

زبائن المحل المهني

Professional shop customers

راشد رقية¹، سلايم عبد الله²

¹ كلية الحقوق و العلوم السياسية عبد الحميد جامعة ابن باديس مستغانم rachedrekia03@gmail.com

² كلية الحقوق و العلوم السياسية عبد الحميد جامعة ابن باديس، مستغانم، slaim31@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2024/03/18 تاريخ القبول: 2024/11/18 تاريخ النشر: 2024/12/19

ملخص:

زبائن المحل المهني هي : " مجموعة من الاشخاص التي تتجه او من المحتمل ان تتجه بصفة معتادة او في مناسبات الى شخص او مجموعة من الاشخاص التي تمارس مهنة مهما كان نوعها و ذلك بهدف الحصول منها على خدمة او سلعة ما " ، و هي تختلف عن زبائن المحل التجاري في كون أن هذه الأخيرة تكون ناتجة عن استغلال تجاري في حين تكون زبائن المحل المهني عندما ترتبط بنشاط مدني فهي بذلك تكون مرتبطة بالشخص و هذا بالنسبة للمهن الحرة . عكس زبائن المحل التجاري و الصناعي يكون أساس انجذابهما للمحل هو جودة السلع و الاسعار المناسبة بغض النظر عن صاحب المحل .

كلمات مفتاحية: الزبون المهني، المحل المهني، الزبون التجاري.

Abstract:

The customers of a professional shop are: "a group of people who go or are likely to go on a regular basis or on occasions to a person or a group of people who practice a profession of any kind, with the aim of obtaining from them a service or a commodity." They are different from customers. The commercial shop is the result of commercial exploitation, while the clients of the professional shop when it is linked to a civil activity are thus linked to the person, and this applies to the liberal professions. Unlike commercial and industrial store customers, the basis of their attraction to the store is the quality of the goods and appropriate prices, regardless of the store owner.

Keywords: Professional customer ; Professional shop ; Commercial customer

المؤلف المرسل: الاسم الكامل، الإيميل: authorC@mail.com

1. مقدمة:

يعتبر الزبون و منذ العصور القديم هو أساس المعاملات و مصدر الدخل المادي بغض النظر عن كون هذه المعاملات تجارية كانت أم مهنية أو صناعية ، غير أننا نجد زبائن المحل المهني تختلف ببعض الخصائص عن زبائن المحل التجاري و الصناعي و ذلك لكونها تمتاز بالطابع الشخصي الذي يعتمد أساسا على عنصر الثقة المتبادلة بين الزبون و صاحب المهنة عكس زبائن المحل التجاري و الصناعي الذي تكون فيها جودة السلعة و السعر المناسب هو ما يجذب الزبون للمحل سواء المحل التجاري أو الصناعي .

أهداف الدراسة :

نهدف من خلال هذه الدراسة الى ابراز ماهية زبائن المحل المهني و تبين اختلافه عن غيره من زبائن المحل التجاري مع تبين أهم الخصائص التي يمتاز و ينفرد بها ، و خاصة الطابع الشخصي الذي يربط الزبون بصاحب المهنة و الذي يسوده عامل الثقة المتبادلة .

و من هذا المنطلق يتبادر إلى ذهننا العديد من التساؤلات و أهمها:

الإشكالية المطروحة :

ماذا يقصد بزبائن المحل المهني ؟

و التي تتفرع عنها التساؤلات التالية :

ما مفهوم الزبون ؟ و هو الزبون المهني ؟

وما هي أهم الخصائص التي تميزه عن غيره من زبائن المحل التجاري ؟

و للإجابة على هذه الأسئلة و التوسع أكثر في موضوع مقالنا ، سيكون وفقا لخطة مضبوطة و ممنهجة

كما يلي :

المبحث الأول : ماهية زبائن المحل المهني

المطلب 1/ : تعريف الزبون

المطلب 2/ : مفهوم الزبون المهني

المبحث الثاني : تمييز زبائن المحل المهني عن زبائن المحل التجاري

المطلب 1/: أوجه التشابه بين زبائن المحل المهني و التجاري

المطلب 2/ : أوجه الاختلاف بين زبائن المحل المهني و التجاري

2. ماهية زبائن المحل المهني :

1.1. تعريف الزبون: (la clientèle)

سنقوم بتعريف الزبون من جميع النواحي كما يلي :

أ/ التعريف اللغوي للزبون :

- زبون (اسم)

- زبان و زين

- الزبون : هو المتعامل مع مقدم خدمة

- الزبون : هو المشتري من تاجر ، عميل (المنظور)(1)

ب/ التعريف الاصطلاحي للزبون :

الزبون هو ذلك المشتري للخدمات الفعلية أو المتوقع و لديه الرغبة و القدرة في شراء تلك الخدمة ، كما أنه يشكل الهدف النهائي لأي عملية تسويقية .

و يعرف كذلك على أنه ذلك الفرد الذي يقوم بالبحث عن سلعة أو خدمة و شرائها باستخدامه الخاص (خنساء، 2006، صفحة 42). (2)

2.2. تعريف الزبون المهني

على الرغم من أن مسألة كانت موضوع العديد من الدراسات الا أن القليل منها قد أعطى تعريفا دقيقا لمفهوم العملاء. ليس من السهل تعريف هذا المفهوم الغامض لانه من الصعب اعطاء تعريف دقيق و موضوعي في التعريفات القليلة التي التي تم ملاحظتها من خلال الرجوع الى الفقه و القضاء فجل هذه التعريفات كانت تسلط الضوء على أهمية الارتباط الشخصي الموجود بين المحترف و موكله . و بالتالي القيمة المحتملة لهذا ملكية ، الا أننا نجد بعض التعريفات منها :

تعريف للسيد كورنو : حيث كان له الفضل في تقديم تعريف موسع و موضوعي بما يكفي ليشمل بشكل مسبق عملاء المهن الحرة و عملاء التجاريين فبحسبه العملاء هم : " مجموعة علاقات العمل المعتادة أو

زبائن المحل المهني

العرضية الموجودة المحتملة بين الجمهور و الوظيفة المهنية (شركة تجارية أو شركة مدنية) و التي يشكلون العنصر الأساسي فيها و التي تجدد مصدرها عموما في عوامل شخصية و مادية مجتمعه .

و تجدر الإشارة الى أن هذا التعريف يميل الى الجمع بين مفهومي العملاء التجاريين و المدنيين من خلال ابراز فكرة الشركة المدنية التي من شأنها أن تشكل عالمية مماثلة لمفهوم حسن النية و من خلال تسليط الضوء على ازدواجية العوامل التي تنشأ منها دستور هذين العميلين

تعريف السيد جوليان : تمكن من اعطاء تعريف العملاء بطريقة مجردة الى حد ما : تتكون الشهرة من امكانية ابرام عقود مستقبلية مع اشخاص غير محددين "

تعريف ايميليا : ، لقد حددت زبائن أعضاء المهن الحرة العملاء فيه مؤكدا على أهمية العلاقة الشخصية بين المتعاقدين و بحسب هذا الاخير فان الزبائية هي : " مجموعة العلاقات القائمة بين الجمهور ومن يمارسون المهنة أو أي مهنة ".

تعريف دلبرت : " جميع الاشخاص الذين يستخدمون الخدمات المهنية لشخص يمارس أي مهنة " و من خلال الاحتفاظ بالعناصر المختلفة لهذه التعريفات ، من الممكن تعريف مفهوم العملاء عالميا أيضا العملاء : " هم جميع الاشخاص الذين يخاطبون أو من المحتمل أن يخاطبوا ملكية عرضية أو اعتيادية لفرد أو مجموعة أفراد يمارسون أي مهنة من أجل الحصول على توريد خدمات أو سلع " (1994, p. 10/11) (3)

و في الاخير يمكننا القول أنه لم يتناول التشريع ولا القضاء تعريف فكرة العملاء باستثناء جانب من الفقه غير ان المتفق عليه عامة و من خلال مختلف العناصر التي تضمنتها التعاريف الفقهية لفكرة الزبانة المدنية ، تم وضع تعريف عام و شامل لهذه الاخيرة و يتمثل في أنه : " مجموعة من الاشخاص التي تتجه او من المحتمل ان تتجه بصفة معتادة او في مناسبات الى شخص او مجموعة من الاشخاص التي تمارس مهنة مهما كان نوعها و ذلك بهدف الحصول منها على خدمة او سلعة ما " (انيسة) (4) .

3. التمييز بين زبائن المحل المهني و زبائن المحل التجاري

3.1. أوجه التشابه بين زبائن المحل المهني و التجاري:

يوجد عدة نقاط يشترك فيهما كل من الزبون المهني و التجاري و يمكن تلخيصها فيما يلي :

أولا : كل منهما يعد عنصرا من عناصر تكوين المحل (عنصر الاتصال بالعملاء)

لا يمكن تصور وجود محل بدون زبون بغض النظر عن طبيعة الزبون سواء كان من ضمن الزبائن المهنية أو كان زبونا تجاريا

لقد ذكر صراحة في فحوى نص المادة 78 من القانون التجاري الجزائري على أنه : " تعد جزءا من المحل التجاري الاموال المنقولة المخصصة لممارسة نشاط تجاري .

ويشمل المحل التجاري الزاميا عملاءه و شهرته .

كما يشمل أيضا سائر الاموال الاخرى اللازمة للاستغلال المحل التجاري كعنوان المحل التجاري و الحق في الايجار و المعدات و الالات و البضائع و حق الملكية الصناعية و التجارية كل ذلك ما لم ينص على خلاف ذلك " . (القانون التجاري الجزائري) (5)

كما أننا نستخلص أن الزبون المهني أيضا يعد عنصرا من عناصر المحل المهني و هذا ما بينه و أوضحه تعريف الزبانة المدنية : " مجموعة من الاشخاص التي تتجه او من المحتمل ان تتجه بصفة معتادة او في مناسبات الى شخص او مجموعة من الاشخاص التي تمارس مهنة مهما كان نوعها و ذلك بهدف الحصول منها على خدمة او سلعة ما " (انيسة) (6)

ثانيا : الزبون أساس المعاملات داخل المحل سواء التجارية أو المهنية

اتجه جانب من الفقه الى أن عنصر الاتصال بالعملاء في المحل التجاري هو العنصر الاساسي و يقف على رأس سائر عناصر المحل التجاري ، حتى أن المحل التجاري ذاته ليس الا حق الاتصال بالعملاء و أن العناصر الأخرى لا تؤدي الا دورا ثانويا ، حيث اعتبروا أن المحل التجاري تكون حيازته من بداية ظهوره أي من تاريخ افتتاحه للجمهور و لغاية تاريخ إغلاقه أمام الجمهور (الشواورة، صفحة 1446) (7) كما أننا نجد نفس الأمر بالنسبة لزبون المحل المهني فهو أساس المعاملات المهنية .

ثالثا : يعتبران المصدر الرئيسي للدخل المالي في المحل

يعد عنصر العملاء معيارا لتحديد القيمة المالية للمحل التجاري فمن خلال نشاط المحل التجاري و معرفة حجم عملائه المتزدين عليه يمكن تحديد مقدار القيمة المالية للمحل أكثر دقة (الشواورة، صفحة 1449) (8)

المحل المهني أيضا بقدر تعداد الزبائن تقدر العائد المالي و الربح يكون أوفر .

3.2. أوجه الاختلاف بين زبائن المحل المهني و التجاري

ينفرد كل من الزبون المهني و التجاري بعدة مزايا و خصوصيات تميزه عن الآخر و هذا ما سنتناوله فيما يلي :

أولا : خصوصية الطابع الشخصي لزبون المحل المهني عكس الزبون التجاري

الاعتبار الشخصي لزبائن المهن الحرة :

يعتبر الاعتبار الشخصي أهم خاصية يتميز بها الزبون المدني عن غيره من الزبون التجاري و هذا ما سنوضحه في هذا العنصر :

هناك رابط شخصي بحث يتكون من التقدير و الثقة و هو ما يربط العملاء بالمحترف و من المؤكد أنه يمكن لأي شخص أن يذهب الى الطبيب اما بسبب قرب مكتبه أو بسبب تواضع سعر استشاراته لكن هذه مجرد فرص ، الظروف قادرة في الغالب على تفضيل العملاء وليس خلقها سبب وجودها يكمن فقط في شخص المحترف و يعود ذلك الى كفاءته و عمله ، الى صفاته المهنية التي يلجأ اليها الجمهور ، ان شخصية الحدرس هنا في أساس العلاقة مع العميل انها جوهرها ثم العثور عليه أيضا في الفرضيات الاقل ملاءمة .

حالة طبيب البلد ليست استثناء من الواضح أنه سيتم تجنيد عملاءها محليا وتسهيل ذلك من خلال قرب المكتب الطبي ولكن لا يترتب على ذلك بأي حال من الاحوال أنه غير شخصي انه دائما الطبيب نفسه على حد علمه للتأكد من تشخيصه أن العملاء يلجأون اليه حقيقة أن هذا المحترف وحده في منطقة يمنحه احتكارا معيناً ولكن كفاءته في النهاية هي التي ستفوز بعملائه و تحافظ عليهم و خير دليل على ذلك أنه اذا كانت خدماته غير مرضية فلن يتردد أي من هؤلاء العملاء المحليين في اللجوء الى متخصص آخر حتى في أماكن أبعد ، كما أن العادة ليست عنصرا حاسما في تكوين العملاء هذا يعني فقط أن العميل يحافظ على ثقته في المحترف.

كقاعدة عامة دائما ما يتم الكشف عن الحدرس الشخصي في التحليل النهائي ، يمكن القول انها تشكل بأشكال مختلفة جوهر علاقة العميل في المهن الحرة . (albessard, 1936, p. 39/40)(9)

و اذا كان عنصر الاتصال بالعملاء في المهن الحرة بمفهومه الضيق يركز على الاعتبار الشخصي للشخص الممتن و تقدير العملاء لمواهبه و ثقتهم فيه ، فمركز هذا العنصر في القاعدة التجارية لا يقتصر على

شخص التاجر بل يتعداه الى باقي العناصر الاخرى التي تتكون منها القاعدة التجارية (انيسة، صفحة 135)(10).

ثانيا : من حيث القانون الواجب التطبيق

- القانون التجاري قد أخضع القاعدة التجارية الى احكام قانونية خاصة بها تختلف اختلافا جوهريا عن احكام المؤسسات المدنية (انيسة، صفحة 136) (11)

- يخضع ايجار المحلات المهنية لقواعد القانون المدني لاسيما الامر (58/75) و اهم التعديلات التي طرأت عليه (القادر، 2012، صفحة 119) (12)، أما أصحاب المهنة الحرة فيخضعون لقواعد المنظمة للمهنة الخاصة بهم ، عكس المعاملات التجارية بما فيها عنصر الاتصال بالعملاء فهو يخضع للقانون التجاري و هذا ما نصت عليه صراحة المادة الاولى مكرر من القانون التجاري " يسري القانون التجاري على العلاقات بين التجار وفي حالة عدم وجود نص فيه يطبق القانون المدني وأعراف المهنة عند الاقتضاء " (القانون التجاري الجزائري). (13)

- يترتب عن هذه التفرقة كذلك ان حق الايجار الذي يشكل عنصرا في القاعدة و الذي يتبع عادة بيع القاعدة له اهمية كبيرة بالنسبة لمشتري هذه الاخيرة في حين لا يتمتع هذا الحق باية اهمية حين يتبع التنازل عن المكتب المهني ، حيث يمكن نقل هذا الاخير الى مكان اخر دون ان يترتب عن ذلك فقدانه لعملائه فهذه الزبانة سوف تتبعه اينما كان في حين ليس منطقيا ان يتبع العملاء مالك القاعدة التجارية اذ ما نقل قاعدته الى مكان اخر.

- كما أن عقد ايجار المحل المهني لا يسمح بانتقال حق الايجار من الشخص الممتن الى خلفه الا اذا كان العقد يحمل بندا يجيز ذلك صراحة (انيسة، صفحة 136) (14)

ثالثا : مدى جواز مبدأ التنازل عن العملاء (الزبون)

يترتب على التنازل عن المحل التجاري التنازل عن عنصر الاتصال بالعملاء لان هذا العنصر ينتج من اجماع سائر العناصر التي يتركب منها المحل و تهيئتها لاستقبال الجمهور ، فهو وثيق الصلة بالعناصر الاخرى ويكون له ارتباط مباشر بها . في حين أن عنصر الاتصال بالعملاء في النشاط يرتبطون بشخص القائم و ليس بالعناصر الاخرى التي تستخدم في الاستغلال كموقع المحل أو الاثاث أو المهمات الخ . و مع ذلك أجاز القضاء الفرنسي في بعض الاحوال الاتفاقيات التي تحصل بين الاطباء التي يتعهد فيها المتنازل بعدم ممارسة المهنة و بتعريف المتنازل اليه بالعملاء و تقديمهم اليه. (فريد، صفحة 438)(15)

رابعا : طبيعة كل من الزبون المهني و الزبون التجاري

- تكون الزبانة تجارية عندما تكون ناتجة عن استغلال تجاري في حين تكون الزبانة مدنية عندما ترتبط بنشاط مدني فهي بذلك تكون مرتبطة بالشخص و هذا بالنسبة للمهن الحرة (انيسة، صفحة 133)(16)

- الزبون التجاري هم الزبائن الذين يترددون على المحل التجاري بقصد الحصول على حاجياتهم سواء بصفة اعتيادية أو عارضة ويحرص التاجر دائما على أن تستمر علاقته مع عملائه ويعمل على تنميتها بكل الوسائل المشروعة حتى يقبلوا على محله (فوزيل، 2004، صفحة 179) (17)

4. خاتمة:

يبقى الزبون المهني أساس لقيام المحلات المهنية فهو العنصر الأساسي للمعاملات المهنية داخل المحل المهني و نظرا لطابعه الشخصي اللصيق بصاحب المهنة و الذي تسوده الثقة المتبادلة جعله يتميز بخصائص تميزه عن غيره من الزبون التجاري الذي يعتمد في الأساس على الطابع الموضوعي الذي يكون فيه جودة السلعة و الثمن المناسب هو أساس جذب الزبون بغض النظر عن شخصه .

قائمة المراجع:

باللغة العربية :

المؤلفات :

ابن المنظور. معاني الجامع .

نادية فوزيل. (2004). القانون التجاري. ديوان المطبوعات الجامعية.

القانون التجاري الجزائري .

الأطروحات :

حمادوش انيسة. (2012). اطروحة بعنوان (المركز القانوني للاتصال بالعملاء كعنصر جوهري في القاعدة التجارية . جامعة تيزي وزو .

سعاد خنساء. (2006). التسويق الالكتروني و تفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي .

المقالات :

الاستاذ حمر العين عبد القادر. (2012). مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية .

الاستاذ كركادن فريد. عنوان المقال (الطبيعة الخاصة للمحل التجاري بين النصوص التشريعية الجزائرية و احكام القضاء الفرنسي). المجلة الاكاديمية للبحث القانوني

الدكتور نسيم ، خالد الشواور. مقالة مبررات الحماية القانونية لعنصر الاتصال بالعملاء في المحل التجاري .

باللغة الفرنسية :

- Marie chaniot / Waline Jacques Ghestin .(1994) .(la transmission des clientèles civiles .paris.
- albessard, p. (1936). thèse pour le doctorat , étude juridique de la clientèle des professions libérales. toulouse.