعها يدل على مكانتها في السوق ويعكس ذلك، فكلما زاد عدد فروعها كلما دل ذلك على قوة وعمق هذه الشركة في التنظيم والإدارة.

#### ٤/٢/١٠. المناطق الممنوحة:

كلما كانت الشركة قوية وكبيرة، كلما زادت المناطق الممنوح فيها حق الامتياز (الفرنشايز)، وكلما انعكس ذلك بالتالي على قوة الشركة، وينبغي عندئذ الوقوف على ما إذا كان لهذه الشركة مناطق عالمية لمنح حق الامتياز أو أنها محلية فقط، حيث أن المناطق العالمية تدل على قدرة الشركة على إدارة حق الامتياز (الفرنشايز) رغم بعد المسافات.

### ٥٠٢/٠٥. قيمة حق الامتياز (الفرنشايز):

من أهم العوامل المؤثرة في المفاضلة بين الجهات المانحة قيمة حق الإمتياز، حيث أن القيمة غير ثابتة وتتغير بتغير الاسم التجاري واسم الشهرة، والمنطقة الممنوحة وكذلك السلعة التي سيتم التعامل بها، وحجم العائد عند دفع هذه المبالغ مقابل حق امتياز (فرنشايز) معين، وهل يمكن تعويض المبالغ المدفوعة وخلال أية فترة زمنية.

### ٥٠٢/٠٦. النظام المتبع للشركة:

يجب دراسة ومعرفة النظام الذي يتبعه المانح وكيفية تطوير هذا النظام، وطريقة العمل به وإمكانية استخدام هذا النظام في بلد آخر، بالإضافة إلى دراسة تكلفة هذا النظام ومقارنته بالأنظمة الأخرى التي تؤدي نفس الغرض.

### ٥٠٢/٠٧. السلعة أو الخدمة المقدمة للعميل:

يجب دراسة السلعة ومعرفة مدى تقبل العميل لها ومقدار الإقبال عليها، وكذلك حجم الإنتاج من هذه السلعة، وحجم مبيعاتها، ومدى قبول المستهلك لهذه السلعة.

### ٥٠٢/٠٨. المركز المالي للمانح:

عند المفاضلة بين الشركات المانحة ينبغي دراسة المركز المالي للشركات التي نفاضل بينها، والاطلاع على قوائمها المالية المعتمدة للتأكد من حجم المبيعات والأرباح، فهناك نسب مالية متعارف عليها لقياس قوة الشركة المانحة. بعد دراسة النقاط السالفة الذكر، يمكن الإجابة على أسئلة عديدة يتم من خلالها التعرف على الشركة التي يمكن اختيارها ومدى ملاءمتها، واختيار الشركة المناسبة للحصول منها على حق الامتياز (الفرنشايز). وهي الشركة التي تتوافر فيها العناصر الأساسية وتكون قيمة حق الإمتياز (الفرنشايز) فيها مقبولة، بعد ذلك يمكن البدء بالمفاوضات اللازمة للحصول على حق الامتياز (الفرنشايز) بشرط دراسة كل بند من الاتفاقيات بعناية فائقة لتلافي أية مشكلات فيما بعد.



## الـ كيفية الحصول على حق الامتياز (الفرنشايز):

إن مما لا شك فيه أن قرار الاستثمار في مجال حق الامتياز (الفرنشايز) هو من أصعب القرارات التي قد يتخذها المستثمر، حيث أنه يقوم بإنفاق أمواله في مشروع محدد تظل عوامل النجاح أو الفشل فيه قائمة، لذا فإنه من الضروري البحث والاستقصاء جيداً بالإضافة إلى الاستعانة بالمختصين في المجالات المختلفة من محامين وماليين وخبراء في مجال حق الامتياز (الفرنشايز). ويعني حق الامتياز (الفرنشايز) المزج بين نشاط قائم (المانح) وقادم جديد لامتلاك النشاط (الممنوح)، فالأخير يقوم بشراء الحق لاستساح حزمة النشاط بالكامل من المانح في منطقة جغرافية محددة ولفترة محددة مرفقة بالتدريب والدعم الكاملين من المانح، كما يقوم الممنوح باستثمار رأسماله ومجهوداته وأية خبرات سابقة في إقامة نشاطه المنسوخ من نشاط المانح. وعلى الجانب الآخر، نجد أن المانح يقوم بتزويد الممنوح بنشاط جاهز وتام التأسيس، تم اختيار شكله وإسمه، كما يزوده بقوة النشاط ومعرفته الفنية، إضافة إلى التدريب ودعم الخدمات، كما يحصل الممنوح أيضاً على منفذ جديد في منطقة جغرافية جديدة بالقليل من رأس المال المستثمر في منتج المنفذ الجديد.

إن الحصول على حق الامتياز (الفرنشايز) يتطلب الكثير من المراحل والإجراءات والبحث المتعمق حتى يمكن للممنوح الوصول إلى القرار السليم في اختيار وتحديد نوع النشاط الذي يتناسب وقدراته المالية والشخصية. وبرغم وجود ما يسمى بالدليل الموصل إلى حق الامتياز (الفرنشايز) والذي يعتبر أحد العوامل المساعدة في الحصول على حق الامتياز (الفرنشايز) إلا أنه لا يوفر جميع مصادر البحث المتاحة عند شراء أو امتلاك حق امتياز (فرنشايز) لنشاط ما، ولكنه يركز على الاتجاه الصحيح والكيفية التي ينبغي أن يبدأ بها المستثمر نشاطه، ويتناول هذا الدليل الآتي:

### ١/١١ . مؤهلات ومقومات صاحب المشروع:

إن الدخول في نشاط جديد عن طريق حق الامتياز (الفرنشايز) يتطلب أن يقوم صاحب المشروع بطرح بعض الأسئلة على نفسه قبل البدء بالمشروع وهو ما يطلق عليه «مؤهلات

ومقومات صاحب المشروع» والتي وضعها خبراء حق الامتياز (الفرنشايز)، وهذه هي الأسئلة:

### ١/١/١١. ما هي الحالة الصحية لطالب حق الامتياز؟

هل يعاني طالب حق الإمتياز من مرض معين مثل القلب أو السكر أو غيره؟ وهل تتحمل حالته الصحية بشكل عام ضغوط ومشاكل العمل، كونه صاحب العمل؟

### ٢/١/١١. ما هي الأموال المتاحة للإنفاق على هذا النشاط؟

هل يمكن تحمل المخاطر المحتملة نتيجة شراء نشاط حق الامتياز (الفرنشايز)؟

٣/١/١١. كم يكلف شراء مشروع حق الامتياز (الفرنشايز) من مال بما في ذلك رسوم التأسيس (الرسوم المبدئية) والمصاريف الرأسمالية والتشغيلية في السنة الأولى؟

### ٤/١/١١. ما هي خطة تمويل المشروع؟

هل خطة تمويل المشروع تعتمد على أموال صاحب المشروع الخاصة؟ وهل هناك إمكانية للاقتراض؟

### ٥/١/١١. الاقتراض:

هل سيوافق البنك أو غيره على التمويل؟ وهل يمكن أخذ الموافقة المبدئية على الاقتراض؟

٦/١/١١. ما هو حجم ونوع الدعم الذي سيحصل عليه صاحب المشروع من المانح؟

٧/١/١١. هل يملك صاحب المشروع المهارات الخاصة التي يتطلبها مثل هذا المشروع والتي تؤهله للاستثمار في مثل هذا النشاط؟

٨/١/١١. هل يملك صاحب المشروع القدرة على القيام بدور تسويقي مهم لتنشيط منتجاته؟

٩/١/١١. هل يعتبر صاحب المشروع من النوع القلق الذي لا يشعر بالأمان؟

١٠/١/١١. ما هي خصائص شخصية صاحب المشروع وما هي نقاط الضعف والقوة لديه لإدارة النشاط؟

١١/١/١١. **في حالة إذا ما فشل المشروع** لا قدر الله، ما هي حقوق صاحب المشروع وما هي النتائج المترتبة على وضعه المالي في المدى الطويل؟

١١/١/١٢. **هل يقوم المانح** بالمزايدة أو المقايضة مع الممنوحين وما دور المانح في الدعم المالي لنظام الامتياز الخاص به؟ وماذا عن خطاب الإفصاح (خبرة المانح)؟ ومن هنا، فإن على صاحب العمل أن يفكر في هذه الأسئلة ملياً ويتناول هذه المواضيع بجدية ومن ثم يقرر ما إذا كان قادراً على الدخول في النشاط من عدمه؟

### ١١/٢. **بناء الفريق الناجح:**

غالباً ما نسمع البعض يقول أنه «يريد توفير بعض المال» في مراحل اختيار حق الامتياز (الفرنشايز) المطلوب من خلال العمل بأنفسهم أو الاستعانة ببعض أفراد العائلة، وذلك بدلاً من الإستعانة بالاستشاريين المتخصصين في هذا المجال. ولا شك أن ذلك قد يكلف الكثير من المال، لأن التوفير في الضروريات قد يؤدي إلى نتائج مكلفة، فتكوين فريق ناجح من الإختصاصيين وخبراء القانون والمال والدعاية والإعلان بالإضافة إلى الإدارة المنتقاة بصورة جيدة لإدارة المشروع سوف يؤدي بالضرورة إلى نجاح المشروع. ويمكن الاستعانة كذلك باختصاصيين من هيئات حق الامتياز (الفرنشايز) التي تقوم بالإشراف على وتنظيم العلاقة بين طرفي حق الامتياز (الفرنشايز) بطريقة عادلة. ولكتوين فريق ناجح، ينصح مشتري حق الامتياز (الممنوح) بأن يأخذ في الاعتبار ما يلي:

١١/٢/١. **وضع الخطة المالية** للمشروع والتي تشمل امتلاك أو استئجار موقع العمل ورسوم التأسيس والعمولات، وهنا ينبغي استشارة محاسب مالي متخصص في صناعة حق الامتياز (الفرنشايز) لوضع الخطة المالية.

١١/٢/٢. **استشارة خبير قانوني** لديه خبرة واسعة في اتفاقيات حق الامتياز (الفرنشايز) لمراجعة العرض والمساعدة في تأسيس النشاط. وتجدر الإشارة إلى أن معظم هيئات حق الامتياز (الفرنشايز) في الدول المتقدمة لديها ما يعرف بالخط القانوني، حيث ينبغي الرجوع إليها فيما يخص بالاتفاقيات وكتابة العقود، وخضوع هذه الاتفاقيات

لما يعرف بقواعد الاتفاق العادل، والقواعد الأخلاقية لممارسة المهنة، وغيرها من القواعد والإجراءات التي تطبقها هذه الهيئات على طرفي العقد.

### ٣/١١. الوصايا الثمان:

هناك ثمان وصايا مهمة جداً تضعها الكثير من هيئات حق الامتياز (الفرنشايز) مثل هيئة الفرنشايز الأوروبية وكذلك هيئة الفرنشايز الأمريكية لكل من أراد الدخول في مجال حق الامتياز (الفرنشايز)، وهذه الوصايا الثمان:

١/٣/١١. **اختيار شركة حق الامتياز** (الفرنشايز) التي تهدف في المقام الأول إلى توزيع نوعية جيدة من المنتجات والخدمات. وعلى الرغم من أن هذا الهدف يعتبر واضحاً إلا أن هناك كثير من الشركات، إذا لم يكن أغلبها، تضع هدف البيع في المقام الأول مع رغبة أقل في جودة ونوع المنتج أو الخدمة.

٢/٣/١١. **التأكد من أن الشركة المانحة** لحق الامتياز (الفرنشايز) التي يتم التعاقد معها تركز مجهوداتها في آليات توزيع منتجاتها وخدماتها كأحد أولوياتها. كما أن على المستثمر التأكد من عدد منافذ البيع لدى الشركة وكيف تقوم بتوزيع منتجاتها من خلال سلاسل المحال كالسوبر ماركت وغيرها.

٣/٣/١١. **التأكد من وجود** طلب كاف على المنتج أو الخدمة محل البحث في سوق المستثمر.

٤/٣/١١. **اختيار حق امتياز** (فرنشايز) لديه علامة تجارية مقبولة جداً ومشهورة.

٥/٣/١١. **إجراء تقييم لخطة نشاط المانح** ونطاقه التسويقي لمعرفة ما إذا كان النشاط مؤسساً بطريقة جيدة، وأن هناك خطط تسويقية متكاملة، وأن هناك تدريب ودعم كامل للممنوح.

٦/٣/١١. **محافظة المانح على علاقة طيبة** مع الممنوحين لكي يتسنى لفريق عمل الممنوح التشاور والتحاور معه، وعدم سماح المانح بالتشاور والتحاور مع الممنوحين يدل بالتأكيد على أن هناك مشكلات سوف تظهر على السطح. وعلى العكس تماماً، فإن من شأن التعاون والمشاركة القوية بين الطرفين أن تمهد الطريق لحق امتياز (فرنشايز) ناجح.

٧/٣/١١. **التعامل فقط مع المانحين** الذين يحرصون على إجراء توقعات لإيرادات المشروع وتوضيح العائد على الاستثمار. ولا ينبغي الثقة بالمانحين الذين يدعون بأن ذلك ممنوع قانوناً وأنه يحظر عليهم تقديم أدلة على الأداء الفعلي للمشروعات. بل على العكس من ذلك، فإن معظم القوانين واللوائح والإجراءات في الدول المتقدمة تشجع على قيام المانح بتزويد الممنوح بكشف يوضح الإيرادات المتوقعة للممنوح قيد البحث.

٨/٣/١١. **اختيار المانح الذي** يدعم وثيقة حقوق الممنوح الصادرة من هيئة حق الامتياز (الفرنشايز) في الدولة المعنية ويوافق على احترام وتفعيل هذه الحقوق لصالح الممنوح.

٩/٣/١١. **يضيف الاستشاري** من جانبه بند «معدلات ربحية النشاط التاريخية والمستقبلية المتوقعة»، والتي يجب على الممنوح أيضاً مناقشتها بشكل مفصل مع المستشار المالي المتخصص في نظام الفرنشايز.

#### ٤/١١. إجراءات تسجيل عقد الامتياز (الفرنشايز) في وزارة التجارة بالمملكة:

بما أن عقد الامتياز يخضع لأحكام نظام الوكالات التجارية، فإن جميع إجراءات التسجيل المنصوص عليها في المادة (٢٢) من نظام الوكالات التجارية هي نفسها المتبعة عند تسجيل عقد الامتياز التجاري، وهي كالتالي:

١/٤/١١. **يقدم طلب** تسجيل عقد الوكالة أو التوزيع على النموذج المعد لذلك بعد استيفاء كافة البيانات الواردة بالنموذج المشار إليه خلال ثلاثة شهور من بداية سريان عقد الوكالة أو التوزيع.

٢/٤/١١. **يرفق بالطلب عقد** الوكالة أو التوزيع الأصلي مصدقاً عليه من الجهات المختصة حسب الأصول وصورة منه.

٣/٤/١١. **ترجمة العقد الأصلي** إلى اللغة العربية من أحد مكاتب الترجمة المرخص لها بذلك، وكذا أية وثائق أخرى مرفقة بالعقد إذا كانت محررة بلغة أجنبية.

٤/٤/١١. **نسخة من استمارة** السجل التجاري الرئيسي أو الفرعي الذي يسمح بمزاولة أعمال الوكالة أو التوزيع.

٥/٤/١١. إقرار خطي من طالب التسجيل سواءً كان فرداً أو شركة بأن رأس المال سعودي بالكامل وأن من له حق الإدارة والتوقيع سعودي الجنسية.

٦/٤/١١. شهادة من الغرفة التجارية تفيد بسداد الاشتراك المستحق على طالب التسجيل.

ويتقدم الوكيل التجاري أو الموزع خلال شهر من تاريخ إصدار شهادة القيد إلى مكتب السجل التجاري المختص للتأشير بها في سجله التجاري، (هذا وسوف نستعرض هذه الإجراءات بشكل مفصل في ما يلي من صفحات عند حديثنا عن البيئة التشريعية).

١٢. أهم مكونات اتفاقية حق الامتياز (الفرنشايز):

نظراً لطبيعة عقد حق الامتياز (الفرنشايز) المرتبطة بنقل المعرفة الفنية، والترخيص باستعمال ألصق حقوق الملكية الفكرية بالمانح، فإن عقود حق الامتياز (الفرنشايز) تأتي في العادة مطولة ومركبة بحيث تحتوي على عدد من الملاحق التفصيلية التي تستند إليها بنود العقد عند الحاجة للتفصيل.

وتتميز آلية الاعتماد على الملاحق بإعطاء المرونة للمتعاقدين للتطوير والتعديل في كل ملحق على حدة دون التأثير على شروط العقد العامة، وسوف نتعرض هنا إلى محتوى الوثيقة الرئيسية لعقد حق الامتياز (الفرنشايز)، وكذلك أهم الملاحق المرفقة به عادة:

١/١٢. محتوى الوثيقة الرئيسية لعقد حق الامتياز (الفرنشايز):

تحتوي الوثيقة الرئيسية لعقد حق الامتياز (الفرنشايز) على الأحكام العامة للعقد وإطار التزامات الطرفين وآلية حل النزاعات، وغير ذلك، وسوف نتطرق إلى أهم بنود العقد على النحو التالي:

١/١/١٢. مقدمة أو تمهيد:

كمبدأ عام في العقود، فإنها ينبغي أن تكون نافية للجهالة والغرر، ولهذا فإنه لا بد من تعريف الأطراف محل التعاقد تعريفاً وافياً يبين فيه الاسم المسجل رسمياً وأرقام وثائق التسجيل ومصدرها وتاريخها واسم وصفة ممثلي المتعاقدين، وبعد ذلك تأتي مقدمة العقد التي يجب أن تتضمن بشكل موجز التعريف بطبيعة نشاط حق الامتياز

(الفرنشايز) الذي يشكل الخلفية العامة لارتباط المانح والممنوح بعقد حق الإمتياز (الفرنشايز)، ويتم ذكر المنتجات والعلامات ونطاق العقد، وبيان رغبة الطرفين في إيجاد علاقة تعامل لخدمة مصالحهما المشتركة.

## ٢/١/١٢. الإيجاب والقبول:

البند الثاني الذي يلي المقدمة والذي ينبغي أن ينص على التوافق والإيجاب والقبول بين الطرفين فيما يتعلق بالعنصر الأساسي في عقد الإمتياز وهو منح حق الإمتياز (الفرنشايز) للممنوح الذي يكون له بموجب ذلك الحق في استعمال العلامة التجارية، والشروط الأساسية المباشرة المتعلقة بممارسة حق الاستعمال هذا.

## ٣/١/١٢. حصرية العقد:

يبين في هذا البند مدى حصرية الترخيص، فإن كان الترخيص حصرياً فإنه ينبغي أن ينص على ذلك صراحة، مع بيان النطاق الجغرافي لهذه الحصرية. أما في حالة الترخيص غير الحصري، فينبغي ذكر ذلك أيضاً، وذكر ما إذا كان من حق مانح الإمتياز أن يقوم بمنح تراخيص أخرى مماثلة في نفس المنطقة لأشخاص آخرين، أو أن يستعمل هذا الحق بنفسه بمنطقة العقد على نفس المنتجات.

## ٤/١/١٢. نطاق العقد:

يشار في العقد بوضوح إلى النطاق الجغرافي لحق الإمتياز (الفرنشايز)، ويمكن النص في العقود أيضاً على إعطاء الممنوح الأولوية في الحصول على حق الإمتياز (الفرنشايز) في المناطق المجاورة لمنطقة العقد في حال ما كان مانح الإمتياز وتوزيع المنتجات في تلك البلدان يرغب في ذلك، عن طريق منح تراخيص لأشخاص آخرين، وبيبين في العقد شروط وإجراءات ممارسة حق الأولوية هذا ومتى يسقط.

## ٥/١/١٢. حقوق الملكية الفكرية:

تتمثل حقوق الملكية الفكرية بوجه عام في (العلامات التجارية، الاسم التجاري، وبراءات الاختراع)، وينبغي أن يظهر في العقد أن حق الإمتياز (الفرنشايز) لا يتعدى حق الانتفاع والاستعمال وفقاً للاتفاقية، وأن مانح الإمتياز سوف يحتفظ بجميع حقوقه

الأخرى في العلامات والمنتجات بما في ذلك حق الملكية الذي هو أساس الحقوق الأخرى المتفرعة عنه، وله أن يمارس هذه الحقوق بنفسه أو بواسطة غيره، مع احترام اتفاقية حق الامتياز (الفرنشايز) هذه، على أن يتعهد الممنوح بأن لا يقوم بأي أمر من شأنه أن يضرّ بحق الملكية هذا أو ينتقص منه.

#### ٦/١/١٢. تسجيل الاتفاقية نظاماً:

يجب ان يتناول هذا البند كيفية قيام الطرفين بتسجيل هذه الاتفاقية وفقاً لما هو متبع في الدول المحدد ضمنها النطاق الجغرافي وحسب النظام الذي يحكم عقود الامتياز.

#### ٧/١/١٢. حقوق والتزامات أطراف العقد:

ينص هذا البند على الحقوق والالتزامات المتبادلة بين طرفي العقد والربط بين هذه الحقوق والالتزامات وملاحق العقد، وذلك فيما يتعلق بحماية واستعمال حقوق الملكية الفكرية موضوع العقد وبما يكفل الحفاظ على حقوق كل منهما، وتمكين الحاصل على حق الامتياز (الفرنشايز) من الانتفاع بالعلامات التجارية طيلة فترة سريان العقد، وضمانات التعاقد والتأمين وغيرها من الحقوق والالتزامات الأخرى التي تكون ضمن مقتضى عقد حق الامتياز (الفرنشايز).

#### ٨/١/١٢. شرط جودة المنتجات:

ينص هذا البند على شروط التصنيع ورقابة جودة المنتج، حيث يضمن مانح حق الامتياز (الفرنشايز) أن تكون هذه المنتجات ذات نوعية جيدة ومصنعة من مواد جيدة، وبأن التصنيع والتوزيع سيكونا وفقاً للقوانين والأنظمة التي تحكمهما.

#### ٩/١/١٢. التسويق والتوزيع:

ينص هذا البند على تعهد صاحب حق الامتياز (الفرنشايز) بأن يبذل جهده ويعمل بكفاءة من أجل تسويق وتوزيع المنتجات في منطقة العقد، وله أن يبيع هذه المنتجات بحسب الشروط والأسعار التي يحددها هو ويرأها مناسبة.

#### ١٠/١/١٢. المقابل المادي:

ينص هذا البند على المقابل المادي، حيث يقوم الممنوح بدفع مبالغ معينة لمانح



الامتياز كمقابل لمنحه هذا الحق، وقد ينص الاتفاق على دفع نسبة مئوية من المبيعات السنوية، ويمكن أن يدفع الممنوح مبلغاً مقدماً عند توقيع العقد لجدية التعاقد، وينظم العقد هذه المسائل المالية وجوانبها الضريبية ويتعهد الممنوح بمسك الدفاتر اللازمة الضرورية لحساب النسب المتفق عليها أو الارتباط إلكترونياً بشبكة المانح، وهو الغالب، بحيث يتمكن مانح الامتياز من الحصول على نسخ منها متى طلبها.

### ١١/١/١٢. التعويض:

ينص هذا البند على كيفية التعويض في حالة وجود غش أو خطأ أو حدوث إخلال من أحد الطرفين باتفاقية حق الامتياز (الفرنشايز).

### ١٢/١/١٢. عدم التنازل عن الاتفاقية أو إعطاء أي ترخيص من الباطن:

بيان كيفية ذلك والشروط التي تحكمها.

### ١٣/١/١٢. مدة الاتفاقية:

يجب أن تحدد مدة سريان الاتفاقية وكيفية تجديدها وكيفية إنهاؤها وكيفية فسخها وشروط ذلك وآثاره.

### ١٤/١/١٢. كيفية التصرف في المنتجات موضوع عقد الامتياز في حالة إنهاء العقد أو فسخه

### ١٥/١/١٢. فض المنازعات:

يفضل أن يكون النظام السعودي هو القانون الواجب التطبيق، وأن تكون المحاكم السعودية هي المحاكم المختصة بنظر القضايا المتعلقة بحق الإمتياز (الفرنشايز).

### ٢/١٢. أهم الملاحق التي ترفق عادة في عقد حق الامتياز (الفرنشايز):

سوف نتطرق إلى أهم الملاحق التي عادة ما ترفق كلها أو بعضها في عقود حق الامتياز (الفرنشايز):

### ١/٢/١٢. ملحق العلامات التجارية:

يحتوي هذا الملحق في العادة على صور العلامات التجارية ونطاق حمايتها، وإثبات تسجيلها في منطقة النطاق الجغرافي للعقد، وآليات استخدامها المختلفة، مثل آلية

استخدامها بالألوان المعتمدة، وآلية استخدامها باللونين الأبيض والأسود، وبيان الألوان البديلة للألوان المعتمدة وطريقة عرض العلامة بالأبعاد الثلاثة، ومحظورات استعمال العلامة التجارية، وما إلى ذلك من معلومات تفصيلية مرتبطة بالعلامة واستخدامها بحيث تكون المعلومات نافية للجهالة والفرر وممانعة للبس.

#### ٢/٢/١٢. ملحق التشغيل:

عادة ما يكون هذا الملحق مفصلاً تفصيلاً دقيقاً خصوصاً في عقود حق الامتياز (الفرنشايز) التي يكون محلها نقل تقنية أو معرفة معينة مثل تلك المرتبطة بالمطاعم، والتصنيع، حيث يحتوي مثلاً على تفصيل المحتويات ومقادير خلط المواد ونوعية الآلات المستعملة وطريقة استخدامها وما إلى ذلك. أما بالنسبة لعقود حق الامتياز (الفرنشايز) التي تتطلب طبيعتها مواجهة الجمهور والظهور بمظهر معين، فإن ملحق التشغيل يحتوي في العادة على تفاصيل طبيعة الديكورات الداخلية للمواقع وآليات التواصل مع الجمهور، ومظهر الموظفين وخامة الملابس وما إلى ذلك من تفاصيل مهمة للتشغيل وتطابقه ما بين المانح والممنوح.

#### ٣/٢/١٢. ملحق الموارد البشرية:

يتم في هذا الملحق تفصيل الوصف الوظيفي للموظفين ومسميات الوظائف ودرجاتها والاتفاق على الهيكل التنظيمي والحوافز والتدريب وغيرها من الأمور المرتبطة بالموارد البشرية.

#### ٤/٢/١٢. ملحق لآليات التعامل المالي مع العملاء وفيما بين المانح والممنوح:

وهذا الملحق قد يكون ضمن ملحق التشغيل وقد يكون منفصلاً حيث توضح من خلاله آليات الحسومات وفترة الاستبدال والإرجاع وكيفية التحويل ما بين المانح والممنوح وآلية احتساب النسب ربطاً بالتعامل مع العملاء.

#### ٣. أهم الحقوق والالتزامات الواجب التنبه لها من طرفي العقد:

يتعين على الممنوح له حق الامتياز (الفرنشايز) أن يتحرى بدقة عن موضوع الامتياز حيث أن العقود المرتبطة به تتميز بأنها من العقود الطويلة التي تحتاج إلى وقت طويل

إعدادها ومراجعتها ، كما أنه يسبقها أو يعقبها عدة اتفاقيات أو ملاحق لتنظيم بعض الأمور الخاصة بكتابة العقد ، وفي كثير من الأحيان ، تكون هناك ما يسمى «اتفاقية تفاهم» وهي مقدمة للعقد قبل الشراء ، وتعتبر ملاحق العقد جزءاً منه ، وينص في عقد الامتياز على معظم الحقوق والالتزامات التعاقدية لكل طرف وذلك لممارسة أو بدء النشاط كما أن عقود حق الامتياز (الفرنشايز) تختلف باختلاف النشاط التجاري ، إلا أنه يظل هناك أحكام كثيرة مشتركة أو موحدة بين معظم العقود في أي نشاط تجاري.

هذا ويمكن تقسيم أهم الحقوق والالتزامات الواجب التنبه لها من طرفي التعاقد كما يلي:

### ١/١٣. أهم الحقوق والالتزامات التي يجدر بالممنوح التنبه لها:

١/١٣.١. **المدة التي استغرقها المانح للنجاح** وثبت ذلك بالسوق ومدى نجاح الممنوحين الآخرين في المناطق الأخرى الذين سبقوه في التعامل معه ، وكيفية تعامل المانح معهم؟ وما مدى نجاحهم؟ وهل كانت هناك مشكلات بالنسبة للحقوق الممنوحة خصوصاً العلامات التجارية؟ وهل هناك اعتداء أو نزاع على ملكيتها؟

١/١٣.٢. **تاريخ إنشاء الشركة المانحة**، وتاريخ بدء حق الامتياز (المدة التي مارس فيها النشاط التجاري موضوع حق الامتياز «الفرنشايز»).

١/١٣.٣. **معرفة أساليب التشغيل** (دليل التشغيل) أو ما يسمى بالمعرفة الفنية والدراية العملية ، ومدى التزام المانح بالتأهيل والتدريب والتطوير.

١/١٣.٤. **في حالة إلزام الممنوح بالحصول** على المواد الخام الداخلة في تكوين المنتج من المانح مباشرة فيجب أن تكون الأسعار متقاربة مع أسعار السوق المحلية وتمكن الممنوح من المنافسة بشكل مقبول.

١/١٣.٥. **في حالة إلزام الممنوح بالحصول** على المعدات والآلات اللازمة للإنتاج من طرف المانح ، ينبغي أن تكون الأسعار مقاربة لأسعار السوق في الشركات المنافسة ، وفي حالة المبالغة في أسعارها فإن الممنوح له الحق في الحصول عليها من مصادره الخاصة.

٦/١/١٣. **تحديد المنطقة الجغرافية** في العقد بشكل دقيق مع إرفاق رسم هندسي لها.

٧/١/١٣. **فيما يتعلق بالاستشارات والتدريب والزيارات المفاجئة والعادية**، فإنه ينبغي أن تكون تكلفتها معقولة وغير مبالغ فيها.

٨/١/١٣. **حجم الأعمال المقدر** وحجم الطلب على المنتج أو الخدمة التي تقدمها الشركة المانحة، وحج المنافسة في المنطقة الممنوحة، فكلما ندرت المنافسة كان النشاط مبتكراً وبالتالي زاد الطلب عليه.

٩/١/١٣. **رسوم التأسيس (الرسوم المبدئية)** ورسوم استغلال حق الملكية تفرض على المبيعات وليس لها علاقة بالريح أو الخسارة، وعلى الممنوح الاستعانة بأحد الخبراء الماليين في صناعة حق الامتياز (الفرنشايز) لمعرفة مدى ملاءمة هذه النسبة للمشروع المزمع الدخول فيه.

١٠/١/١٣. **مراعاة التوازن** بين مقدار المبلغ المدفوع كنسبة مئوية (رسوم استغلال حق الملكية «الرسوم المستمرة») وبين رسوم التأسيس (الرسوم المبدئية) بحيث إذا ارتفعت الأولى تتخفض الثانية والعكس صحيح.

١١/١/١٣. **التأكد من ملاءمة** المدة التي يشترطها المانح لفتح الفروع في حالة إنشاء أكثر من فرع.

١٢/١/١٣. **مدى حرية الممنوح** في تغيير سعر المنتج.

١٣/١/١٣. **مدى مساهمة المانح** بالحملة الإعلانية والدعائية وتكلفة الحملة ومناسبتها للبيئة المحلية.

٢/١٣. **أهم الحقوق والالتزامات التي يجدر بالمانح التنبه لها:**

١/٢/١٣. **التأكد من جدية وقوة** المركز المالي للممنوح لضمان استمرارية المشروع.

٢/٢/١٣. **وضع استراتيجية واضحة** ومعقولة للنفقات التشغيلية والتسويقية يلتزم بها الممنوح لضمان جودة العمل.

٣/٢/١٣. اتخاذ الإجراءات اللازمة لحماية الاسم التجاري والعلامة التجارية.

٤/٢/١٣. التأكد من وجود الضمانات اللازمة لعدم قيام الممنوح بممارسة نشاط منافس ومماثل.

٥/٢/١٣. الإلتزام بالأنظمة والقوانين السائدة في بلد الممنوح والمختصة بنوع النشاط وما يتعلق به.

## ملحق بأهم المصطلحات المستخدمة في نظام حق الامتياز (الفرنشايز)

المصطلح	التعريف
١. حق امتياز هيكلية وآلية العمل Business Format Franchise	هو علاقة تعاون تجاري يشترط في أطرافه شروطاً معينة، حيث يستلزم أن يكون لصاحب حق الامتياز علامة تجارية أو اسم تجاري لسلمته أو خدماته تكون مستقلة وفقاً لأساليب تجارية موحدة سبق تجربتها بنجاح.
٢. حق امتياز التوزيع Product Distribution Franchise	هو بمثابة عقد توريد يرتب التزامات متبادلة بين المنتج والموزع يلتزم الثاني فيه ببيع البضائع طبقاً لنماذج محددة تحت اسم تجاري موحد أو علامة تجارية مملوكة للمنتج بدون وجود أسلوب موحد لتقديم الخدمات وأنظمة العمل، ولا يلتزم المنتج بإعطاء المعرفة الفنية التي يملكها للموزع.
٣. حق امتياز رئيسي Master Franchise	يحصل المرخص له (الممنوح) بمقتضاه على حق عمومي في بلد بأكمله (كالمملكة العربية السعودية مثلاً)، أو منطقة (كالمنطقة الشرقية)، ويتعهد الممنوح بإنجاز ما يتفق عليه من تطوير للنشاط في منطقتيه مثل افتتاح عدد محدد من المحلات أو الوحدات خلال فترة زمنية محددة، كما يحق له (طبقاً لشروط العقد) أن يمنح امتيازات فرعية لأطراف أخرى في نفس البلد أو المنطقة.
٤. رسوم استغلال حق الملكية (الرسوم المستمرة) Royalties Fees	هي عبارة عن رسوم سنوية تستوفى على فترات دورية أو حسب الاتفاق، وغالباً تحدد بناءً على نسبة مئوية من رقم المبيعات الإجمالية (وغالباً ما تتراوح بين ١٪ و ١٠٪) للحصول على حق الامتياز، كما يمكن أن تكون مبلغاً مقطوعاً متفق عليه، ويكون هذا المبلغ مقابل الترخيص أو حق انتفاع لقاء استعمال العلامة التجارية وكذلك الخدمات التي يقدمها صاحب الامتياز أثناء مدة العقد.
٥. الرسوم المبدئية رسوم التأسيس Initial Franchise Fees	هي رسوم أو مصروفات تدفع لمانح الامتياز مقابل الخدمات الضرورية التي يقدمها للحصول على حق الامتياز (الفرنشايز) لافتتاح نشاطه أو انضمامه لنشاط ناجح محارب اكتسب الخبرة، وغالباً ما يطلق عليها اسم جدية التعاقد.
٦. الرسوم المتأخرة Late Fees	لكلا الطرفين الحق في تحصيل مبلغ من المال كل من الآخر في شكل رسوم في ظل الخدمات التي تقدم من كل طرف في سبيل تطوير وتحسين النظام المعمول به.

# الاستثمار بنظام الفرنشايز

المصطلح	التعريف
<p>٧. منشور عرض الفرنشايز الموحد (بيان الإفصاح أو الشفافية) Uniform Franchise Offering Circular (UFOC) <sup>(1)</sup></p>	<p>وهو عبارة عن بيان تاريخي يسمى بيان الإفصاح أو الشفافية، ويحتوي على السيرة الذاتية لنشاط المانح وجميع البيانات الخاصة بنشاط صاحب حق الامتياز من خبرات وقضايا إفلاس ورسوم واستثمار مبدئي في المباني والمعدات والمخزون وودائع ضمان ومحظورات عن مصادر المنتجات والخدمات المتبادلة بين الطرفين، وطبيعة وشروط استخدام العلامة التجارية وحقوق الملكية، وقائمة بأماكن حق الامتياز شاملة الأسماء والعناوين في نفس الدولة أو خارجها .. الخ. وطبقاً لنظام هيئة التجارة الفيدرالية في الولايات المتحدة الأمريكية، فإنه يتعين على صاحب حق الامتياز أن يزود الراغب بالحصول على حق الامتياز بنسخة من الـ (UFOC) في مرحلة متقدمة من المناقشات، وتحدد بأن تكون في أول اجتماع بين طرفي العلاقة أو قبل عشرة أيام من توقيع العقد أو دفع أية رسوم أو أموال نقدية لصاحب حق الامتياز.</p>
<p>٨. معايير حق الامتياز العادل Fair Franchising Standards</p>	<p>وهي عبارة عن معايير وإجراءات تقع في تسعة عشر فصلاً مستقلاً تتناول جميع ما يتعلق بالشروط والواجبات والحقوق الملزمة لكلا الطرفين: صاحب حق الامتياز، والحاصل على حق الامتياز، ومنها على سبيل المثال، الحقوق الجغرافية والملكية الفكرية، شروط التجديد والانتهاة والرسوم والتقارير والالتزامات المفروضة على كل من الطرفين، والمشتريات والبيع والإعلان والنقل والعجز وانتهاء التعاقد وفض المنازعات ومتطلبات الإفصاح والإصدارات العقارية والإلكترونية والتجارية، إلى غير ذلك من شروط وواجبات. وهذه المعايير وضعتها هيئة الفرنشايز الأمريكية (AAFD) وذلك عن طريق لجان متخصصة مكونة من ممثلين من قبل الهيئة وصاحب الحق والحاصل على حق الامتياز.</p>
<p>٩. نظام تجارة حق الامتياز</p>	<p>قانون وضعتها هيئة التجارة الفيدرالية (الولايات المتحدة الأمريكية) يشترط بعض المتطلبات القانونية على صاحب حق الامتياز، فهو يتطلب خطاب بيان أو إفصاح (UFOC) يحتوي على جميع البيانات التي ينبغي الإفصاح عنها لأي مشترٍ محتمل يرغب في الحصول على حق الامتياز. وهذا الإفصاح يتناول جميع المعلومات المطلوبة لأي مستثمر قبل أن يتخذ قراراً استثمارياً رشيداً.</p>

(1) Fair Franchising Standards – P.O. Box 81887 – San Diego, California, 92138 – 1887. (<http://www.aafd.org>).

المصطلح	التعريف
١٠. هيئة التجارة الفيدرالية (FTC)	وهي هيئة مخولة من قبل الكونجرس الأمريكي بوضع القواعد والإجراءات والنظم الخاصة بنشاط حق الامتياز. وفي حال وجود أي شكوى من مستثمر ما ضد صاحب حق امتياز، فإنه يمكن الرجوع إليها.
١١. علامة تجارية Trademark	وهي اسم أو علامة مميزة تستعمل في تمييز منتج معين أو خدمة معينة عن غيرهما من المنتجات أو الخدمات، وينبغي تسجيل هذه العلامة لدى الجهات المختصة.
١٢. وثيقة حقوق الحاصل على حق الامتياز Franchise Bill of Rights	وهي لائحة حقوق حاملة الامتياز وتمثل الحد الأدنى من الحقوق والواجبات التي ينبغي توافرها في حق الامتياز، مثل شروط حق المساواة والمنافسة وحماية العلامة التجارية وخطاب البيان أو الإفصاح، والمساعدات الإدارية والتسويقية وفض المنازعات وإنهاء العقد وتجديده، إلى غير ذلك من حقوق، وقد تم وضع هذه اللائحة من قبل هيئة الفرنشايز الأمريكية (AAFD).
١٣. مجلس التحكيم والوساطة Arbitration & Mediation Panel	وهو مجلس يقوم بإجراءات الوساطة والتحكيم بين كل من الحاصل على حق الامتياز وصاحب الامتياز بطريقة عادلة، وغالباً ما يتم تشكيل هذه اللجان عن طريق جمعيات حق الامتياز (الفرنشايز) بالدول المعنية.
١٤. قوائم العلامات التجارية Chapter List <sup>(1)</sup>	تقوم هيئة الفرنشايز الأمريكية (AAFD) بعمل تنظيم خاص للعلامات التجارية والأنظمة الخاصة بها لكل حق امتياز لديه خمسين ممنوحاً أو أكثر، وتمثلها هيئة تشريعية تتولى وضع النظم واللوائح لكل قائمة محددة.

(1) Chapter List (<http://www.aafd.org>).





## شكراً لكم

نشكر لكم اطلاعكم على هذا الإصدار ، كما نتطلع إلى تشریفنا بملاحظاتكم التي ستؤخذ بعين الاعتبار عند إصدار المطبوعات الأخرى

### الإدارة العامة للاتصال المؤسسي والتسويق

#### إدارة التسويق

قسم النشر

هاتف: ٤٠٤٠٠٤٤ فاكس: ٤٠٥١٧٠٣

الموقع على الشبكة: [www.riyadhchamber.org.sa](http://www.riyadhchamber.org.sa)

البريد الإلكتروني: [rdchamber@rdcci.org.sa](mailto:rdchamber@rdcci.org.sa)

ص.ب ٥٩٦ الرياض ١١٤٢١

فرع السيدات: ٤٩٤٢٣٣٣

#### الفرع الداخلية :

٢٠٤١٥٩٤	الصناعية الاولى
٢٦٥٢٢٥١	الصناعية الثانية
٢٣٣٥٦١١	النسيم
٤٢٣٢٢٨١	الشفا
٢٩١٩٨١٢	وزارة التجارة
٥٢٢١ - ٥٢٢٢ / ٤٤٨٤٥٢٣	الهيئة العامة للاستثمار
٢٨١١٣٥١	الشمال
٤٥٠٠٣٥٤	المنتجات الوطنية
٢٤٧٦٤٩٥	البيعية
٢٣٢٧٨١٦	الخليج

#### الفرع الخارجية :

٠١١ ٧٢٤٤٣١٩	عفيف	٠١١ ٧٨٤٦٧١٨	وادي الدواسر
٠١١ ٥٥٢٠٠٢٨	رماح	٠١١ ٧٨٢٠٢١٠	مكتب السليل
٠١١ ٥٢٣٢٧٢٠	المزاحمية	٠١١ ٦٢٢٤٢٩٩	شقراء
٠١١ ٥٥٥٦٨٨٢	حوطة بني تميم	٠١١ ٦٤٢٣٢٩٩	الدوادمي
٠١١ ٥٢٦١٨١٢	حريملاء	٠١١ ٦٢٢٤١٢٣	مكتب ساجر
٠١٦ ٤٤٣٨٨٨٢	ثادق	٠١١ ٦٣٤٢٨٣١	مكتب نفي
٠١١ ٦٣٤٧١٨٨	البيجادية	٠١١ ٦٤٦٠٣١٠	مكتب الجمش

## الرئيسيون



شركة عبدالله محمد بن سعيدان وابواده المقاربه  
ABOULLAH M. BIN SAEDAN AND SONS REAL ESTATE CO.



شركة آل سعيدان للعقارات  
Al Saedan Real Estate

## الراعي الإلكتروني





RiyadhChamber



+RiyadhChamber

رقم الإيداع: ١٩١٤/ ١٤٣٧

ردمك: ٨-٩٣-٨٠٠٧-٨٠٢-٦٠٣-٩٧٨