

## الوضع القانوني للعنوان التجاري في النظام القانوني السعودي "دراسة مقارنة"

د. عدنان صالح محمد العمر

أستاذ القانون التجاري المساعد،

جامعة القصيم، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، قسم الأنظمة

**ملخص البحث.** يشكل العنوان التجاري (The merchant name) إحدى الدعائم الأساسية التي يقوم عليها النشاط الاقتصادي، ويلعب دوراً مهماً في حياة التاجر ومنشأته، من حيث دلالته على شخصية التاجر من جهة، وطبيعة نشاط المنشأة من جهة أخرى. ويلاحظ أن التنظيم التشريعي للاسم التجاري، في نظام الأسماء التجارية (The trade name)، يتشابه، إلى حد ما مع التنظيم التشريعي الخاص بالعنوان التجاري، ولعل هذا التشابه هو أحد الأسباب الرئيسة في رأينا، التي دعت بعض شراح قانون التجارة، إلى الخلط بينه وبين الاسم التجاري، ومما زاد في هذا الخلط، أيضاً، أن المنظم السعودي قد أشار إلى بعض أحكام العنوان التجاري، دون الإشارة لذلك صراحة، حيث جاءت الأنظمة السعودية خالية تماماً من ذكر مصطلح "العنوان التجاري".

## المقدمة

## موضوع الدراسة وأهميته

أورد المنظم السعودي الأحكام الخاصة بالأعمال التجارية والتاجر في الفصل الأول من الباب الأول من نظام المحكمة التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقم (٣٢) وتاريخ ١٥/١/١٣٥٠هـ، وقد وردت فيه بعض الأحكام الخاصة بالتاجر الفرد، والالتزامات المترتبة عليه، وبخاصة مسك الدفاتر التجارية<sup>(١)</sup>، والقيود في السجل التجاري<sup>(٢)</sup>. أما الشركات، فقد نُظمت أحكامها في نظام الشركات الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/٦ وتاريخ ٢٢/٣/٨٥هـ، في حين جاء نظام المحكمة التجارية والأنظمة المكملة والمعدلة له، خالياً تماماً من تنظيم أحكام المحل التجاري تنظيمًا كاملاً، مخالفاً في ذلك بعض القوانين العربية والأجنبية؛ كالقانون الفرنسي<sup>(٣)</sup>، والقانون المصري<sup>(٤)</sup>، والقانون الأردني<sup>(٥)</sup>، والقانون الإماراتي<sup>(٦)</sup>.

لكن هذا لا يعني، في المقابل، انعدام النصوص التشريعية التي تنظم بعض عناصر المتجر، فقد عالج المنظم السعودي بعض عناصره المعنوية في أنظمة خاصة، ويمكن الرجوع إليها لمعرفة الأحكام الخاصة التي تنظم هذه العناصر، وتتمثل هذه الأنظمة بالآتي:

- 
- (١) انظر هذه الالتزامات في نظام الدفاتر التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/٤٥ وتاريخ ١٢/٩/١٤٠٩هـ.
- (٢) انظر نظام السجل التجاري الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/١ وتاريخ ٢١/٢/١٤١٦هـ.
- (٣) V. le livre quatre de Code du commerce Français, Version consolidée au 4 janvier 2014, site internet: <http://www.legifrance.gouv.fr>.
- (٤) انظر القانون المصري الخاص ببيع المحل التجاري ورهنه، رقم (١١) لسنة ١٩٤٠م.
- (٥) انظر المواد (٤٣-٤٦) من قانون التجارة الأردني، رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.
- (٦) انظر أحكام المحل التجاري في المواد (٣٩ - ٥٦) من قانون المعاملات التجارية رقم ١٨ لسنة ١٩٩٣.



هذه الأنظمة من نصوص تشريعية يمكن تطبيقها، فيتعين الرجوع إلى القواعد العامة، للبحث عن أحكام وقواعد يمكن تطبيقها على المحلّ التجاري.

ونظراً لما للمحلّ التجاري من طبيعة خاصة، باعتباره وحدة قانونية واحدة مستقلة ومختلفة عن العناصر الماديّة والمعنوية التي تدخل في تكوينه، الذي يخصص للاستغلال التجاري<sup>(٨)</sup>؛ فإن ذلك لا يغني عن ضرورة وجود نظام قانوني خاص بالمحلّ التجاري في النظام القانوني السعودي، بسبب ما قد يشوب بعض هذه الأنظمة الخاصّة، من غموض، أو قصور، أو تناقض بينها على نحو يبرز إشكاليات متعددة تجافي واقع النشاط التجاري للمحلّ التجاري، وطبيعته القانونية. ونحن بدورنا نرى أن تنظيم المنظم لعناصر المحلّ التجاري من خلال بعض الأنظمة، متجاهلاً تنظيم المحلّ التجاري كوحدة واحدة، كمن يبني بناءً شاهقاً دون أن يضع لهذا البناء أساس يقوم عليه، الأمر الذي قد يجعل منه بناءً هشاً غير قادر على مواجهة الأخطار.

ويحظى موضوع البحث بأهمية خاصة؛ لأنه يتناول الوظائف التي يقوم بها العنوان التجاري، من حيث الدلالة على شخص التاجر، من جهة، وشخصيّة المتجر، والمنتجات والسلع والخدمات التي يقدمها المتجر، من جهة أخرى، ويمثل بذلك قيمة اقتصادية هامة للمالكه؛ بل قد يشكل العنوان التجاري، في بعض الأحوال، الضمان الوحيد الذي يعتمد عليه دائنو التاجر، كضمان عام لديونهم. ولقد رأيت من المناسب بحث هذا الموضوع المهم، معتقداً بأن هذا البحث سيسهم في إبراز المفهوم الحديث للعنوان التجاري، وبيان بعض الأحكام القانونية التي تنظم مسألة التصرف في العنوان التجاري وآثاره في رؤية قانونية واضحة، وبخاصّة إذا ما علمنا أن المشرّع السعودي، لم يشر إلى العنوان التجاري

<sup>8</sup>Gaston Cendrier, Le Fonds de commerce. Traité général théorique et pratique avec formulaire, Paris, 1934, n° 15; Georges Ripert, René Roblot, Traité de droit commercial, t. 1, vol. 1, LGDJ, Paris, 1968, n° 522, 525.

بشكل واضح كما فعلت التشريعات المقارنة، وقد عززت دراستي بالاجتهادات الفقهية والأحكام القضائية والنصوص التشريعية الخاصة بتنظيم أحكام العنوان التجاري، وبما يتناسب مع مفهومه في التشريعات الحديثة المعاصرة.

### أسباب اختيار موضوع الدراسة وأهدافها

تعد فكرة العنوان التجاري، وبخاصة في دلالتها على المحل التجاري، فكرة حديثة على الوسط التجاري السعودي؛ الأمر الذي يجعل منها مادة خصبة للراغبين في إجراء الدراسات العلمية القانونية في الأنظمة السعودية، ولا سيما عندما نجد عدد من شارحي القانون السعودي، يتجاهلون تناوله، أو لا يميزون أساساً بينه وبين المصطلحات المشابهة له؛ كالاسم التجاري والعلامة التجارية. إضافة إلى المشكلات العملية التي تثار في الواقع العملي بشأن عدم القدرة على تمييز العنوان التجاري عن الاسم التجاري.

وقد كان هذا أحد الأسباب التي دفعته لاختيار موضوع الدراسة. كما يأتي اهتمامنا بموضوع البحث، من الأهمية الاقتصادية التي يحظى بها العنوان التجاري عند دلالة على المتجر ومنتجاته؛ حيث أدى التطور الاقتصادي إلى اتساع دور العنوان التجاري، واستخدام الاسم المدني للتاجر في مجال تقديم السلع والخدمات، وأصبح ذلك يمثل جزءاً هاماً من الذمة المالية للتاجر. ويقتضي من ذلك البحث عن القواعد القانونية التي تنظم العنوان التجاري والتي يجهلها الكثيرون، آخذين بالاعتبار؛ الاجتهادات الفقهية والأحكام القضائية في هذا الشأن معتقدين بأن جمع بعض شتات هذا الموضوع في دراسة بحثية، قد يكون له دور في تشجيع الباحثين للغوص بجميع جوانب هذا الموضوع، راجياً الله أن يكون لبنة تأسيسية، يمكن البناء عليها من قبل أصحاب الاختصاص.

منهج الدراسة

قمت في هذه الدراسة بعرض النصوص القانونية التي تشير إلى العنوان التجاري ودلالاته واستخدامه في الأنظمة السعودية، ومقارنتها بالنصوص القانونية التي تتناول العنوان التجاري في بعض التشريعات العربية والأجنبية، موضحاً أوجه القصور في الأنظمة السعودية في معالجته، وعند عدم وجود نصوص قانونية في الأنظمة التجارية السعودية تتعلق بموضوع البحث تم الرجوع إلى القواعد العامة. ونظراً لغموض فكرة العنوان التجاري في النظام السعودي؛ فقد قمت بإبراز أهم الاجتهادات الفقهية والقضائية في بعض المسائل المتعلقة بموضوع البحث، ومقارنة تلك الاجتهادات بالنصوص التنظيمية التي تتشابه معه في النظام السعودي.

### صعوبات وإشكاليات الدراسة

إن أهم الصعوبات التي واجهتني في أثناء البحث قلة المراجع التي عالجت هذا الموضوع وصل إلى حد ندرتها، وصعوبة الحصول عليها، وعلى الرغم من ذلك فقد حاولت إعطاء الموضوع حقه من البحث من أجل الوصول إلى رؤية قانونية واضحة للعنوان التجاري في المملكة العربية السعودية، معتمداً في كثير من الأحيان على تحليل النصوص القانونية التي أشارت إليه، ومقارنتها بالتشريعات المقارنة، ليتمكن كل من يرغب بمعرفة الأحكام الخاصة بالعنوان التجاري أن يكون لديه تصوّر لو مبدئي عن فكرة العنوان التجاري، ومدى ارتباطه بالمحلّ التجاري في المملكة العربية السعودية.

ولعل من أبرز الإشكاليات التي واجهتني في هذا الصدد؛ هي الإشكالية الخاصة بعدم تنظيم العنوان التجاري، الذي يتكون من اسم التاجر ولقبه الحقيقيين، وعدم بيان الأحكام الخاصة به بشكل واضح، وبخاصة إذا ما عرفنا بأنه يشكل أحد العناصر المعنوية الجوهرية في المحلّ التجاري ويعد من مقوماته الأساسية، عندما يستخدمه التاجر كاسم أو علامة تجارية. ويزيد من حدة

الإشكالية السابقة وجود بعض الأحكام المتشابهة في نظام الأسماء التجارية السعودي مع الأحكام الخاصة بالعنوان التجاري، الأمر الذي قد يقود البعض إلى الخلط بينهما واعتبارهما شيئاً واحداً، رغم الاختلاف الكبير بينهما.

### أسئلة الدراسة

إن عدم تنظيم العنوان التجاري في النظام القانوني السعودي؛ يقودنا إلى طرح التساؤلات الآتية والتي ستكون مدار دراستنا في هذا البحث:

هل العنوان التجاري هو الاسم المدني للتاجر الذي يتوجب قيده في السجل التجاري؟

هل العنوان التجاري هو الاسم التجاري الذي يستعمل لتمييز المحل التجاري عن غيره؟

هل يعد العنوان التجاري جزءاً من المحل التجاري في النظام القانوني السعودي؟  
هل يكتسب صاحب العنوان التجاري حقاً في ملكيته، ويستحق الحماية القانونية؟

### تقسيم الدراسة

رأيتُ من المناسب، تقسيم موضوع دراستنا هذه إلى: مقدمة، ومبحثين وخاتمة، وذلك على النحو الآتي:

- المقدمة: تتضمن موضوع البحث وأهميته وأسباب اختياره والمنهج المتبع وصعوباته والتساؤلات التي يثيرها.

- المبحث الأول: نتناول فيه مفهوم العنوان التجاري، من حيث التعريف به، ومدى ارتباطه بالمحل التجاري.

- المبحث الثاني: نتناول فيه عن الحماية القانونية للعنوان التجاري، عند استخدامه في الدلالة على شخص التاجر، ومحله التجاري.
- الخاتمة: ونبين فيها أهم التوصيات والمقترحات التي نتوصل إليها من خلال هذه الدراسة.

### المبحث الأول: مفهوم العنوان التجاري

جاء نظام المحكمة التجارية السعودي خالياً تماماً من تنظيم أحكام العنوان التجاري، كما أن المنظم السعودي لم يتعرض له في نظام مستقل، خلافاً لما فعله مع بعض العناصر المعنوية الأخرى للمحل التجاري؛ كالاسم التجاري والعلامة التجارية، حيث أفرد لها أحكاماً خاصة بها.

ويلاحظ أن التنظيم التشريعي للاسم التجاري، في نظام الأسماء التجارية السعودي، يتشابه، إلى حد كبير، مع التنظيم التشريعي الخاص بالعنوان التجاري، في بعض قوانين الدول العربية؛ كالقانون التجاري الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦، ونصوص المواد (٥٠ - ٥٨) من قانون التجارة البحريني رقم ٧ لسنة ١٩٨٧، ونصوص المواد (٤٧ - ٥٤) من قانون التجارة الكويتي رقم ٨٦ لسنة ١٩٨٠. ولعل هذا التشابه هو أحد الأسباب الرئيسة في رأينا، التي دعت بعض شراح قانون التجارة<sup>(٩)</sup>، إلى الخلط بين العنوان التجاري، والاسم التجاري، ومما زاد في هذا الخلط، أيضاً، أن المنظم السعودي أشار "من دون قصد" إلى بعض أحكام العنوان

(٩) د. حماد عذب، د. نايف الشريف، القانون التجاري السعودي، ط ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠١، ص ١٩١٩١٩٤؛ د. ثروت عبد الرحيم، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٤٠٧هـ، ص ٢١-٢٣؛ د. سعيد يحيى، الوجيز في النظام السعودي، عكاظ للنشر والتوزيع، ط ٤، جدة ١٤٠٣هـ، ص ١٥٢.

التجاري، لا على أساس تنظيم هذا الأخير؛ وإنما على أساس التعريف بهوية صاحب المتجر، والدلالة عليه، وهذه تعد في حقيقتها أحكاماً تتعلق بالعنوان التجاري، بحسب ما جاء في التشريعات المقارنة.

وحتى تتمكن من الوقوف تفصيلاً على مفهوم العنوان التجاري، يتوجب علينا تعريفه وبيان الفرق بينه وبين المصطلحات المشابهة له؛ كالاسم التجاري، وبيان مدى ارتباطه بالمحل التجاري، لذلك نرى تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين: نتناول في الأول منهما ماهية العنوان التجاري، ونتناول في ثانيهما مدى علاقة العنوان التجاري بالمحل التجاري.

### المطلب الأول: ماهية العنوان التجاري

للقوف على ماهية العنوان التجاري، يتوجب علينا أولاً بيان تعريفه، وثانياً بيان مدى ارتباطه بالاسم الشخصي للتاجر، وسنقوم ببيان ذلك في الفرعين القادمين، حيث نتناول في الأول منهما تعريف العنوان التجاري، ونتناول ثانيهما صلة العنوان التجاري بالاسم الشخصي للتاجر، وذلك على النحو الآتي:

### الفرع الأول: تعريف العنوان التجاري

العُنْوَانُ (بضم العين وكسرها): هو ما يُستدلُّ به على غيره<sup>(١٠)</sup>، ومنه عُنْوَانُ الكتاب، وعنوان من الكتاب، سمته، اسمه، وقد يستخدم بمعنى يدلُّك ظاهره على باطنه، عنوان من الرسالة، ما يكتب على غلافها من اسم المرسل إليه ومحل إقامته<sup>(١١)</sup>. وجمعه عَنَاوِينُ، ونقول "سَجَّلَ عُنْوَانُ الْكِتَابِ"، بمعنى إِسْمُهُ وَسِمَّتُهُ، ونقول "أَخَذَ

(١٠) يقابل كلمة عنوان في الفرنسية "dénomination" وهي مشتقة من اللاتينية (denominatio)، وهي تعني إعطاء اسم لشيء معين، وفي الغالب تسمية حقيقية أو ابتكارية. انظر هذه المعنى في قاموس (Larousse): <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/d%C3%A9nomination/23595>.

(١١) قاموس المعاني: <http://www.almaany.com/home.php?language=arabic&lang>

مِنْهُ عُنْوَانٌ سَكْنَاهُ" أي إِسْمُ الشَّارِعِ وَرَقْمُ الْبَيْتِ" ، ونقول " الظَّاهِرُ عُنْوَانُ الْبَاطِنِ " أي بمعنى دَلِيلُهُ ، سَمَّتُهُ<sup>(١٢)</sup> . وعلى ذلك فالعنوان في الاصطلاح اللغوي هو ما يستدل به على شيء معين ، يمكن من خلاله معرفة طبيعة الشيء والدلالة عليه .

وأما في الاصطلاح الشرعي ، فقد عرفه بعض الفقهاء المعاصرين بأنه "تسمية أطلقها التاجر على منشأته التجارية ، تعريفاً بها وتمييزاً لها عن غيرها من المنشآت التجارية ، وليتعرف المتعاملون معه على اللون المتميز من السلع وأسلوب التعامل"<sup>(١٣)</sup> . ونعتقد بأن هذا التعريف قد خلط بصورة واضحة بين الاسم التجاري والعنوان التجاري ، لأنه يقوم على أساس تمييز المنشأة التجارية والأعمال التي يقدمها التاجر ، وهذه هي الوظيفة التي يقوم بها الاسم التجاري ، ولم يشر التعريف السابق إلى دور العنوان في الدلالة على شخص التاجر . ولكن يكون هذا التعريف صحيحاً ؛ عند استعمال العنوان التجاري اسماً تجارياً للمتجر ، فيعد في هذه الحالة وسيلة للدلالة على المتجر وتمييزه عن المتاجر المشابهة ، إضافة لكونه يمثل الصفة القانونية والقضائية للتاجر أو الشركة ، حيث يستخدم في مباشرة التصرفات القانونية ، وفي التقاضي أمام المحاكم .

وأما في الاصطلاح القانوني ، فيعرف بعض الفقهاء العنوان التجاري بأنه ، التسمية التي يتخذها التاجر ، شخصاً طبيعياً كان أم معنوياً ، لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات التجارية ، فيزاوُل به معاملاته التجارية ويوقع به أوراقه ذات الصلة

(١٢) المعجم المغني، الدكتور عبد الغني أبو العزم.

(١٣) د. محمد توفيق رمضان البوطي، البيوع الشائعة وأثر المبيع على شرعيتها، الناشر درا الفكر، الطبعة الثالثة،

بمعاملاته التجارية<sup>(١٤)</sup>. ويعرفه جانب آخر من الفقه بأنه، الصفة القانونية والقضائية التي تمثل متجر معين، ويمكن لصاحبه الاستناد إليه لإثبات الوجود القانوني والشرعي للمتجر<sup>(١٥)</sup>.

وزهدت العديد من تشريعات الدول في المعنى ذاته، ؛ فقد جاء في الفقرة الأولى من المادة (٤٠) من قانون التجارة الأردني أنه "على كل تاجر أن يجري معاملاته ويوقع أوراقه المتعلقة بالتجارة باسم معين يطلق عليه العنوان التجاري"<sup>(١٦)</sup>، وجاء في المادة (٤٩) من قانون التجارة الكويتي أنه "على التاجر ان يجري معاملاته التجارية ويوقع أوراقه المتعلقة بهذه المعاملات بعنوانه التجاري"<sup>(١٧)</sup>، وجاء في القانون التجاري الفرنسي<sup>(١٨)</sup>، يستخدم التاجر عنوانه التجاري لتوقيع جميع معاملاته ونشاطاته التجارية. فقد أجمعت هذه التشريعات على أن المقصود بالعنوان التجاري هو دالة الغير على شخص التاجر، مستغل المحل التجاري، من خلال اتخاذ اسمه أو تسمية يختارها التاجر، لتمييز بها عن غيره من التجار، ومن خلاله يتم تحديد ائتمانه ووضع ثقتهم

(١٤) د. أحمد البسام، مبادئ القانون التجاري، الجزء الأول، ١٩٦١ بغداد، ص ١٦٢؛ الدكتور محمد حسين إسماعيل، القانون الأردني، الطبعة الثانية، دار عمان، ١٩٩٢، ص ١٦٣، ١٨٨؛ الدكتور فوزي محمد سامي، القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ١٩٩٣ ص ١٥٧؛ الدكتور زهير عباس كريم، مبادئ القانون التجاري، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ١٩٩٥ ص ١٧٥.

(١٥) Bruno Dondero, Droit des sociétés, Dalloz, coll. « Hypercours Dalloz », 2009, p. 564.

(١٦) انظر المادة (٤٠) من قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.

(١٧) انظر المادة (٤٩) من القانون التجاري الكويتي رقم ٨٦ لسنة ١٩٨٠.

(١٨) Voir, , Article, L210-2, L221-2, L222-3, L223-1, Code de commerce Francis, Version en vigueur au 21 décembre 2013; Article 1835 du code civil, Version en vigueur, au 1 juillet 1978; Article 114 du Code des marchés publics, Version en vigueur au 16 septembre 2011.

به<sup>(١٩)</sup>، وللدلالة على أن التصرفات التي أجراها التاجر تتعلق بنشاطه التجاري بعيداً عن حياته الخاصة. وقد أوجبت جميع هذه التشريعات على جميع التجار باتخاذ عنوان تجاري لهم، وعلى التاجر أن يجري به جميع معاملاته التجارية ويوقع به جميع أوراقه المتعلقة بهذه المعاملات.

وأما فيما يخص النظام السعودي، فقد أوجبت المادة التاسعة من نظام السجل التجاري السعودي<sup>(٢٠)</sup>، "على كل من يتم قيده في السجل التجاري، أن يذكر في جميع مراسلاته ومطبوعاته وأختامه ولوحاته بالإضافة إلى اسمه رقم قيده في السجل التجاري، واسم المدينة المقيّد بها، على أن تكون جميع البيانات مكتوبة باللغة العربية"، ويقصد بالاسم هنا، العنوان التجاري، لأنه يدل على شخص التاجر، فيجب أن يُذكر في جميع مراسلات التاجر ومطبوعاته وأختامه. ويؤكد ذلك صراحة المادة السابعة من نظام الأسماء التجارية السعودي رقم (م/١٥) وتاريخ ١٢/٨/١٤٢٠ هـ، والتي تنص على أنه "على التاجر، فرداً كان أو شركة، أن يكتب اسمه التجاري بشكل واضح على واجهة محلّه التجاري، وجميع مطبوعاته، على أن

(١٩) يختلف العنوان التجاري عن المصطلح (*nom de fantasia*) المستخدم في فرنسا، حيث يعني الأخير، الاسم الذي يختاره التاجر من أجل إخفاء صفته التجارية الحقيقية أثناء ممارسته لحرفة تجارية معينة. انظر هذا التعريف في قرار محكمة النقض الفرنسية.

« *Nom de fantasia, est un nom librement choisi par une personne pour masquer au public sa personnalité véritable dans l'exercice d'une activité particulière* » (Cass, civ 1, 23 fév. 1965, Bull civ.

كما أنه يختلف أيضاً عن مصطلح (*enseigne*) الذي يقصد به الشعار أو الرمز الذي يتخذه التاجر لتمييز محله، ويوضع على الواجهة الخارجية للمحل، انظر هذا التعريف في المادة "٣-٥٨١" من قانون البيئة الفرنسي،

الصادر بتاريخ ١٢/٢٩/١٩٧٩ م:

**L'enseigne** est définie par l'article L581-3 de la loi française du 29 décembre 1979 (**Code de l'environnement**) comme " toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce ". L'enseigne est un élément de publicité extérieure.

(٢٠) نظام السجل التجاري الصادر المرسوم الملكي رقم م/١ وتاريخ ٢١/٢/١٤١٦ هـ.

يُراعى في حالة اختلاف الاسم التجاري للتاجر الفرد عن الاسم المُسجَّل في السجل المدني، ذكر اسمه المُسجَّل في السجل المدني كاملاً في جميع مطبوعاته، وأن يتم التوقيع به على جميع معاملاته التجارية".

وفي هذا إشارة واضحة للدلالة على تمييز المنظم السعودي للاسم التجاري عن الاسم الشخصي للتاجر "العنوان التجاري"، حيث يقوم التاجر باستخدام هذا الأخير في جميع معاملاته التجارية، ويوقع به أوراقه المتعلقة بهذه المعاملات، ويذكره على جميع مطبوعاته؛ كالمشورات واللوحات الدعائية والفواتير والإيصالات وغير ذلك من المطبوعات التي يستخدمها التاجر. كما يظهر ذلك أيضاً من مدلول المادة الثانية من نظام السجل التجاري السعودي التي أوجبت، في الفقرة الأولى، على التاجر الذي يطلب قيد اسمه في السجل بيان اسمه ولقبه (العنوان التجاري)، وأوجبت في الفقرة الثانية بيان الاسم التجاري في حال وجوده، حيث لم يكن اتخاذ الاسم التجاري قبل صدور نظام الأسماء التجارية السعودي أمراً وجوبياً على التاجر<sup>(٢١)</sup>.

وكنا نتمنى على المنظم السعودي لو أشار إلى مصطلح العنوان التجاري صراحة، وسمى الأمور بمسمياتها، كما فعلت العديد من تشريعات كثير من

(٢١) جاء في نص المادة الأولى ".....ويجب أن يشتمل الطلب على البيانات الآتية: -

١- اسم التاجر بالكامل ولقبه، ومكان ميلاده وتاريخه وجنسيته وصورة من توقيعه ومن توقيع من ينوب عنه (إن وُجد).

٢- الاسم التجاري (إن وُجد).

ولكن بعد صدور نظام الأسماء التجارية السعودي المشار إليه سابقاً، فقد أصبح اتخاذ الاسم التجاري أمراً وجوبياً على التاجر وذلك بموجب المادة الأولى منه.

الدول<sup>(٢٢)</sup>؛ حتى لا يختلط مفهوم الاسم التجاري بمفهوم الاسم الشخصي للتاجر، وحتى لا يلتبس على الآخرين الاختلاف بين العنوان التجاري والاسم التجاري، وحتى لا يظن البعض أن المنظم السعودي لم يفرق بينهما واعتبرهما شيئاً واحداً، وبخاصة عندما أجاز المنظم للتاجر إمكانية تكوين الاسم التجاري من الاسم المدني للتاجر<sup>(٢٣)</sup>.

وبهذا المعنى يختلف العنوان عن الاسم التجاري، حيث يخصص الأخير لتمييز المتجر عن غيره من المتاجر<sup>(٢٤)</sup>، وغالباً ما يختار التاجر تسمية مبتكرة لجذب انتباه العملاء، فقد يكون عبارة أو إشارة مميزة؛ كاستخدام عبارات "صالون الأصابع الذهبية" أو "ملبوسات الرجل الأنيق"، أو "مطعم السفراء"، أو "فندق الغزال"، أو غيرها، بحيث يكون لهذه التسمية وقع في نفوس العملاء، تجذبهم إلى التعامل مع المحلّ، وبالتالي يكون لها قيمة اقتصادية، وتعد عنصراً معنوياً جوهرياً من عناصر المحلّ التجاري<sup>(٢٥)</sup>.

(٢٢) ألزمت الفقرة الأولى من المادة (٤٠) من قانون التجارة الأردني المشار إليه سابقاً، كل تاجر أن يجري معاملاته ويوقع أوراقه المتعلقة بتجارته، باسم يطلق عليه العنوان التجاري.

(٢٣) انظر نص المادة الأولى من نظام الأسماء التجارية السعودي رقم (م/١٥) وتاريخ ١٢/٨/١٤٢٠هـ.

(٢٤) د. فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، ج ١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ١٩٩٧، ص ١٦٥.

(٢٥) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٦، ص ٤٢٢. وقد أشار إلى ذلك

أيضاً قرارات قضائية فرنسية انظر على سبيل المثال قرار حديث لمحكمة استئناف فرساي، بالطعن بالحكم

الصادر محكمة بداية نانثير:

-la Cour d'appel de Versailles a rappelé que « l'enseigne qui est un signe par lequel le commerçant informe la clientèle de sa présence à l'emplacement des locaux loués dans lesquels il exerce son activité, indispensable à l'individualisation de son commerce, est un attribut du fonds de commerce ». (CA Versailles, 12e ch., 2e sect., 29 sept. 2011 (appel TGI Nanterre, 28 juin 2010) : JurisData n° 2011-02287).

وقد يتخذ التاجر من عنوانه، اسماً تجارياً يضعه على متجره، متى توافر لهذا العنوان مميزات تجعله وسيلة للدلالة على المتجر، وقد يضيف إليه رسوماً أو إشارات أو صور تعين على لفت انتباه الزبائن إلى المتجر. وعندئذ يتصل اتصالاً وثيقاً بالمتجر، لأنه يقوم بوظيفة الاسم التجاري، ويضعه التاجر على واجهة متجره لتمييزه عن غيره من المتاجر، وفي هذه الحالة قد يعد من أهم عناصر المحل التجاري وأعلىها قيمة، وتحدد قيمته بقدرته على جذب الزبائن وربطهم بالمتجر<sup>(٢٦)</sup>، ويلخص العنوان في هذه الحالة استقلالية المتجر، ويدلل على جميع مميزاته وخصائصه<sup>(٢٧)</sup>، وقد يتخذ التاجر من عنوانه التجاري علامة تجارية، لتمييز السلع أو المنتجات أو الخدمات التي يتعاطى بها التاجر متى توافرت فيه شروط العلامة التجارية<sup>(٢٨)</sup>.

#### الفرع الثاني: صلة العنوان التجاري بالاسم الشخصي للتاجر

يجب على التاجر أن يجري توقيع جميع معاملاته التجارية بعنوانه المسجل في السجل التجاري، وذلك للدلالة على أن التصرفات التي أجراها تتعلق بنشاطه التجاري، وليست بحياته الشخصية الخاصة. والأصل أن يُستمد العنوان التجاري من اسم التاجر الشخصي ولقبه، إلا أنه قد يستمد أيضاً من طبيعة النشاط التجاري وغرضه. ويتوقف ذلك على طبيعة الشخص الذي يمارس النشاط التجاري، فيما إذا كان تاجراً فرداً، أو شركة.

(٢٦) د. عزيز العكيلي، الوسيط في شرح القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان

٢٠١٢، ص ١٦٦.

(٢٧) Hamel et Lagarde et Jauffret, Traite de droit commercial, Tom. II, Paris, 1966, N°993.

(٢٨) أنظر د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان، ١٩٩٩، ص ٢٧٦.

## أولاً: التاجر الفرد

أوجبت المادة السابعة من نظام الأسماء التجارية السعودي المشار إليها آنفاً، على كل تاجر؛ أن يجري معاملاته التجاريّة، ويوقع أوراقه المتعلقة بتجارته، باسمه الشخصي المسجّل في السجل المدني، ويشمل ذلك اسم التاجر ولقبه الحقيقي<sup>(٢٩)</sup>، وهو ما يطلق عليه في التشريعات المقارنة "العنوان التجاري"<sup>(٣٠)</sup>. وقد أوجبت المادة ذاتها، في حال اختلاف العنوان عن الاسم التجاري، أن يكتب هذا العنوان (اسم التاجر، ولقبه) بشكل واضح في جميع مطبوعاته، وأن يتم التوقيع به على جميع معاملاته<sup>(٣١)</sup>، حيث جاء فيها "على أن يُراعى في حالة اختلاف الاسم التجاري للتاجر الفرد عن الاسم المسجّل في السجل المدني، ذكر اسمه المسجّل في السجل المدني كاملاً في جميع مطبوعاته، وأن يتمّ التوقيع به على جميع معاملاته التجاريّة".

(٢٩) يجب أن يشتمل طلب التاجر المقدم للقيّد بالسجل التجاري بحسب الفقرة الأولى من المادة الثانية من نظام السجل التجاري رقم م/١ وبتاريخ ١٤٢١/٢/٢١هـ، على "اسم التاجر بالكامل ولقبه، ومكان ميلاده وتاريخه وجنسيّته وصورة من توقيعه ومن توقيع من ينوب عنه (إن وُجد)".

(٣٠) يطلق على العنوان التجاري للتاجر الفرد، وللشركات المدنية في القانون الفرنسي مصطلح "raison social"، وهو مستمد من اسم التاجر الشخصي في حالة التاجر الفرد، ومن أسماء جميع الشركاء أو عدد منهم في الشركات المدنية مع إضافة عبارة وشركاؤهم، لأنّها تقوم على الاعتبار الشخصي، ويجب عد الخلط بينه وبين مصطلح «*dénomination sociale*» الذي يستخدم كعنوان للشركات التجارية التي تستمد من غايتها وغرضها التجاري. أنظر ذلك في:

Bruno Dondero, Droit des sociétés, Dalloz, coll. « Hypercours Dalloz », 2009, P. 564.

(٣١) تتوافق هذه المادة (٤٠) من قانون التجارة الأردني؛ المادة (٤٩) من قانون التجارة الكويتي؛ والمادة (٥٣) من قانون التجارة البحريني.

وبناءً على ما جاء في نص المادة السابقة يجب التمييز بين حالتين:

#### ١ - تطابق الاسم التجاري مع العنوان التجاري (اسم التاجر ولقبه):

تنص المادة الأولى من نظام الأسماء التجارية السعودي رقم (م/١٥) وتاريخ ١٤٢٠/٨/١٢ هـ على أنه "على كل تاجر أن يتخذ له اسماً تجارياً يقيده في السجل التجاري، ويتكوّن هذا الاسم من اسمه في السجل المدني، أو من تسمية مبتكرة أو من الاثنين معاً، كما يجوز أن يتضمن بيانات تتعلق بنوع التجارة المخصّص لها. وفي جميع الأحوال يجب أن يكون الاسم لائقاً ولا يؤدي إلى التضليل، أو يتعارض مع الشريعة الإسلامية أو يمسّ الصالح العام"، طبقاً لهذا النص، يعد اختيار تركيبة الاسم التجاري أمراً عائداً للتاجر، فيجوز له أن يتخذ من اسمه المسجل في السجل المدني (عنوانه التجاري) اسماً تجارياً له، ويجوز أيضاً أن يكون من تسمية مبتكرة أو من طبيعة النشاط الذي يمارسه التاجر.

كما يفهم أيضاً من مدلول نص المادة السابعة من نظام الأسماء التجارية السعودي، أن اتخاذ التاجر من عنوانه التجاري اسماً تجارياً له هو الأصل؛ بينما التسمية الابتكارية أو التسمية المستمدة من النشاط التجاري للتاجر هي الاستثناء من ذلك الأصل، فقد جاء فيها "على أن يُراعى في حالة اختلاف الاسم التجاري للتاجر الفرد عن الاسم المسجّل في السجل المدني، ذكر اسمه المسجّل في السجل المدني كاملاً في جميع مطبوعاته، وأن يتمّ التوقيع به على جميع معاملاته التجارية".

وعند تطابق الاسم التجاري مع العنوان التجاري، فذلك يعني أن التاجر أتخذ من عنوانه التجاري (اسمه ولقبه الحقيقيان)<sup>(٣٢)</sup> اسماً تجارياً؛ كأن يكتب على واجهة المتجر مثلاً "محلات سعود التويجري للأثاث" أو "معرض فهد العتيبي للسيارات".

(٣٢) د. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، عمان ٢٠٠٥، ص ١٩٦.

وعندئذ يقوم العنوان التجاري بوظيفة الاسم التجاري، لأنه يدل على شخص صاحب المحل التجاري، كما أنه يعد وسيلة لتمييز المحل التجاري عن غيره من المحلات التجارية المشابهة، ويعد ذلك أيضاً من وظائف العنوان التجاري، فاستعمال العنوان التجاري اسماً تجارياً يعد من الوظائف الهامة التي يقوم بها العنوان التجاري في هذه الحالة، لأنه يعد وسيلة لتمييز المتجر، وجذب العملاء، ويصبح بذلك جزءاً من العناصر المعنوية للمحل التجاري، لأنه يزيد من قيمته المادية والمعنوية.

وعندما يختلط الاسم التجاري بالعنوان التجاري، فإنه يشملهما عند التصرف بالمحل التجاري حكم واحد؛ كالبيع أو الرهن مثلاً، ويطبق على العنوان التجاري في هذه الحالة أحكام الاسم التجاري، لأن نظام الأسماء التجارية السعودي بحسب المادة الأولى منه والمشار إليها آنفاً، يميز للتاجر أن يتخذ من اسمه ولقبه (عنوانه) اسماً تجارياً. وبناءً على ذلك إذا تم الاتفاق كتابة على شمول البيع أو الرهن للاسم التجاري، امتد ذلك إلى العنوان التجاري<sup>(٣٣)</sup>، لأنه يعد من عناصر المحل المعنوية، فينتقل معه إذا تنازل التاجر عنه، وينتقل العنوان تلقائياً دون حاجة إلى أي إجراء يذكر؛ سوى قيده في السجل التجاري ليصبح نافذاً بحق الغير<sup>(٣٤)</sup>. وإذا لم يتم الاتفاق على ذلك كتابة، فلا يدخل العنوان في هذه الحالة ضمن عناصر المحل التجاري المبيعة. كما لا يجوز في المقابل، التصرف في العنوان التجاري في حالة تطابقه مع الاسم التجاري بصورة مستقلة عن المحل التجاري<sup>(٣٥)</sup>.

(٣٣) انظر نص المادة الثامنة من نظام الأسماء التجارية السعودي رقم (م/١٥) وتاريخ ١٢/٨/٢٠١٤هـ.

(٣٤) انظر نص المادة التاسعة من نظام الأسماء التجارية السعودي.

(٣٥) انظر المادة الثامنة من نظام الأسماء التجارية السعودي المشار إليها سابقاً.

وخلاصة القول، يعد العنوان التجاري، عند استخدامه كاسم تجاري للمتجر، من العناصر الجوهرية للمحل التجاري؛ لما له من دور في هذه الحالة في تمييز المتجر عن غيره المتاجر، وجلب الزبائن والتفافهم حوله، وانعكاس ذلك إيجاباً على ارتفاع القيمة المادية والاقتصادية للمحل التجاري كمال منقول معنوي<sup>(٣٦)</sup>. ويطبق على العنوان التجاري، في هذه الحالة، ما يطبق على الاسم التجاري، نظراً لصعوبة الفصل بينهما. ويقود هذا كما بينا سابقاً إلى الخلط بينهما، ويقومان بوظيفة مزدوجة، ونحن بدورنا نفضل ألا يتضمن الاسم التجاري على اسم التاجر ولقبه، حتى لا يختلط كل منهما بالآخر، لأن كلا منهما له وظيفته الخاصة به.

## ٢- اختلاف الاسم التجاري عن العنوان التجاري (اسم التاجر ولقبه):

أجازت المادة الأولى من نظام الأسماء التجارية السعودي، التي سبق الإشارة إليها، للتاجر أن يتخذ اسماً تجارياً من تسمية مبتكرة أو مشتقة من طبيعة النشاط التجاري الذي يمارسه<sup>(٣٧)</sup>. وغالباً ما يختار التاجر تسمية مبتكرة تنطوي على شيء من الجدة والظرافة، يكون لها وقع في نفوس العملاء، تجذبهم للتعامل مع المتجر. ويختلف الاسم التجاري الذي يختاره التاجر في هذه الحالة عن العنوان التجاري (اسم التاجر ولقبه الحقيقيان)، حيث يقوم كلا منهما بدوره الذي وجد من أجله. فيكون العنوان التجاري في هذه الحالة دالة على شخص التاجر، والاسم التجاري دالة على المتجر وتمييزه عن غيره من المتاجر.

ويلاحظ أن المنظم السعودي قد أوجب في المادة التاسعة من نظام الأسماء التجارية السعودي المشار إليها سابقاً، في حال اختلاف العنوان التجاري عن الاسم

(٣٦) Hamel & G. Lagarde, Traite de Droit Commercial, Tome I, 1954, n°993. J.

(٣٧) انظر نص المادة الأولى من نظام الأسماء التجارية السعودي المشار إليه سابقاً.

التجاري للتاجر الفرد، ضرورة كتابة العنوان (اسمه المسجل في السجل المدني) في جميع مطبوعات المتجر ومنشوراته دون الإشارة إلى كتابته في واجهة المتجر، بينما أوجب، في المادة ذاتها، ضرورة كتابة الاسم التجاري على واجهة المتجر " أن يكتب اسمه التجاري بشكل واضح على واجهة محله التجاري". وتكمن الحكمة من إلزام التاجر بذكر عنوانه التجاري (الاسم المدني كاملاً) على جميع مطبوعاته، إعلام الغير الذين يتعاملون مع المحل التجاري بشخصية مالك المحل الحقيقي، وللدلالة على أن التصرفات التي يجريها التاجر تتعلق بنشاطه، وبخاصة عند اختيار التاجر اسماً تجارياً مغايراً لاسمه ولقبه (عنوانه التجاري)، ويعد ذلك من أهم الوظائف التي يقوم بها العنوان التجاري، وهي تعريف المتعاملين بشخصية صاحب النشاط التجاري الحقيقي (التاجر).

ولا يلزم التاجر بكتابة عنوانه التجاري على واجهة متجره، ولا يتعرض لأي جزاء قانوني في حالة عدم قيامه بذلك، كما لا يعد العنوان التجاري في هذه الحالة عنصراً من عناصر المحل التجاري، لأن وظيفته تنحصر في بيان شخص التاجر مالك المتجر والتعريف به، دون أن يكون لها دور في جلب الزبائن، وبالتالي عدم التأثير في زيادة القيمة المادية والمعنوية للمحل التجاري. في حين إذا قام التاجر بإضافة عنوانه التجاري للاسم التجاري، أو كتابته إلى جانبه، فينقلب حينئذ لصبح عنصراً من العناصر المعنوية للمحل التجاري، لافتراض ارتباط العملاء به، والتفافهم حوله.

ونخلص من ذلك إلى نتيجة هامة، مفادها؛ إن اسم التاجر ولقبه من العناصر الأساسية التي يتألف منها العنوان التجاري؛ سواء في حالة اختلاف العنوان التجاري عن الاسم التجاري، أو في حالة تطابقهما، فإن العنوان التجاري يرتبط باسم التاجر ولقبه الحقيقيين، للدلالة على شخصيته. فكل تاجر بلغ رأس ماله مائة ألف ريال<sup>(٣٨)</sup>؛

(٣٨) المادة الثانية من نظام السجل التجاري المشار إليها سابقاً.

يلزم باتخاذ عنوان تجاري يتكون من اسمه ولقبه الحقيقيين، بهدف بيان هويته وشخصيته، وبهدف إضفاء نوع من الثقة على معاملاته التجارية. ولم يرد في الأنظمة ما يجيز للتاجر أن يكون عنوانه من تسمية مبتكرة، أو أن يضيف إليه تسمية مبتكرة، لعدم أهمية ذلك من ناحية، ولتناقض ذلك مع الوظيفة التي يقوم بها العنوان التجاري؛ وهي الدلالة على شخص التاجر.

### ثانياً: العنوان التجاري للشركات

أوجبت المادة الثالثة من نظام السجل التجاري السعودي على مدراء الشركات خلال ثلاثين يوماً من تأسيسها، أن يتقدموا بطلب قيدها في السجل التجاري، ويجب أن يشمل هذا الطلب على اسم الشركة ونوعها، إضافة إلى بيانات أخرى يجب أن يشمل عليها الطلب بيئتها المادة<sup>(٣٩)</sup>. كما أوجب نظام الشركات أن تحمل جميع العقود والمخالصات والإعلانات وغيرها من الأوراق التي تصدر عن الشركة اسمها وبياناتها عن نوعها ومركزها الرئيسي<sup>(٤٠)</sup>. وجاء في المادة الثالثة من نظام الأسماء التجارية السعودي أنه "مع مراعاة أحكام نظام الشركات، يكون اسم الشركة هو الاسم التجاري لها، ويجوز أن يتضمن هذا الاسم تسميةً مبتكرةً أو بيانات متعلقة بنوع التجارة التي تمارسها الشركة".

(٣٩) وهي: ١- نوع الشركة واسمها التجاري، ٢- النشاط الذي تباشره الشركة، ٣- رأس مال الشركة، ٤- تاريخ ابتداء الشركة وتاريخ انتهائها، ٥- أسماء الشركاء المتضامنين في شركات التضامن أو التوصية، ومكان ميلاد كل منهم وتاريخه وعنوانه وجنسيته، ٦- أسماء مُديري الشركة ٧- أسماء الأشخاص الذين لهم حق التوقيع باسمها ومكان ميلاد كُلِّ منهم وتاريخه وجنسيته وصورة من توقيعه، مع بيان مدى سلطاتهم في الإدارة والتوقيع، وتحديد التصرفات المحظور عليهم مُباشرتها (إن وُجدت)، ٨- عنوان المركز الرئيسي للشركة والفروع والوكالات سواء أكانت داخل المملكة أم خارجها.

(٤٠) انظر المادة (١٢) من نظام الشركات السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم ٦/٢ وتاريخ ١٣٨٥/٣/٢٣هـ.

ونلاحظ من خلال النصوص السابقة، أن المنظم السعودي قد استبدل الاسم واللقب الشخصي (العنوان التجاري) اللذين أشار إليهما في حالة التاجر الفرد (الطبيعي) باسم الشركة في حالة الشخص المعنوي (الاعتباري)، فكل شركة لها اسم خاص بها (عنوان تجاري) يميّزها عن غيرها من الشركات، ويتم التوقيع به على سائر معاملاتها والتزاماتها. ويختلف مضمون هذا الاسم وارتباطه بالمدلول الشخصي باختلاف نوع الشركة، فيما إذا كانت من شركات الأشخاص أم أموال أم شركات مختلطة، ويجب مراعاة أن نظام الأسماء التجارية السعودي يلزم جميع التاجر أفراداً كانوا أم شركات باتخاذ اسم تجاري، وهذا ما سنقوم بإيضاحه على النحو الآتي:

#### ١- شركات الأشخاص:

يجب أن يستمد اسم الشركة في هذا النوع من الشركات (شركة التضامن، وشركة التوصية البسيطة)<sup>(٤١)</sup> من أسماء الشركاء المتضامين، الذين يسألون عن ديون الشركة في أموالهم الخاصة<sup>(٤٢)</sup>، ويسمى الاسم في هذه الحالة بعنوان الشركة، وغالباً ما يقتصر هذا العنوان على اسم أحد الشركاء المتضامين مع إضافة عبارة "وشركاء" في حال تعدد الشركاء. ويقصد من ذلك إعلام الغير بالأشخاص الذين تضمهم الشركة، الذين يعتمد عليهم في تعامله مع الشركة نظراً لمسئوليتهم الشخصية والتضامنية عن ديون والتزامات الشركة.

(٤١) ويطبق هذا الأمر كذلك على شركة التوصية بالأسهم التي يمكن إدراجها من ضمن الشركات المختلطة،

حيث أن لها عنوان يتألف من اسم واحد أو أكثر من الشركاء المتضامين وحدهم.

(٤٢) تنص المادة (١٧) من نظام الشركات المشار إليه سابقاً على أن " يتكون اسم شركة التضامن من اسم

شريك واحد أو أكثر مقروناً بما ينبئ عن وجود شركة...؛ وجاء في نص المادة (٣٧) من النظام السابق

على أن " يتكون اسم شركة التوصية البسيطة من اسم واحد أو أكثر من الشركاء المتضامين مقروناً بما ينبئ

عن وجود شركة...".

لم يشر المنظم السعودي إلى العنوان التجاري لشركات الأشخاص في نظام الشركات كما فعلت العديد من التشريعات، التي أطلقت على اسم الشركة في شركات الأشخاص بالعنوان التجاري؛ كالتشريع الأردني<sup>(٤٣)</sup>، والكويتي<sup>(٤٤)</sup>، وقد كان المشرع الفرنسي يطلق على اسم شركات الأشخاص سابقاً بالعنوان التجاري "raison social" وكان يجب أن يستمد هذا العنوان من أسماء الشركاء المتضامنين، على خلاف شركات الأموال التي يعود فيها اختيار اسم الشركة للشركاء أنفسهم، ولكن بعد صدور قانون ١٩٨٥<sup>(٤٥)</sup>، عدل المشرع عن ذلك وأطلق على الاسم في جميع الشركات التجارية بـ "dénomination sociale"، وأصبح تكوين هذا الاسم مسألة اختيارية عائدة للشركاء أنفسهم، وأصبح مصطلح العنوان التجاري قاصراً على التجار الأفراد والشركات المدنية دون الشركات التجارية بأنواعها المختلفة.

فعلى الرغم من عدم إشارة المنظم السعودي إلى ذلك، إلا إن غالبية شراح نظام الشركات السعودي<sup>(٤٦)</sup>، عند تناولهم لأحكام شركات الأشخاص قد استخدموا

(٤٣) انظر المادة (١٠، ٢٤) من قانون الشركات الأردني رقم ٢٢، لسنة ١٩٩٧.

(٤٤) انظر المادة (٣٥) من قانون الشركات الكويتي الصادر بالمرسوم الملكي رقم ٢٥ لسنة ٢٠٠٢، المعدل بالقانون رقم ٩٧ لسنة ٢٠١٣.

<sup>45</sup>Voir la Loi n° 85-697 du 11 juillet 1985 relative à l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée et à l'exploitation agricole à responsabilité limitée. Version consolidée au 23 juillet 1993, sur site internet: <http://legifrance.gouv.fr>.

(٤٦) انظر على سبيل المثال د. محمد حسن الجبر، القانون التجاري السعودي، الرياض ١٤١٧هـ، دون دار نشر، ص ١٦١ وما بعدها؛ وكذلك د. نايف الشريف د. زياد القرشي، القانون التجاري، ط ٤، دار حافظ للنشر والتوزيع، جدة، ١٤٣٢هـ، ص ١٨٩.؛ وكذلك مؤلفنا الوجيز في الشركات التجارية وأحكام الإفلاس وفقاً للأنظمة والتشريعات التجارية في المملكة العربية السعودية، ط ١، بريده، ١٤٣٤هـ، ص ٨٨، ١٠٥، وغيرها؛ د. محمود باليلي، الشركات التجارية، بدون دار نشر، ط ١، ١٣٩٨هـ، ص ٨٣؛ د. سعيد يحيى، مرجع سابق، ٢٤٣.

مصطلح "العنوان التجاري" للدلالة على اسم وهوية هذه الشركات، ومن دون تردد، وكأن المنظم السعودي قد أشار إلى ذلك صراحة، ويعود السبب في ذلك إلى؛ كون ذلك أمراً منطقياً، لأن عنوان الشركة يستمد من أسماء الشركاء المتضامنين في الشركة، وهو الذي يميزها عن غيرها من الشركات، وتعرف به في الوسط التجاري، كما توقع به جميع تعهداتها وعقودها ومخالفاتها وأعمالها التي تقوم بها؛ ثم إن هذا العنوان يجب أن يكون مطابقاً للحقيقة<sup>(٤٧)</sup>، ولا يشتمل على اسم شخص أجنبي عنها، غير شريك فيها، فإذا اشتمل على اسم شخص أجنبي فيها مع علمه بذلك، كان هذا الأخير مسؤولاً بالتضامن أمام الغير عن ديون الشركة والتزاماتها. ناهيك أخيراً عن تأثر هؤلاء الشراح بالقانون والفقهاء المقارن؛ كالقانون المصري والأردني والقانون الفرنسي سابقاً.

## ٢- شركات الأموال (شركة المساهمة) والشركات المختلطة:

على خلاف شركات الأشخاص، تقوم شركات الأموال، التي تعد الشركة المساهمة النموذج الوحيد لها، على الاعتبار المالي، ولا أهمية لأشخاص الشركاء فيها؛ لأنها لا تقوم على الاعتبار الشخصي، وبالتالي ليس لها عنوان يستمد من أسماء الشركاء أو اسم أحدهم؛ بل إن المنظم السعودي قد حظر عليها، بموجب المادة (٥٠) من نظام الشركات، دخول اسم أحد في اسم الشركة<sup>(٤٨)</sup>، "لا يجوز أن يشتمل اسم الشركة المساهمة على اسم شخص طبيعي"، ويرجع السبب في ذلك إلى أن

(٤٧) انظر الفقرة الأولى من المادة (١٧) من نظام الشركات السعودي.

(٤٨) لا يجوز للشركة المساهمة أن تستمد تسميتها من اسم شخص طبيعي إلا في حالتين؛ حددهما المنظم السعودي حصراً بموجب المادة (٥٠) من نظام الشركات وهما: أولاً- إذا كانت غاية الشركة استثمار براءة اختراع مسجلة قانوناً باسم شخص طبيعي، ثانياً- إذا تملك الشركة مؤسسة تجارية واتخذت من اسمها اسماً لها.

الهدف من عنوان الشركة هو تقوية ائتمانها عن طريق إعلام الغير بأسماء المسؤولين بالتضامن، في حين أن مسؤولية الشركاء في شركة المساهمة محدودة بقيمة حصصهم المقدمة في رأس مال الشركة<sup>(٤٩)</sup>. لذا لا حاجة لأن تتخذ الشركة لها عنواناً تجارياً، يتكون من أسماء، أو ألقاب الشركاء فيها، بل يجب عليها أن تتخذ اسماً تجارياً يستمد من غاياتها.

وبحسب المادة الثانية من نظام الأسماء التجارية السعودي المشار إليه سابقاً، يكون اسم الشركة هو الاسم التجاري لها، ويستمد في العادة من غرضها أو تسمية مبتكرة. وتستطيع الشركة بهذا الاسم مزاوله الأعمال التي تقوم بها لحسابها، ويوقع به ممثلوها كافة العقود والتعهدات التي يقومون بها من أجل تحقيق أهداف الشركة وغاياتها<sup>(٥٠)</sup>. ويمكننا القول في هذا الصدد، أن اسم الشركة المساهمة يقوم مقام عنوانها، حيث تجري به جميع عقودها وأعمالها<sup>(٥١)</sup>، وذلك تطبيقاً لنص المادة (١٢) من نظام الشركات التي تنص على أن "جميع العقود والمخالصات والإعلانات وغيرها من الأوراق التي تصدر عن الشركة يجب أن تحمل اسمها وبياناً عن نوعها ومركزها الرئيسي". كما يعد اسمها أيضاً اسماً تجارياً لها، الذي تباشر فيه التجارة، وجرى العمل على إطلاق مصطلح الاسم التجاري للدلالة على الاثنين معاً<sup>(٥٢)</sup>.

(٤٩) د. محمد حسن الجبر، مرجع سابق، ص ٢٩٠.

(٥٠) انظر مؤلفنا، الوجيز في الشركات التجارية...، مرجع سابق، ص ١١٩.

(٥١) ذهب القضاء الفرنسي إلى أن الدعوى التي ترفعها الشركة بغير اسمها التجاري، تكون باطلة من حيث الشكل، لأن اسمها التجاري هو الذي يعبر عن شخصيتها القانونية. انظر ذلك في Bruno Dondero, Droit des sociétés, op.cit. p. 65.

(٥٢) د. مصلح الطراونة، الأحكام القانونية للاسم والعنوان التجاري في التشريع التجاري الأردني، مجلة مؤتة

للبحوث والدراسات، المجلد ١٧، العدد ٤، لسنة ٢٠٠٢، حتى ص ١٩٧.

وأما بالنسبة للشركات المختلطة التي تشمل شركة التوصية بالأسهم والشركة ذات المسؤولية المحدودة، فإننا سنتناول ما يتعلق باسم الشركة ذات المسؤولية المحدودة دون شركة التوصية بالأسهم؛ لأنه ينطبق عليها ما ينطبق على شركات الأشخاص في هذا الصدد<sup>(٥٣)</sup>، وسبق لنا معالجة ذلك.

نصت المادة (١٦٠) من نظام الشركات على أنه "يجوز أن يكون اسم الشركة ذات المسؤولية المحدودة من اسم شريك واحد أو أكثر، ويجوز أن يكون ذلك الاسم مشتقاً من غرضها". فطبقاً لهذا النص يجوز للشركة ذات المسؤولية المحدودة أن تتخذ اسماً مشتقاً من غرضها، ويطبق عليها في هذه الحالة ما يطبق على شركة المساهمة العامة، ويجوز لها أيضاً أن تتخذ عنواناً يتضمن اسم شريك أو أكثر كما هو الحال في شركات الأشخاص.

ويفهم من ذلك، أن الشركة ذات المسؤولية المحدودة قد يكون لها عنوان تجاري، في الحالة التي يتضمن فيها اسمها اسم أحد الشركاء فيها<sup>(٥٤)</sup>، وقد يكون لها اسم فقط دون عنوان، في الحالة التي تتخذ اسماً مشتقاً من غرضها. وتعد هذه المسألة جوازيه ومتوقفة على إرادة الشركاء أنفسهم.

ونخلص مما تقدم، إلى أن العنوان التجاري يرتبط بالصفة الشخصية لصاحب المحل التجاري، سواء أكان تاجراً فرداً أم شركة أشخاص، فهو يتكون بشكل أساسي من اسم التاجر ولقبه الحقيقيين وجوباً، وقد أوجب المنظم السعودي، على التاجر،

(٥٣) يسري على عنوان شركة التوصية بالأسهم كافة الأحكام المنصوص عليها في المادة (٣٧) والفقرتين الثانية والثالثة من المادة (١٧) من نظام الشركات، المتعلقة بعنوان شركة التضامن.

(٥٤) ويلجأ الشركاء إلى هذه الطريقة لدعم الثقة في الشركة من جانب المتعاملين معها، وبخاصة عندما يكون صاحب هذا الاسم له سمعته ومكانته التجارية.

كما رأينا، أن يعقد بواسطة عنوانه التجاري، جميع صفقاته التجارية وعقوده ومخالفاته وأعماله، ولا يجوز له أن يفعل ذلك بواسطة الاسم التجاري؛ إلا في حالة شركة المساهمة؛ لعدم وجود عنوان تجاري لها واقتصارها على الاسم التجاري أولاً، ولأن هذه الشركات تكون بموجوداتها وأموالها، مسؤولة عن الديون والالتزامات المترتبة عليها ولا يكون الشريك مسؤولاً تجاه الشركة، عن تلك الديون والالتزامات إلا بمقدار الحصة التي يملكها في رأس مال الشركة ثانياً<sup>(٥٥)</sup>. فالاسم التجاري يتعلق بالمحل التجاري فقط وبه يتميز عن غيره من المحلّات التجارية الأخرى، ولا يمكن للتاجر الفرد أن يستخدمه في معاملاته، وعقوده وإعلاناته وأوراقه المتعلقة بالمحلّ بمعزل عن اسمه الشخصي.

#### المطلب الثاني: علاقة العنوان التجاري بالمحلّ التجاري

تبين لنا مما سبق، أن اتخاذ التاجر عنواناً تجارياً يعدّ أمراً وجوبياً يقع على عاتقه القيام به، سواء أكان فرداً أم شركة أشخاص، وهو الاسم الذي يتخذه عند ممارسة الأعمال التجارية ويوقع به جميع العقود والتصرفات القانونية التي يباشرها مع الذين يتعامل معهم في النشاط التجاري. ويجب على التاجر أن يضعه على جميع أوراقه وإعلاناته ومنشوراته ولوحاته وبخاصة عند عدم تطابق الاسم التجاري مع الاسم واللقب الشخصيين (العنوان التجاري). ولكن يثار تساؤل مهم في هذا الصدد، حول مدى إمكانية اعتبار العنوان التجاري، على النحو الذي بيناه، عنصراً من عناصر المحلّ التجاري، ولا سيما أن المنظم السعودي لم يتناول أحكام المحلّ التجاري ولم يبين عناصره، وإن كان قد أورد بعضها في أنظمة متفرقة، كما بينا سابقاً.

(٥٥) د. مصلح الطراونة، الأحكام القانونية للعنوان التجاري والاسم التجاري في القانون الأردني، مرجع سابق،

ويعد العنوان التجاري برأي عدد كبير من الذين تعرضوا للأنظمة التجارية السعودية في كتبهم ومؤلفاتهم، من عناصر المحلّ التجاري<sup>(٥٦)</sup>، دون أن يساورهم في ذلك أدنى شك، ويضعونه من بين عناصر المحلّ التجاري المعنوية في جميع الأحوال. ويبدو أن السبب يعود في ذلك؛ إلى تأثر هؤلاء بالفقه المصري، الذي يذهب إلى تعريف العنوان التجاري بأنه تسمية يتخذها التاجر لتمييز محله التجاري عن غيره من المحال التجارية المشابهة له، ويتكون من تسمية مبتكرة لجذب انتباه العملاء، وقد يكون عبارة أو إشارة مميزة. وبالتالي يكون للتاجر حق ملكية على عنوان محله التجاري وهي ملكية معنوية يحميها القانون بدعوى المنافسة غير المشروعة<sup>(٥٧)</sup>.

ونحن بدورنا لا نسلم بذلك بشكل مطلق، إذ إننا ذهبنا إلى تعريف العنوان التجاري، بأنه دالة على شخص التاجر، ووظيفته الأساسية هي التعريف بشخص التاجر، وللدلالة على أن التصرفات التي أجراها تتعلق بنشاطه التجاري وليس بحياته الخاصة<sup>(٥٨)</sup>، ولكن نظراً لإمكانية استخدام العنوان التجاري بوظائف أخرى غير الوظيفة التي يقوم بها أساساً؛ كالوظيفة التي يقوم بها عندما يتخذ التاجر منه اسماً تجارياً للدلالة على المحلّ التجاري ذاته، فعندئذ يدخل العنوان التجاري في عناصر المحلّ التجاري ويعد جزءاً فيه. وليبيان مدى صلة العنوان التجاري بالمحلّ التجاري،

(٥٦) انظر على سبيل المثال د. ثروت عبد الرحيم، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية، جامعة الملك سعود/ الرياض، ١٤٠٧هـ، ص ٢٢؛ انظر كذلك د. حماد عزب د. نايف الشريف، القانون التجاري السعودي، دار النهضة العربية/ القاهرة، ١٤٢٢هـ، ص ١٩٣.

(٥٧) انظر على سبيل المثال د. محمد حسني عباس، الموجز في القانون التجاري، ط ١، دون دار نشر، القاهرة، ١٩٥٠، ص ١٣٢؛ انظر أيضاً د. محسن شفيق، القانون التجاري المصري، ج ١، الإسكندرية، ١٩٤٩، ص ٥٧٦؛ وكذلك د. محمد صالح، القانون التجاري، ج ١، القاهرة، ص ١٣٠.

(٥٨) أستاذنا د. عزيز العكيلي، الوسيط في شرح القانون التجاري، مرجع سابق، ص ١٦٧.

يتوجب علينا التمييز بين حالتين، حالة استخدام العنوان التجاري للدلالة على شخص التاجر، وتناولها في فرع أول، وحالة استخدام العنوان للدلالة على المتجر أو منتجاته وخدماته التي يقدمها، وتناولها في فرع ثان.

### الفرع الأول: استخدام العنوان التجاري للدلالة على شخص التاجر

يتوجب على التاجر، شخصاً طبيعياً أم معنوياً، اتخاذ عنوان تجاري له، يجري به جميع معاملاته وعقوده ومعاملاته المتعلقة بنشاطه التجاري، ويجب أن يقوم بوضعه على جميع مطبوعاته ومنشوراته وأوراقه التي يتعامل بها مع الآخرين؛ كالفواتير والإيصالات والنشرات الدعائية وغيرها، وذلك تطبيقاً لما جاء في المادة التاسعة من نظام السجل التجاري السعودي على أنه "يجب على كل من يتم قيده في السجل التجاري، أن يذكر في جميع مراسلاته ومطبوعاته وأختامه ولوحاته بالإضافة إلى اسمه رقم قيده في السجل التجاري، واسم المدينة المقيّد بها، على أن تكون جميع البيانات مكتوبة باللغة العربية"، وذلك بهدف الدلالة على شخص التاجر وأن التصرفات التي يقوم بها تتعلق بنشاطه التجاري<sup>(٥٩)</sup>، مع مراعاة التمييز بين التاجر الفرد والشركة.

لذلك يجب أن يتألف العنوان التجاري من اسم التاجر ولقبه الحقيقيين، حتى لا يؤدي إلى تضليل الغير بشخص التاجر الحقيقي الذي يتعاملون معه، فالعنوان التجاري هو الوسيلة التي تقود المتعاملين مع التاجر إلى تحديد ائتمانهم به وثقتهم به. كما أجازت

(٥٩) جاء في المذكرة التوضيحية لنظام السجل التجاري أنه "وإعمالاً للوظيفة الإشهارية للسجل التجاري، فقد ألزمت المادة التاسعة كل تاجر أو شركة أن يذكر في جميع مراسلاته ومطبوعاته وأختامه ولوحاته رقم قيده في السجل التجاري واسم المدينة المقيّد بها، وأن يَضَع هذا الرقم على واجهة المحل بجانب اسمه التجاري على أن تكون جميع البيانات مكتوبة باللغة العربية، وذلك تسهيلاً للمهمة الغير في الاطلاع على البيانات المدونة في السجل التجاري". منشوره على موقع وزارة الصناعة والتجارة السعودية على الرابط الآتي:

بعض التشريعات للتاجر إضافة ما شاء من العبارات على عنوانه التجاري، شريطة أن لا تؤدي هذه الإضافة إلى حمل الغير على فهم خاطئ للعنوان التجاري<sup>(٦٠)</sup>، بل يجب أن تكون جميع البيانات الاختيارية مطابقة للحقيقة وأن لا تؤدي إلى التضليل أو ما يمس النظام العام<sup>(٦١)</sup>؛ كأن تكون مستمدة من نوع النشاط الذي يمارسه التاجر، مثل محلات سعود التويجري لتجارة التمور.

وبالرغم من أهمية العنوان التجاري ودوره في النشاط التجاري، وفي الدلالة على شخص التاجر، على النحو الذي بيناه سابقاً، فإننا نرى أنه في هذه الحالة لا يعد من عناصر المحل التجاري؛ سواء المادية منها أو المعنوية، بسبب عدم لزومه لطبيعة المحل التجاري، وبخاصة إذا لم يوضع في واجهة المتجر، ولم يكن له دور في جذب الزبائن والتفاهم حوله. ولكن شخص التاجر قد يكون عنصراً مسانداً لجلب بعض الزبائن وتعاملهم مع المحل التجاري، وبالتالي زيادة قيمة المحل التجاري؛ إلا إنه ليس بالضرورة أن كل ما يساعد في زيادة قيمة المحل التجاري يعد عنصراً فيه، فمما لا شك فيه أن طبيعة العقار وسعة لها دور كبير في جلب بعض الزبائن، لكن يذهب الرأي الراجح على خروج العقار من دائرة المحل التجاري<sup>(٦٢)</sup>. كما أن الزبائن الذين يرتادون

(٦٠) انظر الفقرة الثالثة من المادة (٤١) من قانون التجارة الأردني المشار إليه سابقاً.

(٦١) انظر المادة (١٥) من قانون التجارة البحريني المشار إليه سابقاً، وكذلك المادة (٤٧) من قانون التجارة الكويتي المشار إليه سابقاً.

(٦٢) Escarra, Manuel de droit commercial, Paris, 1948, n° 2321; Ripert et Roblot, Traite elementaire de droit commercial, t. 1, 1980, n° 293; Hamel et Lagarde et Jauffret, Traite de droit commercial, t. 2, 1966, p. 163;

د. محسن شفيق، مرجع سابق، ص ٥٧٤؛ حسني المصري، القانون التجاري، ك ١، القاهرة، ١٩٨٦، ص ٢٦٤؛

فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، ج ١، عمان، ص ١٨٦.

التعامل مع متجر معين بسبب الصفات الشخصية لصاحبه لا ينتقلون مع المحل التجاري في حالة خروجه من ملكية صاحبه.

ونخلص من ذلك، إلى عدم أهمية العنوان التجاري للمحل التجاري في حالة استخدامه للدلالة على شخص التاجر، وبالتالي لا يعد عنصراً من عناصر المحل التجاري، ولا يجوز التصرف فيه، فهو لا يعدو أن يكون، مجرد عنصر ذاتي، لا يدخل في العناصر التي يتكون منها المتجر، ولا يكون للمشتري شأن به في حال انتقال المحل التجاري إليه<sup>(٦٣)</sup>.

**الفرع الثاني: استخدام العنوان التجاري للدلالة على المتجر أو السلع والمنتجات التي يقدمها**

لا تقتصر وظيفة العنوان التجاري على الدلالة على شخص التاجر فحسب؛ وإنما قد يستخدم أيضاً للدلالة المحل التجاري ذاته وتمييزه عن المتاجر المشابهة له. ويكون ذلك في الحالة التي يتخذ فيها التاجر من اسمه ولقبه الحقيقيين اسماً تجارياً له. وطبقاً لنص المادة الأولى من نظام الأسماء التجارية السعودي المشار إليها سابقاً، يتوجب على التاجر أن يتخذ اسماً تجارياً يقيده في السجل التجاري، وتعود مسألة اختيار الاسم التجاري للتاجر نفسه، فإذا أن يتكون من اسم التاجر ولقبه الحقيقيين (العنوان التجاري)، وهو الأصل كما يفهم من سياق المادة السابعة من نظام الأسماء التجارية السعودي<sup>(٦٤)</sup>، وإذا أن يختاره من تسمية مبتكرة، أو من الاثنين معاً.

(٦٣) د. احمد البسام، مبادئ القانون التجاري، الجزء الأول، بغداد، ١٩٦١م، ص ١٦٢-١٦٣؛ كذلك د. علي العبيدي، القانون التجاري المغربي، ط١، ١٩٦٦، ص١٩٨ وما بعدها.

(٦٤) جاء في نص المادة السابعة من نظام الأسماء التجارية السعودية أنه "...على أن يُراعى في حالة اختلاف الاسم التجاري للتاجر الفرد عن الاسم المسجل في السجل المدني، ذكر اسمه المسجل في السجل المدني كاملاً في جميع مطبوعاته، وأن يتم التوقيع به على جميع معاملاته التجارية".

وبناءً على ذلك، فإن استعمال العنوان التجاري اسماً تجارياً للمتجر، يؤدي به إلى القيام بوظيفة الاسم التجاري، وعندها يتصل العنوان التجاري اتصالاً وثيقاً بالمتجر، لأن التاجر سيضعه على واجهة متجره لتمييزه عن المتاجر المشابهة. ويعد العنوان التجاري في هذه الحالة جزءاً من العناصر المعنوية للمحلّ التجاري؛ بل يعد من أهمها وأعلاها قيمة؛ لأنه يعد وسيلة لتمييز المحلّ التجاري واتصال العملاء به. ويصبح بذلك دليلاً ليس على شخص التاجر فحسب؛ وإنما على المتجر ويصبح مرشداً للعملاء، ويؤدي ذلك إلى زيادة قيمة المحلّ التجاري المادية، لأن قيمة المحلّ التجاري بوصفه مალً منقولاً معنوياً تتحدد بمدى قدرته على جذب العملاء وربطهم بالمتجر، فكلما زاد عدد العملاء زادت الأرباح المادية التي يحققها المتجر، وبالتالي زيادة قيمة المحلّ التجاري<sup>(٦٥)</sup>.

كما إن وظيفة العنوان التجاري لا تنحصر في الدلالة على شخص التاجر والمتجر فحسب، بل قد يقوم بوظيفة أخرى ذات صلة كبيرة بالمحلّ التجاري، فقد يتخذ التاجر من عنوانه التجاري علامة تجارية أو صناعية<sup>(٦٦)</sup>؛ لتمييز السلع والخدمات التي يبيعها أو يقدمها للعملاء، وعندها يقوم العنوان التجاري بتمييز منتجات المحلّ التجاري وسلعه،

(٦٥) د. محمد صالح، القانون التجاري، ج ١، القاهرة، ١٩٤٩، ص ١٣٠؛ أستاذنا د. عزيز العكيلي، الوسيط في شرح القانون التجاري، مرجع سابق، ١٦٦.

(٦٦) تعرف المادة الأولى نظام العلامات التجاري الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٢١) وتاريخ ١٤٢٣/٥/٢٨هـ، العلامة التجارية بأنها "تُعدّ علامةً تجاريةً في تطبيق أحكام هذا النظام الأسماء المُنخِذة شكلاً مميّزاً أو الإمضاءات أو الكلمات أو الحروف أو الأرقام أو الرسوم أو الرموز أو الأختام أو النقوش البارزة، أو أي إشارة أخرى أو أي مجموع منها تكون قابلة للإدراك بالنظر وصالحة لتمييز مُنتجات صناعية أو تجارية أو حرفية أو زراعية أو مشروع استغلال للغابات أو ثروة طبيعية، أو للدلالة على أن الشيء المراد وضع العلامة عليه يعود لمالك العلامة بداعي صنعه أو انتقائه أو اختراعه أو الاتجار به، أو للدلالة على تأديّة خدمة من الخدمات".

ويقوم بتمييز المحلّ عن غيره من المحلّات ، إضافةً إلى قيامه أساساً بتمييز شخص التاجر عن غيره من التجار ؛ كالعثيم مول مثلاً ، حيث استُخدم لقب التاجر ، الذي هو جزء من عنوانه التجاري أصلاً ، في تمييز المتجر عن غيره من المتاجر المشابهة له ، واستخدم كذلك في تمييز المنتجات التي يقدمها للعملاء ، فنجد انه يقدم شامبوهات خاصّة بالعثيم وأرزاً ومنتجات أخرى يصعب حصرها. ولا شك أنه يعد في هذه الحالة جزءاً مهماً من المحلّ التجاري ويرتبط به ارتباطاً وثيقاً ، باعتباره علامة مميزة للمنتجات التي يقدمها المتجر ، ويعد بالتالي وسيلة لاتصال العملاء بالمتجر وينعكس بالتالي على زيادة قيمة المحلّ التجاري التي تتحدد كما بينا بحجم العملاء وتعاملهم مع المتجر.

ونخلص مما تقدم ، إلى أن العنوان التجاري ليس له أهمية بالنسبة للمحلّ التجاري ، كمال منقول معنوي ، ولا يعد أحد عناصره المعنوية ؛ إلا إذا تخذ منه التاجر اسماً تجارياً لتمييز متجره عن غيره من المتاجر ، أو استخدمه كعلامة تجارية لتمييز منتجاته وسلعه التي يقدمها للعملاء ، بحيث يعد وسيلة لاجتذاب العملاء ، التفاهم حوله ، ومقياساً للثقة التي يمنحها الناس للتاجر. وعندها تنفق مع الرأي القائل بأن العنوان التجاري يتصل بالمحلّ التجاري ، ويعد عنصراً معنوياً من عناصر المحلّ التجاري ، ويشكل حقاً من حقوق الملكية المعنوية ، ويدخل في عناصر الذمة المالية ، لأن له قيمة مالية. ويرتب على ذلك جواز التصرف فيه بأشكال التصرف كافة.

### المبحث الثاني: الحقوق التي تثبت لصاحب العنوان التجاري

تناولنا في المبحث الأول من هذه الدراسة ، أن العنوان التجاري هو اسم التاجر المسجّل في السجل المدني كاملاً ، الذي يتمّ التوقيع به على جميع معاملاته التجارية. ويستخدم أساساً للدلالة على شخص التاجر ، ولا يعد من عناصر المحلّ التجاري ، ما

لم يتم استخدامه في تمييز المتجر أو سلعه ومنتجاته التي يقدمها. وفي حال اقتصر استخدام العنوان التجاري للدلالة على شخص التاجر، دون المتجر والمنتجات التي يقدمها، فإنه لا يعدو أن يكون اسماً مدنياً مجرداً، ويعد من الحقوق اللصيقة بالشخصية الإنسانية لصلتها بشخص الإنسان وملازمتها له منذ ولادته إلى مماته<sup>(٦٧)</sup>. ولا يجوز له التصرف فيه بالبيع والشراء، أو التنازل عنه بعوض أو دون عوض؛ بل يبقى مرتبطاً بشخص صاحبه، فهو جزء من شخصيته الإنسانية.

وفي المقابل، إذا استخدم التاجر اسمه الحقيقي المسجل في السجل المدني كعنوان تجاري، للدلالة على متجره وتمييزه عن غيره من المتاجر المشابهة له، أو استخدمه كعلامة تجارية أو صناعية لتمييز منتجاته وسلعه التي يقدمها في متجره، فثبت له حقاً على اسمه المدني، باعتباره أصبح جزءاً من عناصر المحل التجاري ومقوماته المادية، وسنقوم بإيضاح ذلك في مطلبين نتناول في الأول منهما حق التصرف في العنوان التجاري، ونتناول في ثانيهما الحماية القانونية للعنوان التجاري.

#### المطلب الأول: حق التصرف في العنوان التجاري

لا يجوز التصرف في الاسم المدني للتاجر، كما رأينا، إلا في حالة استخدامه للدلالة على المتجر أو السلع والمنتجات التي يقدمها، وفي هذه الحالة الأخيرة يثبت للتاجر حق التصرف فيه؛ كبيعه ورهنه وتأجيريه. ويختلف التصرف في الاسم المدني في هذه الحالة باختلاف الوظيفة التي يقوم بها، فقد يستخدم كاسم تجاري للدلالة على المحل التجاري، وقد يستخدم كعلامة تجارية، لتمييز المنتجات والسلع التي يقدمها المتجر، وسنقوم بإيضاح

(٦٧) د. عوض أحمد الزعبي، المدخل إلى علم القانون، ط ١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠١، ص

ذلك في الفرعين القادمين، نتناول في أولهما استخدام العنوان التجاري كاسم تجاري للمتجر، ونتناول في ثانيهما استخدام العنوان التجاري كعلامة تجارية.

### الفرع الأول: استخدام العنوان التجاري (الاسم المدني) كاسم تجاري للمتجر

يكون ذلك، عندما يدخل الاسم المدني للتاجر في تكوين الاسم التجاري للمتجر، فطبقاً لنص المادة الأولى من نظام الأسماء التجارية السعودي المشار إليها سابقاً، يتوجب "على كل تاجر أن يتخذ له اسماً تجارياً يقيده في السجل التجاري، ويتكوّن هذا الاسم من اسمه في السجل المدني، أو من تسمية مُبتكرة أو من الاثنين معاً...". فالاسم التجاري هو تسمية يتخذها صاحب النشاط التجاري لتمييز مشروعه عن غيره من المشروعات المماثلة له، ويزاول نشاطه بهذا الاسم التجاري، ويستغل به متجره، سواء أكان شخصاً طبيعياً أم معنوياً<sup>(٦٨)</sup>، لذا يشكّل اسم المحلّ التجاري عنصراً هاماً فيه، حيث يختلط المحلّ التجاري ذاته باسمه في أذهان الجمهور.

فقد يتكون الاسم التجاري من اسم التاجر أو لقبه؛ كمول العثيم أو محمود سعيد للطور، وغيرهما. وعندما يتضمن الاسم التجاري اسم التاجر أو لقبه، فإنه يترتب على ذلك دخول الاسم المدني في تكوين المحلّ التجاري، باعتباره أحد العناصر المعنوية فيه<sup>(٦٩)</sup>. ويقود ذلك إلى الخلط بين وظيفة كلّ منهما، ويندمج الاسم التجاري في هذه الحالة مع الاسم أو اللقب الشخصي للتاجر، ويؤديان وظيفة مزدوجة، وهي الدلالة على شخص التاجر والمتجر في آن واحد<sup>(٧٠)</sup>.

(٦٨) د. أكتّم الخولي، الموجز في القانون التجاري، ج ١، ١٩٧٠، ص ٣٦١؛ د. سميحة القليوبي، القانون التجاري، ج ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧٧، ص ٣٣٦؛ د. فوزي محمد سامي، ج ١، دار الثقافة، عمان، ٢٠٠٨، ص ١٥٧؛ أستاذنا د. عزيز العكيلي، مرجع سابق، ص ٢٠٥.  
(٦٩) د. محمد حسني عباس، الموجز في القانون التجاري، ط ١، القاهرة، ١٩٥٠، ص ١٣٢.  
(٧٠) د. عزيز العكيلي، المرجع سابق، ص ٢٠٧.

وتجدر الإشارة، إلى أن دخول الاسم المدني في تكوين الاسم التجاري، لا يعني اختلاط كل منهما بالآخر؛ وإنما يبقى كل منهما متميزاً عن الآخر، لأن الاسم المدني جزء من شخصية صاحبه، لا يجوز التصرف فيه ولا التنازل عنه، باعتباره من الحقوق اللصيقة بالشخصية الإنسانية؛ في حين أن الاسم التجاري يعد عنصراً من العناصر المكونة للمحل التجاري، يجوز التصرف فيه بأشكال التصرف كافة.

ويترتب على ذلك، أنه في حالة بيع المحل التجاري، فإن الاسم التجاري يمكن أن ينتقل معه إلى المشتري، فإذا كان موافقاً للاسم المدني لصاحب المحل التجاري، فينتقل الاسم المدني في هذه الحالة إلى المشتري، على أنه اسم تجاري، وأحد عناصر المحل التجاري المعنوية، لأنه يحقق شخصية المتجر، ويضعه التاجر على واجهة متجره، وفواتيره وإيصالاته ومراسلاته التجارية الخاصة بمتجره، وقد يكون له دوراً أساسياً في جذب العملاء والتعامل معهم؛ بل قد يقود تغييره إلى فقد العملاء وتركهم له<sup>(٧١)</sup>. وإعطاء الحق للمشتري بانتقال اسم التاجر المدني إليه كاسم تجاري، لا يعني، في المقابل، إعطاءه الحق في استخدام الاسم المدني للبائع كعنوان تجاري، أي أن يجري به توقيع معاملاته وأوراقه الرسمية، ويدلل به على شخصيته؛ وإنما يبقى ذلك حق للبائع وحده، باعتباره من الحقوق اللصيقة التي لا يجوز التنازل عنها أو التصرف فيها، فهو بهذا الاستخدام جزء من شخصية صاحبه.

وأما فيما يتعلق بالأحكام التي تطبق على الاسم المدني، في حال اتخاذ التاجر منه اسماً تجارياً، فهي ذات الأحكام التي تطبق على الاسم التجاري ذاته؛ لأن الاسم المدني أصبح في هذه الحالة اسماً تجارياً، يعبر عن شخصية المتجر ودال عليه. ويكون

(٧١) د. محمد صالح، مرجع سابق، ص ١٧٩؛ د. علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، القاهرة،

خاضعاً في هذه الحالة لأحكام نظام الأسماء التجارية السعودي، المشار إليه سابقاً. وبناءً على نص المادة الثامنة من هذا النظام، لا يجوز التصرف في الاسم التجاري تصرفاً مستقلاً عن التصرف في المحل التجاري، ولا يشمل التصرف في المحل اسمه التجاري ما لم يُتفق على ذلك كتابةً.

بناءً على نص المادة السابقة، لا يجوز نقل ملكية الاسم التجاري أو التنازل عنه أو رهنه، من دون نقل ملكية المحل التجاري ذاته أو التنازل عنه أو رهنه، ويجد هذا الحكم أهميّة خاصة عندما يتضمن الاسم التجاري أسم التاجر المدني، الذي يعبر أساساً عن شخصيّة صاحبه. وحرصاً من المنظم السعودي على عدم تضليل العملاء في حالة الموافقة على انتقال الاسم التجاري مع المحل التجاري، فقد أوجب على المشتري، في المادة نفسها، أن يُضيف إليه بياناً يدلّ على انتقال ملكيّة الاسم التجاري في هذه الحالة، وإذا وافق البائع "السلف" على استعمال الاسم التجاري الأصلي دون إضافة ما يميزه، كان مسؤولاً عن التزامات المشتري "الخلف" المعقودة تحت الاسم، إذا عجز الأخير عن الوفاء بها.

#### الفرع الثاني: استخدام العنوان التجاري (الاسم المدني) كعلامة تجارية للمنتج

تعرف العلامة التجاريّة بموجب نظام العلامات التجارية السعودي<sup>(٧٢)</sup>، بأنها "الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً أو الإمضاءات أو الكلمات أو الحروف أو الأرقام أو الرسوم أو الرموز أو الأختام أو النقوش البارزة، أو أي إشارة أخرى أو أي مجموع منها تكون قابلة للإدراك بالنظر وصالحة لتمييز منتجات صناعية أو تجارية أو حرفية أو زراعية أو مشروع استغلال للغابات أو ثروة طبيعية، أو للدلالة على أن الشيء المراد

(٧٢) انظر المادة الأولى من نظام العلامات التجارية السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٢١) وتاريخ

وضع العلامة عليه يعود لمالك العلامة بداعي صنعه أو انتقائه أو اختراعه أو الاتجار به، أو للدلالة على تأديّة خدمة من الخدمات". يستفاد من هذه المادة، أن العلامة التجاريّة هي وسيلة التاجر لتمييز منتجاته أو خدماته التي تباع أو تقدم في متجره عن المنتجات أو الخدمات التي تقدم في المتاجر الأخرى المشابهة له<sup>(٧٣)</sup>.

وغالبًا ما يسعى التاجر إلى اجتذاب العملاء إلى منتجاته وخدماته، وتفضيلها على منتجات المتاجر الأخرى المنافسة، من خلال إتقان صنعه وتحسين جودتها، ولكي تبقى جودة هذه المنتجات وإتقان صنعه في أذهان العملاء، يقوم التاجر عادةً بربطها بعلامة مميزة تعكس ذلك. ويقوم بتثبيتها في أذهان العملاء من خلال الترويج لها والإعلان عنها بالطرق المختلفة<sup>(٧٤)</sup>؛ كعلامة Puma للملابس الرياضية التي يشار إليها بصورة (الفهد الأسود)، وعلامة Nike التي يشار إليها بإشارة (الصح)، وغيرها من العلامات العالمية والمحليّة المشهورة.

وإذا وجدت العلامة التجاريّة، فإنها تعد من العناصر المعنوية للمحلّ التجاري، وتدخل في تكوينه؛ بل قد تعد أحياناً من أهم عناصره المعنوية، عندما تصل إلى درجة معينة من الشهرة، بحيث تجذب انتباه العملاء، ويلتفون حولها، ويتعاملون معها، ولا نبالغ إذا قلنا بأن بعض فئات المجتمع أصبحت مغرمة ببعض أنواع هذه العلامات، وتتخذها كنوع من (البريستيج) الخاص بهم، فنجد ملبوساتهم، وأثاثهم، وسياراتهم، وأشياءهم، تحمل علامات تجاريّة تعود لبعض الشركات التجاريّة العالمية والمحليّة المشهورة.

(٧٣) انظر تعريف العلامة التجاريّة للدكتور صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة،

عمان، ٢٠٠٣، ص ١١٤.

(٧٤) د. عزيز العكيلي، مرجع سابق، ص ٢١٥.

لم يرد في نظام العلامات التجارية السعودي نص يميز للتاجر صراحة، جواز استخدام (العنوان التجاري) الاسم المدني كعلامة تجارية أو صناعية، لتمييز منتجاته وسلعه عن غيرها. لكن بناءً على ما جاء في نص المادة الأولى من نظام العلامات التجارية السعودي، التي أشارت إلى تعريف العلامة التجارية، وبالذات العبارة التي جاءت في بدايتها "الأسماء المُتَّخِذَة شكلاً مميّزاً"، يجوز للتاجر أن يتخذ من اسمه المدني علامة تجارية يستخدمها في تمييز سلعه ومنتجاته، ويؤكد ذلك ما جاء في نص المادة الثانية من نفس النظام، التي بيّنت ما لا يجوز اتخاذه كعلامة تجارية، وليس من بينها الاسم المدني للتاجر<sup>(٧٥)</sup>.

(٧٥) جاء في نص المادة الثانية من نظام العلامات التجارية الآتي:

لا تُعدّ ولا تُسجّل علامة تجارية الإشارات والشعارات والأعلام وغيرها الواردة بيانها أدناه:

أ) الإشارات الخالية من أية صفة مميزة والتي تُعدّ وصفاً لخصائص المبتجات أو الخدمات أو تكون مجرد أسماء عادية يطلقها الغُرف على المبتجات أو الخدمات.

ب) كل تعبير أو إشارة أو رسم مُخلّ بالدين أو يكون مُطابقاً أو مماثلاً لرمز ذي صبغة دينية.

ج) كُل تعبير أو إشارة أو رسم مخالف للنظام العام أو الآداب العاقبة.

د) الشعارات العاقبة والأعلام وغيرها من الرموز والأسماء أو التسميات الخاصة بالملكة أو بإحدى الدول التي تعاملها بالمثل، أو بإحدى الدول الأعضاء في اتفاقية دولية متعددة الأطراف تكون المملكة طرفاً فيها، أو بمنظمة دولية أو حكومية، وكذلك أي تقليد لهذه الشعارات أو الأعلام أو الرموز أو الأسماء أو التسميات ما لم يكن مُصرّحاً بذلك من الجهة المالكة لها.

هـ) الشارات والدمغات الرسمية للمملكة وللدول والمنظمات المشار إليها في الفقرة (د) إذا كانت هذه الشارات والدمغات خاصة براقبتها على المبتجات أو الخدمات أو ضمائها ما لم يكن مُصرّحاً بذلك من الجهة المالكة لها.

ولا يسري هذا الحظر إلا عندما تكون العلامة مُعدّة للاستعمال على المبتجات نفسها أو الخدمات أو على مُنتجات أو خدمات مُشابهة.

و) الأسماء الجغرافية إذا كان استعمالها من شأنه أن يحدث لبساً فيما يتعلّق بمصدر المبتجات أو الخدمات أو أصلها، أو إذا كان من شأنه احتكار بيان للمصدر أو تسمية المنشأ دون وجه حق.

ز) صور الآخرين أو أسماءهم الشخصية أو التجارية ما لم يوافقوا هم أو ورثتهم على استعمالها.=

وطبقاً لنفس العبارة من المادة السابقة التي أوردناها آنفاً، يشترط في الاسم المدني حتى يصلح لأن يكون علامة تجارية، أن يتخذ شكلاً مميزاً، فإذا توافرت فيه شروط العلامة التجارية بحسب المادة الأولى من نظام العلامات التجارية السعودي، التي أشرنا إليها سابقاً، أمكن حينئذ تسجيله<sup>(٧٦)</sup>، وتشمله عندئذ الحماية المقررة للعلامات التجارية<sup>(٧٧)</sup>. وعندها يعد الاسم المدني جزءاً من المحلّ التجاري، ينتقل معه في حال التصرف فيه، على أن يقتصر ذلك على استخدامه كعلامة تجارية من قبل

(ح) البيانات الخاصة بدرجات الشرف.

(ط) البيانات التي من شأنها أن تضلل الجمهور، أو تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات أو الخدمات أو صفاتها الأخرى، وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي أو مُقلد أو مُزور.

(ي) العلامات المطابقة أو المشابهة للعلامات الشائعة الشهيرة في المملكة ولو كانت غير مُسجّلة فيها على سلع أو خدمات مُطابقة أو مُشابهة والعلامات المطابقة أو المشابهة لتلك الشائعة الشهيرة في المملكة والمُسجّلة فيها على سلع أو خدمات ليست مُطابقة أو مُشابهة شريطة ألا يُلحق ذلك الانتفاع الضرر بصاحب العلامة شائعة الشهيرة.

(ك) العلامات المملوكة لأشخاص طبيعيين أو معنويين يحظر التعامل معهم وفقاً لقرار صادر من قبل الجهة المختصة.

(ل) الإشارات المطابقة أو المشابهة لعلامات تجارية سبق إيداعها أو تسجيلها من قبل الآخرين على مُنتجات أو خدمات مُطابقة أو مُشابهة، وكذلك الإشارات التي ينشأ عن تسجيلها بالنسبة لبعض المُنتجات أو الخدمات الخط من قيمة مُنتجات الآخرين أو خدماتهم.

(٧٦) جاء في نص المادة الخامسة من نظام العلامات التجارية، أنه " يُقدّم طلب تسجيل لكل علامة تتوافر فيها الشروط المنصوص عليها في المادة الأولى من هذا النظام من صاحب الشأن إذا كان له موطن في المملكة أو من وكيل رسمي له موطن فيها، وذلك إلى الإدارة المختصة بوزارة التجارة وفقاً للشروط والإجراءات التي تحددها اللائحة التنفيذية".

(٧٧) جاء في نص المادة (٢١) من نظام العلامات التجارية، أنه " يُعدّ من قام بتسجيل العلامة التجارية مالِكاً لها دون سواه، ويكون انتفاع أي شخص بعلامة مُسجّلة مشروطاً بموافقة مالِكها. ومالك العلامة التجارية المُسجّلة الحق في رفع دعوى قضائية لطلب منع غيره من استعمالها أو استعمال أي إشارة أخرى مُشابهة لها يكون من شأنها تضليل الجمهور بالنسبة للمُنتجات أو الخدمات التي سُجّلت عنها العلامة، وكذلك بالنسبة للمُنتجات أو الخدمات المماثلة. ويُستثنى من الحقوق الناشئة عن تسجيل العلامة الاستخدام المُخصف للإشارات والعبارات والرسوم الوصفية الحالية من الصفة المميزة التي اشتملت عليها العلامة المُسجّلة".

المشتري، لا بهدف استخدامه للدلالة على شخص التاجر، حيث بيّنا في الفرع السابق عند حديثنا عن الاسم التجاري، أن الاسم المدني يبقى ملتصقاً بشخص صاحبه، يعبر عنه. ويطبق عليه في هذه الحالة الأحكام التي تطبق على العلامة التجارية، حيث يجوز أن تنتقل ملكية العلامة التجارية إلى الآخرين بأي واقعة أو تصرف ناقل للملكية، ويشترط في التصرف أن يكون كتابةً<sup>(٧٨)</sup>.

ونخلص مما تقدم في هذا المطلب، إلى جواز استخدام (العنوان التجاري) الاسم المدني للتاجر للدلالة على متجره ومنتجاته وسلعه التي يقدمها، ويعد عند استخدامه في ذلك، عنصراً أساسياً من عناصر المحل التجاري المعنوية، وأعلىها قيمة وأهمية، حيث يلتف حوله العملاء ويتعلقون به، ويعد مقياساً للثقة التي يمنحها العملاء للمتجر، حتى ولو تم بيعه إلى شخص آخر، لأن الاسم يختلط في أذهان العملاء بالمتجر ذاته. وانتقال الاسم المدني للتاجر مع المحل التجاري عند بيعه أو التصرف فيه، لا يبقيه على طبيعته ذاتها التي تدل شخص التاجر، ولكنه ينتقل بطبيعة قانونية مختلفة عما كانت عليه قبل انتقاله، طبقاً للشروط التي حددها المنظم، ويتغير بهذا الانتقال من كونه اسماً مدنياً يعبر عن شخص صاحبه ومنتجاته، إلى مجرد وسيلة تجارية يستعين بها المشتري لتثبيت الزبائن وربطهم بالمحل التجاري<sup>(٧٩)</sup>. ويصبح الاسم المدني بذلك اسماً تجارياً أو علامة تجارية، يستخدم في تمييز المتجر أو منتجاته، الأمر الذي يجعله داخلاً في تكوين المحل التجاري، ويزيد من قيمته المادية<sup>(٨٠)</sup>.

(٧٨) انظر المادة (٢٩) من النظام السابق.

(٧٩) د. أحمد البسام، مرجع سابق، ص ١٧٠.

(٨٠) د. عزيز العكيلي، مرجع سابق، ص ١٧٨.

## المطلب الثاني: الحماية القانونية للعنوان التجاري

الاسم المدني هو ما يميز الإنسان عن غيره من أفراد المجتمع، وهو أحد العناصر التي تقوم عليها الشخصية القانونية، وقد أجاز المنظم للتاجر الفرد، استخدام اسمه المدني في تمييز نشاطه التجاري عن غيره من الأنشطة التجارية الأخرى التي يقوم بها الآخرون، كما أوجب أن يستمد الاسم في شركات الأشخاص من أسماء الشركاء فيها. وقد أسبغ المنظم عليه حماية قانونية، مدنية وجنائية، تمكن صاحبه من استخدامه بمقتضى الغرض الذي اعد له، وتمنع الآخرين من التعرض له والاعتداء عليه. ونظراً لأن دراستنا تتعلق بموضوع العنوان التجاري، الذي يتكون من اسم التاجر المدني ولقبه، فإننا دراستنا ستقتصر على بيان الحماية القانونية التي يتمتع بها الاسم المدني لشخص التاجر عند استخدامه في أعماله التجارية.

وللوقوف على ذلك، سنقوم بتقسيم دراستنا في هذا المطلب إلى فرعين نتناول في الأول منهما حماية العنوان التجاري عند استخدامه للدلالة على شخص التاجر، وتتناول في ثانيهما حماية العنوان التجاري عند استخدامه للدلالة على المتجر ومنتجاته.

### الفرع الأول: حماية العنوان التجاري عند استخدامه للدلالة على شخص التاجر

يتوجب على التاجر، كما بيّنا سابقاً، شخصاً طبيعياً كان أم معنوياً، أن يقيّد اسمه في السجل التجاري<sup>(٨١)</sup>، ليزاول به أعماله التجارية، ويقوم بالتوقيع به على جميع معاملاته التجارية، ويضعه على جميع مطبوعاته ومنشوراته، للتعريف بشخصه، فهو دالة الغير على شخص التاجر، وسبيلهم في تحديد ائتمانه ووضع ثقتهم به. وطبقاً للقواعد العامة لا يجوز للغير استخدام الاسم المدني للتاجر كعنوان تجاري

(٨١) انظر المادة الثانية من نظام السجل التجاري المشار إليه سابقاً.

لهم، سواء بالتوقيع به على معاملاتهم التجارية أو بوضعه على مطبوعاتهم ومنشوراتهم وأختامهم، لما يشكله ذلك من اعتداء على الحق الشخصي للتاجر ومنازعته باستخدام اسمه وانتحاله له<sup>(٨٢)</sup>. ولصاحب الاسم وقف هذا الاعتداء، حتى وإن لم يترتب عليه ضرر، وإذا ترتب عليه ضرر كان له فضلاً عن ذلك، أن يطالب بالتعويض عن الضرر الذي لحق به<sup>(٨٣)</sup>.

وقد يثار تساؤل بهذا الصدد، حول مدى إمكانية استخدام التاجر لاسمه المدني كعنوان تجاري في أعماله التجارية، متى كان هذا الاسم يتشابه مع اسم مدني لتاجر آخر سبق قيد في السجل التجاري كعنوان تجاري له؟

عرفنا سابقاً، أن الاسم المدني يتكون من اسم التاجر، ولقبه الحقيقيين المسجل في السجل المدني، ويعد من الحقوق اللصيقة بالشخصية الإنسانية، ولا يجوز حرمان صاحبه من استخدامه. وبناءً على ذلك لا يستطيع التاجر الذي سجل اسمه في السجل التجاري، أن يمنع غيره من التجار الذين يحملون ذات الاسم المدني، من تسجيل أسمائهم في السجل التجاري، كعناوين تجارية لهم، وكما لا يجوز حرمان أي شخص من حقه على اسمه واستعماله بالطرق المشروعة. وفي المقابل فقد أوجب المنظم على التاجر الذي يزيد رأس ماله عن مائة ألف ريال، قيد اسمه في السجل التجاري<sup>(٨٤)</sup>، وبالتالي هذا لا يستقيم ومنع التاجر من قيد اسمه في السجل التجاري متى ما أراد أن يستخدمه كعنوان تجاري له.

(٨٢) فرضت المادة (٤٧) من قانون التجارة الأردني عقوبات مدنية وجنائية على من يستخدم عنوان غيره التجاري، على منشوراته ومطبوعاته وأوراقه وغيرها؛ انظر كذلك المادة (٣،٤) من نظام مكافحة جرائم المعلوماتية السعودية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/١٧ وتاريخ: ٨/٣/١٤٢٨هـ.

(٨٣) د. أنور سلطان، المبادئ القانونية العامة، ط٢، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٨٧، ص ٢٢١.

(٨٤) انظر المادة الثانية من نظام السجل التجاري.

وبناءً على ذلك، يجوز لأي من التجار التقدم بطلب لقيده اسمه في السجل التجاري، واستخدامه كعنوان تجاري للدلالة على شخصه، ويمكنه وضعه على جميع مطبوعاته والتوقيع به على جميع معاملاته التجارية. وحرصاً من المنظم السعودي على تمييز العناوين التجارية عن بعضها، ودفعاً للتضليل والإبهام الذي قد يقع فيه بعض العملاء في معرفة التاجر الذين يرغبون بالتعامل معه، فقد أوجب على كل من يتم قيده في السجل التجاري، أن يذكر في جميع مراسلاته ومطبوعاته وأختامه ولوحاته بالإضافة إلى اسمه رقم قيده في السجل التجاري، واسم المدينة المقيّد بها، على أن تكون جميع البيانات مكتوبة باللغة العربية<sup>(٨٥)</sup>.

وبالرغم من أهمية هذا النص ودوره في تمييز التاجر عن غيره من التجار الذين يحملون ذات الاسم المدني، فقد لا يستطيع بعض العملاء معرفة التاجر الذي يقصدونه فعلاً، وبخاصة إذا ما قام التاجر الذي يحمل اسماً مدنياً مشابهاً لاسم التاجر الذي يقصده العملاء، ببعض الأفعال التي من شأنها تضليل العملاء باسم التاجر الذي يرغبون بالتعامل معه؛ كقيامه بوضع اسمه المدني على واجهة محله التجاري بخط عريض، لإيهام الآخرين بأنه التاجر ذو السمعة الطيبة والمشهورة الذي يقصدونه، بينما هو في الحقيقة ليس له من السمعة الحسنة سوى اسمه الذي استطاع من خلاله تضليل الآخرين. ومع ذلك، فقد يعد ذلك منافسة غير مشروعة طبقاً للقواعد العامة، وتعد هذه المسألة أمراً موضوعياً، يعود تقديره لمحكمة الموضوع. وكان الأفضل لو أن المنظم السعودي قد نص على ضرورة أن يقيد الاسم المدني بطريقة مختلفة عن الأسماء المسجلة سابقاً، كما فعل في الاسم التجاري، حيث أوجب وفقاً للمادة السادسة من نظام الأسماء التجارية السعودي عدم جواز استخدام التاجر اسم تجاري سبق

(٨٥) المادة التاسعة من نظام السجل التجاري.

استخدامه من قبل تاجر آخر. أو بإلزام التاجر اللاحق بإضافة بيان يميزه عن التاجر السابق مثل تاريخ تأسيس المحلّ، أو إضافة اسم الأب أو الجد أو اسم الشهرة، أو تغيير لون واجهة المحلّ، أو غير ذلك من البيانات<sup>(٨٦)</sup>. وقد فعلت بعض التشريعات المقارنة ذلك<sup>(٨٧)</sup>.

### الفرع الثاني: حماية العنوان التجاري عند استخدامه للدلالة على المتجر

#### ومنتجاته

أجاز المنظم، كما بيّنا سابقاً، للتاجر أن يتخذ من اسمه المدني، اسماً تجارياً للدلالة على متجره، كما لا يوجد ما يمنع التاجر أن يتخذ منه أيضاً علامة تجارية، للدلالة على السلع والمنتجات والخدمات التي يقدمها لعملائه. وعندئذ يطبق على الاسم المدني ما ينطبق على الأسماء والعلامات التجارية<sup>(٨٨)</sup>، ومن أجل الوقوف على

(٨٦) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٦، ص ٣٩٨؛ انظر كذلك قرار

لمحكمة النقض المصرية جاء في هذا الاتجاه، في ١٠/١٢/١٩٥٩، المجموعة الرسمية، السنة العاشرة، ص

٢١٦.

(٨٧) جاء في المادة (٤٢) من قانون التجارة الأردني "إذا أراد تاجر فتح فرع في غير المركز الذي سجل فيه عنوانه التجاري وكان هناك تاجر آخر قد سجل العنوان التجاري نفسه فعلى ذلك التاجر إضافة ما يميز عنوانه التاجر الآخر المسجل في ذلك المركز". وجاء في الفقرة الثالثة من المادة (٤٨) من القانون التجاري الكويتي "إذا كان اسم التاجر ولقبه يشبهان العنوان التجاري المسجل في السجل وجب على عليه أن يضيف إلى اسمه بياناً يميزه عن العنوان المقيد سابقاً". انظر كذلك المادة (٥٢) من قانون التجارة البحريني.

(٨٨) جاء في قرار هيئة التدقيق التجاري، بديوان المظالم السعودي رقم ٤/٢٠٤/ت/٤ لعام ١٤١٧هـ الآتي "قرر مجمع الفقه الإسلامي التابع لمنظمة المؤتمر الإسلامي في دورته المنعقدة عام ١٤٠٩هـ بأن: "الاسم التجاري والعنوان التجاري والعلامة التجارية والتأليف والاختراع أو الابتكار هي حقوق خاصة لأصحابها أصبح لها في العرف المعاصر قيمة مالية معتبرة لتمول الناس لها وهذه الحقوق يعتد بها شرعاً فلا يجوز الاعتداء عليها". كما أنه "يجوز التصرف في الاسم التجاري أو العلامة التجارية ونقل أي منها بعوض مالي" .... نقلته الهيئة على وجه الاستدلال والتسليم.

طبيعة الحماية القانونية للاسم المدني في هذه الأحوال ، يتوجب علينا معرفة الحماية المقررة بشكل عام للاسم التجاري والعلامة التجارية ، في الأنظمة الخاصة بها. وسنقوم ببيان ذلك على النحو الآتي :

### أولاً: الحماية القانونية للعنوان التجاري عند استخدامه كاسم تجاري

يتمتع الاسم المدني ، بحماية قانونية ، عندما يتخذ التاجر منه اسماً تجاريّاً لتجره ، ويعد الاسم المدني في هذه الحالة من عناصر المحلّ التجاري المعنوية ، وتكون له قيمة مادية ، وكما يزيد في قيمة المحلّ التجاري الماديّة كذلك. ويوفر النظام الحماية القانونية للاسم التجاري ، عندما يتم تسجيله في السجل التجاري<sup>(٨٩)</sup> ، فإذا استعمل الاسم التجاري غير صاحبه ، جاز لذوي الشأن أن يطلبوا من وزير التجارة منع استعماله أو شطبه إذا كان مقيداً في السجل التجاري ، كما يجوز لهم اللجوء للقضاء للمطالبة بالتعويض إن كان له محل<sup>(٩٠)</sup>.

وإذا لم نجد في نظام السجل التجاري السعودي ما يمنع التاجر الجديد من استخدام الاسم الذي تم استخدامه مسبقاً من قبل تاجر آخر كعنوان تجاري ، أو إضافة بيان لتمييزه عند التشابه ، فقد منع نظام العلامات التجارية السعودي التاجر من اتخاذ اسم تجاري لتجره وقيده في السجل التجاري ، متى سبق استعماله في المملكة ، في نوع التجارة التي يزاولها ، وأضاف على ذلك ، بأنه إذا كان الاسم التجاري المطلوب قيده يشبه اسماً تجارياً سبق قيده في السجل التجاري ، وجب على التاجر أن يضيف إلى هذا الاسم ما يميّزه عن الاسم السابق قيده<sup>(٩١)</sup> ، وذلك بهدف منع تضليل العملاء ، وإزالة

(٨٩) انظر المادة السادسة من نظام الأسماء التجارية السعودي.

(٩٠) انظر المادة الحادية عشرة من نظام الأسماء التجارية السعودي.

(٩١) انظر المادة السادسة من نظام الأسماء التجارية السعودي.

كل أسباب اللبس والغموض، ومنع أفعال المنافسة غير المشروعة، التي يلجأ إليها بعض التجار.

وفضلاً عن الحماية المدنية العامة التي يمكن تأسيسها على دعوى الفعل الضار، والحماية المدنية التي نص عليها في نظام الأسماء التجارية السعودي؛ فقد تضمن هذا الأخير نصاً جزائياً، لحماية الاسم التجاري، بتجريم الاعتداء عليه، وبإيقاع عقوبة جنائية على المعتدي، حيث نصت المادة الثانية عشرة من النظام أنه "مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد يُنص عليها نظام آخر، يُعاقب كل من استعمل اسماً تجارياً بالمخالفة لأحكام هذا النظام، بغرامة مالية لا تزيد على خمسين ألف ريال، وتجاوز مضاعفة العقوبة في حالة تكرار المخالفة".

#### ثانياً: الحماية القانونية للعنوان عند استخدامه كعلامة تجارية

عندما يتخذ التاجر من اسمه المدني علامة تجارية، فإنه يتمتع في هذه الحالة بالحماية المدنية والجنائية المقررة للعلامة التجارية في نظام العلامات التجارية السعودي، الذي أشرنا إليه سابقاً، إضافة إلى الحماية المدنية العامة التي تقرها القواعد العامة التي يمكن تأسيسها على المسؤولية التقصيرية (دعوى الفعل الضار)<sup>(٩٢)</sup>.

طبقاً لما جاء في المادة الحادية والعشرون من نظام العلامات التجارية السعودي، يُعدّ من قام بتسجيل العلامة التجارية مالكا لها دون سواه، ولا يجوز لأي شخص الانتفاع بعلامة مسجلة دون موافقة مالكيها. ويكون لمالك العلامة التجارية المسجلة

(٩٢) جاء في نص المادة الخامسة من نظام المحكمة التجارية المشار إليه سابقاً، أنه "يجب على كل تاجر أن يسلك في كل أعماله التجارية بدين وشرف فلا يرتكب غشاً ولا تدليساً ولا احتيالياً ولا غبناً ولا غرراً ولا نكناً ولا شيئاً مما يخالف الدين والشرف بوجه من الوجه وإذا فعل ذلك استحق الجزاء الرادع بمقتضى قانون العقوبات المندرج في هذا النظام". فيمكن تأسيس الدعوى على ما تقضي به هذه المادة؛ وتأسيساً كذلك على القاعدة الفقهية "لا ضرر ولا ضرار".

الحق في رفع دعوى قضائية لطلب منع غيره من استعمالها أو استعمال أي إشارة أخرى مُشابهة لها يكون من شأنها تضليل الجمهور بالنسبة للمنتجات أو الخدمات التي سُجِّلت عنها العلامة<sup>(٩٣)</sup>، وكذلك بالنسبة للمنتجات أو الخدمات المماثلة. ويُستثنى من الحقوق الناشئة عن تسجيل العلامة الاستخدام المُصنّف للإشارات والعبارات والرسوم الوصفية الخالية من الصفة المميزة التي اشتملت عليها العلامة المُسجَّلة.

ونظراً للدور الذي تقوم به العلامة التجارية في تمييز المنتجات والسلع والخدمات التي يقدمها التاجر، ودورها في تمييز المحلّ التجاري ورفع قيمته الاقتصادية، فقد خصص المنظم الباب التاسع كاملاً، من نظام العلامات التجارية السعودي، لبيان الجرائم التي تقع على العلامات التجارية، والعقوبات المقررة على مرتكبيها.

فقد جاء في المادة الثالثة والأربعين أنه "مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشدّ، يُعاقب بالحبس مُدّة لا تزيد على سنة وبغرامةٍ لا تُقلُّ عن خمسين ألف ريال ولا تزيد على مليون ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين:

أ) كل من زوّر علامة مُسجَّلة أو قلدها بطريقةٍ تتسبب في تضليل الجمهور، وكل من استعمل بسوء القصد علامةً مُزوّرة أو مُقلّدة. ب- كل من وّضع بسوء القصد على مُنتجاته أو استعمل فيما يتعلّق بخدماته علامة مملوكة لغيره. ج- كل من عرض

(٩٣) جاء في قرار هيئة التدقيق بديوان المظالم رقم ٢٠٨/ت/١٤١٧هـ، أن "العلامة التجارية لا تتمتع بالحماية التي كفلها نظام العلامات التجارية إلا بعد تسجيلها لدى الجهة المختصة بذلك. وعليه فإن العلامة المسجلة في دولة أخرى لا يمكن الاعتداد بها ولا إضفاء المشروعية عليها داخل إقليم المملكة إلا بعد تسجيلها وفقاً للنظام". ونعتقد برأينا أن هذا القرار كان قبل انضمام المملكة إلى منظمة التجارة العالمية، ولكن بعد انضمام المملكة لمنظمة التجارة العالمية وتوقيعها على اتفاقية التريس المنبثقة عن المنظمة والمشار إليها في مقدمة البحث، والمتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية، فإن الأمر قد تغير ويجب حماية العلامة وبخاصة إذا وصلت درجة من الشهرة الدولية حتى وإن لم يتم تسجيلها في المملكة.

أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع مُنتجات عليها علامة مزوَّرة أو مُقلَّدة أو مَوْضوعَةٌ أو مُستعمَلَةٌ بغير وجه حق مع علمه بذلك، وكذلك كل من عرض خدمات في ظل مثل هذه العلامة مع علمه بذلك. ويستوي في ذلك أن تكون العلامة التجاريَّة مستمدة من اسم التاجر المدني أو من شيء آخر، مادام أنها جاءت مطابقة للشروط التي تطلبها المادة الأولى من نظام العلامات التجارية السعودي، فإنها تستحق الحماية القانونية التي قررها المنظم.

وحرصاً من المنظم على حماية العلامات التجاريَّة فقد نص على تمتع العلامة التجاريَّة بالحماية القانونية، حتى ولو لم يتم تسجيلها، ما دام أنها مملوكة للغير. فقد جاء في المادة الرابعة والأربعين، أنه "مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد، يُعاقب بالحبس مُدَّة لا تزيد على ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقلُّ عن عشرين ألف ريال، ولا تزيد على مائتين وخمسين ألف ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين:

(أ) كل من استعمل علامة غير مُسجَّلة في الأحوال المنصوص عليها في الفقرات (ب، ج، د، هـ) من المادَّة (الثانية) من هذا النظام. ب - كل من دوَّن بغير حق على علاماته أو أوراقه التجاريَّة بياناً يؤدي إلى الاعتقاد بحصول تسجيلها.

وزيادة في حرص المنظم على حماية مالك العلامة التجاريَّة، فقد أجاز له صراحة، الحق في المطالبة عما لحقه من ضرر من جراء هذه المخالفات، حيث جاء في نص المادة الثامنة والأربعين، على أنه "يجوز لكل من أصابه ضرر نتيجة ارتكاب إحدى المُخَالَفات المنصوص عليها في هذا النظام أن يُطالب المسؤول عن هذه المُخَالَفة بالتعويض المُناسب عما لحقه من ضرر".

ونخلص مما تقدم في هذا المطلب، إلى تمتع الاسم المدني بحماية قانونية، وبصرف النظر عن الوظيفة التي يقوم بها، فهو يحظى بحماية مدنية وجنائية عندما يتم الاعتداء

عليه، واستخدامه من قبل غير صاحبه لوضعه على مطبوعاته والتوقيع به على معاملات، كما أنه يحظى بحماية قانونية، عندما يتخذ منه صاحبه اسماً تجارياً، ويتم الاعتراف عليه واستغلاله من قبل غير صاحبه، كاسم تجاري لمتجره، ويحظى الاسم المدني أخيراً بحماية قانونية، إذا اتخذ منه صاحبه علامة تجارية لتمييز منتجاته وسلعه وخدماته، وتم الاعتراف عليه من آخر، ليستخدمه لذات الوظيفة أو غيرها من الوظائف التي تقود إلى تضليل العملاء وابتعادهم عن صاحبه الحقيقي، الذي ارتبط اسمه بتجارته ارتباطاً وثيقاً وأصبح من العناصر التي تدخل في تكوين محل التجاري، التي تزيد من قيمته المادية والاقتصادية.

### الخاتمة

العنوان التجاري هو أحد أدوات النشاط التجاري الهامة التي يحتاجها التاجر في مزاوله أعماله ونشاطاته التجارية. حيث يتميز به التاجر عن غيره من التجار، ويوقع به جميع العقود والتصرفات القانونية التي يباشرها مع من يتعامل معهم في نشاطه التجاري، وتزداد أهميته عند استخدامه للدلالة على شخصية المتجر، كاسم تجاري أو علامة تجارية، فيعد بذلك وسيلة لتمييز المتجر، وجذب العملاء، ويصبح بذلك جزءاً من العناصر المعنوية للمحل التجاري، ويزيد من قيمته المادية والمعنوية. ومن خلال دراستنا للوضع القانوني للعنوان التجاري في التنظيم القانوني السعودي، خرجنا بالآتي:

### أولاً: النتائج

١ - لم يعالج المنظم السعودي موضوع العنوان التجاري صراحة، ولم يفرد له أحكاماً خاصة في نظام المحكمة التجارية، ولكنه أشار إليه بدلالات غير صريحة من خلال بعض النصوص القانونية، التي جاءت متفرقة في بعض الأنظمة؛ كنظام السجل

التجاري السعودي، ونظام الأسماء التجارية السعودي، ونظام العلامات التجارية السعودي. وقد استخدم المنظم عبارة الاسم المدني للدلالة على العنوان التجاري، فيجب أن يستخدمه التاجر في جميع معاملاته التجارية، ويوقع به أوراقه المتعلقة بهذه المعاملات، ويذكره على جميع مطبوعاته؛ كالمشورات واللوحات الدعائية والفواتير والإيصالات وغير ذلك من المطبوعات التي يستخدمها التاجر.

٢ - أجاز المنظم السعودي للتاجر أن يتخذ من اسمه المدني (عنوانه التجاري) اسماً تجارياً يضعه على متجره، متى توافر لهذا العنوان المميزات التي تجعل منه وسيلة للدلالة على المتجر، وقد يضيف إليه رسوماً أو إشارات أو صور تعين على لفت انتباه الزبائن إلى المتجر. وعندئذ يتصل العنوان التجاري اتصالاً وثيقاً بالمتجر، لقيامه بوظيفة الاسم التجاري، ويضعه التاجر على واجهة متجره لتمييزه عن غيره من المتاجر، ويلخص العنوان في هذه الحالة استقلالية المتجر، ويدلل على جميع مميزاته وخصائصه. ويعد ذلك من وظائف العنوان التجاري، فاستعمال العنوان التجاري اسماً تجارياً يعد من الوظائف الهامة التي يقوم بها العنوان التجاري في هذه الحالة، فهو وسيلة لتمييز المتجر، وجذب العملاء، وارتباطهم بالمحل التجاري.

٣ - عند تطابق الاسم التجاري مع العنوان التجاري، فإنه يشملهما عند التصرف بالمحل التجاري حكم واحد؛ كبيع المحل أو رهنه، ويطبق على العنوان التجاري في هذه الحالة أحكام الاسم التجاري، فإذا تم الاتفاق كتابة على شمول البيع أو الرهن للاسم التجاري، امتد ذلك إلى العنوان التجاري، لأنه يعد من عناصر المحل المعنوية، وينتقل العنوان تلقائياً دون الحاجة إلى أي إجراء آخر يذكر؛ سوى قيده في السجل التجاري ليصبح نافذاً بحق الغير. وأما في الحالة التي لا يتم الاتفاق فيها كتابة

على انتقال الاسم التجاري، فلا يدخل العنوان عندئذ ضمن عناصر المحل التجاري المبيعة.

٤ - يرتبط العنوان التجاري بالصفة الشخصية لصاحب المحل التجاري، سواء أكان تاجراً فرداً أم شركة تضامن، فهو يتكون بشكل أساسي من اسم التاجر ولقبه الحقيقيين وجوباً، وقد أوجب المنظم السعودي على التاجر، أن يعقد بواسطة عنوانه التجاري، جميع صفقاته التجارية وعقوده ومخالفاته وأعماله، ولا يجوز له أن يفعل ذلك بواسطة الاسم التجاري؛ إلا في حالة شركة المساهمة؛ لعدم وجود عنوان تجاري لها واقتصارها على الاسم التجاري، ولأنها تكون بموجوداتها وأموالها، مسؤولة عن الديون والالتزامات المترتبة عليها ولا يكون الشريك مسؤولاً تجاه الشركة، عن تلك الديون والالتزامات إلا بمقدار الحصة التي يملكها في رأسمال الشركة. فالاسم التجاري يتعلق بالمحل التجاري فقط وبه يتميز عن غيره من المحلّات التجارية الأخرى، ولا يمكن للتاجر الفرد أن يستخدمه في معاملاته، وعقوده وإعلاناته وأوراقه المتعلقة بالمحلّ بمعزل عن اسمه الشخصي.

٥ - يتألف العنوان التجاري من اسم التاجر ولقبه الحقيقيين، سواء أكان ذلك في حالة اختلاف العنوان التجاري عن الاسم التجاري، أم في حالة تطابقهما؛ حتى لا يؤدي إلى تضليل الغير بشخص التاجر الحقيقي الذي يتعاملون معه، فالعنوان التجاري هو الوسيلة التي تقود المتعاملين مع التاجر إلى تحديد ائتمانهم له ووضع ثقتهم به. وحتى بعض التشريعات التي أجازت للتاجر إضافة ما شاء من العبارات على عنوانه التجاري، فقد اشترطت ألا يؤدي ذلك إلى حمل الغير على فهم خاطئ لهذه الإضافة، بل يجب أن تكون جميع البيانات الاختيارية مطابقة للحقيقة وألا تؤدي إلى التضليل أو ما يمس النظام العام؛ كأن تكون مستمدة من نوع النشاط الذي يمارسه

التاجر. ولم يرد في الأنظمة ما يميز للتاجر أن يكون عنوانه من تسمية مبتكرة، أو أن يضيف إليه تسمية مبتكرة، كما فعلت بعض التشريعات المقارنة، ونعتقد أن مسلك المنظم قد كان صحيحاً في هذا الاتجاه؛ لعدم أهمية هذه الإضافة من ناحية، ولتناقض ذلك مع الوظيفة التي يقوم بها العنوان التجاري، وهي الدلالة على شخصية التاجر.

٦ - بالرغم من أهمية العنوان التجاري ودوره في النشاط التجاري وفي الدلالة على شخص التاجر، إلا أننا نرى أنه لا يعد من عناصر المحل التجاري، عند عدم استخدامه في الدلالة على شخصية المتجر؛ بسبب عدم لزومه لطبيعة المحل التجاري، وبخاصة إذا لم يوضع في واجهة المتجر، ولم يكن له دور في جذب الزبائن والتفافهم حوله. صحيح أن شخص التاجر قد يكون عنصراً مسانداً لجلب بعض الزبائن وتعاملهم مع المحل التجاري، وبالتالي زيادة قيمة المحل التجاري؛ لكن ليس بالضرورة أن كل ما يساعد في زيادة قيمة المحل التجاري يعد عنصراً فيه.

٧ - قد ينتقل الاسم التجاري، في حال بيع المحل التجاري، إلى المشتري، فإذا كان موافقاً للاسم المدني لمالك المحل التجاري (عنوانه التجاري)، فينتقل الاسم المدني في هذه الحالة إلى البائع، على أنه اسم تجاري، على أن انتقال الاسم المدني للتاجر مع المحل التجاري عند بيعه أو التصرف فيه، لا يبقيه على طبيعته ذاتها التي تدل على شخص التاجر، ولكنه ينتقل بطبيعة قانونية مختلفة عما كانت عليه قبل انتقاله، طبقاً للشروط التي حددها المنظم، ويتغير بهذا الانتقال من كونه اسماً مدنياً يعبر عن شخص صاحبه ومتجره ومنتجاته، إلى مجرد وسيلة تجارية يستعين بها المشتري لتثبيت الزبائن وربطهم بالمحل التجاري. وإعطاء الحق للمشتري بانتقال اسم التاجر المدني إليه كاسم تجاري، لا يعني، في المقابل، إعطائه الحق في استخدام الاسم المدني للبائع كعنوان تجاري، أي أن يجري به توقيع معاملاته وأوراقه الرسمية، ويدل به

على شخصيته؛ وإنما يبقى ذلك حقاً للبائع وحده، باعتباره من الحقوق اللصيقة التي لا يجوز التنازل عنها أو التصرف فيها، فهو بهذا الاستخدام جزء من شخصية صاحبه.

٨ - يتمتع الاسم المدني بحماية قانونية، بصرف النظر عن الوظيفة التي يقوم بها، فهو محظى بحماية مدنية وجنائية، عند الاعتداء عليه، أو استخدامه من قبل غير صاحبه ووضعه على مطبوعاته والتوقيع به على معاملاته، أو عند استخدامه كاسم تجاري أو علامة تجارية. ولا يوجد في الأنظمة السعودية ما يمنع من استخدام العنوان التجاري من قبل تاجر آخر، في حالة تشابه الاسم المدني لكليهما.

### ثانياً: التوصيات

١ - نتمنى على المنظم السعودي تنظيم العنوان التجاري بشكل واضح ومفصل، وبيان شروطه وأحكامه ودلالاته، وبيان أوجه استخداماته، كما فعلت ذلك العديد من التشريعات المقارنة. كما نتمنى عليه كذلك تعديل الأنظمة التي تناولت بعض أحكام العنوان التجاري، والنص عليه صراحة، حتى لا يختلط مفهوم الاسم التجاري بمفهوم الاسم الشخصي للتاجر، وحتى لا يلتبس على الآخرين الاختلاف بين العنوان التجاري والاسم التجاري، وحتى لا يظن البعض أن المنظم السعودي لم يفرق بينهما واعتبرهما شيئاً واحداً، وبخاصة عندما أجاز المنظم للتاجر إمكانية تكوين الاسم التجاري من الاسم المدني للتاجر.

٢ - يؤدي استخدام العنوان التجاري كاسم تجاري إلى الخلط بينهما، لأنهما عندئذ يقومان بوظيفة مزدوجة، ونحن بدورنا نفضل ألا يتضمن الاسم التجاري على اسم التاجر ولقبه، حتى لا يختلط كل منهما بالآخر، لأن كلا منهما له وظيفته الخاصة به، ولا يعدان شيئاً واحداً، حتى وإن تشابهت الأحكام المتعلقة بكليهما. فالعنوان التجاري، هو دالة على شخص التاجر، ووظيفته الأساسية هي التعريف بشخص

التاجر، وللدلالة على أن التصرفات التي باشرها تتعلق بنشاطه التجاري وليس بحياته الخاصة.

٣ - لم يستخدم المنظم مصطلح العنوان التجاري في شركات الأشخاص، بالرغم من أنه قد أوجب ضرورة تكوين اسمهما من أسماء الشركاء المتضامين أو أحدهم، وكان الأجدر به استخدام مصطلح العنوان التجاري صراحة لهذه الشركات لتميزها عن شركات الأموال، التي تقوم على الاعتبار المالي للشركاء، وتستخدم اسمها كعنوان لها في معاملاتها المالية وأنشطتها التجارية. لذلك نوصي بتعديل عبارة نص المادة (١٧) من نظام الشركات السعودي، لتصبح بدلاً من "يتكون اسم شركة التضامن من اسم شريك واحد أو أكثر مقروناً بما ينبئ عن وجود شركة..."؛ إلى عبارة "يتكون عنوان شركة التضامن من اسم..." وكذلك عبارة نص المادة (٣٧) من نفس النظام لتصبح بدلاً من "يتكون اسم شركة التوصية البسيطة من اسم واحد أو أكثر من الشركاء المتضامين مقروناً بما ينبئ عن وجود شركة..."، لتصبح "يتكون عنوان شركة التوصية البسيطة من اسم....".

٤ - نتمنى على المنظم السعودي عند تقديم طلب القيد في السجل التجاري؛ النص في نظام السجل التجاري السعودي على ضرورة اختلاف الاسم المدني عن الأسماء المسجلة سابقاً؛ كما فعلت بعض التشريعات ذلك، أو إلزام التاجر اللاحق بإضافة بيان يميزه عن التاجر السابق، مثل تاريخ تأسيس المحلّ، أو إضافة اسم الأب أو الجد أو اسم الشهرة، أو تغيير لون واجهة المحلّ، أو غير ذلك من البيانات، حتى نقطع الطريق على من يتشابه اسمه مع الاسم المسجل سابقاً، من الاعتداء على هذا الاسم، واستغلال ذلك في منافسة غير شريفة، وبخاصة متى حاز الاسم المقيّد سابقاً على

سمعة حسنة وشهرة معينة وارتبط بأذهان العملاء وأصبح جزء من عناصر المحلّ التجاري.

وإنني لأرجو الله تعالى إذ أقدم هذه الدراسة المتواضعة أن أكون قد أسهمت بوضع لبنة من صرح هذا البنيان من المعرفة، راجياً الله أن ينال القبول، فإن كنت قد أصبت فمن الله وحده، وأن أخطأت فمن نفسي والشيطان.

### قائمة المراجع

#### أولاً: المراجع باللغة العربية

- [١] احمد البسام، مبادئ القانون التجاري، الجزء الأول، بغداد، ١٩٦١.
- [٢] أكنم الخولي، الموجز في القانون التجاري، الجزء الأول، ١٩٧٠.
- [٣] أنور سلطان، المبادئ القانونية العامة، ط٢، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٨٧.
- [٤] ثروت عبد الرحيم، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٤٠٧هـ.
- [٥] حسني المصري، القانون التجاري، الكتاب الأول، القاهرة، ١٩٨٦.
- [٦] حماد عزب، د. نايف الشريف، القانون التجاري السعودي، ط١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠١-١٤٢٢هـ.
- [٧] زهير عباس كريم، مبادئ القانون التجاري، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ١٩٩٥.
- [٨] سعيد يحيى، الوجيز في النظام السعودي، عكاظ للنشر والتوزيع، ط٤، جدة ١٤٠٣هـ.
- [٩] سميحة القليوبي، القانون التجاري، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧٧.

- [١٠] سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٦.
- [١١] صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة عمان ٢٠٠٥.
- [١٢] عدنان العمر، الوجيز في الشركات التجارية وأحكام الإفلاس وفقاً للأنظمة والتشريعات التجارية في المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى، بريده، ١٤٣٤هـ.
- [١٣] عزيز العكيلى، الوسيط في شرح القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ٢٠١٢.
- [١٤] علي العبيدي، القانون التجاري المغربي، الطبعة الأولى، ١٩٦٦.
- [١٥] عوض أحمد الزعبي، المدخل إلى علم القانون، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠١.
- [١٦] فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ١٩٩٧.
- [١٧] محسن شفيق، القانون التجاري المصري، الجزء الأول، الإسكندرية، ١٩٤٩.
- [١٨] محمد توفيق رمضان البوطي، البيوع الشائعة وأثر المبيع على شرعيتها، الناشر درا الفكر، الطبعة الثالثة، عام ١٤٢٥هـ.
- [١٩] محمد حسن الجبر، القانون التجاري السعودي، الرياض ١٤١٧هـ، دون دار نشر.
- [٢٠] محمد حسني عباس، الموجز في القانون التجاري، الطبعة الأولى، القاهرة، ١٩٥٠.
- [٢١] محمد حسني عباس، الموجز في القانون التجاري، الطبعة الأولى، دون دار نشر، القاهرة، ١٩٥٠.
- [٢٢] محمد حسين إسماعيل، القانون الأردني، الطبعة الثانية، دار عمان، ١٩٩٢.
- [٢٣] محمد صالح، القانون التجاري، الجزء الأول، القاهرة، ١٩٤٩.
- [٢٤] علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٧٤.
- [٢٥] محمود بابلي، الشركات التجارية، بدون دار نشر، الطبعة الأولى، ١٣٩٨هـ.

- [٢٦] مصلح الطراونة، الأحكام القانونية للاسم والعنوان التجاري في التشريع التجاري الأردني، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد ١٧، العدد ٤، لسنة ٢٠٠٢.
- [٢٧] نايف الشريف د. زياد القرشي، القانون التجاري، الطبعة الرابعة، دار حافظ للنشر والتوزيع، جدة، ١٤٣٢هـ.

#### ثانياً: المراجع باللغة الفرنسية

- Bruno Dondero, Droit des sociétés, Dalloz, coll. « Hypercours Dalloz », [٢٨] 2009.
- Escarra, Manuel de droit commercial, Paris, 1948. [٢٩]
- Le Fonds de commerce. Traité général théorique et pratique Gaston Cendrier, [٣٠] avec formulaire, Paris, 1934.
- René Roblot, Traité de droit commercial, t. 1, vol. 1, LGDJ, «Georges Ripert [٣١] Paris, 1968.
- Hamel et Lagarde et Jauffret, Traite de droit commercial, Tom. II, Paris, [٣٢] 1966.
- Hamel &G. Lagarde, Traite de Droit Commercial, Tome1, 1954. J. [٣٣]
- Ripert et Roblot, Traite elemaintaire de droit commercial, t. 1, 1980. [٣٤]

#### ثالثاً: مواقع معتمدة في الإنترنت

- <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/d%C3%A9nomination/23595>. [٣٥]
- <http://www.legifrance.gouv.fr>. [٣٦]
- <http://www.mci.gov.sa/LawsRegulations> [٣٧]

## The Legal Status of the Merchant Name in the Saudi Legal System

**Dr. Adnan Salih Al-omar**

Assistant Professor in department of law, college of sharia and Islamic studies  
Qassim University

**Abstract.** The merchant name is a fundamental pillars upon which the economic activity, and its plays an important role in the life of the merchant and his business, in terms of personal significance to the merchant on the one hand, and the nature of the activity established on the other hand. It is noted that legislative regulation of the trade name, in the code "trade name" Saudi is similar to the merchant names, to some extent, This similarity is one of the main reasons, in our opinion, which some commentators trade law, to be confused with the trade name. Adding to this confusion, also, that the Saudi regulator has pointed to some of the provisions of the The merchant name realistically, without referring to it explicitly, where it came from Saudi systems are completely free to mention the term " The merchant name".



اسم الكتاب: تحرير علوم الحديث.

اسم المؤلف : عبد الله بن يوسف الجديع.

الناشر: الجديع للبحوث والاستشارات.

الطبعة : الرابعة - ١٤٣١هـ.

الطباعة: في سفرين كبيرين (١١٦٥ صفحة).

وصف الكتاب:

أورد المنظم السعودي الأحكام الخاصّة بالأعمال التجاريّة والتّاجر في الفصل الأول من

الباب الأول من نظام المحكمة التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقم (٣٢)

قدم المؤلف لكتابه بمقدمة يسيرة في أهمية الاعتناء بالحديث للمتفقه، وأن معرفة

تمييز صحيح الحديث من سقيمه من الشروط التي تتعين على المجتهد .

وذكر في مقدمته هذه الباعث له على جمع هذا الكتاب، وأن هذا العلم (علوم

الحديث) يحتاج إلى ترميم، ويحتاج إلى إعادة بناء، وتقريب إلى طلبة العلم .

وقد أبان المؤلف عن منهجه بشكل مختصر، وأنه :

- قصد كتابة هذا السفر بأسلوب عصري العرض تيسيراً على الطلاب.

- مع الحرص على تحرير المسائل وتحقيقها .

- وأنه سار في بيان مسائله على طريقة السلف المتقدمين، مع الاستفادة من

تحريرات المتأخرين .

- وذكر أنه اجتهد قدر الوسع في ضرب الأمثلة من واقع الحال، وترك الأمثلة

الصناعية (الخيالية)

- كما أنه أضرب عن ذكر بعض الأنواع التي رأى أنها إما أليق بعلم آخر كباب النسخ الذي هو الصق بعلوم القرآن، أو أنها تفرجات محضة وليست علما تأصيلياً كقضايا غريب الحديث.

- كما أنه اشترط على نفسه الاهتمام بالقضايا التأصيلية العملية، فألقى مسائل ليس لها واقع عملي اليوم، كبعض المسائل المتعلقة بهيئة الرواية .  
- وذكر أنه في كل ما يعزوه لقائل أو إمام قد تحرى فيه، بالإحالة، والتثبت من صحة الإسناد إليه .

ثم أتبع المقدمة بمدخل حوى مقدمات تعريفية حول علم الحديث، وتاريخه، وأقسامه، وألقابه. وهو في كل ما يصنع ويصوغ من التقسيمات والترتيب مبدع ومجدد في العرض والصياغة .

ثم قسم الكتاب بعدُ إلى قسمين كبيرين :

- فجاء القسم الأول في (تحرير أركان النظر في الحديث)، وقصد فيه إلى الكلام حول قضايا الإسناد ونقلته.

فجعل (الباب الأول) في "تحليل الإسناد" كونه الخطوة الأولى في قضايا البحث في علوم الحديث، وأسهب المؤلف في الفصل الأول منه في قضايا تمييز الرواة والطرق إلى ذلك، والأوهام التي تقع للباحثين، مع الإشارة السريعة إلى ما يتعلق بالصحابة من مباحث.

ثم عقد الفصل الثاني لقضية "اتصال السند" ومباحثها ك: صيغ السماع، ورموزها، وطريقة النقاد في الأسانيد المنعنة .

وجاء (الباب الثاني) في "نقد النقلة" طويلاً ومفصلاً، باعثُ ذلك حاجةَ القارئ إلى هذه المباحث، ولكونها من المباحث التأصيلية التي التزم المؤلف في المقدمة تحريرها وتحقيقها.

فأشار إلى حكم الجرح والتعديل، وعرفَ بنماذج لمن يعتمد قولهم في النقد، ودلف إلى "التعديل" معرفاً به وبشروطه، وبطرقه، وأقسام الضبط، مع الإشارة إلى مسائل متعلقة كقضايا التحمل، ورواية الحديث بالمعنى واختصاره، وقد حاول المؤلف في هذا الباب تحرير القول فيما يتعلق بتعديل أمثال الإمام ابن حبان والعجلي وابن عبدالبر وما يقال عن تساهلهم.

وكصنيعه في التعديل صنع في "الجرح" محرراً معناه، وصوره المؤثرة وغير المؤثرة، والقول فيما يسلب العدالة، ثم ما يتعلق بقضايا ضبط الرواة وحفظهم، وجهالتهم، وختم هذا الباب بمسائل "تعارض الجرح والتعديل" وتفسير عباراتهما. وكان (الباب الثالث) مخصوصاً فيما أسماه المؤلف بـ(النقد الخفي) والذي يريد به: العلل.

متطرقاً لمنزلة هذا العلم، والمبرزين من الأئمة في معرفته، وأسباب التعليل - مع الإسهاب والتفصيل والتمثيل في هذه المباحث - وختم هذا الباب بالكشف عن قوانين حاول فيها المؤلف تقريب الكلام فيما يتعلق بضبط عملية تعليل الأحاديث.

- وجاء القسم الثاني من الكتاب أقصر من سابقه بكثير، والسبب أنه تعمد إطالة القسم الأول لأن قضاياها تأصيلية تحتاج إلى تحرير وتدقيق، وهي لب علوم الحديث.

وكانت "أوصاف الحديث من حيث القبول والرد" هي تسمية هذا القسم الثاني، حيث عالج فيه المؤلف ما يتعلق بالحديث الصحيح وتعريفه، وشروطه، وكذلك في الحديث الحسن، وأهم الكتب الدائرة عليهما، والمسائل المتعلقة بهما. وأتبع ذلك بالكلام على قضايا رد الحديث، فعرف الحديث المرذود، وذكر ألقابه، وأحكامه.

وأسهب المصنف في قضية التدليس وأنواعه ومذاهب العلماء فيه - على عادته في إشباع القضايا التي تهم القارئ ولها رصيد عملي - .  
وختم هذا القسم والكتاب بذكر الاعتبار بالحديث الضعيف وحكم العمل به واستعماله .

وجاءت الفهارس في الذيل كاشفة عن الجهد الكبير الذي بذله المؤلف في الكتاب .

### مميزات الكتاب:

جاء الكتاب في وقت احتاج فيه العصر إلى مؤلف يكون جامعاً متقناً محرراً، إذ الكتب السابقة إما كتابٌ جامع لكنه غير مناسب للطلاب ولطريقة الناس اليوم، أو كتابٌ غير محرر، اختلطت فيه القضايا العملية بتلك النظرية .

ويمكن إجمال مميزات الكتاب في نقاط عدة:

- ١ - كونه جامعاً لشتات مسائل هذا الفن، حيث لا يترك المؤلف - في الغالب - مسألة كبيرة ولا صغيرة ذات أثر تطبيقي إلا بينها وجلّها .
- وعادته أن يُطيل في المسائل المشكّلة، والمسائل التي هي من صميم العلم، ويختصر في المسائل ذات الأثر الضعيف أو المسائل النظرية.

٢ - الإبداع والتجديد في ترتيبه، فالناظر فيه لا يعوزه معرفة مكان المسألة، حيث رتبته مؤلفه ترتيباً منطقياً مبتكراً لم يسبق إليه، مراعيًا فيه وصف المسألة وضم النظر إلى نظيره، ولهذا جاءت القضايا التأصيلية في أول الكتاب، بينما آخر ما يتعلق بأوصاف الحديث في الآخر؛ لأنها فرع عن تصور تلك القضايا، بينما الغالب في مؤلفات هذا الفن إما تقديم الأوصاف أولاً، أو إدخالها مع القضايا التطبيقية في سياق واحد.

٣ - التزام المؤلف تقريب المسائل بالأمثلة الواقعية، فجاء الكتاب مفيداً للقارئ من ناحيتين: تقريب المسائل له وتوضيحها بهذه الأمثلة الواقعية، ثم ما يتعلق بهذه الأمثلة - أحياناً - من التحرير والتعقب على من سبق.

والمؤلف تعمد أن تكون الأمثلة فيها الجدة والتنوع والفائدة العائدة على القارئ، بعيداً عن اجترار الأمثلة المشهورة من كتب التراث.

وكان لقراءات المؤلف في كتب الحديث، والنقد، والمسئلات أثر ظاهر في اقتناص الأمثلة، وتنويعها، ومن ثم تحريرها.

٤ - الاعتناء بأقوال الأئمة النقاد، والسير في فلكها، والغوص في معانيها، وجعلها أصلاً في هذه القضايا، مع ربط القارئ بالكتب الخادمة والمفيدة في كل مبحث.

٥ - الابتعاد عما لا يفيد القارئ، ويشغّب عليه ويربكه، مثل الاعتراضات على التعاريف، ومناقشتها - إلا فيما له فائدة عملية -، ومثل المسائل التي حصل فيها خلاف قديم لا أثر له اليوم، أو تلك التي كان لها فائدة عند الأوائل كبعض مسائل العرض وكتابة الحديث وأمثلة العلو والنزول.

٦ - حرصُ المؤلفِ عند ختم المباحث على التنبيه على الأوهام الواقعة عند الباحثين، إما في الفهم، أو في التطبيق، أو تلك التي يخشى المؤلف على القارئ أن يقع فيها.

٧ - تدقيقه وتحريره كثيراً من المسائل والأقوال التي يتناقلها المؤلفون في مصطلح الحديث، وذلك بالبحث في أسانيدها، ومقارنتها بما يعارضها.

٨ - تسهيله وتقريبه فيما يتعلق بالتعريف، وعدم الوقوف الطويل معها، مع كونه يختار تعريفاً جامعاً في نظره، وربما عدل عن التعريف المشهور إلى تعريف آخر لعله ينبه عليها.

٩ - جودة الأسلوب، وقوة السبك،، وشرف المفردة، مع الإبانة عن المقصد، والتجافي عن الإيهام، واختيار التراكيب السهلة - في الغالب - .

١٠ - ظهور شخصية المؤلف واختياراته وتحريراته، وهو في كل ذلك يذكر أنها ناتجة عن تتبع واستقراء وسبر.

#### ملحوظات على الكتاب :

١ - جاءت بعض مسائل الكتاب ومباحثه مسترسلة غير مرتبة ولا مفقطة، مما قد يصعب على الطالب أو القارئ تبيين حدودها وتقاسيمها .

٢ - إطلته - في أحيان - عند ضرب الأمثلة، حيث يستطرد في تحرير المثال والخلاف الواقع فيه إن وجد، وهو إن كان مما قد يفيد القارئ، إلا أنّ هذا مريبك له أيضاً، والمتعين أنّ يكون موضع المثال غير موضع التحرير .

٣ - لم يحرر المؤلف بعض المسائل تحريراً متيناً، كما في مسألة : طريقة العجلي وابن حبان في الجرح والتعديل (ص ٣٢٥، ٣٢٤)، وليته إذ لم يحرر أشار إلى الأقوال الأخرى .

٤ - مخالفته أحيانا للمتقدمين، وربما تجرأ فخطأهم في مسائل لا يذكر فيها دليلاً متجهاً (ص ٦٣٢ كمثال)، إلا أنه هذا قليل في الكتاب، ونحوه أن ينبه إلى مسألة يذكر أنه درَسَهَا، فلا يخرج منها إلا بما لا يسعفه عليه دليل (ص ٨٤٩ تقويته لحال الربيع بن حبيب الفهري)

٥ - يخرج أحياناً عما اشترطه على نفسه من الابتعاد عن الأمثلة الخيالية (مثال: ص ٥٨، ٦٦) ولعل له في ذلك مقصداً ...

هذا والله أعلم وأحكم، وصلى الله على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين .

كتب التقرير / محمد بن صالح الشيبان



عنوان الرسالة: الشروط التعويضية في المعاملات المالية.

التخصص: الفقه.

اسم الباحث: عياد بن عساف بن مقبل العنزي.

المرحلة: الدكتوراه.

اسم المشرف: أ.د. صالح بن محمد السلطان.

تاريخ المناقشة: ١٤٢٨/٣/١هـ.

الجهة العلمية المقدم إليها: كلية الشريعة- جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

عدد الصفحات في المطبوع: (٩٨٨) صفحة.

حدود الموضوع: الشروط التعويضية. والمقصود بها : الشرط الذي يكون تعويضاً عن ضرر؛ كعدم تنفيذ الالتزام، أو التأخير فيه، وهو ما يسمى بالشرط الجزائي. والشرط الذي يكون تعويضاً عن مظنة الضرر في حال العدول عن العقد، وهو شرط العربون. والشرط الذي يكون تعويضاً عن فسخ العقد، وهو شرط العوض في الإقالة. والشرط الذي يكون حافزاً على الوفاء بالدين عند حلول أجله، أو قبل حلوله، وهو اشتراط الحط من الدين المؤجل مقابل الالتزام بتسديد الأقساط، أو مقابل تعجيل الأداء. والشرط الذي يكون تعويضاً عن ضرر لا يستحق بحكم العقد، وهو اشتراط الضمان على الأمين في حال التلف أو الخسارة. ومن ذلك الشروط التوثيقية إذا تضمنت الاعتياض عن الحق؛ كأن يشترط المرتهن تملك المرهون عند عدم الوفاء، أو بيعه، أو يشترط الدائن مطالبة الضامن دون مطالبة المضمون عنه.

أهمية الموضوع: تتجلى أهمية البحث في هذا الموضوع من وجهين :

الوجه الأول: أنه يبحث في المعاملات المالية، والبحث في المعاملات المالية بالمنزلة التي لا تخفى من الأهمية؛ نظراً لعموم حاجة الناس إليها، وخطورة محلها، وهو المال. الوجه الثاني: أن التعاقد بالشروط التعويضية أصبح شائعاً في هذا العصر بين الناس على مستوى الأفراد، والمؤسسات، فصارت الحاجة قائمة إلى بيان أحكامها، وما يصح اشتراطه منها، وما لا يصح.

محتوى الرسالة: احتوت هذه الرسالة على مقدمة، وتمهيد، وستة فصول، وخاتمة.

التمهيد: ويشتمل على مبحثين :

المبحث الأول: تعريف الشروط في العقود، والأصل فيها.

المبحث الثاني: أقسام الشروط في العقود.

الفصل الأول: الشرط الجزائري. وفيه خمسة مباحث :

المبحث الأول: تعريف الشرط الجزائري، وحقيقته، وخصائصه، وشروط

استحقاقه في القانون.

المبحث الثاني: الغرض من الشرط الجزائري.

المبحث الثالث: تاريخ التعامل بالشرط الجزائري.

المبحث الرابع: حكم الشرط الجزائري. وفيه ثلاثة مطالب :

المطلب الأول: حكم الشرط الجزائري في الديون، وصوره.

المطلب الثاني: حكم الشرط الجزائري في غير الديون. وفيه سبع مسائل :

المطلب الثالث: سلطة القاضي في تعديل الشرط الجزائري في غير الديون.

المبحث الخامس: تطبيقات الشرط الجزائري في بعض المعاملات المالية.

الفصل الثاني: اشتراط العربون في العقود المالية. وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول: تعريف العربون.

المبحث الثاني: الغرض من العربون.

المبحث الثالث: الفرق بين العربون وبين الشرط الجزائي.

المبحث الرابع: أحكام العربون في المعاملات المالية. وفيه ستة مطالب:

الفصل الثالث: اشتراط العوض في الإقالة. وفيه مبحثان:

المبحث الأول: تعريف الإقالة.

المبحث الثاني: حكم الإقالة.

الفصل الرابع: اشتراط الحط من الدين المؤجل مقابل الالتزام بتسديد الأقساط،

ومقابل تعجيل الأداء. وفيه تمهيد ومبحثان:

المبحث الأول: اشتراط الحط من الدين المؤجل مقابل التزام المدين بتسديد

الأقساط.

المبحث الثاني: اشتراط الحط من الدين المؤجل مقابل التعجيل. وفيه تمهيد

ومطلبان:

الفصل الخامس: الشروط التعويضية في عقود الأمانة. وفيه تمهيد وثلاثة

مباحث:

المبحث الأول: اشتراط الضمان على الأمين في حال التعدي أو التفريط.

المبحث الثاني: اشتراط الضمان على الأمين في حال التلف من غير تعد أو

تفريط.

المبحث الثالث: اشتراط ضمان رأس مال المضاربة في حال الخسارة.

**الفصل السادس: الشروط التعويضية في العقود التوثيقية.** وفيه مبحثان:

**المبحث الأول:** حكم اشتراط العقود التوثيقية في المعاملات المالية.

**المبحث الثاني:** حكم الشروط التعويضية في العقود التوثيقية. وفيه أربعة

مطالب:

ثم الخاتمة: وتشتمل على أهم النتائج.

أبرز النتائج العلمية التي توصل إليها الباحث:

١ - ينقسم الشرط باعتبار مصدره إلى قسمين: شرط شرعي وهو ما كان مصدر اشتراطه الشارع. فالشارع هو الذي فرضه وجعل تحققه لازماً لتحقيق أمر آخر ربط به عدماً، بحيث إذا لم يتحقق الشرط لم يتحقق ذلك الأمر. وشرط جعلي وهو ما كان مصدر اشتراطه إرادة المكلف. فالمكلف هو الذي يضع هذا الشرط في عقوده والتزاماته، تعليقاً عليه، أو تقييداً به. فالتعليق: أن يعلق العقد أو الالتزام بحصول أمر، بحيث إذا لم يتحقق ذلك الأمر، لم يوجد العقد أو الالتزام المعلق عليه. والتقييد: أن يلتزم في العقد أمراً زائداً على أصل العقد. وحكمه: أنه يعدل من آثار العقد الأصلية.

٢ - أن الأصل في الشروط الجواز والصحة، ولا يحرم منها ويبطل إلا ما دل الشرع على تحريمه وإبطاله نصاً أو قياساً على أصح القولين.

٣ - أن الشروط في العقود تنقسم من حيث الغرض منها إلى خمسة أقسام: شروط توكيدية، وتوثيقية، وتبينية أو توضيحية، وتقييدية، وتعويضية.

٤ - أن الشرط التعويضي: هو الشرط في العقد الموجب عوضاً لا يقتضيه العقد، وغالباً ما يكون ذلك الشرط معلقاً على حصول مضرة، أو منفعة، يكون موجب الشرط عوضاً عنها، أو في مقابلها عند حصولها. كالشرط الجزائي،

والعربون، واشتراط العوض في الإقالة، واشتراط الحط من الدين مقابل الالتزام بتسديد الأقساط، أو مقابل تعجيل الأداء، واشتراط الضمان على الأمين، وكاشتراط تملك الرهن عند عدم الوفاء.

٥ - الشرط الجزائي هو: اتفاق بين المتعاقدين على تقدير لتعويض معين يستحقه أحدهما عن الضرر الذي يلحقه إذا لم ينفذ الآخر ما التزم به، أو تأخر في تنفيذه.

٦ - للشرط الجزائي في الديون صور متعددة، منها ما هو زيادة مالية تفرض على المدين، إما بالشرط ابتداءً، وإما بالتعويض بعد وقوع الضرر، ومنها ما ليس بزيادة مالية، كاشتراط حلول الأقساط المؤجلة عند التأخر في تسديد بعضها.

٧ - أن الشرط الجزائي في الديون المتمثل في فرض زيادة مالية مشروطة على المدين مقابل التأخر في تسديد الدين عن مواعده المحدد، محرم شرعاً، وهو عين ربا الجاهلية الذي دل الكتاب، والسنة، وإجماع الأمة على تحريمه.

٨ - إذا كان المدين المماطل بالوفاء معسراً، أو معذوراً شرعاً في تأخره عن الوفاء في الوقت المحدد، فإنه لا يجوز إلزامه بالوفاء، ولا بتعجيل الأقساط المؤجلة عليه لا بالشرط ولا بغيره، ولا فرض تعويض عليه عن الضرر الحاصل بالتأخير؛ بل الواجب تجاه المعسر هو الإنظار إلى حال القدرة واليسار.

٩ - إذا كان المدين المماطل بالوفاء غير معذور شرعاً، فإنه يجوز أن يشترط عليه حلول بقية الأقساط إذا تأخر في أداء بعضها، كما يجوز أن يشترط أن تكون نفقات القضية ومصروفات الدعوى على المدين المماطل بالوفاء من غير عذر يعتبر شرعاً.

١٠ - لا يجوز أن يشترط على المدين المماطل بغير عذر شرعي زيادة في الدين عند التأخر في التسديد مصرفها الجهات الخيرية ؛ لأن هذا الشرط ما هو في حقيقته إلا اشتراط للربا، والتزام من الدائن بالتصدق به ، ولأنه لو لم يكن ربا فهو وسيلة إليه ، فيجب منعه سداً للذريعة ، وصوناً للشريعة.

١١ - اتفق الفقهاء المعاصرون على حرمة اتفاق المتعاقدين - الدائن والمدين - على مبلغ محدد، أو نسبة معينة يدفعها المدين لتعويض الدائن عن ضرر التأخر والمماطلة ؛ لأن هذا بعينه هو ربا الجاهلية الذي نزل القرآن بتحريمه.

١٢ - لا يجوز إلزام المدين المماطل بغير عذر شرعي بتعويض مالي يدفعه للدائن عن الأضرار المترتبة على التأخر في التسديد، وبناءً على ذلك لا يجوز اشتراط حق المطالبة بالتعويض عن الأضرار المترتبة على التأخر في التسديد.

١٣ - أثر هبوط القوة الشرائية للنقود على الوفاء بالديون، فيه تفصيل :

أ ) إذا كان الدين الثابت في الذمة ذهباً أو فضة ( دنانير أو دراهم )، وقبل حلول أجله نقصت قيمته (رخصت) أو زادت (غلت) فإنه لا يجب على المدين عند الوفاء سوى مقدار ما ثبت في ذمته، وتم الاتفاق عليه عند العقد من الدنانير أو الدراهم، وذلك باتفاق المذاهب الأربعة، وحكي الإجماع على ذلك.

ب) إذا كان الدين الثابت في الذمة فلوساً ( وهي ما ضرب نقداً من المعادن من غير الذهب والفضة ) وقبل حلول أجله نقصت قيمته بالنسبة للذهب والفضة، فالواجب على المدين رد مثل ما ثبت في ذمته من الفلوس عند التعاقد، إلا إذا بلغ النقص درجة كبيرة جداً، فإنه لا بد من مراعاته دفعاً للضرر عن الدائن إما بتصالح المتعاقدين، وإما بتقدير القاضي حسب ما تقتضيه طبيعة كل قضية وظروفها.

ج) إذا كان الدين الثابت في الذمة نقوداً ورقية، كالريال السعودي والدينار الكويتي والدولار الأمريكي، وقبل حلول أجله هبطت قيمته الشرائية، فإن كان الهبوط يسيراً، أو متوقعاً عند التعاقد، فإنه لا أثر له، فيكون الواجب وفاء الدين بالمثل وليس بالقيمة، وإن كان الهبوط كبيراً جداً بحيث يفقد النقد الورقي مالهته، ويعد القابض له قابضاً لشيء تافه، ففي هذه الحال يجب وفاء الدين بقيمته عند التعاقد؛ لأنه حينئذ يصبح في حكم النقد المنقطع، أما إذا كان الهبوط كبيراً وغير متوقع عند التعاقد، فقد اختلف الفقهاء المعاصرون فيما يجب على المدين أدائه، المثل، أو القيمة، أو غير ذلك، على أربعة أقوال في الجملة، والأقرب -والله أعلم- القول بتوزيع فرق السعر للنقود الورقية بين يوم التعاقد وبين يوم الأداء على المتعاقدين، تحقيقاً للعدل، وإزالة للضرر الحاصل بالنقص، دون أن يبوء به أحد المتعاقدين، وبعداً عن شبهة الربا.

١٤ - لا يجوز أن يشترط الدائن على المدين في العقد أن يضمن كل نقص في القيمة الشرائية للنقود الورقية من بعد التعاقد إلى حين الأداء، وذلك بربط الدين بعملة أخرى مستقرة نسبياً، أو مجموعة من العملات (سلة العملات) أو بسلعة معينة، أو مجموعة من السلع (سلة السلع)، أو بالمستوى العام للأسعار، وهذا ما يسمى بالربط القياسي للديون.

١٥ - لا خلاف بين العلماء في جواز التعويض عن الضرر المالي عند وقوعه، سواء أوقع مباشرة، أم تسبباً ممن أوقعه.

١٦ - لا يجوز التعويض المالي عن الضرر الأدبي أو المعنوي.

١٧ - أن الفقهاء المتقدمين لم يتكلموا عن التعويض عن الضرر الناتج بسبب الإخلال في تنفيذ العقود والالتزامات، والراجع - والله أعلم - وجوب التعويض عنه عند المطالبة به - في غير الديون - .

١٨ - أن حقيقة الشرط الجزائي أنه تقدير اتفاقي للتعويض عن الضرر المحتمل نتيجة الإخلال بالعقد قبل وقوعه، ولا يستحق إلا بعد وقوع الضرر.

١٩ - اختلف الفقهاء المعاصرون في حكم الشرط الجزائي في غير الديون؛ كعقود المقاوله، والاستصناع، والتوريد، على ثلاثة أقوال، والراجع - والله أعلم - جواز الشرط الجزائي في غير الديون.

٢٠ - الأصل وجوب الوفاء بالشرط الجزائي - إذا تحققت شروط استحقاقه - على ما اتفق عليه المتعاقدان وتراضيا به، ولا يلزم للحكم به مساواته للضرر الواقع المساواة التامة، إذ يعسر ذلك في أثناء التعاقد قبل وقوع الضرر، ولكن هذا التفاوت إذا كان يسيراً فهو مغتفر للحاجة الماسة إلى هذا الشرط، وعلى هذا فلا سلطة للقاضي في تعديله أو التدخل فيه؛ لأن الأصل مراعاة الشرط بقدر الإمكان، فإذا أثبت المدعي أن الشرط الجزائي (التعويض المقدر بالشرط) كان خارجاً عن حد المعقول، ولا مناسبة بينه وبين الضرر الحاصل بسبب الإخلال بالالتزام، فإنه في هذه الحال يجب على القاضي أن يستعمل سلطته في تقدير التعويض فيرده إلى حد العدل والإنصاف، إزالة للضرر، ورفعاً للظلم، وإقامة للعدل.

٢١ - بيع العربون: هو تقديم المشتري مبلغاً معلوماً من المال عند عقد البيع، على أنه بالخيار، إن أمضى البيع كان ما قدمه جزءاً من الثمن، وإن رد البيع كان ما قدمه حقاً للبائع. وهو جائز على القول بالراجع إن حددت فترة الانتظار بمدة معلومة.

٢٢ - الحالات التي يجوز فيها شرعاً شراء السهم لأجل، أو بالخيار، يجوز فيها العربون، وإلا فلا.

٢٣ - بيع المراجعة للأمر بالشراء له أربع صور:

الصورة الأولى: وتبني على التواعد غير الملزم بين الطرفين، مع عدم ذكر مسبق لمقدار الربح، وهذه الصورة جائزة.

الصورة الثانية: وتبني على التواعد غير الملزم بين الطرفين، مع ذكر مسبق لمقدار الربح، والراجح جوازها.

الصورة الثالثة: وتبني على المواعدة الملزمة بالوفاء بها بين الطرفين مع ذكر مسبق لمقدار الربح، والراجح تحريم هذه الصورة، وهو قول الفقهاء المتقدمين، وقول كثير من الفقهاء المعاصرين.

الصورة الرابعة: وتبني على المواعدة الملزمة لأحد الطرفين دون الآخر، مع ذكر مسبق لمقدار الربح، والراجح - والله أعلم - التفصيل في حكمها، فإن كان الإلزام للأمر لم تجز كالصورة المتقدمة، وإن كان الإلزام للمأمور دون الأمر جازت لعدم المانع.

٢٤ - لا يجوز العربون في بيع المراجعة للأمر بالشراء في مرحلة المواعدة، بناءً على أنه لا يجوز الإلزام بالوعد في بيع المراجعة للأمر بالشراء.

٢٥ - لا تجوز مصادرة الضمان الابتدائي في المناقصات إذا انسحب المناقص قبل ميعاد البت في العروض، وأما إذا كان انسحابه بعد رسو المناقصة عليه، فإنه يجوز أن يصادر من الضمان الابتدائي بقدر الضرر اللاحق للجهة الطارحة للمناقصة.

٢٦ - مصادرة الضمان النهائي في المناقصات تأخذ حكم التعويض عن الضرر المترتب على الإخلال بالعقد، وذلك جائز - في غير الديون - فيصادر من الضمان النهائي بقدر الضرر المالي الفعلي اللاحق للجهة الطارحة للمناقصة.

٢٧ - الإقالة هي: رفع العقد وإلغاء حكمه وآثاره بتراضي الطرفين، وهي جائزة - بغير عوض - بل ومندوب إليها عند ندم أحد المتعاقدين، وهي في حقيقتها فسخ وليست بيعاً على الراجح من قولي العلماء.

٢٨ - يجوز للبائع أن لا يقبل المشتري إلا بعوض يدفعه، أو يحطه من الثمن.

٢٩ - إذا طلب البائع الإقالة من المشتري، فاشترط عليه عوضاً مقابل الإقالة، فإن كان الثمن مؤجلاً، أو حالاً ولم يقبض جاز ذلك، وأما إن كان البائع قد قبض الثمن وغاب عليه، فإما أن يكون المشتري قد قبض السلعة أو لا، فإن كان لم يقبضها لم يجز ذلك؛ لأنه ذريعة إلى القرض بزيادة، وأما إن كان قد قبض السلعة ودخلت في ضمانه، فالأقرب - والله أعلم - جواز ذلك - ما لم يكونا فعلاً ذلك حيلة على الربا.

٣٠ - اشتراط العوض في إقالة السلم، فيه تفصيل: فإن كان اشتراط العوض على المشتري (المسلم) فتكون الزيادة منه، فلا مانع من ذلك، وإن كان اشتراط العوض على البائع (المسلم إليه) لم يجز ذلك؛ لأنه ذريعة إلى القرض بزيادة، وذلك ربا.

٣١ - يجوز اشتراط الإنظار بالثمن في إقالة البيع، وفي إقالة السلم على الراجح.

٣٢ - يجوز اشتراط المعاوضة عن الثمن في إقالة البيع، وفي إقالة السلم على الراجح.

٣٣ - ذهب عامة العلماء من السلف والخلف إلى جواز زيادة الثمن المؤجل عن الثمن الحال مقابل التأجيل.

٣٤ - يجوز اشتراط الحط من الدين المؤجل إذا كان قرضاً على أن يلتزم المقترض بتسديد الأقساط في مواعيقتها المحددة.

٣٥ - لا يجوز اشتراط الحط من الدين المؤجل إذا كان عن معاوضة مقابل الالتزام بتسديد الأقساط ؛ لكونه يتخذ ذريعة إلى الربا.

٣٦ - جواز الوضع من الدين المؤجل بشرط تعجيل باقيه على القول الراجح، وهي المسألة المشهورة باسم "ضع وتعجل".

٣٧ - يجوز اشتراط الحط من الدين المؤجل إذا كان عن قرض مقابل التعجيل بالوفاء.

٣٨ - لا يجوز اشتراط الحط من الدين المؤجل إذا كان عن معاوضة مقابل التعجيل بالوفاء ؛ لكونه يتخذ ذريعة إلى الربا.

٣٩ - يجب الوضع من الدين المؤجل الذي زيد فيه من أجل الأجل في معاوضة، إذا حكم بحلوله بمقدار ما سقط من الأجل على القول الراجح، وبناءً على ذلك يجوز أن يشترط ذلك في العقد.

٤٠ - تنقسم عقود الأمانة من حيث المعاوضة وعدمها إلى ثلاثة أقسام: عقود تبرعات كالوديعة، وعقود معاوضات كإجارة الأعيان، وعقود مشاركات كالمضاربة.

٤١ - يجوز اشتراط الضمان على الأمين في عقود التبرعات في حال التلف ولو من غير تعد أو تفريط على الأرجح.

- ٤٢ - يجوز اشتراط الضمان على الأمين في عقود المعاوضات في حال التلف ولو من غير تعد أو تفريط ، ما لم تقم البيينة على أن التلف كان من غير سبب من الأمين ، أو تنتفي التهمة على الأرجح.
- ٤٣ - لا يجوز اشتراط الضمان على الأمين في عقود المشاركات في حال التلف من غير تعد أو تفريط ، لمخالفته لمقصود العقد .
- ٤٤ - لا يجوز اشتراط ضمان رأس مال المضاربة على المضارب في حال الخسارة باتفاق الفقهاء.
- ٤٥ - المضارب المشترك لا ضمان عليه ، ولا يجوز التزامه بالضمان ، ولا اشتراط الضمان عليه.
- ٤٦ - لا مانع شرعاً من أن يضمن رأس مال المضاربة في حال الخسارة طرف ثالث منفصل في شخصيته وذمته المالية عن طرفي العقد.
- ٤٧ - يجوز للمرتهن أن يشترط على الراهن تملك المرهون عند عدم الوفاء بشرط أن تكون قيمة المرهون وقت العقد مساوية للمرهون به.
- ٤٨ - يجوز اشتراط الضمان على الكفيل إذا لم يأت بالمكفول به وقت المطالبة ، والله أعلم.

## Guidelines for Authors

### a) Conditions:

1. The paper must be innovative, scientific, well typed and in good style.
2. The paper must not be previously published, or sent to another press.
3. All received papers are to be refereed.

### b) Instructions:

1. The author must provide a request to publish his paper.
2. The author must provide Four hardcopies of his paper (the original plus two copies) in Arabic. The paper must be typed using Microsoft Word on an IBM compatible PC. The paper must be printed on single faced A4 papers, leaving 3 cm for each margin. The pages of the paper should be sequentially numbered, along with numbering figures and tables (if available). The author must also provide an electronic copy of his paper. In addition, the author must provide an Arabic and an English abstract for his paper, each of which not exceeding 200 words.
3. The font type used for typing is Traditional Arabic, with the size of 20 pt for headings, 18 pt for the main text and 14 pt for footnotes.
4. The paper must not exceed 40 pages.
5. The paper must include the title of the paper, the author's name, his address, his title and his affiliation.
6. Book references are to be cited in one of the two following ways:
  - a. The reference is cited in the main text, where the author mentions the abbreviation, followed by the part and page number, then the Hadith number.  
Example: Narrated by Al-Bukhari in the Correct (1/88H 166) or Al-Nawawi Said in the Collection 8/29: "..."
  - b. The reference is cited in a footnote.  
Example: Ibn Qudama Said "...<sup>(1)</sup>"
7. Paper references are to be cited in a footnote, where the author mentions the title of the paper and the title of the journal.  
Example: The author mentioned in his Paper that he didn't Stop at any one Saying this "..."<sup>(2)</sup>
8. Footnotes must be mentioned in their respective pages.
9. In the reference list, the book citations should start with author's full name, followed by the title of his work/book, his year of death, the publisher and year of publication. The same with journal citations, in which they should start with the title of the paper, its author, the title of the journal and its volume.
10. When mentioning names of Arab or Islamic scholars, the year of death should be mentioned in Hijri (lunar) year if the scholar is deceased. As for foreign names, the names should be written in Arabic, followed by the name in English/Latin letters between brackets. The name should be fully written when first mentioned in the paper.
11. The paper will be returned to the author, whether or not the paper is published.
12. The author will be given two copies of the journal, along with 20 copies of his paper free of charge. Any more copies will be charged according to the Editorial Board.
13. The author must follow the corrections of the referees. In addition, the author must provide a justification for not following a certain correction by the referees.
14. The papers published reflect the opinions of their authors.
15. The journal is issued Four times a year an issue each mid-term.

## Correspondence

All correspondence and manuscripts are to be sent/delivered to: the Editor-in-Chief:

- Scientific Journal of Qassim University (Sharia Sciences)
- P.O. Box 6600, Buraydah 51452, Buraydah Kingdom of Saudi Arabia
- Tel.: 06-3220330, Ext.: 2145
- Fax and Direct Line: 06-3220358
- E-mail: qu.mgllah@gmail.com

---

(1) Al-Maghni 6/322.

(2) Collaborative Insurance – Journal of Sharia Colleg –



**In The Name of ALLAH,  
Most Gracious, Most Merciful**





Volume (7) – NO.(3)

**Journal of**  
**ISLAMIC SCIENCES**

April 2014 – Rajab 1435H

Scientific Publications & translation

## EDITORIAL BOARD

### **Editor-in-Chief**

Prof. Saleh M. Al-Sultan  
Professor, Department of Fiqh, Sharia College, Qassim University

### **Member Editors**

- Prof. Abdullah A. Al-Qusun.  
Professor of Sunnah, College of Sharia and Islamic Studies. Qassem University.
- Prof. Ahmad M. Abd Alrazaq.  
Professor of Aqidah (Islamic Theology) , College of Sharia and Islamic Studies. Qassem University
- Prof. Hamed A. Al-Wafi.  
Professor of Usul AlFiqh, College of Sharia and Islamic Studies. Qassem University
- Prof. Ali H. Al-Shatanawi.  
Professor of Law, College of Sharia and Islamic Studies. Qassem University
- Prof. Abdullah S. Al-Matrodi.  
Professor of AlFiqh, College of Sharia and Islamic Studies. Qassem University

### **Journal Secretary**

Dr. Mohammad fawzi alhader  
Assistant Professor At Department of AlFiqh, College of Sharia and Islamic Studies, Qassem University

Deposif: 1429/2028

## Contents

## Page

A Critical Study of the Summary of Al-Suyuti's Research of Renewal and Renewal Persons (English Abstract) <b>Dr. Khalid Bin Hassan Al-Abri</b> .....	1601
An agreement for the elimination of all forms of Discrimination against Women (CEDAW) A study of criticism in the light of the purposes of Islamic law (English Abstract) <b>Dr. Arif bin Awad bin Abdul Al-Halim Al-Rikabi</b> .....	1732
Usage & Implications among Ahal Al-Bidaa (Innovators); Immami & Sufismas a Model (English Abstract) <b>Dr. Fahd bin Saleh AlHamoud</b> .....	1793
?? ?? (English Abstract) <b>Dr. ?????????????????????????????????</b> .....	1853
The absolute takbeer discretion in two Eids (English Abstract) <b>The absolute takbeer discretion in two Eids</b> .....	1914
Doctrine of the Sunnis in proving Alhdzh interfaces and cutting to God - the Almighty - and replies from the beginning (English Abstract) <b>Dr. Maha Abdel Rahman Ahmad Neto</b> .....	1963
The Islamic Jurisprudence View For Engagements In The Islami Societies A Comparative Study (English Abstract) <b>Kalaf zoid Almsaaed, and Dr. Mohmmad Mahmoad dojan Alemoush</b> .....	2012
The Legal Status of the Merchant Name in the Saudi Legal System (English Abstract) <b>Dr. Adnan Salih Al-omar</b> .....	2071

