

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

المرجع:
قسم: القانون الخاص

كلية الحقوق والعلوم السياسية

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

مخاطر الشركات الوهمية في التسويق الإلكتروني

ميدان الحقوق والعلوم السياسية

التخصص: القانون الخاص

تحت إشراف الأستاذ(ة):

ريم لعور

الشعبة: الحقوق

من إعداد الطالب(ة):

باي جازية

أعضاء لجنة المناقشة

رئيساً

بوخدي فادية

الأستاذ(ة)

مشرفاً مقررًا

ريم لعور

الأستاذ(ة):

مناقشاً

لعيثم غزالة

الأستاذ(ة)

السنة الجامعية: 2024/2023

نوقشت في : 2024/ 06 / 27



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم



كلية الحقوق و العلوم السياسية
مصلحة التبرصات



تصريح شرقي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد: نيكول جياردي الصفة: طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 100.436.937، والصادرة بتاريخ: 2016.04.07

المسجل بكلية: الحقوق والعلوم السياسية، قسم: القانون الخاص

والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان:

مخاطر الشركات المالية على التسويق الإلكتروني

أصح بشرقي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية

المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ:

امضاء المعني



تم الفرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016. النهي بجذب الفواعل المتعانة بالوقت من السرقة العلمية ومكافحتها

رئيس مكتب التنظيم
امضاء: شكوك براهيم شريف

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

قال تعالى:

(قل اعملوا فسيرى الله عملكم

ورسوله والمؤمنون)

إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك....
ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك.... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك....
ولا تطيب الجنة إلا برويتك

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة..إلى نبي الرحمة ونور العالمين
سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم
إلى ملاكي في الحياة...إلى معنى الحب والتفاني والعطاء.. إلى بسمه الحياة وسر
الوجود
إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي.....إلى أعلى الحباب
أمي الحبيبة و أبي العزيز
إلى الشخص العزيز والغالي على قلبي....الذي كان ولا زال السند القوي والداعم لي
زوجي العزيز
إلى منارة العلم والعلماء...إلى الصرح الشامخ.....إلى قدوتنا في العلم والحياة
أساتذتنا الأفاضل

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي له الكمال وحده والذي بنعمته تتم الصالحات
أحمد الله تعالى على توفيقه لي والذي بارك لي على إتمام هذا العمل وأتقدم
بجزيل الشكر والامتنان إلى أساتذتي الكرام، الذين كان لهم الفضل الأكبر في
خطى دربي لتحقيق النجاح وبالأخص أستاذتي العزيزة ريم لعور التي ساندت
بحثي هذا ووثقت بي ودعمتني حتى أكون اليوم هنا أحصد ثمار تعبتي وأتلاذذ
بطعم نجاحي

إلى كل زملائي وزميلاتي بكلية الحقوق والعلوم السياسية
دون أن أنسى كل من أمد يد العون لإنجاح بحثي هذا حتى يرتقي للمستوى المطلوب
بإذن الله تعالى

مقدمة:

بتطور الشبكة العنكبوتية ونمو التجارة الإلكترونية وجد المحتالون ضالتهم في هذه التقنية للإيقاع بالضحايا في مختلف الميادين، مثل التجارة الإلكترونية غير المشروعة، والدعاية للعنف، الإرهاب والتمييز العنصري، والمتاجرة غير القانونية بأعضاء البشر، وأيضاً الإحتيال باستخدام السحر والشعوذة، والنصب في المعاملات التجارية تحت غطاء التجارة الإلكترونية ففتح الباب أمام الشركات التي تستغل الفراغ القانوني لتجميع المال بطرق غير مشروعة، على حساب الفئات الجاهلة بالمعاملات المالية الإلكترونية، ونحن هنا لا نعرض للشركات التي تستعين بأسماء مستعارة للتهرب الضريبي مثل ما تم تسريبه فيما عرف بتسريبات وثائق بنما، ولكن نحن هنا بصدد طرح لحقيقة عمل وتنظيم الشركات الوهمية التي تنصب على الأفراد وتدفعهم الى تقديم مبالغ مالية حتى يتمكنوا من الاشتراك في الشركة المحتملة وتتخذ الإجراءات الإلكترونية غطاء لعملها وتواجدها، حتى تسمى في ألمانيا بشركات العنوان البريدي لأنها ليس لها عنوان وليس لها نشاط اقتصادي، فقط لديها حساب بنكي لتحويل العمولات.

الشركات الوهمية التي نحن بصدد عرضها تعتمد في الغالب على فلسفة التسويق الإلكتروني لمنتجاتها، "ومضمون هذا النوع من التسويق أنه يهتم فقط بالربح للمنتج دون مراعاة المستهلك بل وتعدى ذلك إلى أن هذا النوع من الشركات لا يكون في نيتها الاستمرارية في العمل، بل تعتمد إلى الربح السريع ثم تلجأ إلى التصفية لتظهر باسم شركة أخرى وفي نشاط مختلف وذلك لتفادي الصدمة العكسية للمستهلك الذي يكتشف أنه تعرض لعملية غش من تلك الشركات، أي وقع تحت طائلة النصب والاحتيال، فهذه الشركات لا تكتفي ببيع منتجات ليس ذات جودة وتسوقها بأعلى سعر ولكن تسوقها على أنها ماركات عالمية.¹

تبحث هذه الشركات الوهمية عن العملاء بطريقة يومية، عن طريق التسويق الإلكتروني وعند إيجاد العضو الذي اقتنع بطريقتها وفلسفتها في جمع المال وتوزيع الأرباح، فإنها تقوم ببيع مكان لهذا العضو داخل الشركة، فيدفع المال نقداً في وكالتها.

¹نادية ملياني، "التسويق الهرمي للشركات الوهمية حالة كيونات بعنابة"، المجلد 34، العدد 01، جامعة الجزائر، سنة 2020،

و تهدف دراستي هذه إلى فتح الباب أمام المزيد من الدراسات حول موضوع مخاطر الشركات الوهمية في التسويق الإلكتروني وكذلك لتسليط الضوء عليه.
كأي بحث، لقد واجهنا بعض الصعوبات ولعل أهمها قلة الدراسات حول هذا الموضوع وندرة المراجع.

تكتسي دراسة موضوع مخاطر الشركات الوهمية في التسويق الإلكتروني أهمية بالغة على المستويين العلمي والعملي، وعليه، نطرح الإشكالية التالية هل وفر المشرع الجزائري حماية قانونية للمستهلك من الجرائم الإلكترونية التي تمارسها الشركات الوهمية؟
وللإجابة على هذه الإشكالية، إرتأينا اتباع المنهج الوصفي والتحليلي باعتباره الأنسب لدراسة موضوعنا هذا.

والذي قمنا بتقسيمه إلى فصلين كالتالي:

ماهية التسويق الإلكتروني للشركات الوهمية كفصل أول بالتطرق إلى مفهوم التسويق والتسويق الإلكتروني وماهية الشركات الوهمية
والفصل الثاني بعنوان الإطار القانوني للجرائم المرتكبة من طرف الشركات الوهمية في التسويق الإلكتروني و تم التطرق فيه إلى ماهية الجرائم الإلكترونية وظهور وتطور جرائم الشركات الوهمية في التسويق الإلكتروني

الفصل الأول: ماهية التسويق الإلكتروني والشركات الوهمية.

يعتبر التسويق الإلكتروني حقلاً من حقول المعرفة التسويقية الحديثة التي حظيت باهتمام كبير من جانب الباحثين والكتاب، حيث تتمثل إستراتيجية في تقديم الخدمات الإلكترونية عن طريق الشبكة الدولية للانترنت كقناة اتصال تسويقية جديدة، لها خصائصها الفريدة المميزة عن بقية القنوات الاتصالية الأخرى تمتاز بسرعة الأداء وانخفاض التكاليف، وقد عبرت إستراتيجية عن وجود عملية تحول من سوق مكاني إلى سوق فضائي، ويعتمد التسويق الإلكتروني على الانترنت لزيادة وتحسين وظائفه التقليدية و التأثير في مواقف و اتجاهات العملاء، الأمر الذي استدعى المؤسسات بمختلف مجالاتها إلى ضرورة العمل بمبادئه وتطبيقه.

المبحث الأول: مفهوم التسويق والتسويق الإلكتروني

لقد أصبحت الشركات تسعى لتطوير مفهوم التسويق والتميز في هذا الميدان مستتدة إلى كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا، فقد أضحت ظاهرة التسويق الإلكتروني ومدخلا من مداخل النجاح والتميز والإبداع في عالم الشركات الحديثة التي تتناسب مع العصر الجديد.

لغرض دراسة هذا المبحث، تطرقنا إلى تعريف التسويق وأهميته كمطلب أول، ثم خصصنا بالذكر التسويق الإلكتروني في مطلب ثاني

المطلب الأول: مدخل إلى التسويق

لقد ازداد الإهتمام بالتسويق في السنوات الأخيرة بدراسة ومحاولة تطبيق المبادئ والأسس التسويقية في معظم المؤسسات على إختلاف أنواعها، فقدره هذه الأخيرة على إنتاج السلع والخدمات تكون محدودة ما لم يرافقها جهد تسويقي فعال يساعد على تحديد رغبات وحاجات الزبائن، وعليه قمنا بتقسيم هذا المطلب إلى فرع أول بمدخل إلى التسويق، وفرع ثاني بعنوان أهمية التسويق.

الفرع الأول: تعريف التسويق وتطوره

إن التسويق بمفهومه اللغوي: "دراسة السوق، هو علم أو فن التسويق، وهو أيضا نظرية بيع وشراء البضائع تسوية البضائع بالجمال"¹ ، أما من الناحية الاصطلاحية، فقد عرفته الجمعية الأمريكية على "أنه الوظيفة المنظمة وهو مجموعة من لتطورات التي تركز على خلق اختيار وإعطاء قيمة للعملاء وكذلك تسيير علاقات معهم من أجل إفادة المنظمة وفروعها وفي 1985 أعادت صياغة المفهوم فعرفته أنه: "عملية تخطيط وتنفيذ لمفهوم التسعير والترويج والتوزيع لأفكار لاستحداث التبادلية التي تشعب وتحقق أهداف الأفراد والمنظمة"² .

1. التطور التاريخي للتسويق :

لقد عرف التسويق كنشاط اجتماعي منذ أن خلق الله تعالى الإنسان وأوجده على هذه الأرض حينما بدأ أفراد يتبادلون السلع والخدمات المختلفة بين بعضهم البعض، حيث كانت تعرف هذه المبادلات السلعية في الماضي بنظام المقايضة، ومنذ أواخر العقد الثالث من القرن العشرين بدأ الاهتمام بالتسويق يأخذ حيزا كبيرا من اهتمام أصحاب ومديري المشروعات الإنتاجية الخدماتية والسلعية المختلفة التي نشأة نتيجة للظروف والمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي أثرت في كثير من المجتمعات و لقد مر التسويق بمراحل تطور عديدة منها :

1. التسويق في الماضي "مرحلة التركيز على الإنتاج":

يرجع تاريخ التسويق إلى عصر ما قبل الميلاد أي عام 5000 ق.م تقريبا حيث عرف الإنسان أهمية التوزيع ما ينتجه من سلع مختلفة وما يحققه من أرباح ومكاسب فنعلم كيف يروج لهذه السلع وما يشعب احتياجاته منها، فانتشر مفهوم التسويق وازدادت أهميته بين المجتمعات الأخرى غير العربية واتسع نطاق هذا الانتشار بين كثير من المجتمعات العربية فاستطاع العرب الوصول إلى الأسواق إلى أسواق بعيدة خارج المنطقة العربية في أوروبا وإفريقيا لبيع منتجاتها في الأسواق، فتطور النشاط التسويقي تطورا كبيرا من بداية الثورة الصناعية في القرن 18،

¹الكرمي حسن سعيد، قاموس المعنى الأكبر، معجم اللغة الانكليزية الكلاسيكية والمعاصرة انجليزي عربي، بيروت، مكتبة لبنان، سنة 2001، ص 766 .

²سويدان، التسويق "مفاهيم معاصرة"، دار حامد، عمان، سنة 2003، ص 42 .

ونشأت الحاجة إلى التعرف على احتياجات ومطالب تلك الأسواق وتركز التسويق في هذه المراحل الفائض الذي تحقق نتيجة لزيادة الإنتاج وعدم إمكانية تصريفه ومن هنا ظهر المفهوم التسويقي الإنتاجي خلال فترة الثلاثينات و الأربعينيات إلى أن ظهر المفهوم التسويقي المبيع. فيما بعد يقوم على مبدأ البيع أولاً وأخيراً وتنشيط حركة البيع بكل الوسائل الدعائية والإعلانية الممكنة للتأثير في رغبات المستهلكين والمشتريين في الأسواق المختلفة لشراء واستخدام المنتجات المعروضة فيها، وذلك من خلال ما يحصلون عليه من بيانات ومعلومات عن مواصفات ومزايا وأسعار هذه المنتجات دون النظر إلى رغبات واحتياجات هؤلاء المستهلكين في توجيه العملية الإنتاجية فتتميز هذه المرحلة بزيادة الطلب على السلع والخدمات بشكل ملحوظ من الكميات المعروضة.¹

2. التسويق في الحاضر: بدأت هذه المرحلة منذ انتهاء الحرب العالمية الثانية عام 1945م حيث تميزت باهتمام بالجهود التسويقية و ظهور التخصص في الوظائف التسويقية المختلفة لمواجهة المنافسة الشديدة التي برزت على المستويين المحلي والعالمي، وذلك لما طرأ على الإنتاج من تطور كبير في استخدام التكنولوجيا المتقدمة في العمليات الصناعية مما ساعد على نمو المشروعات المختلفة واستمرارها في إمداد السوق بمنتجاتها الخدمية والسلعية فتشعبت هذه الأسواق وتكسدتا فظهرت الثورة التسويقية بكامل معالمها التسويقية المميزة لكي تحقق التواصل بين المنتجين والمستهلكين وتقلل الفجوة بينهما واستخدمت كل الأساليب والآليات المتاحة لتسهيل التبادل ونقل السلع من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها مما أدى إلى زيادة دفع حركة التنمية في المجتمع العالمي .

وتعتبر هذه المرحلة مختلفة تمام عن سابقتها حيث تميزت بضخامة حجم الإنتاج واتسام النظام الإنتاجي بالتشابك والتنوع مما أوجد العديد من البدائل أمام المشترين الذين تعددت أمامهم

¹ عبيدات محمد إبراهيم، مبادئ التسويق السلوكي، دار المستقبل للنشر، الأردن، سنة 2006 ، ص 7-8 .

فرص الاختيار وأصبحوا على جانب كبير من الثقافة والمعرفة، فاحتل التسويق مكانة كبيرة وأصبح له وظيفته أساسية في المنشآت المختلفة.¹

3. خطوات التسويق:²

فهم السوق: يجب في البداية وقبل البدء بعملية التسويق أن يتم التعرف على السوق الذي سيتم تسويق المنتجات فيه، حيث يؤدي ذلك إلى مساعدة المستثمر على التعرف على طبيعة المستهلكين، وبالتالي سيكون قادرا على اختيار الطريقة المناسبة لإدخال منتجه إلى السوق وعرضه بينهم.

تحديد الفئة المستهدفة: ويعني ذلك، أنه يتم تحديد الفئة التي سيتم استهدافها بالمنتج الذي يتم الترويج له، ويجب أن يتم التعرف على الخصائص النفسية والفيزيولوجية لهذه الفئة، وذلك لكي يتم إنتاج إعلانات ترويجية تتناسب مع ميولاتهم ورغباتهم، وتدفعهم لاقتناء هذا المنتج.

تحديد الأهداف: هو العامل الأساسي لنجاح فكرة ومضمون المنتج، حيث يقوم المروج أو صاحب المنتج بتحديد الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها من خلال قيامه بعملية التسويق.

تعزيز الصلة بالزبائن: يعد تعزيز الصلة بالزبائن من أهم الأمور التي يجب أن يتم القيام بها خلال التسويق، وذلك بمعرفة أكثر الزبائن المناصرين للمنتج وتقديم لهم المعاملة الخاصة والاستقبال الحسن، كي يصبحوا أوفياء للشركة وداعمين لها.

اختيار طريقة التسويق الأمثل مع المتابعة والمراقبة: وبهذه الخطوة يضمن المسوق مراقبة الصادرات التي يحققها منتوجه بالسوق وتحديد مدى فعالية هذه الطريقة ونجاحها في ترويجه و مسموح له اللجوء لاستخدام طرق أخرى للتسويق، مع إمكانية تغيير الإستراتيجية المتبعة في حال أثبتت عدم نجاحها.

¹ صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، المنظمة العربية لتنمية الإدارية، سنة 2006، ص 9-10 .

² محمد زياد، مبادئ التسويق، دار صفاء، عمان، سنة 2001، ص 2

الفرع الثاني: أهمية التسويق وأهدافه

1- أهمية التسويق:

إن للتسويق أهمية ووظائف عديدة تتمثل في:

أ- بالنسبة للشركة:

- يسبق الإنتاج ويوجهه
- يعيب تحقيق أهداف المنظمة ومبررات وجودها
- يساعد المنظمة على البقاء
- يوصل المعلومات إلى المستهلك و يحصل عليها منه كتغذية رجعية.
- بالنسبة للجهة المالكة للمنظمة فإن التسويق:
- يوجه الاستثمار نحو المشاريع الأكثر أهمية بالنسبة للمستهلك
- يساهم في نجاح المنظمة وتوسعها
- يوفر فرص عمل في محيط العمل التسويقي وفي بيئتها التي تعمل فيها سواء يعمل على كسب التأييد والتعاطف مع المنظمة إذا كانت المنظمة هادفة أم غير هادفة للربح

ب- بالنسبة للمستهلك:

- تحقيق المنفعة من خلال إشباع حاجاته ورغباته الحالية المستقبلية.
- يعمل على تحقيق المنافع المكانية والزمنية وحتى النفسية للمستهلك.
- يزود المستهلك بالمعلومات التي يحتاجها عن المنتج " مادي. خدمي " من خلال وسائل الترويج المعروفة وبما يحقق الرضي للمستهلك.¹

ج- بالنسبة للمجتمع

يساهم بوصفها نشاطا اجتماعيا، وعليه فإنه يلتزم بالمحافظة على البيئة من التلوث والفساد وأيضا دوره في المحافظة على الاعتبارات والقيم الأخلاقية القانونية وغيرها بما يسهم بصيانة المجتمع.

¹ البراري نزار، إستراتيجية التسويق " المفاهيم، الأسس، الوظائف، دار وائل، الأردن، 2004، ص17

• يساهم بتحقيق الأهداف التنموية خاصة في الدول النامية و بما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي وارتفاع مستوى المعيشة.

وكذلك تتضح أهمية التسويق أيضا من خلال العوامل التالية نذكر منها:¹

أ-التسويق يستخدم في جميع المؤسسات:

إن القوى العاملة في الولايات المتحدة الأمريكية، تمارس أنشطة تسويقية فتخصص التسويق يوفر العديد من المهن الوظائف الجذابة و الممتعة و التي توفر الفرص لتحدي و الارتقاء للمناصب العليا و الرقي أيضا بالمؤسسة.

ب- التسويق ضروري للأعمال الاقتصادية:

يساعد التسويق منظمات الأعمال على بيع منتجاتها بدافع البقاء والنمو، فالموارد المالية يتم تحصيلها من المبيعات لاستخدام في تطوير المنتجات الجديدة .

ج- التسويق يغذي الاقتصاد العالمي:

تساهم الأرباح المتحصل عليها من التسويق إلى تطوير المنتجات و إخضاعها لعامل التكنولوجيا فقد ساهمت التكنولوجيا في نقل المنتجات الأجنبية، وأما استخدام الانترنت فقد جعل الأمر سهل للوصول إلى الزبائن حول العالم.

د-المعرفة التسويقية :

تغزو تزايد من الوعي الاستهلاكي فالوعي الاستهلاكي يزيد من المعرفة المستهلكين لحقوقهم حيال المنتجات و ضمان اقتنائهم لأحسن منها .
ومسؤولية التسويق في تحقيق الرفاهية للزبائن :
وذلك من خلال تلبية حاجياتهم و رغباتهم وبناء علاقة ممتدة بين الزبائن والمسوقين.

2- وظائف التسويق:

وظائف التسويق هي عبارة عن نشاط متخصص أو خدمة اقتصادية معنية يتم أدائها قبل وأثناء عملية توزيع السلع و تحويلها من حيازة المنتج إلى حيازة المستهلك .¹ تتمثل الوظائف التي

¹رائف توفيق، أصول التسويق مدخل تحليلي، دار وائل، عمان، ص ص 44-45

يؤديها التسويق في البيع، الشراء، النقل، التخزين، التمويل منظمة إلى أخرى تبعا لخصائصها وأهدافها ويمكن أن نفضل هذه الوظائف على النحو الآتي:²

- يعتبر عملية تخطيطية منظمة للتعريف بالمنتج أو الخدمة المقدمة للزبائن.

- **الوظائف التبادلية** : التي تشمل على عملية الشراء و التأكد من أن المنتجات وبيعها يتمن خلال وسائل الترويج.

- **الوظيفة التسهيلية** : تسهيلات البيع لأجل الزبائن و المستهلكين و التأكد من أن المنتج سوف يحافظ على مستوى من النوعية وهذا بالمراقبة .

- **الوظائف الاتصالية** : كل الأنشطة التي تستهدف البحث عن مشتركين و بائعين للسلع و المنتجات . وهناك من يطبق وظيفة جمع المعلومات عن المستهلكين و المنافسين وقنوات التوزيع لاستخدامها في صناعة القرار التسويقي " البحوث التسويقية " .

المطلب الثاني: التسويق الإلكتروني

شهد العالم في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تطورا هائلا في مجال التسويق، بعدما كانت عملية البيع والشراء تتم بطريقة تقليدية بشكل مباشر، أصبح العالم اليوم أمام مفهوم جديد كامتداد للتسويق التقليدي وهو التسويق الإلكتروني والذي يتم عبر شبكة الانترنت ومختلف الوسائل الرقمية والذي يعد أحدث طريقة تعتمد إليها المؤسسات لترويج السلع والخدمات في اقل جهد ووقت ممكن وبتكاليف منخفضة.

إرتأينا تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، تعريف وخصائص التسويق الإلكتروني كفرع أول، وأنواع التسويق الإلكتروني وفوائده كفرع ثاني.

¹ محمد زياد، مبادئ التسويق، دارصفاء، عمان، سنة 2001، ص2

² عليا نفاضل ابراهيم، تسويق المعلومات، دار الصفاء، الأردن، سنة 2004، ص125

الفرع الأول: تعريف التسويق الإلكتروني وخصائصه

أولاً: التعريف

يمكن تعريف بأنها عملية تخطيط وتنفيذ وتسويق المنتجات والخدمات وتوزيعها وترويجها ضمن بيئة عمل إلكترونية باستخدام شبكة الإنترنت، وتتميز هذه العملية مقارنة بعملية التسويق التقليدية بأنها تُوفّر للعملاء الخدمات والسلع بأسعار تنافسية مع اختصار للوقت والمسافات، ومنحهم راحة أكبر وأسرع في عملية التسوق وذلك من خلال اقتناء شتى أنواع المنتجات عن طريق شبكة الانترنت فقط وبأقل التكاليف.

يعتبر التسويق الإلكتروني أيضا جزء من الاتصالات التسويقية المتكاملة، التي تساهم للشركات على بيع منتجاتها و تقديم خدماتها عبر الانترنت.¹

ثانياً: خصائص التسويق الإلكتروني:

تأثر التسويق الإلكتروني بشكل كبير بالوسائط الإلكترونية التي أصبحت تتدخل في مراحل إنجازها من البداية إلى النهاية، هذا التزاوج بين كل من التسويق والبيئة الإلكترونية، غير من أشكاله وتمظهراته، وأكسبه مميزات تغيب فيما يعرف بالتسويق الإلكتروني والرقمي ، كما أهمية هذا النوع من التسويق مرتبطة بأهمية الوسائل التي تتدخل في تحقيقه، فضلا عن تبدل الأهداف التي يروم الى تحقيقها، وهي العناصر التي سنثيرها في هذا المحور.

اقتربت خصائص التسويق الإلكتروني بالوسائط التي يتوسل بها هذا النشاط، من أجل تحقيق أهداف المنظمة داخليا ، التي تسمح بالفعل الإلكتروني والرقمي بالنسبة لمختلف اعمال المنظمة بما فيها العملية التسويقية، وهنا نشير الى أن هذه الخصائص تفرد بها التسويق الإلكتروني نذكر منها:

- **قابلية الإرسال الموجه:** لقد مكنت الإنترنت المؤسسات من تحديد زبائننا، حتى قبل القيام بعملية الشراء ، وذلك لأن التكنولوجيا الرقمية تجعل من الممكن لزائري موقع الويب أن يحددوا أنفسهم ويقدموا معلومات عن حاجاتهم ورغباتهم قبل الشراء.

¹ البرواري نزار، المرجع السابق، ص 16-17

- **التفاعلية:** يعني بها قدرة الزبائن على التعبير عن حاجياتهم ورغباتهم المباشرة للمؤسسة، وذلك استجابة للاتصالات التسويقية التي تقوم بها المؤسسة.
- **الذاكرة:** وهي القدرة على الوصول إلى قواعد ومستودعات البيانات التي تتضمن المعلومات عن الزبائن المحددين وتاريخ مشترياتهم الماضية وتفضيلاتهم، مما يمكن المسوقة على الانترنت من استخدام المعلومات في الوقت الحقيقي من اجل زبونية العروض التسويقية.
- **الرقابة:** وهي قدرة الزبائن على ضبط المعلومات التي يقدمونها، بحيث يصرحون فقط بما يريدونه دون إجبارهم على تقديم معلومات سرية بينهم أو لا يرغبون في التصريح بها.
- **قابلية الوصول:** وهي إمكانية جعل الزبائن يمتلكون معلومات أوسع أو أكثر عن منتجات المؤسسة ، قيمها مع إمكانية المقارنة بالمنتجات والأسعار الأخرى المنافسة، لذلك تسعى المؤسسة جاهدة لإكساب منتجاتها تحسينات وتطويرات وفق رغبات عملائها الذين سبق لهم شراء منتجاتها، رغبة منها في الوصول الى ولاء عملائها لها "حيث أن أغلبية الإحصائيات تشير الى أن أجل المؤسسات تفقد قرابة 50% من زبائنها، بعد التعامل الأول معهم، ولذلك فإن تكلفة الاحتفاظ بولاء الزبائن القدامى أكثر ربحية وأقل تكلفة من اجتذاب زبائن جدد¹ .

أهداف التسويق الإلكتروني:

- الأهداف التي تسعى المنظمة التي تتبنى فعل التسويق الإلكتروني تحقيقها تتمثل في:
- زيادة المبيعات من خلال تطبيقات الترويج الإلكتروني التي تتيحها تكنولوجيات الإعلام والاتصال.
- توفير قيم جيدة وامتيازات للمستهلك عن طريق خدمات عبر الخط وصفحات الويب المتعددة.
- إقامة علاقة إلكترونية بين المنظمة والمستهلكين من خلال تبادل والمعلومات وتوجيه الاستبيانات، والحوار المستمر.
- تقليص النفقات التي يستنفذها التسويق التقليدي، وتوفير الجد والوقت.

¹ رهدون يوسف، شطلب لمياء ، عياش لبنى، "تأثير التسويق على جودة الخدمة السياحية دراسة حالة لوكالة السياحة والأسفار"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة قالم، الجزائر، سنة 2016، ص ص 24-25.

- تموقع العلامة عبر الخط وتدعيم قيم العلامة انطلاقاً من خيارات الوسائط الجديدة.
- ويمكن تلخيص أهداف التسويق الإلكتروني من خلال S5 وتتمثل اتباعاً:
- Sell وتعني البيع.
- Serve وتعني تقديم خدمة.
- Speak وتعني المحادثة.
- Save وتعني التوفير.
- Sizzle وتعني توسيع الآفاق.¹

الفرع الثاني: أنواع التسويق الإلكتروني وفوائده

أولاً: أنواع التسويق الإلكتروني:

إن من أهم مميزات التسويق الإلكتروني هي كثرة الطرق و الأدوات التسويقية التي توصلك في نهاية المطاف إلى تحقيق أهداف الوصول لما تسوق له ،الأمر الذي يجعلك في مقدمة المنتجات و الشركات المنتشرة و المتطورة يوماً بعد يوم،و إننا إذ نذكر ميزات التسويق الإلكتروني لا ننسى أن هذا التسويق يحتاج إلى إعداد خطة واضحة ومتابعتها و الصبر لانتظار النتائج المرجوة لجلب أكبر قدر ممكن من العملاء المحتملين ،ولعل أهم أنواع التسويق تتمثل في:²

أنواع التسويق الإلكتروني:

1]التسويق عبر محركات البحث SEM

في الوقت الحاضر، عندما تريد معرفة المزيد عن شيء ما، فإن فرص الوصول إلى معلومات تتمثل في أن تكتب سؤالك في محرك بحث للعثور على أسرع إجابة. يستخدم العديد من المستهلكين حول العالم محركات البحث لمساعدتهم في العثور على المحتوى، والمعلومات،

¹ سحر أم الرتم، محاضرات في التسويق الإلكتروني، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإتصال والإعلام، جامعة سطيف، بتاريخ 2019/01/09، ص ص 21 41.

²²الخالدي محمد محمود، "التكنولوجيا الإلكترونية"، دار كنوز المعرفة، عمان، سنة 2006، ص ص 200-201

والإجابات على الأسئلة التي يطرحونها. استخدم المُعلنون أيضًا صفحات نتائج محركات البحث (SERPs) للمساعدة في التعرف على المنتجات أو الماركة (الماركات) أو الموقع الإلكتروني (المواقع) من خلال إستراتيجية تسويق رقمي تُعرف باسم التسويق عبر محركات البحث (SEM) أو البحث المدفوع.

SEM هو إحدى الطرق التي يمكن للمسوقين من خلالها تنمية نشاطك التجاري في سوق تنافسية. في هذا الدليل، ستجد نظرة عامة للمبتدئين حول أساسيات SEM والنصائح والاستراتيجيات.

ما هو التسويق عبر محركات البحث (SEM)؟

التسويق عبر محركات البحث، والذي يُطلق عليه أيضًا SEM أو البحث المدفوع، هو إستراتيجية تسويق رقمي مدفوعة يستخدمها المُعلنون لزيادة تعرّف الجمهور على موقعك الإلكتروني أو منتجك من خلال SERPs.

قبل أن ننتقل إلى النصائح والإستراتيجيات حول SEM، دعنا نناقش كيف بدأت. بعد اختراع الإنترنت، خلقت محركات البحث فرصة للمُعلنين للاستفادة من SERPs في استراتيجيات التسويق. أنشأت شركة OpenText Corporation أول إعلانات بنظام الدفع لكل نقرة (PPC)، والتي أوجدت الشكل الأول من SEM.1 ومع ذلك، فإن إستراتيجية التسويق لم تحصل على اسمها الرسمي حتى عام 2001.2 وذلك عندما ابتكر التقني والصحفي داني سوليفان المصطلح في مقال كتبه لمنشوره التسويقي حول محركات البحث.¹

ساعد إنشاء هذا المصطلح في التعرف على التسويق عبر محركات البحث (SEM) كمجال تسويق خاص بها. ونظرًا لأن المزيد من الأجهزة مكنت المستهلكين من تصفح الإنترنت، والنشر على وسائل التواصل الاجتماعي، واكتشاف منتجات جديدة، ساعدت محركات البحث في توجيه الجمهور إلى المحتوى، والمواقع الإلكترونية. اكتسب التسويق عبر محركات البحث

¹ علي قاسم، دليلك إلى تحسين محركات البحث، بتاريخ 2022/09/13، ص ص 84-85

(SEM) شعبية بين المُعلنين مع مرور الزمن. وأصبحت صناعة تقدّر قيمتها بمليارات الدولارات في وقتنا الحاضر. إليك ما تحتاج لمعرفته حول التسويق عبر محركات البحث (SEM).¹

تحسين محركات البحث:

تُعد وظائف تحسين المواقع لمحركات البحث أو متخصص سيو SEO واحدةً من أكثر المهن المطلوبة من قبل أصحاب المواقع والمتاجر الإلكترونية في وقتنا الحالي إذ لا نفع من أي موقع أو محتوى منشور على الإنترنت ما لم يصل إلى الجمهور المخصص له وهو مثل أداة أو مكتبة منشأة في مكان ما لا يعرف أحد كيفية الوصول إليها على عظم النفع فيها، ولمّا كان الاعتماد على محركات البحث اعتمادًا رئيسيًا بل أحيانًا كليًا للبحث عن محتوى والوصول إليه، فكان لزامًا على كل صاحب محتوى أو موقع أو تطبيق ويب موجود على الإنترنت أن يهتم بهذه النقطة اهتمامًا كبيرًا ليتأكد من ظهور محتواه في نتائج البحث بل وحتى المنافسة على أعلى مرتبة عندما يبحث أحد عن المحتوى ذاك أو ما يتعلق به.²

●التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي (Social Media) :

لقد أصبحت منصات وسائل الإعلان الاجتماعي مفتوحة في وجه جميع الشركات والمنتجات، لذلك استثمرت العديد من الشركات هذه الميزة و أصبحت تستخدمها إما لزيادة تواصلها مع عملائها أو للإعلان عن منتجاتها و خدماتها. ونستطيع القول بأن التسويق على مواقع التواصل الاجتماعي يركز على إنشاء محتوى مثير لجذب أكبر قدر من العملاء المحتملين و القراء الذين يشاركون هذا المحتوى مع أصدقائهم. ومعارفهم، وبهذا فإن هذه العملية تزيد من عدد الزوار و تطور من حركة الموقع الإلكتروني. كما أن هذه الرسائل التي تأتي من الأشخاص المعروفين تكون أكثر ثقة وأماناً من رسائل الشركة التسويقية.

¹ فاطمة فارس، دليلك الشامل إلى التسويق الإلكتروني، منتدى خماسات، بتاريخ 2024/06/12

² علي قاسم، المرجع السابق، ص 82.

4. التسويق عبر البريد الإلكتروني (E-mail Marketing)

يعتبر البريد الإلكتروني من أحدث الوسائل التي يمكن الإعتماد عليها في التسويق والتجارة الإلكترونية. إذ تمثل هذه الوسيلة أسرع طريقة لتبادل الرسائل الرقمية عبر الإنترنت. كما يمكن أن تحتفظ الرسائل الواردة في صناديق بريد المستخدمين ليطلعوا عليها عندما يشاءون. إذ تعتبر عملية التسويق عبر البريد الإلكتروني من أفضل الطرق وأقدمها وأنجعها علي الإطلاق حيث برزت و إنتشرت مع تزايد إستخدام الشبكات علي الإنترنت خاصة منها مواقع البريد الإلكتروني، من أهمها ياهوا ! Yahoo, و غوغل قمايل GoogleGmail. يتم التعرف علي التسويق عبر البريد الإلكتروني علي نحو متزايد كأداة فعالة لتسويق الإنترنت (2002 Rettie R). يشكل الترويج للمنتجات عبر البريد الإلكتروني أفضل طريقة تسويق تجاري لدي المروجين و الشركات الإلكترونية العالمية. إذ أن التقارير العالمية في هذا المجال تؤكد أن أثرياء العالم الجدد هم من يستطيعون إستغلال الترويج و جلب الحرفاء عن طريق وسائل التواصل الإجتماعي أو البريد الإلكتروني. إن الإستعمال الجيد و القانوني بطرق احترافية للبريد الإلكتروني يحقق الآلاف من الدولارات شهريا لكل مروج أو شركة تقوم بالتسويق لمنتجاتها وعملها علي الإنترنت. عموما يعتبر التسويق من خلال البريد الإلكتروني وسيلة تسويقية ممتازة لجلب الحرفاء و الفئة المستهدفة عن طريق إيميلاتهم و إقناعهم بشراء منتج معين حسب مطالبهم و رغباتهم. إن تحديد قاعدة لبيانات الحرفاء و عناوين بريدهم تعد أهم عامل لإختيار الفئة المهمة بالمجال أو المنتج الذي يقع ترويجه. كما يمكن أن تقع عملية الترويج التجاري لمنتج معين لفئة معينة إما عن طريق عمولة معينة أو ما يسمى بنظام الأفيليت أو الشراكة أولبيع منتج شخصي مباشرة مع الحريف المستهدف الذي يبحث عن هذا المنتج. إن الحملات عبر البريد الإلكتروني هي أداة تسويقية مهمة إذا أستعملت بالشكل الصحيح والوقت الصحيح ولفئة الصحيحة.¹ منهاجا جديدا بشأن التسويق عبر الإنترنت في التجارة الإلكترونية، إظهار كيف يحتاج المعلنون لهذا الإبتكار ليكونوا ناجحين. لا يقتصر التسويق الإلكتروني علي

¹ فؤاد الصباغ، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية ، بتاريخ 2019/06/01، ص ص 84-85

إستخدام التسويق عبر الإنترنت فحسب, بل يساعد أيضا في التسويق عبر البريد الإلكتروني والوسائط اللاسلكية. إن التسويق عبر البريد الإلكتروني يعتبر من أحدث الأساليب و الطرق التسويقية التجارية الأكثر فعالية اليوم بحيث يهدف لزيادة المبيعات و إستهداف الحرفاء بطرق ناجعة وقانونية. إذ يعتبر أثرياء العالم في هذا المجال هم من لديهم القدرة علي حسن إستهداف الفئات المرغوب فيها والترويج للمنتجات بشكل عالمي تصل إلي ملايين الأشخاص يوميا. هذا المقال سيتناول دراسة أهم إيجابيات وسلبيات وعوامل نجاح التسويق عبر البريد الإلكتروني. لذلك يجب تحليل جميع خطوات إستغلال هذا النوع من الحملات التسويقية قصد توفير الوقت و زيادة المبيعات والإستفادة الإيجابية من هذه الخدمات و تحديد أفضل طرق الممارسات للتسويق عبر البريد الإلكتروني. بالتالي تتم عملية تحديد أهم إيجابيات التسويق عبر البريد الإلكتروني وفق قاعدة الربح و زيادة جلب الحرفاء للإقبال علي المنتج المروج له.¹

أما أهم سلبيات التسويق عبر البريد الإلكتروني تتلخص في الإخلالات التي تتسبب في سوء إستغلال البريد الإلكتروني بحيث يتحول إلي أداة إزعاج إن لم يقع حسن الإختيار. إذا يجب إتباع طرق جيدة قصد توفير عوامل نجاح هذا التسويق عبر البريد الإلكتروني.²

5- التسويق الإعلاني (OnlineAdvertising)

و تعتبر من أهم أنواع الوسائل التسويقية حيث و أنها تعتبر بمثابة اللوحات الضوئية أو اللوحات الثابتة على جدران المواقع الإلكترونية ،حيث تستطيع تحديد ميزانيتك التسويقية و تضع الإعلان المناسب لك في المواقع أو البرامج المستهدفة لتظهر تلك الإعلانات. كما يتم تحديد النتائج والفائدة من هذه الطريقة بإحدى طريقتين، هما:

•الدفع مقابل الظهور: (Pay Per Impression)

ونعني بها عدد مرات الظهور للفئة المستهدفة و دائما ما تحسب بالألف ظهور.

«¹ Artz N and Cooke P (2007), « Using E-Mail Listservs to Promote Environmentally Sustainable Behaviors Journal of Marketing Communications, Vol.13, n°4, pp.257-276

² Ayres I and Funk M (2003), « Marketing Privacy : A Solution for the Blight of Telemarketing (and Spam and Junk Mail)», Yale Journal on Regulation, Vol.20, n°77, pp.78-137

•الدفع من خلال النقر على الإعلان: (Pay Per Click)

و هو نظام النقرات على إعلانك حيث يتم احتساب عدد النقرات على الإعلان و الانتقال للخطوة التالية من النقرة و التي قد كنت حددتها مسبقا فإما الانتقال إلى موقعك الإلكتروني أو لشراء منتجاتك ، و تعد هذه الطريقة من أهم الطرق التسويقية التي تعود بنتائج مرضية ومبيعات للمنتجات من خلال تحديد الفئة المستهدفة و التعامل معهم بأساليب الجذب والتسويق.¹

6-التسويق بالمحتوى: Content Marketing

التسويق بالمحتوى هو استراتيجية تهدف بصورة أساسية لجذب العميل بالتفاعل معه في كل مرحلة من مراحل الشراء، والاحتفاظ به كعميل دائم حتى بعد انتهاء عملية الشراء، بإنشاء محتوى قيم للجمهور يناسب كل مرحلة، مثل مقاطع الفيديو والمقالات وغيرها. فالتسويق بالمحتوى يركز على تثقيف وتعليم الجمهور، ويشاركهم بمعلومات مفيدة ذات قيمة، بدلاً من الاكتفاء بالمحتوى الإعلاني المباشر، فيساهم في كسب ثقة العملاء، واقتناعهم بمشروعك، ويحفزهم على الانتقال لمرحلة الشراء.

تتميز استراتيجية التسويق عبر المحتوى بأنّ تكلفة الاستحواذ على العميل CAC أقل من الإعلانات المدفوعة. إلى جانب أنّها تمنح الجمهور قيمة دائمة، فالإعلان المدفوع ينتهي الوصول إليه بانتهاء الفترة المحددة له، بينما المقالات مثلاً يمكن الوصول إليها باستمرار.²

7.التسويق بالعمولة (Affiliate Marketing)

هو منظومة تسويقية تقوم على تبادل المنفعة بين صاحب السلعة أو الخدمة أو العرض من ناحية (سوف نشير إليه هنا بالمعلن)، والناشر أو المسوق بالعمولة من ناحية أخرى. يقوم المسوق في التسويق بالعمولة بتقديم خدمات تسويقية للمعلن في مقابل عمولة معينة يتم دفعها وفقاً للاتفاق. تبدأ فكرة التسويق بالعمولة من جانب المعلن والذي يقوم بفتح نظام للتسويق

¹ بشير العلق، علي محمد ربابعة، الترويج والإعلان، التجاري، تطبيقات دخل متكامل، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2007، ص 286.

² معاذ يوسف، دليلك الشامل إلى التسويق الإلكتروني، منتدى خماسات، بتاريخ جويلية 2023

بالعمولة لما يملك من سلع أو خدمات أو عروض، يقوم المعلن من جانبه بتحديد أهم المعايير والأسس والأساسيات التي تحكم نظام التسويق بالعمولة خاصته.

يقوم المسوق بالعمولة بتقديم طلب للمشاركة في هذا النظام وفقاً للشروط المعلنة، يتم قبول الناشر أو رفضه وفقاً لمدى توافقه مع المعايير والشروط المعلنة من قبل المعلن.

في حالة قبول الناشر يبدأ العمل بين المعلن والناشر، ويقوم المعلن بالدفع للناشر من خلال إحدى طرق الدفع على الإنترنت، وعلى رأس هذه الطرق التحويلات البنكية، والبنوك الإلكترونية وأهمها باي بال¹.

8. التسويق عبر المؤثرين:²

منذ بدأت مشاهدة الإعلانات على التلفاز وأنت صغير كنت تسأل نفسك دوماً هذا السؤال "لماذا تستعين كل الشركات بالنجوم والممثلين في الإعلانات؟" فالأمر لا يعود فقط إلى كون هؤلاء النجوم مشاهير وتعرفهم كل الناس. ولكن السبب وراء استخدامهم في الإعلانات هو أن الناس تريد أن تصبح مثلهم، لهذا سيستخدمون نفس العطر أو السيارة أو الهاتف أو كريم تفتيح البشرة الذي يستخدمونه.

هذا هو التسويق عبر المؤثرين، فكما ترى الفكرة نفسها قديمة، وكل ما هنالك أننا نعيش الآن في عصر السوشيال ميديا، والمشاهير ليسوا فقط الممثلين والنجوم بل أيضاً أصحاب قنوات اليوتيوب وحسابات انستجرام وغيرها.

التسويق عبر المؤثرين هو استغلال أفضل صناع المحتوى على المنصات المختلفة في:

- الإعلانات الإذاعية:

بينما كان الراديو يعتمد فقط على موجات الراديو ، إلا أنه أصبح الآن رقمياً. مما يعني أن الإعلان الإذاعي يقع الآن في مجال التسويق الرقمي.

تعد الإعلانات الإذاعية طريقة رائعة للترويج لنشاطك التجاري أو علامتك التجارية ، ولم يكن الأمر أسهل من أي وقت مضى باستخدام الإعلانات الرقمية¹.

¹ عبد الله الفوزان، دليلك في التسويق بالعمولة، ص 09.

² وليد بيبي، جعفاري محمد رضا، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة ام البواقي، المجلد رقم 10، العدد 01، جوان 2023. ص 756

10. الإعلانات التلفزيونية:

الراديو ليس هو الشيء الوحيد الذي يمكن الانتقال إليه إلى البث الرقمي. هناك الكثير من الخيارات لأولئك الذين يرغبون في الإعلان على التلفزيون دون دفع تكاليف باهظة للشريحة الإعلانية على التلفزيون في أوقات الذروة. ومع ذلك، حتى مع التحول الرقمي والتجزئة الاجتماعية للإعلان التلفزيوني، لا يزال البعض يعتبر الإعلان الذي تبلغ مدته 30 ثانية أداة إعلانية حيوية في السنوات القليلة المقبلة. نظرًا لأن عامة الناس يقضون أكثر من 4.5 ساعات يوميًا في مشاهدة التلفزيون، فإنه لا يزال أحد أكثر أنواع الوسائط شيوعًا. تصل إلى الناس بشكل أسرع من الصحف أو الراديو على سبيل المثال. نظرًا للتأثير القوي للفيديو على البشر، فقد يكون فعالًا أيضًا².

ثالثًا: فوائد التسويق الإلكتروني

للتسويق الإلكتروني فوائد عديدة للبائع والتي تشمل ما يلي:

- سهولة الوصول إلى عدد كبير من العملاء في مناطق جغرافية مختلفة .
- اختصار للمسافات دون ضرورة التنقل وبيع الوقت.
- تتم المبادلات التجارية بين -البائع والزبون بدون قيود أو شروط لبيع المنتج طالما أن المنتج متوفر وسعره مناسب.
- توفير كل من تكاليف فتح نقطة بيع في أي متجر أو معرض، وهذا ما جعل التسويق عبر الانترنت يلغي فكرة امتلاك متجر أو معرض للبيع بالتالي تجنب دفع النفقات الزائدة مثل فواتير الإيجار والكهرباء والعمالة والمياه وغيرها من النفقات. ما هي عناصر التسويق؟ حتى تكون عملية التسويق ناجحة يجب أن يتوفر فيها عدة عناصر ومن أبرز هذه العناصر:

¹ <https://hbrarabic.com>

² هارفارد بيزنس ريفيو، التسويق عبر المؤثرين، بتاريخ 31-07-2020.

أ- **المنتج:** يعد المنتج الذي يتم ترويجه في السوق من أهم العناصر في عملية التسويق وأساسها، حيث أنه بفعاليته وخصائصه التي تميزه عن باقي المنتجات تساعد في جذب الزبائن وإبداء اهتمامهم به، وعليه اقتنائه ومناسته مع باقي المنتجات المشابهة له¹.

ب- **السعر:** وهو تحديد قيمة مالية للمنتج بحيث تكون مناسبة للعروض المطروحة في السوق ومصدر ربح للشركة في نفس الوقت.

ج- **التوزيع:** يجب التركيز على المواقع الجغرافية التي حاز فيها هذا المنتج على شعبية كبيرة وعليه فتح فروع جديدة للشركة وذلك لضمان حصول المستهلك عليه دون التقل.

التسويق الإلكتروني وأهميته في وقتنا الحاضر:

تكمن أهمية التسويق الإلكتروني للشركات في أنه يتيح إمكانية الوصول إلى عدد هائل من العملاء المتواجدين في جميع أنحاء العالم بطريقة سهلة وسريعة، كما أنه يوفر للشركات وسيلة أكثر من رائعة لكي تكون قريبة من عملائها الحاليين وتتمكن من تقديم المزيد من الخدمات والمنتجات التي تلبي كافة احتياجاتهم ورغباته .

لذلك من خلال السطور التالية سوف نتعرف على مدى أهمية الاعتماد على استخدام التسويق الرقمي للشركات

● يساعد الشركات على الاستمرار في بيع المنتجات والسلع الخاصة بهم في كل الأوقات، حيث أن البيع لا يرتبط بمواعيد محددة في السنة، وذلك يعني القدرة العالية على الوصول إلى الأسواق المستهدفة في الأوقات المناسبة.

● يتيح إمكانية الوصول إلى الأشخاص الموجودين في أماكن بعيدة جغرافياً، حيث أن التسويق لا ينحصر على منطقة جغرافية محددة.

● يحتاج إلى تكاليف تسويقية كبيرة مثل الطرق الأخرى التي يقوم فيها المستثمر بإنشاء وفتح متجر جديد، حيث أن المتجر يحتاج إلى تكاليف مخصصة للإيجارات والمخازن والكثير من المصاريف الأخرى التي تحتفي تماماً في التسويق الإلكتروني.

¹ محمد زياد ، المرجع السابق ، 2001، ص28.

● أهمية التسويق أيضًا في أنه يعمل على عرض كافة المنتجات والسلع المناسبة للمشتري وذلك من خلال التعرف على أنماط سلوك العملاء، وبالتالي يساعد ذلك في عمل ملف من المنتجات والخدمات المناسبة لكل عميل¹.

● استمرارية العلاقة بين البائع والمشتري بعد الانتهاء من عملية الشراء الأولى، حيث يدل ذلك على أن هذا المشتري تمكن من تكوين علاقة قوية مع المسوق، هذه العلاقة تستمر من خلال الرسائل والإيميلات الدعائية.

● يجب أن تكون استراتيجيات التسويق الرقمي بسيطة وغير معقدة بالمرّة لإمكانية الوصول إلى الشركة بطريقة أسرع وأسهل، كذلك يجب أن تكون أسعار المنتجات معقولة ومناسبة لجميع الفئات لكي يسهل الحصول عليها.

الفرع الثالث: أهداف التسويق الإلكتروني وأهميته

أولاً: مراحل التسويق الإلكتروني.²

يمكن القول أن التسويق الإلكتروني يشمل على عدة مراحل ، كما وضحها Arthur Little ويشمل نموذج Arthur للتسويق الإلكتروني على أربعة مراحل أساسية هي :

أ- مرحلة الإعداد : Préparation phase في هذه المرحلة تقوم المنظمة بدراسة السوق من تحديد حاجات و رغبات المستهلك ، و تحديد طبيعة المنافسة ، ويتم ذلك بسرعة الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة باستخدام منهج بحوث التسويق ، ليتم طرح الخدمة حسب رغبات المستهلك في الأسواق الإلكترونية E-market عبر الانترنت ، و إذا تحققت المنظمة أهدافها بفعالية وكفاءة

¹ سميحة ناصر خليف، بتاريخ 2022/08/16، 03:47، موقع <https://mawdoo3.com>

² فزاز خالد، تأثير التسويق الإلكتروني على المزيج الترويجي في المؤسسة الاقتصادية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر " غير منشورة ، 2013-2014 ، سكيكدة، 136 ص.

ب - مرحلة الاتصال : Communication phase في هذه المرحلة تحقق المنظمة عملية الاتصال مع المستهلك للتعريف بالمنتجات الجديدة التي تم طرفها في الشبكة الإلكترونية عبر الانترنت ، وتتكون من أربعة مراحل :

1 - مرحلة جذب الانتباه : تستخدم عدة أدوات ووسائل لتحقيق هذه المرحلة منها الأشرطة الإعلانية Ad banners و البريد الإلكتروني E-mail .

2 - مرحلة توفير المعلومات اللازمة Information :توفير المعلومات و البيانات التي تحتاجها المستهلك لبناء رأي خاص حول المنتج الجديد .

ثانياً: مزايا التسويق الإلكتروني

مزايا التسويق الإلكتروني :

تتمثل أهم المزايا التي يحدثها تطبيق التسويق الإلكتروني عندما تتضمن خطة التسويق تحقيق تكامل بين موقع المنظمة على شبكة الانترنت و باقي الأدوات التسويقية الأخرى فيما يلي :¹

1 - توسع قاعدة العملاء نتيجة الدخول اللحظي و الدائم ، فالموقع مفتوح دائماً و يمكن الدخول إليه قبل العميل الدولي أيضا .

2 - تخفيض تكاليف و المساعدة في تحقيق المرونة لميزانية التسويق .

3 - الإنسانية في العلاقة بين البائع و المشتري من خلال قنوات الاتصال البسيطة و التفاعل المباشر بما تحقق علاقة قوية بينهما .

4 - تقليل الأعمال الورقية للاهتمام أكثر بحاجات العميل .

5 - تقليل وقت إتمام المعاملات ، إذ أن جميع مراحل التسويق يمكن أن تتم بواسطة الخدمة المباشرة على أجهزة الحاسب الآلي وشبكة الانترنت .

6 - توفير إمكانية الوصول إلى جميع الأسواق العالمية و التعرف على منتجاتها و الوصول إلى العملاء في أي مكان دون التقييد بحدود جغرافية .

¹الطائي يوسف حليم سلمان، العبادي هاشم فوزي، التسويق الإلكتروني ، ط1، الوراق لنشر ، الأردن، 2009:ص ص

إن توظيف التسويق الإلكتروني ساهم في انتشار التسويق الإلكتروني في العالم وتطوره بسرعة مذهلو خاصة أنه قليل التكلفة، وهناك فرصة لزيادة قدرته على توسيع السوق، حيث تم تأسيس آلاف الشركات المتخصصة في التسويق الإلكتروني، وهذه الطريقة من التسويق أتاحت للعملاء أو الزبائن الحصول على المعلومات المطلوبة في شتى المجالات، حتى يتمكنوا من التعرف على المنتجات المتاحة وكل ما يتعلق بها والحصول عليها بطريقة أسهل بغض النظر عن موقع الشركة، حيث أن شبكة الانترنت قد أزلت الحواجز والحدود الجغرافية.

- المبحث الثاني: ماهية الشركات الوهمية

يشار الى ان الشركات الوهمية هي كيانات تستخدم في العادية عددا قليلا من العاملين أو لا تستخدم أبدا ولا تقوم بتنفيذ أي عمل حقيقي وتسمح لمالكها بتخزين المال أو نقله، في الوقت الذي تخفي فيه هويتها، هي شركة لها وجود ظاهري فقط دون الوجود القانوني لها، وهي الشركة ذات العنوان البريدي والتي لا تملك مفرا رسميا لها على المستوى الوطني ولا على المستوى الدولي، ويقصد بها في الورقة البحثية ، هي شبكة من المحتالين لأننا لا نستطيع التعرف على مالك التعرف على مالك الشركة ، ولا على مسيرها كباقي الشركات الناشطة بمجال التجارة الالكترونية، إضافة إلى مجموعة أعمالها المشبوهة وغير القانونية، ونشاطها بطريقة سرية عن طريق شبكة محتالين محليين تعمل على تحويل اشتراكات المشتركين لخارج البلاد.

- المطلب الأول: مفهوم الشركات الوهمية والتسويق الهرمي

لقد ظهرت شركات عدة تدعي النزاهة والفعالية في منتجاتها وتعاملاتها مع العملاء والزبائن، إلا أنها في الحقيقة مجرد شركات مخادعة، حيث يوجد داخل السوق التجاري الكثير مما يسمح بخداعهم تحت ما يسمى بالشركة، وبالتالي يجب علينا أن نعرف كيف نميز بين الشركة الحقيقية والشركة الوهمية أو الافتراضية أو الصورية حتى لا نقع في فخ نصبها واحتيالها.¹

¹ نادية ملياني، التسويق الهرمي للشركات الوهمية حالة كيونات بعنابة، جامعة عنابة، الجزائر، بتاريخ 30-01-2020، ص

الفرع الأول: التسويق الالكتروني والهرمي

أولاً: تعريف التسويق الهرمي

يعرف معهد حماية المستهلك كيبك كندا التسويق الهرمي بأنه طريقة بيع هرمية وتحمل مسميات أخرى مثل: systèmes de commercialisation à palies multiples systèmes à matrice، ومن غير السهل التفرقة بين التسويق الهرمي القانوني والغير قانوني، وينصح المعهد باستشارة خبير قضائي عند الحاجة والاستفسار عن الوضعية القانونية قبل الانخراط والتسويق.¹

- حقيقة التسويق الهرمي والتسويق الشبكي

التسويق الهرمي يعتبر من أساليب التسويق الحديثة نسبيًا والتي لاقت رواجًا واضحًا في مختلف دول العالم. وسعى ملايين الأشخاص للدخول في هذا النمط التسويقي على أمل تحقيق أرباح كبيرة. فما حقيقة هذا النمط التسويقي، وهل يختلف عن التسويق الشبكي؟

- مبدأ عمل التسويق الهرمي

يقوم مبدأ التسويق الهرمي على دخول العميل إلى سلسلة التسويق مقابل شرائه منتجًا ما. و بعد شرائه المنتج يتعين عليه إقناع أشخاص جدد لشراء ذات المنتج. من ثم يقومون بدورهم بإقناع آخرين وهكذا. كل هذا مقابل وعد بالحصول على عمولة عن كل عملية شراء تتم من خلال الهرم الذي أسسه العميل.

غالبية عملاء التسويق الهرمي هم من الفقراء وذوي الدخل المحدود الذين يرون في هذا النمط مصدرًا هامًا للدخل. ولذلك ينفقون مدخراتهم على منتجات عديمة القيمة مقابل وعد بالربح لاحقًا. وغالبًا ما يقوم العميل بالترويج لهذا النمط من التسويق ضمن عائلته وأصدقائه.²

¹ Harcéleüent ; Vols didentité et pratiques illégales ; Ventes pyramidales ; article mis à jour le 09 mars 2018 ; consulté le 11-02-2013 ;22h49.

² يحيى السيد عمر، مقال منشور بتاريخ 15-02-2021، من موقع <https://yahyaomar.com>

- الفرق بين التسويق الهرمي والتسويق الشبكي:

- تميز التسويق الشبكي بارتكازه على منتج وسلع معينة سواء ملموسة أو لا، على عكس التسويق الهرمي الذي لا يقوم على أي منتجات أو يقوم على منتجات غير حقيقية إن وجدت.
- يتم استخدام التسويق الشبكي من قبل شركات قديمة ومعروفة في مجالها داخل سوق العمل، بعكس التسويق الهرمي الذي تتم ممارسته من قبل الشركات الحديثة لجذب الكثير من المسوقين.
- تتميز الشركات التي تستخدم التسويق الشبكي بمكافئة مسوقها فقط على المبيعات التي يقومون بها هم أو اتباعهم، على عكس التسويق الهرمي الذي يقوم بمكافئة المسوقين على ضمهم لمسوقين جدد على الشبكة الهرمية فقط لأجل الانضمام دون أي مبيعات.
- تطلب الشركات التي تستخدم التسويق الشبكي مبالغ بسيطة من منخرطها بهدف تزويدهم بالمنتجات التي يريدون تسويقها وبيعها، على عكس شركات التسويق الهرمي التي تطلب مبالغ ضخمة من المنخرطين دون أي مقابل عدا التسجيل بالشركة كمسوقين.
- من الممكن في التسويق الشبكي أن تكون أرباح المنخرط الجديد أكثر من سابقه لأنه يعتمد على المبيعات، على عكس التسويق الهرمي حيث أنه من الممكن أن يستوي مع أي منخرط دخل إلى الشبكة الهرمية قبله.
- يركز التسويق الهرمي على تحقيق أرباح سريعة وليس على توزيع وبناء الشبكة على عكس التسويق الشبكي الذي يركز على بناء الشبكة وتطويرها لبيع أكثر قدر من المنتجات¹.

- ثانياً: تعريف الشركات الوهمية

تعد الشركات الوهمية أداة شائعة يستخدمها المحتالون لتنفيذ أنشطة غير مشروعة مع الحفاظ على عدم الكشف عن هويتهم¹ كما تعتبر شركات تم إنشاؤها بغرض إظهار نشاط تجاري واحترافي، لكنها في الواقع غير موجودة أولاً تقوم بأي نشاط حقيقي. قد تستخدم الشركات الوهمية في أغراض غير قانونية أو غير أخلاقية، بما في ذلك الاحتيال المالي وتهرب الضرائب وغسل الأموال.

¹ هبة علان، مقال منشور بتاريخ 20-12-2022، 16.10، من موقع <https://mawdoo3.com>

- فتعتبر الشركات الوهمية وسيلة لإخفاء الأموال أو تحويلها بطرق غير قانونية، حيث يتم إنشاء هذه الشركات بشكل وهمي للتمويه عن هوية المالك الحقيقي للأصول أو لتضليل الجهات التنظيمية و الضريبية. يمكن للشركات الوهمية أيضًا استخدامها للتلاعب في الأسواق والتلاعب بالأعمار وتحقيق أرباح غير مشروعة فمكافحة الشركات الوهمية والاقتصاد الظل تعد تحديًا كبيرًا للحكومات والجهات التنظيمية في جميع أنحاء العالم.¹

الفرع الثاني : الفرق بين الشركات الوهمية والشركات الحقيقية

مما لا شك فيه أننا وقت تصفحنا لخدمات أو منتجات عبر الانترنت، نواجه تحديات عظيمة في التأكد من مصداقيتها ومصداقية الشركات المعلنة عنها فهناك العديد من الشركات الوهمية التي تتوسل بالإشهار لجذب العملاء بوعود زائفة وعروض مغرية، فالسؤال الذي يطرح نفسه هنا هو: **كيف يمكننا التمييز بين الشركة الوهمية وغير الوهمية؟**

لذلك سنحاول رصد مجموعة من الطرائق والأساليب التي قد تمكن الباحث على الانترنت من التفرقة بين الافتراضية والحقيقية.

1- الشكل القانوني:

وهو من أهم الأمور التي تساعد العميل على التفرقة بين ما إذا كانت هاته الشركة حقيقة أو مخادعة، حيث أن الشركة الحقيقية يكون لها هيكل قانوني واضح ومرئي أم كل دول العالم وفقا للقوانين التجارية والاقتصادية التابعة لكل دولة. وهذا الشكل القانوني يتفجر منه العديد من الرموز التي تعرف بها الشركة الحقيقية وأي خلل أو خروج عن تلك الرموز يجعل من هاته الشركة غير حقيقة ووهمية لا وجود لها من الأصل. حيث معروف أنه يحق لأي عميل الاطلاع على هاته الرموز والتأكد منها وعليه التأكد من حقيقة وجود هاته الشركة.

¹ قصي الجمال، الشركات الوهمية بوابة اقتصاد الظل، مقال منشور بتاريخ 2023،12:10-06-12

2-أسعار المنتوجات:

معروف جدا أن لكل منتج سعر خاص به، فالشركات الحقيقية تعتمد سعرا متفق عليه من المحتمل أن تجده هو نفسه في كذا شركة، أما الشركات الوهمية، فتلجأ إلى أسعار منخفضة الهدف منها جذب العملاء وإغرائهم ومن ثم، الإطاحة بهم، نستبعد فقط من لديهم الخبرة في المنتوجات هم فقط من سيلاحظون هذا الخل ويشكون في أي منتج ينزل إلى السوق بسعر منخفض عن سعره العادي مما يجعل الأمر غير منطقي ويسبب الشك في الشركة الطارحة لهذا المنتج، إلى جانب أن الشركة العادية لا تمنح العميل سعرا ثابتا وموحدا إلا من خلال عروض تقوم عنها عبر دعاية ضخمة، وعليه ، ملاحظة أسعار موحدة قد يشير إلى وجود عملية نصب واحتيال.¹

3-طريقة عرض المنتج:

من المحتمل التمييز بين الشركة الحقيقية والشركة الوهمية من خلال طريقة عرض وبيع المنتج، حيث أن الشركة الحقيقية تقوم بتنزيل المنتج بروية كي ترى مدى الإقبال والتعرف عليه وليس دفعة واحدة، وهذا ضمن خطة التسويق.²

- **التحقق من بيانات الشركة:** لابد على العميل أن يتحقق من صحة بيانات هذه الشركة وعروضها المقدمة من خلال زيارة موقع الشركة وتفقد صفحة "من نحن" بحيث يكون فيه شرح تاريخ تأسيس الشركة ورؤيتها ورسالتها.
- التأكد من صحة الحساب البريدي ورقم الهاتف الخاصين بها: قد تجد بعض الشركات الوهمية تستعمل عناوين بريد الكتروني مزيفة. لذلك نقوم بإجراء تحري عبر محركات البحث للتأكد مما إذا كان العنوان أو الهاتف تابعين لشركة حقيقية أخرى.

¹ محمد لصلاح، بتاريخ 01 مارس 2023، دون دار النشر،

² لجلط ابراهيم، المركز الجامعي تيسمسيلت، جامعة زيان عاشور بالجلفة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الإقتصادي- (02)34، دون تاريخ نشر.

• تحقق من وجود الشهادات والاعتمادات:

تبيان إذا كانت الشركة حائزة على شهادات تجارية معترف بها أو تمتلك اعتمادات من جهة رسمية، الأمر الذي يظهر مصداقيتها، فقد نجد بعض الشركات الوهمية توهم حصولها على شهادات و اعتمادات غير حقيقية بمعنى مزورة، وهذا ما يفقدها المصداقية والنزاهة.

• قراءة التعليمات والتعليقات: إن من أهم الشروط التي تسهم في تحديد مصداقية

الشركة الاطلاع على التعليقات والتعليمات حول هاته الشركة، فتقييمات المستخدمين الإيجابية على مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات التقييم والمراجعات لها دور فعال في الكشف عن مشروعية الشركة ونزاهتها، مما تؤكد على مصداقيتها، في حين وجود تعليقات سلبية مستمرة وشكاوى من قبل العملاء، ينوّه إلى خطورة في التعامل معها¹.

• تحقق من سجل الشركة والتراخيص: تحقق من سجل الشركة في الهيئات الحكومية

المعنية والمواقع الرسمية للتأكد من صحتها في سجل القيد التجاري ، قد تجد بعض الشركات الوهمية تدعي تسجيلها في الهيئات الرسمية بينما لا توجد لديها أي وجود قانوني. كما يمكنك التحقق من صحة التراخيص التي تحملها الشركة لضمان شرعية نشاطها.

• التحقق من العروض والتخفيضات المبالغ فيها: من الأساليب التي تعتمد عليها الشركات

الوهمية العروض والتخفيضات المغرية والمبالغ فيها، لمنتجات باهظة الثمن في الأصل أو لمنتجات مقلدة أو لا وجود في الأصل، وهذا ما يستهوي العميل ويؤثر في جذب لانتقاء المنتج والوقوع في فخ الاستغلال.

• فحص سياسة الخصوصية والشروط والأحكام: قبل التعامل مع أي شركة ، يجب أن

تكون هناك الثقة والسرية التامة بين العميل والشركة، سياسة الخصوصية ، وعليه يجب أن يتأكد العميل من أن هذه الصلاحيات واضحة ومفهومة وأنها تحمي حقوقه كعميل، فإن وجدت سياسات غامضة أو مشبوهة، فقد تكون الشركة وهمية تسعى لاستغلال معلوماته الشخصية.

¹الجلط ابراهيم، المرجع السابق، ص 56.

• البحث عن تجارب المستخدمين الحقيقية: الاطلاع على تاريخ معاملات الشركة من خلال البحث عبر الانترنت عن تجارب المستخدمين الحقيقية معها، والاستفادة من هاته الأخيرة بغية اتخاذ قرار مدروس.

• **احرص على الحذر في الدفع المسبق:** قد تطلب بعض الشركات الوهمية دفع مبالغ مالية قبل تقديم الخدمات أو المنتجات، لذلك لا بد من الحذر الشديد وتجنب دفع المال مسبقا قبل التثبت من مصداقيتها.

من خلال ما سبق يمكننا القول أن أهم الدلائل التحذيرية للشركات الوهمية تكمن في سوء سمعة الشركة عبر الانترنت ، بالإضافة إلى العروض غير الواقعية وطرق الدفع المشبوهة، ناهيك عن غياب التراخيص والشهادات، وعدم وضوح معلومات التواصل الخاصة بها.

المطلب الثاني: طرق الوقاية منها والإجراءات المتخذة ضدها

لكل إنسان في هذه الحياة غاية واحدة، وهي الحصول على وظيفة مرموقة يستطيع من خلالها العيش في ظروف حسنة وتوفير لقمة العيش، وكذا تحقيق أحلامه، وفي معظم الأحيان يحصل هذا عن طريق شركات التوظيف وبالتحديد شركات التوظيف أونلاين، ونظرا لتفاقم مشكل البطالة بسبب كورونا، أضحت عمليات الاحتيال عبر شركات توظيف وهمية ومحترفة، مما سهل على الشباب الوقوع في فخهم، حيث أن العديد منهم وقع ضحية هذه الشركات. وعليه، سوف نتطرق في هذا المطلب إلى طرق وسبل الوقاية لتجنب الوقوع في هذا الفخ. الفرع الأول: الإبلاغ عن الشركات الوهمية:

إذا كنت تشتهبه في أن شركة ما وهمية، يمكنك الإبلاغ عنها الى الجهات المختصة، مثل هيئات حماية المستهلك أو مراكز البلاغة الجنائية، ستساهم بذلك في حماية الآخرين من الاحتيال والخداع¹.

¹العايب سامية، منا عرابية، "الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة النصب الإلكترونية"، مجلة هيروودوس للعلوم الانسانية والإجتماعية، مخبر الدراسات القانونية البيئية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قلمة، الجزائر، سنة 2021، ص 09.

هل يمكنني استرداد أموالني إذا تعاملت مع شركة وهمية؟

في العديد من الحالات، يكون من الصعب استرداد الأموال التي تم دفعها إلى شركة وهمية، لذلك يجب أن تكون حذرا وتتجنب التعامل مع الشركات التي تثير الشكوك حول مصداقيتها. باستخدام هذه النصائح والإرشادات، يمكنك تقييم مصداقية الشركات وموثوقيتها قبل أن تتعامل معها. تجنب التعامل مع الشركات الوهمية التي قد تضرك ماليا وتتسبب في تجربة سيئة، اعتمد على البحث والتحقق من المعلومات وقرأ تقييمات المستخدمين حتى تكون واثقا من خياراتك، كن دقيقا وحذرا ، وستتجنب التعامل مع الشركات الوهمية.

الفرع الثاني: الإجراءات المتخذة وآلية الحماية منها

- كشفت الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ، أنه وبعد استفحال ظاهرة الشركات الوهمية التي فاقت نسبة 60 بالمئة من مجموع ما تم إحصاؤه من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية تم الإعلان عن حزمة من الإجراءات بخصوص الموردين تمثلت في:
- المتابعة القضائية لكل الموردين الضالعين في تأسيس الشركات المصغرة الوهمية.
 - تحيين القائمة السوداء للموردين بإضافة كل الموردين الذين ثبت تورطهم في ممارسات إحتيالية، مع منعهم من التعامل نهائيا مع الوكالة.
 - الإدراج في القائمة السوداء الموردين الذين ثبت قيامهم بتوريد تجهيزات غير مطابقة للمواصفات التقنية المتفق عليها وكذا الموردين متعددي الإختصاصات.
 - اشتراط قبول الفواتير حصريا مع الموردين المنتجين للتجهيزات أو موزعين رسميين للشركات المنتجة أو مستوردين مباشرين للعتاد.

منذ بداية عملية التطهير التي تقوم بها الوكالة تم لحد الساعة مباشرة 342 متابعة قضائية وتبلغ أكثر من 6700 إذار قبل المتابعة القضائية.¹

الداخلية تحذر:

¹ غصن البان، تخصص في الشأن السياسي والدولي، بتاريخ 19-02-2023 ، من موقع <https://algeriemaintenant.dz>

وكانت وزارة الداخلية قد حدّرت مؤخرًا من التجاوب مع الرسائل والمكالمات مجهولة المصدر التي تطلب البيانات والمعلومات الشخصية والبنكية . وقالت الوزارة في مقطع "إن حساباتك البنكية قد تكون عرضة للسرقة وهاتفك المحمول قد يكون وسيلة للمحتالين".

وأشارت أيضا إلى أن المكالمة المشبوهة تبدأ بطريقة طبيعية، يعرف فيها المحتال نفسه بأنه يعمل في شركة استثمارات ويحاول إقناع الضحية بدخول صفقات استثمارية رابحة، ولكي تطمئن يرسل لها مستندات مزورة تحتوي على بيانات الشركة الاستثمارية، ويطلب من الضحية بدخول صفقات استثمارية رابحة، ثم يطلب من الضحية دفع مبالغ مالية بسيطة ، وفي حال الموافقة يرسل رقم حساب بنكي داخل الدولة لايهام الضحية أن الشركة بالفعل محلية، وعقب تحويل المبلغ يجري تحويل حساب تداول للضحية في موقع الكتروني مزيف للشركة يتعين عليه تعبئة البيانات البنكية عبر صفحات دفع مزورة ثم يطلب من الضحية بعد ذلك تحميل تطبيق يمكن أي شخص من التحكم في الهاتف المحمول. ونوه أن الشركة المشبوهة توهم الضحية بتحقيق عائدات مالية ليجري إقناعه بإيداع مبالغ أكبر ليتمكن المحتال من اختراق الهاتف والدخول على تطبيقات البنك فيه، وإجراء عملية تحويل مالية من حسابات الضحية.

ولحماية نفسك من الوقوع ضحية لهذه العمليات، تجنب الاستجابة لهذه المكالمات وقم بالإبلاغ عن أي رسائل أو مكالمات أو مواقع مشبوهة من خلال رابط البلاغات الاقتصادية والإلكترونية في أيقونة "تواصل معنا" بتطبيق مطراش²، ولا تكشف عن بياناتك المصرفية لأي جهة كانت.¹

1-العقوبات: وهذا ما نصت عليه المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري.²

المادة 372" كل من توصل الى استلام أو تلقي أموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو إبراء من التزامات أو الى الحصول على أي منها أو شرع في ذلك وكان ذلك من الاحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها أو الشرع فيه إما باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو إعتقاد مالي خيالي أو باحداث الأمل في الفوز بأي شيء أو في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشية من وقوع شيء منها

¹ سامح صادق، بتاريخ 11 مارس 2019، 08.52، من موقع <https://alarab.qa>

² راجع المادة 372 ق.ع

يعاقب بالحبس من سنة على الأقل إلى 5 سنوات على الأكثر وبغرامة من 500 إلى 200.000 دينار .

وإذا وقعت الجنحة من شخص لجأ إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية فيجوز أن تصل مدة الحبس إلى 10 سنوات والغرامة إلى 200.000 دينار .

وفي جميع الحالات يجوز أن يحكم علاوة على ذلك على الجاني بالحرمان من جميع الحقوق الواردة في المادة 14 أو من بعضها وبالمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة على الأقل و 05 سنوات على الأكثر .

2-آلية الوقاية منها

- خطوات عملية لا بد منها تحميك من الإحتيال.¹

-إن شركات الاستثمار الوهمية هي شركات تحتال على المستثمرين ولا أساس قانوني لها. إليك بعض الخطوات البسيطة التي يجب عليك اتباعها لتجنب المحتالين في شركات الاستثمار الوهمية:

-لا تسعى وراء الوعود الفارغة وغير الواقعية

-كن حذرًا بشكل خاص من الشركات التي تدّعي أنها عثرت على “الصيغة السرية للنجاح”
-لا تقم بتثبيت أو تحميل أي برامج حتى تكون متأكدًا تمامًا من أنها لن تلحق الضرر بجهازك الإلكتروني أو قرصنته.

-اطلع على المواضيع والمصطلحات الأساسية في عالم الاستثمار وخذ فكرة عنها قبل الشروع في العمل بها، مثلاً: ما هو نظام السوق المالية، ما هي الشركات المرخصة ومن هم الوسطاء المرخصين، طريقة الاستثمار في الأسهم السعودية، تداول المشتقات المالية، وما هي أفضل منصات التداول.

-ولزيادة القدرة على تمييز الجهة الوهمية من المرخصة، إليك بعض القواعد المهمة:

¹ Maha AIRasheed، بتاريخ 2021-11-08، من موقع <https://web.derayah.com>

-ابحث و تفحص اسم الوسيط

-ابتعد عن الفرص التي تبدو خيالية

-قارن لوائح الترخيص وشروط التداول

-لا تترك أموالك مع الشركات التي تحاول أن تقنعك بأن الأرباح ستكون كبيرة جداً

-لا تتسرع في اتخاذ أي قرار بشأن الاستثمار واحرص على مراجعة كافة المعلومات التي

تخص الشركة

-بحال وجود شكوك حول مدى مصداقية الشركة، تواصل معها. يمكنك بهذه الحالة الاستعانة

بخبراء دراية

-لا تحول أموالك لحساب خاص.

فضلاً عن ذلك، يجب عليك البحث عن هوية الشركة إذ يعد هذا الإجراء من أهم الإجراءات

التي يجب عليك تنفيذها قبل الانخراط في عالم الاستثمار، وذلك لتجنب الوقوع في فخ الشركات

الوهمية.

يمكنك فعل ذلك من خلال البحث عن المقر الرئيسي للشركة، وكذلك التأكد من تاريخها منذ

بداية انطلاقها، فجميع الشركات النصابة تحرص على إخفاء مثل هذه المعلومات.

يجدر بك كذلك مراجعة التراخيص والتصاريح التي حصلت عليها الشركة قبل البدء في

الاستثمار من خلال موقع رسمي وموثوق للتراخيص.

الفصل الثاني: الإطار القانوني للجرائم الإلكترونية المرتكبة من طرف الشركات

الوهمية

المبحث الأول: ماهية الجريمة الإلكترونية

الجريمة ظاهرة اجتماعية وجدت بوجود الإنسان في المجتمع، و يحاول المجرمون اليوم الإستفادة من معلومات التكنولوجيا و الإتصالات في ارتكاب الجريمة، و لهذا ظهرت أنماط جديدة من الحرائم لم تكن معهودة من قبل تتسم بصعوبة اكتشافها و ملاحقتها، حيث أنه رغم الفوائد العديدة التي لا تحصى للحوكمة و الإدارة الإلكترونية، إلا أنه في نفس الوقت تزايدت أساليب إساءة الإستخدام لمكوناتها، و أصبح الحاسب الآلي بشكل عام و شبكة الأنترنت على وجه الخصوص أدوات أو محل ارتكاب الجريمة بمفهومها الحديث، ومكنت مجرمي الفضاء الإلكتروني تصفح الأنترنت و ارتكاب جرائم مثل القرصنة، الإحتيال، التخريب للحاسوب، الإتجار بالمخدرات و التعامل في معلومات العدالة... الخ، و هو ما يتسبب في مشاكل قانونية.¹

قصد دراسة الجريمة الإلكترونية، تم التطرق إلى تعريف و خصائص الجريمة الإلكترونية (مطلب أول)، إضافة إلى تحديد أركانها و أنواعها (مطلب ثاني).

المطلب الأول: مفهوم الجريمة الإلكترونية

تعد الجريمة الإلكترونية اليوم محل اهتمام العديد من الجهات والأطراف، ولئن أضحى الخوض فيها جوهر اهتمام العديد من التخصصات على رأسها العلوم القانونية و علم الجريمة والعلوم السياسية، وعلى اثر ذلك تعرف الجريمة على أنها خرق لمعايير وضوابط المجتمع وهي ضرر يصيب الفرد والمجتمع ، ويقرر له القانون الذي يحمي ويمثل الهيئة الإجتماعية عقابا أو جزاءا جنائيا.²

¹ عبد السلام محمد المايل، عادل محمد الشريجي، على قابوسة، "الجريمة الإلكترونية في الفضاء الإلكتروني ، المفهوم، الأسباب، سبل المكافحة مع التعرض لحالة ليبيا"، مجلة آفاق للبحوث و الدراسات، المركز الجامعي إيليزي، العدد 04، سنة 2019، ص 244.

² لامية طالة، كهينة سلام، الجريمة الإلكترونية: بعد جديد لمفهوم الإجرام عبر منصات مواقع التواصل الإجتماعي"، مجلة الرواق للدراسات الإجتماعية والإنسانية سنة 2020، ص 66.

وعليه، سنتطرق الى تعريف الجريمة الإلكترونية في (فرع أول)، وخصائصها في (فرع ثاني).

الفرع الأول: تعريف و خصائص الجريمة الإلكترونية

أولاً: تعريفها

لم يتفق العلماء حول تعريف موحد للجريمة الإلكترونية، إذ يطلق عليها البعض الجريمة الإلكترونية، وهناك من يسميها الجريمة المعلوماتية، ويذهبون آخرون إلى تسميتها بجرائم إساءة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ويطلق عليها آخرون مسمى جرائم الكمبيوتر والإنترنت.

فاختلاف مذاهب واجتهادات الباحثين أدى إلى اختلاف تعريفات الجريمة الإلكترونية، فمنهم من تناول التعريف من الجانب التقني (الفني)، ومنهم من تناوله من الزاوية القانونية.

1-التعريف الفقهي للجريمة الإلكترونية

- الجريمة المعلوماتية ما هي إلا" نشاط إجرامي تستخدم فيه تقنية الحاسب الآلي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة كوسيلة أو هدف لتنفيذ الفعل الإجرامي المقصود".
أما أنصار الاتجاه القانوني فيذهبون إلى أن تعريف الجرائم الإلكترونية يتطلب تعريف المفردات الضرورية المتعلقة بارتكاب جرائم الحاسب الآلي وهي "الحاسب الآلي, برنامج الحاسب الآلي، البيانات، الممتلكات، الدخول والخدمات الحيوية".¹

- كما عرفت الجريمة الإلكترونية على أنها أي فعل ضار يأتيه المواطن عبر استعماله الوسائط الإلكترونية مثل الحواسيب، أجهزة الموبايل، شبكات الاتصال الهاتفية، شبكات نقل المعلومات، شبكة الانترنت، أو الإستخدامات غير القانونية للبيانات الحاسوبية أو الإلكترونية، و لقد ظهر أيضا مصطلح cyber crime و الذي يعني الجرائم التي ترتكب باستخدام الحاسوب و شبكة الانترنت فهي كلها مصطلحات تدل على الجريمة

¹ قادة بن عبد الله نوال، بن حمو محمد، الجريمة الإلكترونية، قراءة سوسولوجية لأهم النظريات المفسرة للسلوك الاجرامي، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الإجتماعية والإنسانية، المجلد 06، جامعة تلمسان، الجزائر، سنة 2022، ص 665.

الناشئة عن استخدام تقنية المعلومات و استخدامها، و ذلك لارتباطها بتكنولوجيا متطورة هي تكنولوجيا المعلومات.¹

- عرفها مؤتمر الأمم المتحدة في سنة 2000 بأنها الجريمة التي يمكن ارتكابها بواسطة نظام حاسوبي أو شبكة حاسوبية أو داخل نظام حاسوب أو في بيئة إلكترونية.
 - عرفتها منظمة التعاون الإقتصادي و التنمية بأنها كل سلوك غير مشروع أو غير أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات أو بنقلها.
- بناء على ما سبق يمكن أن يكون الحاسب الآلي إما موضع الجريمة كتدمير البيانات أو التخريب لأجزاء الحاسب و برامجه، وقد يكون الحاسب أداة لارتكاب الجريمة عن طريق استخدامه للإحتيال والتجسس وسرقة الأموال، واجراء تحويلات من حساب لحساب آخر أو سرقة أرقام بطاقات الإئتمان واستخدامها في الشراء عبر شبكة الإنترنت، كما قد يكون الحاسب الآلي ضحية للجريمة الإلكترونية سواء على الكيان المادي أي كافة الأجهزة المستخدمة في الحاسوب أو الكيان المعنوي أي البرامج كتعطيل خادم موقع مؤسسة أو ارسال الفيروسات، وهذه الجرائم لا تعترف بالحدود بين الدول ولا حتى بين القارات حيث تعد من الجرائم الحديثة التي تستخدم فيها شبكة الإنترنت باعتبارها أداة لارتكاب الجريمة أو تسهيل ارتكابها.²

2- التعريف القانوني للجريمة الالكترونية

أما بالنسبة لما جاء به المشرع الجزائري حول تعريف الجرائم المتصلة بوسائل الاعلام والاتصال فقد عرفها على " أنها جرائم المساس بأنظمة المعالجة المتصلة بعلمو التكنولوجيا والاتصال" ، وعرفها أيضا بموجب المادة الثانية (02) من القانون 04-09 على أنها " جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعلومات المحددة في قانون العقوبات أو أية جريمة ترتكب أو

¹ عبد السلام محمد المايل، عادل محمد الشرجي، على قابوسة، المرجع السابق، ص-ص 245،246.

² عبد السلام محمد المايل، عادل محمد الشرجي، علي قابوسة، المرجع السابق، ص 246.

يسهل ارتكابها عن طريق منظومة معلوماتية أو نظام الاتصالات الالكترونية على عكس
المشرع الفرنسي الذي لم يقدم لها تعريفا¹.

3- الطبيعة القانونية للجريمة الالكترونية:

تكمن طبيعتها في كون قدرة شبكة المعلومات في نقل وتبادل المعلومات ذات طابع شخصي و
طابع عام في وقت واحد، مما يدفع للقيام بالفعل ، ويعود ذلك إلى توسع مجال المعلومات
بأنواعها إضافة إلى رغبة الأشخاص في توصيل حواسيبهم بالشبكة، كون أن هذه الجرائم
ترتكب داخل نطاق المعالجة البيانية للمعلومات لغرض الحصول على معلومات خاصة
ومعينة، وصعوبة التكيف مع هذه الجرائم يعود إلى طبيعتها الخاصة، وعليه ، فإن إثبات هذا
النوع من الجرائم ومرتكبيها يكون صعبا وأحيانا، مستحيلا.
في الأخير، نستنتج بأن هذه الجرائم سرها في طبيعتها الخاصة².

4- الإثبات في الجريمة الالكترونية

إن الإثبات هو إقامة الدليل على وقوع الجريمة ونسبتها للمتهم وذلك وفق طرق مشروعة
ومحددة قانونا، حيث يعد موضوع الإثبات في الجريمة الالكترونية الأساس الذي تبنى عليه أي
سياسة جنائية لمكافحة هذا النوع من الجرائم الالكترونية، والتي تقع على عاتق العمليات
الشبكية بالوسائل الالكترونية، لكون هذه الجرائم تقنية تنشأ في الخفاء في بيئة رقمية، ينتج عنها
ما يسمى بالأدلة الالكترونية، التي تعتبر إحدى الآثار المهمة في الكشف عن هذه الجريمة
والربط بينها وبين مرتكبيها.

وما يميزها عن الجرائم التقليدية، أنها صعبة الإثبات، وهذا راجع الى انعدام وجود الآثار
والدلائل التقليدية للجريمة وغياب الدليل الفيزيقي (بصمة، شواهد مادية) وسهولة محو الدليل أو
تدميره في فترة قصيرة، إضافة الى نقص خبرة الشرطة والنظام العدلي وعدم كفاية القوانين

¹بوضيف اسمهان، "الجريمة الإلكترونية والإجراءات التشريعية لمواجهتها في الجزائر"، مقال منشور

بتاريخ 2018/05/09، جامعة محمد بوضيف، المسيلة، سنة 2018، ص 352

²محمد زكي أبو عامر، علي عبد القادر القهوجي ، قانون العقوبات" القسم الخاص"، دار النهضة العربية القاهرة، سنة

1993، ص 9

القائمة. كما يصعب إثبات هذا النوع من الجرائم لأنها لا تحتاج الى جثة أو عنف أو آثار لحدوث سرقة أموال، وإنما هي سرقة واحتيال إلكتروني رقمي بمعناه سرقة أو تعديل أو إلغاء معلومات بيانية أو محوها من ذاكرة السجل الإلكتروني مما يعذر من اكتشافها ومن ثم تطبيق العقوبة على مرتكبها.¹

وقد تطورت ظاهرة الجريمة الإلكترونية بنسق متواز لتطور الشبكة وعدد مستخدميها مستقيدة من الإمكانيات المطروحة ضمنها، ولتصبح الانترنت أحد أهم مسارح الجريمة الإلكترونية بحكم امتدادها وتنوع خدماتها وقاعدة مستخدميها، كما يمكن القول أن تطور أنساق المعلومات وأساليب العمل في المؤسسات التي اتجهت أكثر من أي وقت مضى نحو الرقمنة، وتعويض العمليات الورقية بالعمليات الإلكترونية، كان له أثره البارز في ارتفاع نسب الجريمة الإلكترونية التي وجدت في بعض المعاملات الورقية التي حلت محل بعض المعاملات التقليدية، كبطاقات الائتمان وغيرها، فرصا مهمة لممارسة الإجرام. وبالقدر الذي يسرت فيه مختلف استعمالات الأنظمة الإلكترونية المعاملات التقليدية، واختصرت جملة الإجراءات الإدارية والورقية المرتبطة بها، وسهلت بالتالي التعاملات مع المستخدمين والحرفيين، حيث جعلت من مجالات الأفراد والمؤسسات المصرفية وغيرها أكثر هشاشة.²

ثانيا: خصائص الجريمة الإلكترونية

لا شك أن المعلوماتية عادت علي الإنسان بالخير الكثير، وطبعت مختلف جوانب حياته بطابع لم يكن ليحلم به قبل وقت قريب، فهذا التقدم العلمي الكبير في مجال المعلوماتية يسر حياة الإنسان ووفر عليه جهداً كبيراً وطبع شتى معاملاته بالسرعة الفائقة، والتي لولا هذا التطور لاستغرقت من الوقت الكثير، كما أن هذه المعلوماتية وفرت علي الإنسان الكثير من المال الذي كان سينفقه في قضاء حاجات أصبح يمكنه أن يقضيها في بيته بكبسة زر، لكن وفي المقابل فقد ارتبط استعمال هذه الوسائل الفنية الحديثة بظهور جرائم جديدة لم تكن معروفة من قبل،

¹ يوسف خليل، يوسف العفيفي، "الجرائم الإلكترونية في التشريع الفلسطيني دراسة تحليلية مقارنة"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية، غزة، سنة 2013، ص 13

² قادة بن عبد الله نوال، بن حمو محمد، المرجع السابق، ص 665.

كما ارتبطت بزيادة في حدة بعض الجرائم التي كانت موجودة من قبل، فهذه التقنية أوجدت ألوانا جديدة من الجرائم طبعتها بطابعها وأسبغت عليها خصائص ميزتها عن غيرها من الجرائم، سواء تعلق هذه الخصائص بالشخص الذي يقدم علي هذه الجرائم فميزته عن المجرم التقليدي أو تعلقت بالجريمة ذاتها وصعوبة اكتشافها وإثباتها أو ما يلعبه الضحية من دور فيها، أو تعلق الأمر بالنطاق المكاني لهذه الجريمة أو الخسائر التي تخلفها.¹

1- أنها ترتكب من مجرم غير تقليدي

يختلف مجرم المعطيات كثيرا عن المجرم في الجرائم التقليدية، ذلك أن له سمات لا يوجد لها مثل لدى غيره، كما أن له طوائف وأنماط خاصة به، كما أن العوامل التي تدفعه لارتكاب الجريمة مختلفة عنده أيضا، فبالنسبة لسمات هذا المجرم فهو إنسان اجتماعي، أي انه متوافق مع مجتمعه وغالبا ما تكون له مكانة معتبرة فيه ويحظى بالاحترام منه، كما أن هذا المجرم يمتلك المعرفة والمهارة والوسيلة الخاصة بهذه الجريمة، وهذا الاكتساب يتم عن طريق الدراسة المتخصصة في هذا المجال، أو عن طريق الخبرة والاحتكاك بالآخرين، كما أن هذا المجرم إنسان ذكي، إذ أنه يستغل ذكاءه في تنفيذ جريمته، ولا يستعين بالقوة الجسدية في ذلك إلا بالقدر اليسير جدا، ويفسر هذا أن هذا المجرم من ذوي المستويات العلمية العالية غالبا. وما يميز مجرم المعطيات أيضا هي الدوافع التي تدفعه لارتكاب الجريمة، فهي متعددة ومختلفة فقد تكون السعي لتحقيق الربح وقد تكون الرغبة في الانتقام من رب العمل وقد تكون الرغبة في قهر النظام والتفوق علي وسائل التقنية وتعقيدها . وقد يرتبط الدافع بحب التعلم والاستكشاف، كما قد يرتبط بالسياسة والايديولوجيا .. إلى غير ذلك من البواعث. كما يتميز مجرم المعطيات أيضا بفئاته وأنماطه المختلفة وهو ينقسم إلى نوعين رئيسيين: الأول هم الهواة المولعون بالمعلوماتية، والثاني هم محترفو الجرائم المعلوماتية وأساس التمييز بين النوعين هو الباعث أو

¹محمد خليفة، المرجع السابق، ص 371.

الدافع إلى ارتكاب الجريمة، بينما هو ساذج لدى النوع الأول لا يتعدى الرغبة في الاستطلاع والاستكشاف، فهو خبيث لدى النوع الثاني، والذي قد يكون مالياً أو سياسياً أو غيره.¹

2- صعوبة اكتشاف وإثبات الجرائم الإلكترونية

من المفترض أن اكتشاف هذه الجرائم يتم عن طريق الفحص والتدقيق أو عن طريق الشكاوي التي يقدمها المجني عليهم، والوضع بخصوص جرائم المعطيات بالغ التعقيد في الأمرين معاً، فجهات التحقيق لم تصل إلى تلك المعرفة أو الخبرة التي تملكها حيال التحقيق في الجرائم التقليدية، لأن الأمر يتطلب معرفة واسعة وإحاطة كاملة بهذه التكنولوجيا الحديثة، وتحديث هذه المعارف يومياً، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فالضحية في هذه الجرائم تمتنع في الغالب عن التبليغ عنها وقد يسعى إلى التعتيم على المحققين وتضليلهم حتى لا يكتشفوا هذه الجرائم. ويفترض إثبات هذه الجرائم الكثير من الصعوبات، فطبيعة هذه الجرائم غير مرئية في الغالب لأنها تتعلق بمعطيات في شكل نبضات أو نبذبات الكترونية، ويسهل على الجاني محو الأدلة المتعلقة بها وتدميرها في وقت وجيز، فضلاً عن العقبات التي تشكلها طبيعة هذه الجرائم العابرة للحدود. لهذا لا نعجب إذا وجدنا أن أكثر تلك الجرائم لم تكتشف إلا بمحض الصدفة وهناك من يشير إلى أن هذه الجرائم لم يكتشف منها إلا ما نسبته 01 % فقط وما تم الإبلاغ عنه إلى السلطات المختصة لم يتعد 15 % من النسبة السابقة، وحتى ما طرح أمام القضاء من هذه الجرائم فإن أدلة الإدانة فيه لم تكن كافية إلا في حدود الخمس 1/5.²

3- الجرائم الإلكترونية للضحية دور مهم فيها

كالمجرم في جرائم المعطيات، فإن للضحية أيضاً ما يميزها في هذه الجرائم، ذلك أنها تلعب دوراً لا يستهان به في أغلبها، هذا الدور قد لا تلعبه الضحية بإرادتها، كما هو الحال عندما تكون شخصيتها غير متجلية أمام الجاني، وذلك عندما لا يرى هذا الأخير أمامه إلا

¹ عبد الله حسين محمود، "سرقة المعلومات المخزنة في الحاسب الآلي"، دار النهضة العربية، الطبعة الثانية، القاهرة، سنة 2002، ص 36.

² سعيد عبد اللطيف حسن، "إثبات جرائم الكمبيوتر و الجرائم المرتكبة عبر الأنترنت"، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 1999، ص 95

الحاسبات وما تحويه أنظمتها من معطيات دون أن يدرك قيمتها وما قد تمثله في الواقع، وكذلك الأمر عندما تلعب العلاقة بين الضحية والجاني دورها في حدوث الجريمة وذلك إذا كان الجاني يعمل لحساب الضحية، لاسيما إذا كان عارفا بخبايا أنظمة الحاسبات والثغرات الأمنية فيها، أو كان مؤتمنا علي ذلك، كأن يكون هو المسؤول عن المركز المعلوماتي فيستغل مركز الثقة الذي يجوزه والألفة التي بينه وبين هذه الأنظمة.¹ وذلك ما حدث في إحدى القضايا أن كان الجاني يعمل مستشارا لدى أحد البنوك الكبرى وكان يتمتع بثقة مطلقة من جانب هذا البنك مكنته من الدخول في مفاتيح الكترونيين من أصل ثلاثة أساسية للتحكم في التحويلات الإلكترونية للنقود من بنك لآخر، وتمكن بفضل قدراته في هذا المجال من الوصول إلى المفتاح الثالث، لينقل في الحال مبلغ عشرة (10) ملايين دولار إلى حساب بنكي فتح باسمه في سويسرا وقد القى القبض عليه وصدر ضده حكم بالسجن لمدة ست (6) سنوات. وتقدم إحدى الإحصاءات الأرقام التالية: 25 % من أفعال الغش المعلوماتي يرتكبها المحللون Informaticiens و 18% يرتكبها المبرمجون، و 17 % يرتكبها مستخدمون لهم افكار معلوماتية تتجاوز الدخول في النهايات الطرفية و 16 % يرتكبها الصرافون، 12 % يرتكبها أشخاص أجنب عن المنشأة، و 11% يرتكبها المشغلون Opérateurs وفي دراسة أجراها مركز الدراسات الاجتماعية والاقتصادية بفرنسا CESE عام 1988 تبين أن حوالي 65 % من الجرائم محل الدراسة ارتكبها عاملون في المؤسسة المجني عليها وكانت النسبة 85 % في دراسة أخرى أجرتها اللجنة المحاسبية بالمملكة المتحدة دامت من عام 1993 إلى 1993.²

4- الجرائم الإلكترونية ناعمة مغرية للمجرمين

إذا كانت بعض الجرائم التقليدية تحتاج من مرتكبها إلى قوة عضلية لتنفيذها فان جرائم المعطيات لا تحتاج إلى مثل تلك القوة العضلية وإنما تحتاج إلى قوة علمية وقدر من الذكاء ومهارة في توظيف ذلك، والجاني في سبيل تنفيذها لا يحتاج من الوقت إلا ثوان أو دقائق

¹ Philippe Rose, "La criminalité informatique a l'horizon analyse prospective", L'harmattan, 2005, p 49.

² محمد خليفة، "خصوصية الجريمة الإلكترونية و جهود المشرع الجزائري في مواجهتها"، تخصص قانون جنائي معلوماتي، كلية الحقوق و الآداب و العلوم الاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، الجزائر، دون سنة نشر، ص 374.

معدودات، ولا يحتاج من القوة العضلية غير تحريك الأنامل من علي وسائل الإدخال وقد يتسبب بذلك في حصول خسائر فادحة رغم أن جريمته قد لا ترى بالعين. ونعومة هذه الجريمة وما تدره من أرباح ومن إشباع للفضول عند البعض جعلها من الجرائم المغرية والجذابة للمجرمين.¹

5- الجرائم الالكترونية جرائم عابرة للحدود

ليس هناك في عالم اليوم حدود تقف حائلا أمام نقل المعطيات بين الحاسبات الآلية الموزعة في مختلف دول العالم عبر شبكات المعلومات فيمكن في بضع دقائق نقل كم هائل من المعطيات بين حاسب وآخر يبعد عنه آلاف الكيلومترات، كما يمكن أن تقع الجريمة من جان في دولة معينة علي مجني عليه في دولة أخرى في وقت يسير جدا مكبدة أفدح الخسائر لاسيما مع تعاظم الدور الذي تقدمه شبكة الإنترنت، خاصة في مجال التجارة الإلكترونية وازدياد اعتماد البنوك عليها. وتثير الطبيعة الدولية لهذه الجرائم العديد من المشاكل، كمشكلة السيادة والاختصاص القضائي وقبول الأدلة المتحصلة عليها في دولة ما أمام قضاء دولة أخرى.² وتذكر في هذا المجال قضية RN Thompson وفيها قام مبرمج انجليزي يعمل لدى بنك الكويت بالتلاعب في معطيات بنظام الحاسب الآلي الخاص بالبنك، وذلك عن طريق الخصم من أرصدة العملاء ثم الإيداع في حسابه الخاص، وبعد عودته ل إنجلترا طلب من البنك تحويل الحساب الخاص إلي عدة حسابات بنكية في إنجلترا فقام البنك بذلك حوكم الفاعل بتهمة الحصول علي أموال الغير بطريق الاحتيال وحكم عليه بعقوبة السجن، طعن في الحكم استنادا إلى عدم اختصاص القضاء الإنجليزي لان فعلي السحب والإيداع قد تما في الكويت لا في إنجلترا لكن محكمة الاستئناف رفضت طعنه وردت بأن النشاط الإجرامي للمتهم لم يكتمل إلا

¹ أسامة أحمد المناعسة، جلال محمد الزعبي، صايل فاضل الهواوشة، "جرائم الحاسب الآلي و الإنترنت، دراسة تحليلية مقارنة"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، سنة 2001، ص 107.

² نائلة عادل محمد فريد قورة، "جرائم الحاسب الإقتصادية، دراسة نظرية و تطبيقية"، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2003، ص 49.

بعد الطلب الذي تقدم به إلى مدير البنك بالتحويل وما أسفر عنه من حصوله علي الأموال محل النشاط الإجرامي بواسطة البنوك الإنجليزية .

تما في الكويت لا في إنجلترا لكن محكمة الاستئناف رفضت طعنه وردت بأن النشاط الإجرامي للمتهم لم يكتمل إلا بعد الطلب الذي تقدم به إلى مدير البنك بالتحويل وما أسفر عنه من حصوله علي الأموال محل النشاط الإجرامي بواسطة البنوك الإنجليزية. ولهذا فمكافحة هذه الجرائم تتطلب تعاوننا كثيفا بين الدول وتوافقا كبيرا بين تشريعاتها.¹

6- الجرائم الالكترونية فادحة الأضرار

أن الاعتماد المتزايد علي الحاسب الآلي في إدارة مختلف الأعمال في شتى المجالات ضاعف من الأضرار والخسائر التي تخلفها الاعتداءات علي معطيات هذا الحاسب، لاسيما إذا كانت تمثل قيما مالية، خاصة مع ازدياد اعتماد البنوك والمؤسسات المالية ومختلف الشركات علي الحاسب الآلي في تسييرها، وفي هذا الخصوص تشير الدراسات إلى أن الأضرار الناجمة عن جرائم المعطيات تفوق بكثير تلك الناجمة عن الجرائم التقليدية.²

ففي الولايات المتحدة الأمريكية وحسب مكتب التحقيقات الفيدرالي (FBI) فالجريمة المعلوماتية تكلف خسائر تقدر بمائة وخمسين (150) ضعف ما تكلفه الجريمة العادية، وان الخسائر الناجمة عن 139 عملية غش معلوماتي وقع علي البنوك، بلغت ثمانمائة ألف دولار (800000 \$) عام 1981 كما أن الغش المعلوماتي كان السبب في حدوث خمسين (50) حالة إفلاس في ثلاثمائة وأربعة وخمسين (354) بنكا بين شهري جانفي (يناير) 1985 وجوان (يونيه) 1987، وفي دراسة للمركز الوطني لجرائم الكمبيوتر والبيانات قدرت خسائر الجرائم المعلوماتية بين ثلاث (03) وخمس (05) مليارات دولار أمريكي وفي دراسة أجراها معهد أمن المعلومات بالولايات المتحدة الأمريكية عام 2001 شملت 538 مؤسسة تبين أن الخسائر قدرت بحوالي 378 مليون دولار في حين كانت عام 2000 بحدود 265 مليون دولار وان معدل الخسارة للأعوام الثلاثة السابقة علي عام 2000 بلغت 120 مليون دولار. وفي

¹ محمد خليفة، المرجع السابق، ص 376.

² Philippe Rose, " la criminalité informatique ", édition dahlab imprimerie, Alger, pp 22-30.

المملكة المتحدة أجرت لجنة المراجعة المحاسبية دراسة خلال عدة سنوات تبين منها أن خسائر 64 حالة عام 1984 قدرت بـ 1133487 جنيهاً إسترلينياً وفي سنة 1987 قدرت الخسائر الناجمة في 55 حالة بـ 2561351 جنيهاً إسترلينياً وفي سنة 1990 بلغت الخسائر في 180 حالة 1140142 جنيهاً إسترلينياً وشملت الدراسة من سنة 1993 إلى 1993 حوالي 537 حالة قدرت خسائرها بـ 3196720 جنيهاً إسترلينياً. وفي دراسة قامت بها مدرسة لندن الاقتصادية قدرت الخسائر بحوالي 400 مليون جنيه إسترليني بمتوسط خسارة للحالة الواحدة بحوالي 46000 جنيهاً إسترلينياً. وفي فرنسا قدرت الخسائر سنة 1991 حسب ما نشرته الجمعية الفرنسية لأمن المعلومات بـ (10.4) مليار فرنك فرنسي، في سنة 1993 قدرت الخسائر بحوالي (10.8) مليار فرنك فرنسي، وفي سنة 1996 قدرت بحوالي 12.720 مليار فرنك فرنسي

الفرع الثاني: أركان الجريمة الإلكترونية و أطرافها

أولاً: الأركان

تقوم الجريمة على أساسين مهمين يتمثلان في كل من الكن المادي والركن المعنوي، فمن الطبيعي أن يكون للجريمة المعلوماتية ركن مادي يعبر عن كيانها الملموس، وأيضاً ركن معنوي يعبر عن إرادة المجرم المعلوماتي، وعليه يمكننا التطرق إلى شرح بسيط لكلا من الركنين بغية التوضيح والتمييز.

1-الركن المادي: لكل فعل مرتكب أو ممتنع طريقة اثبات من قبل فكلا الانسان مادام لا

يدخل حيز الجريمة ، والركن المادي يختلف هنا من حال لآخر حسب صفة الفعل

المرتكب، وعليه لا يمكن تقييد الجريمة المعلوماتية تحت تصنيف واحد.

وقد تشكل الواقعة المرتكبة التي تحمل صفة الجريمة المعلوماتية، مجرد قذف أو تهديد أو

تحريض مطابقة لما ينص عليه القانون من عقوبات من خلال بعض البنود التي يقع حكمها

مناسبا على الجرائم المفتعلة عن طريق جهاز الحاسوب والشبكة الالكترونية.

وهذا لا حرج فيه، لأنه يمكن تطبيق هذه الأخيرة على هذه السلوكات التقليدية، إلا أنه هناك سلوكات مغايرة ومختلفة، تعتمد في أحكامها على التمييز بينها وبين سابقتها، وهذا ما يستلزم التدخل التشريعي.

2- الركن المعنوي: تعد الجريمة الالكترونية من الجرائم التي تفترض لوجود القصد العام لتحديد مسؤولية الجنائية، ووجود قصد عام يرتبط بوجود قصد خاص أيضا، وهذا مرتبط بالدرجة الاولى الى طبيعة الجريمة المرتكبة ونية الجاني التي دفعته لارتكاب هذا الفعل الغير مشروع.

يتكون الركن المعنوي للجريمة الالكترونية من عنصرين هما:
العلم: هو إدراك الفاعل للأمر.

الإرادة: الدافع القوي تجاه هذا الفعل الإجرامي لتحقيق الغاية منه.

ويرى الباحث ان القصد العام والخاص في جرائم المعلوماتية هو ضروري لتحديد المسؤولية الجزائية، ففي كل الأحوال، يرجع الأمر للسلطة التقديرية للقاضي.
ثانياً الأطراف

-المجرم المعلوماتي أو المجرم الالكتروني:

أضافت المعلوماتية الكثير من الجوانب الإيجابية لحياتنا إلا أنها في المقابل جلبت معها نسلا جديدا من المجرمين أطلق على تسميتهم بمجرمي المعلوماتية أو المجرمين الالكترونيين، ويعرف المجرم المعلوماتي أو الالكتروني بأنه المجرم الذي لديه القدرة على تحويل نواياه إلى لغة رقمية باستخدام التقنية الرقمية المعلوماتية، وذلك بأداء الفعل أو الامتناع عنه، مما يحدث اضطرابات في المجتمع المحلي أو الدولي نتيجة مخالفته قواعد الضبط الاجتماعي محليا أو دوليا.¹

¹امحمد مولاي، "صعوبات تطبيق الإدارة الالكترونية بالجزائر الجريمة الإلكترونية نموذجا"، المؤتمر العالمي الأول للإدارة الإلكترونية، مركز المدينة للوسائط المتعددة، طرابلس، ليبيا، سنة 2010، ص 247.

-صفات المجرم المعلوماتي أو الإلكتروني:

ليس هناك اتفاق على صفات مرتكبي الجرائم الإلكترونية ومنفذيها، ولا يوجد قالب يتضمن الفئات والصفات التي يتسم بها مرتكب الجريمة المعلوماتية، إلا أن هناك صفات ذات دلالة مشتركة يجتمع المختصين بأنها توجد في كل الأشخاص الذين تم التحقيق والقبض عليهم في جرائم من هذا النوع، حيث أورثت العديد من الدراسات العربية والأجنبية في هذا المجال بأن متوسط عمر مرتكبي هذا النوع من هذه الجرائم بين 14 و 38 سنة وهذا يوضح أن معظم مرتكبيها من فئة شبابية، ويتميز الشخص المفتعل لهذه الجرائم بمجموعة من الصفات والخصائص تتمثل في:

المجرم المعلوماتي يتمتع بالمهارة والذكاء، حيث يمكنه التغلب على شتى أنواع المعينات التي قد تصادفه أثناء ارتكابه للجرم المعلوماتي.

المجرم الإلكتروني يتمتع بالسلطة تجاه النظام المعلوماتي، وتتمثل هذه السلطة والقوة في الشفرة الخاصة بالدخول إلى النظام المعلوماتي (قرصنة) والتي تمكنه من الولوج إلى المعلومات داخل الملفات الموجودة بها واستغلالها لمنفعته الخاصة .

يتمتع المجرم الإلكتروني بقدرته على تقليد البرامج الإلكترونية وتحويل الأموال، وهو محترف في التعامل مع شبكة الحاسب وعنيف لأن هذه الجرائم تعتمد على العنف لارتكابها.¹

فئات مجرمي المعلوماتية:

توصلت الدراسات والأبحاث التي تناولت مجرمي المعلوماتية إلى تصنيف المجرمين الإلكترونيين إلى أنماط، لكن لا بد من الإشارة إلى أن هذه التصنيفات لا تعني أن كل مجرم معلوماتي يندرج تحت فئة محددة دون غيرها من الفئات المذكورة، بل يمكن أن يكون المجرم الواحد مزيجاً من أكثر من طائفة².

¹امحمد مولاي، المرجع السابق، ص 247.

²عبد السلام محمد المايل، د. عادل محمد الشرجي، د. علي قابوسة، أطروحة دكتورا، الجريمة الإلكترونية في الفضاء

الإلكتروني، الجزائر، ليبيا ص 247

فئة القرصنة:

هم عادة مبرمجين لاختلال أنظمة البرامج الإلكترونية الغير مسموح بدخولها، وكسر الحواجز الأمنية المحيطة بهذه الأنظمة، وهم نوعان: القرصنة الهواة العابثون أو الهاكرز، وهم المتسللون الذين يقومون بتحدي إجراءات أمن الشبكات لكن لا تتوفر لديهم في الغالب دوافع التحدي واثبات الذات، وهذه الفئة أغلبها من التلاميذ وطلبة الثانويات والشباب العاطل عن العمل. أما القرصنة المحترفون المسمون بالكراركرز أو المقتحمين، وهم الأشخاص الذين يقومون بالتسلل الى نظام الحاسوب للاطلاع على المعلومات المخزنة فيه أو لإلحاق الضرر أو العبث بها أو سرقتها أو إلغائها، ويتراوح مجمل الخسارة الناجمة عن القرصنة الإلكترونية بين 375 و 575 دولار سنويا.¹

- المجني عليه في الجريمة الإلكترونية:

تقع هذه الجرائم الإلكترونية في الغالب على شخص معنوي يتمثل بمؤسسات وقطاعات مالية وشركات ضخمة، إلا أن المعلومات المجردة تعد في الوقت الحاضر من أهم المصالح المستهدفة بعد الأموال وخصوصا إذا كانت هذه المعلومات ذات أهمية بالغة.²

- مسؤولية التعدي على برامج الحاسب:

- أمام تنوع صور التعدي على برامج الحاسب الآلي، ظهرت عدة اتجاهات لحمايتها، ومن ثم تتعدد المسؤولية في هذا الصدد.

- صور التعدي على برامج الحاسب

- أ الملكية الفكرية للبرنامج:

- يتمثل البرنامج المعلوماتي في مجموعة من المعلومات والمعطيات التي يتم التعبير عنها بشكل معين، ويمكن تحويلها بغية تغييرها أو تعديلها بفم رموزها بآلة الحاسوب أو جهاز إلكتروني، وذلك بغية إنجاز مهمة ما أو تحقيق غاية معينة.

¹ قادة عبد الله نوال، بت حمو محمد، المرجع السابق، ص667

² لامية طالة، كهينة سلام، المرجع السابق، 2020، ص66

- تعتبر البرامج الإلكترونية أساس الحاسب الآلي، فبدونها لا قيمة للجهاز الآلي، فمن خلالها يتم تقديم المعلومات والبيانات التي نحتاجها والاستفادة منها عن طريقه.
 - وهذا لا ينكر أن هذه البرامج هي من صنع العقل البشري وابتكاره وعليه، فإن المعلومة الموجودة على البرنامج إن كانت شيئاً غير مادي، تكون محلاً لحق صاحبها وتعطيه الحق الكامل في الحماية القانونية. وتثبت الحماية لصاحب الملكية الفكرية على البرنامج وليس لمجرد أن المستخدم يرغب فقط على الإطلاع أو المعرفة .
 - **القرصنة الفكرية:** مصطلح يطلق على السطو على السفن عادة، إلا أننا يمكن أن نطلقه على سرقة معلومات أو بيانات الآخرين دون رخصة قصد استغلالها في تحقيق الربح من ورائها .
 - وقد شاعت هذه الأخيرة لوصف عملية النسخ غير المشروع للبرامج والاستيلاء عليها دون حق¹.
 - **الإتلاف المعلوماتي:** عادة ما تكون المعلومات المخزنة ذات قيمة عالية ومهمة، وهذا ما يجعلها مصدر جذب لمحاولة إختراقها وإكتشافها أو إتلافها وتدميرها، فغالبا ما يقومون بإتلافها با ويتعمدون محو وإلغاء البرنامج من صحته وأساسه كي يصبح غير صالح للاستعمال، فإن كانت المعلومات المخزنة ذات قيمة عالية وتمت سرقتها أو محوها، فستكون الخسارة فادحة قد تكون سببا في الإفلاس.
- الفرع الثالث: أنواع الجريمة الإلكترونية**
- تعتبر الجرائم الإلكترونية من الجرائم المكتشفة حديثا، مما أعاق معظم الفقهاء على تحديد تصنيفها ومنحها فقط تسميات عدة ومختلفة، ولم تراع أغلب خصائصها وموضوعها، وإن ما يميزها عن غيرها هو أنها تستهدف الاستعمالات الإلكترونية الرقمية وبواسطة جهاز الحاسوب آلي وترتكب عن طريقه.
- أما ما يستهدف الاستعمالات المادية للجهاز الآلي فينتمي الى الجرائم التقليدية.

¹لامية طالة، كهينة سلام، المرجع السابق، سنة 2020، ص 67.

وتعذر الفقه على منح تقسيم صحيح للجرائم الالكترونية راجع الى نمو هذه الجرائم وسرعة انتشارها، فالبعض منهم يصنفها بالرجوع الى وسيلة الجريمة، أو على أساس محل الجريمة، وعلى ضوء هذا المعيار، يمكننا تقسيمها كالتالي:

اولا: الجرائم الواقعة بواسطة النظام المعلوماتي

وتشمل الجرائم الواقعة على الأشخاص:

والتي ضمنت في مجملها: القتل العائد الواقع على الأصول، جرائم السرقة الواقعة على الأصول، جريمة النصب ضد الأصول: جريمة خيانة الأمانة الواقعة على الأصول.¹

1- الجرائم الواقعة على الأموال:

هي الجرائم التي تشكل تهديد بالخطر الحقوق والمصالح، وهي تعد جريمة نصب واحتيال ومن أهم هذه الجرائم التي تطرق إليها المشرع الجزائري، ذات القيمة المالية 372 من قانون العقوبات الجزائري وحدد أنواع التدليس المستعملة على سبيل الحصر وذلك في اتخاذ الجاني لإسم كاذب أو صفة كاذبة أو مناورات احتيالية التي يلجأ إليها المحتال في تنفيذ الاستلاء على مال الغير علاقة السببية تلك الصلة أو الرابطة المادية بين السلوك الإجرامي للجاني وبين النتيجة، إذ أن الجريمة تترتب عليها والضرر اللاحق بالمجني عليه بين فعل الخداع وتسليم المال المتابعة الجزائرية تتم بتحريك الدعوى الجزائرية لوكيل الجمهورية من طرف المتضرر مطالبة التعويض ، هناك عقوبة جنحة أنه تكون حسب المادة 372 من ق.ع.ج من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر وغرامة مالية تقدر ب10000 الى 20000 دج. ونجد عقوبة الاحتيال تتشدد في ظرفين: ظرف يتعلق بالجاني و ظرف يتعلق بالمجني عليه.²

2- الجرائم الواقعة على أمن الدولة:

تعتبر الجرائم الماسة بأمن الدولة من أخطر الجرائم التي تهدد الدولة في كيانها و جريمة التجسس هي إحدى هذه الجرائم التي تصدى لها المشرع الجزائري في قانون العقوبات بكل

¹بوضياف اسمهان، المرجع السابق ص 357

²بوضياف اسمهان، المرجع السابق ص 358

شدة، لكن يبقى هذا النوع من الجرائم يتسم بالخطورة و التطور المستمر مستخدما أساليب حديثة يصعب كشفها خاصة مع التطور التكنولوجي الهائل في جميع المجالات، لهذا من الضروري أن يواكب ذلك تطورا مستمرا في النصوص و الآليات للوقاية و التصدي لجريمة التجسس خاصة أن لهذه الأخيرة صورا متعددة تناولها المشرع الجزائري في بداية الجزء الثاني الخاص بالتجريم من قانون العقوبات و كلها تصدى لها بعقوبة شديدة و هي عقوبة الإعدام، فما مدى نجاعة ذلك لمواجهة هذه الجريمة.¹

ثانيا: الجرائم الواقعة على النظام المعلوماتي

إضافة الى الجرائم المعلوماتية التي تقع باستخدام النظام المعلوماتي هنالك نوع آخر من الجرائم المعلوماتية يمس النظام المعلوماتي ويستهدف إما المكونات المادية للنظام المعلوماتي أو المكونات المنطقية أو المعلومات المدرجة بالنظام المعلوماتي.

1- الجرائم الواقعة على المكونات المادية للنظام المعلوماتي:

يقصد بالمكونات المادية للنظام المعلوماتي بالأجهزة والمعدات التي تستخدم في تشغيله كالكابلات... الخ، ونظرا لطبيعتها المادية لهذه المعدات تكون الجرائم الواقعة عليها تقليدية مثل السرقة وخيانة الأمانة أو الإلتلاف العمدي، مما يترتب عليها خسائر طائلة، وقد حدق هذا على سبيل الذكر هذا النوع من الجرائم في فرنسا بالضبط في مؤسسة كبيرة ومتخصصة في بيع الأنظمة وتوثيق الحسابية والتي قدرت خسارتها ب 5 ملايين فرنك فرنسي.

2- الجرائم الواقعة على المعلومات المدرجة بالنظام المعلوماتي:

تصنف هذه الجريمة من الأكثر انتشارا وخطورة حيث تتم بواسطة الاحتيال على البيانات والمعلومات المدرجة داخل النظام المعلوماتي للآلية وتغييرها أ، إلتافها أو تعديلها. كما عالج المشرع الجزائري مثل هذا الصنف من الجرائم من خلال المادة 394 مكرر من قانون العقوبات التي تنص على " يعاقب بالحبس لمدة 6 أشهر الى 3 سنوات وبغرامة مالية تقدر ب

¹د. بوضياف اسمهان ، المرجع نفسه نفس الصفحة

5000.00 دج الى 20.000.00 دج كل من تلاعب بمعطيات النظام المعلوماتي التي يتضمنها.¹

3- الجرائم الواقعة على البرامج الالكترونية

تتحقق هذه الجريمة بالولوج المادي من جانب الشخص في مركز المعالجة المعلوماتية، أو استخدام أداة إلكترونية معينة تسمح بالتقاط المعلومات والتصنت اليها لدى النظم المعلوماتية الأخرى، بالإضافة إلى إساءة استخدام البطاقة الائتمانية. بالنسبة للحالة الأولى المتمثلة بالولوج المادي في مركز المعالجة المعلوماتية، حيث يستطيع الجاني هنا الاستيلاء على المعلومات المخزنة لدى النظام المعلوماتي بعدة طرق باستخدام آلة الطباعة أو استخدام شاشة النظام، أو الاطلاع على المعلومات بقراءة ما هو مكتوب عليها، أو باستخدام مكبر الصوت، أما الحالة الثانية تكون في حالة إساءة استخدام العميل البطاقة الائتمانية، وذلك عن طريق عدم احترام العميل المصدر إليه البطاقة الائتمانية شروط العقد المبرم بينه و بين البنك، كاستعماله بطاقة ائتمانية انتهت مدة صلاحيتها او تم الغاؤها، اما الحالة الثالثة كما في حالة قيا مسارق باستعمال بطاقة إئتمانية للحصول على السلع والخدمات.²

جدول رقم 1: نماذج عن الجرائم التقليدية والجرائم الالكترونية

الجريمة التقليدية	الجريمة الالكترونية
الاحتيال	الاحتيال على شبكة الاحتيال بالمزاد الالكتروني..الخ
السطو	القرصنة على الإنترنت،الحرمان من الخدمة، الفيروسات
جرائم الأطفال الجنسية	استغلال الأطفال عن طريق الانترنت،المواقع الإباحية
غسيل الأموال	أنظمة الدفع على الشبكة
السرقه	جرائم الهوية وسرقه الملكية

¹أحمد بن مسعود،"جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة الجلفة، المجلد العاشر، العدد الأول ص 486-487

²نمديلي رحيمة، "خصوصية الجريمة الالكترونية في القانون الجزائري والقوانين المقارنة"، المؤتمر الدولي الرابع عشر، طرابلس/ بتاريخ 25-03-2017' ص 100

المطلب الثاني : أسباب الجريمة الإلكترونية وآليات مكافحتها في التشريع الجزائري

الفرع الأول: دوافع الجريمة الإلكترونية

لا تختلف الأسباب الدافعة الى ارتكاب الجريمة الالكترونية عن باقي أنواع الجرائم الأخرى، ومن أبرزها:

1-الدوافع الذاتية: والتي تقوم بجعل الشخص يقوم بارتكاب عدة مخالفات نابعة من حب

الاستطلاع والاستكشاف، والتحدي والرغبة في قهر النظام المعلوماتي وإثبات الذات.

2-الدوافع النفسية: وتكون في شخص لديه خلل نفسي أو مشاكل نفسية تنعكس على السلوك.

3-الدوافع الاجتماعية: وتتمثل في الاختراقات للأجهزة الشخصية والتعرف على نقاط الضعف

لدى الآخرين.

الفرع الثاني: آليات مكافحة الجريمة الإلكترونية

أولاً: مكافحتها بموجب الدستور الجزائري والقانون المدني

بموجب الدستور:لقد كفل دستور الجزائر لسنة 1996 وما طرأ عليه من تعديلات طارئة

بموجب القانون المعدل له سنة 2016 حماية الحقوق الأساسية والحريات الفردية، على ألا

تنتهك الدولة حرمة الإنسان، وقد تم الشرع في تنفيذها وفق نصوص تشريعية أجازها قانون

العقوبات والاجراءات الجزائية وأخرى خاصة والتي تمنع أي مساس بهذه الحقوق، ومن أهم

المبادئ الدستورية العامة ما يلي:

-المادة 38:" الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن مضمونة"

-المادة 44: " حرية الإبتكار الفكري والفني والعلمي مضمونة للمواطن، حقوق المؤلف يحميها

القانون"

- لايجوز حجز أي مطبوع أو بلاغ إعلامي أو تسجيل إلا بأمر قضائي.

حرية البحث العلمي تمارس في إطار القانون.¹

¹بوضياف أسهمان، المرجع السابق، ص 361

1- بموجب القانون المدني: نظرا لما أكد عليه القانون الدستوري حول عدم انتهاك حرمة الانسان وحياته الخاصة، فقد نص المشرع الجزائري على انه لكل من وقع عليه اعتداء غير مشروع في حق من الحقوق الملازمة لشخصيته أن يطلب وقف هذا الإعتداء مع تعويضه عن الضرر الذي ألحق به، في المادة 124 من التقنين المدني الجزائري (كل عمل أيا كان يرتكبه المرء يسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض)، وقد بين هذا النص مبدأ مهما وهو حق من وقع عليه اعتداء في التعويض عما لحق به من ضرر، فالمسؤولية المدنية تترتب بالتعويض ((الفعل الضار هو أساس المسؤولية)) وهو الركن الأساسي الذي تقوم عليه رفع الدعوى القضائية الناتجة عن الإعتداءات الالكترونية التي تمس بخصوصية الفرد على شبكة الانترنت، كما أنه عنصر متحول وغير ثابت مما يصعب إثباته في تحديد الهوية والجاني. وبالتالي المشرع الجزائري أخذ بتأييد المشرع الفرنسي الذي أقام المسؤولية عن الفعل الإلكتروني الشخصي على أساس الخطأ الواجب للإثبات فغير كاف حدوث الضرر الذي يمس خصوصية الفرد بل يجب أن يصل ذلك الفعل الإلكتروني المفتعل على درجة الخطأ الذي ضررا قابلا للإثبات بغض النظر عن أنه ارتكب عن طريق شبكة الانترنت.¹

ثانيا: مكافحتها بموجب قانون العقوبات وقانون الإجراءات الجزائية

لقد تطرق المشرع الجزائري الى تجريم الأفعال الماسة بأنظمة الحاسب الآلي وذلك نتيجة تأثره بما صنعتها النهضة المعلوماتية من أشكال جديدة في الإجرام الإلكتروني مما جعل المشرع الجزائري الى تعديل قانون العقوبات بموجب القانون رقم 04-15 المؤرخ في نوفمبر 2024 المتمم لأمر رقم 22-15 المتضمن قانون العقوبات تحت عنوان " المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات ويتضمن 8 مواد من المادة 394 التي تنص على (يعاقب بالحبس من 3 أشهر الى سنة وبغرامة مالية من 50000 الى 100000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طرق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك). وتضاعف

¹بوضياف أسمهان، المرجع السابق، ص 361

العقوبة اذا تم حذف أو تعديل معطيات المنظومة ، فهنا تكون العقوبة من 6 أشهر الى سنتين بغرامة من 50000 الى 150000 دج وذلك مهما بلغت قاعة المعلوماتية أو طبيعتها.

مكافحتها بموجب القوانين الخاصة:

نظرا لعدم كفاية نصوص قانون العقوبات لحماية الحياة الخاصة من مخاطر التكنولوجيا الحديثة ، سن المشرع الجزائري مجموعة من القوانين لحماية الحياة الخاصة في ظل الجرائم المعلوماتية ، وذلك ابتداء من سنة 2009 الى الآن، تمثلت هذه القوانين في:

1-آليات مكافحة الجريمة الالكترونية في قانون الوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات

الإعلام والاتصال:

لقد حصر المشرع الجزائري في قانون 04/09 من المادة الرابعة منه أربع حالات سمح فيها للسلطات المختصة باللجوء الى مراقبة الاتصالات الالكترونية تتمثل فيما يلي:

- الرقابة من جرائم الإرهاب أو التخريب أو الجرائم الماسة بأمن الدولة.
 - عند توافر معلومات عن احتمال إعتداء على منظومة معلوماتية على نحو يهدد النظام العام أو الدفاع الوطني أو مؤسسات الدولة أو الاقتصاد الوطني.
 - لمقتضيات التحري والتحقيقات القضائية عندما يصعب الوصول الى نتيجة تهم الأبحاث الجارية دون اللجوء الى المراقبة الالكترونية.
 - في اطار تنفيذ طلبات المساعدة القضائية الدولية المتبادلة.¹
- وقد أنشأ المشرع بموجب المادة 13 من هذا القانون هيئة وطنية للرقابة من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، مهمتها كشف وردع هذه الأنواع المستحدثة من الجرائم، ومساعدة السلطات القضائية في التحريات التي تقوم بها من أجل هذه الجرائم بما فيها تجميع المعلومات وانجاز الخبرات القضائية.

¹ انظر Ann Fairpoum : Taxation of Electronic Commerce, Résidence, Tax Journal. May, 1998

الفرع الثالث: موقف بعض التشريعات من هذه الجرائم

في البداية يقول المحامي سعد الدوسري أنه انتشرت مؤخرا مكالمات تدعي أنها من شركات تعمل في مجال الاستثمار المالي في عدد من المجالات وذلك حتى تستدرج الضحايا لتحقيق الربح السريع، مضيفاً أن الكثير منها تعتمد إطفاء صفة رسمية على تعاملاتها عبر المكالمات الهاتفية عن طريق إرسال أوراق مزورة للشخص حتى يتأكد من حقيقة الشركة، إلا أنها في الحقيقة هي ادعاءات لسرقة البيانات الشخصية والمالية.¹

وحذر الدوسري المواطنين والمقيمين من التجاوب مع تلك المكالمات التي تجذب ضحاياها بأرباح استثمارية كبيرة ونسب مالية مرتفعة. وتحاول استدراج كل من ينشيء حساباً مصرفياً جديداً أو يودع وديعة بنكية أو يتواصل مع أي بنك أو مركز مالي بالهاتف للسؤال عن الأرباح.

وأشار إلى أن مكالمات العروض الاستثمارية وهمية وخادعة وليست من مصادر موثوقة. وتستهدف جميع الأعمار ممن لا يعرفون آلية التعامل الصحيحة مع أموالهم، وليست لديهم خبرة كافية في الحفاظ على حساباتهم المالية ورغباتهم الاستثمارية.

وأكد أن قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية حذر من تلك الأفعال من الشركات الوهمية حيث جرم كل فعل بانتحال الصفة والشخصية المعنوية الإلكترونية للشركات والأشخاص الطبيعيين ، حيث نصت المادة 11 منه على أنه يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز 3 سنوات بغرامة تزيد عن (100.000) ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من ارتكب فعلاً من الأفعال التالية:

استخدم الشبكة المعلوماتية أو بإحدى وسائل تقنية المعلومات في انتحال هوية لشخص طبيعي أو معنوي، وتمكن عن طريق الشبكة المعلوماتية أو بإحدى وسائل تقنية المعلومات، من الاستيلاء لنفسه أو لغيره على مال منقول، أو على سند أو بالتوقيع عليه بطريق الاحتيال، أو باتخاذ اسم كاذب أو بانتحال صفة غير صحيحة . وفي المادة 13 نصت أنه يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز 3 سنوات وبالغرامة التي لا تزيد على (500.000) ريال، أو بإحدى هاتين

¹ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، جامعة الإسكندرية ، مصر، ص 358

العقوبتين، كل من استخدم الشبكة المعلوماتية أو احدى وسائل تقنية المعلومات ، في التعدي أو تسهيل التعدي بأي وسيلة، وفي أي صورة، على حقوق المؤلف أو الحقوق المجاورة، حلم الثراء السريع.

ومن جانبها تقول المحامية زينب محمد أن الشركات الوهمية أصبحت منتشرة بشكل كبير ، حيث يتم ايهام المواطنين بأنها شركات قائمة ولديها تراخيص وتغريهم بالأرباح والثراء السريع، لذا لابد من التحقق الجيد أولاً قبل اتخاذ أي خطوة حتى لا يقع الانسان في فخ النصب والاحتيال والاستثمار الوهمي.

ولفتت هذه الأخير الى انه بعض تلك الشركات تلجأ الى مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لنفسه لجذب ضحاياها والايقاع بهم.

مضيفة أن وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة تسببت في وقوع جرائم كثيرة، وقد تكون تلك الشركات داخل الدولة أو خارجها ، ويتخفى مرتكبوها وراء إعلانات مغرية وهي جرائم عالمية. وأشارت أن أغلب الشركات تعمل من خارج دود الدولة حيث أن هناك بعض الدول لا تخضع الشركات فيها الى لرقابة صارمة، وتستطيع مثل هذه الشركات أن توقف نشاطها وتغير اسمها في ساعات وتقوم بفتح شركة أخرى باسم آخر وبحسابات أخرى خلال أيام بعد تحويل الأموال اليها.

وقالت زينب محمد: "أصبحنا نحيا في عالم مزدوج يجمع بين العالم الافتراضي الموازي له على شبكة الانترنت" ، لذلك فإن قانون الجرائم الالكترونية حاصر جميع الأفعال المؤثمة قانونا التي تعد تعديا على الشخصية الالكترونية المعنوية والطبيعية لاسيما الملكية الفكرية والاسم التجاري أو الرمز الالكتروني المستخدم على الشبكة العنكبوتية.

وطالبت المحامية بضرورة عدم الاستهانة بالمكالمات الهاتفية التي ترد من أرقام غير معلومة المصدر وضرورة الابلاغ عنها وتفادي الرد على أرقام غريبة أو الإصغاء للمحتالين عند تقديم عروضهم لكي لا يقعوا تحت طائلة النصب.¹

¹ محمد حسين منصور، المرجع السابق ، ص 360.

وبدوره يؤكد **المحامي عيسى السليطي** عضو مجلس الإدارة جمعية المحامين أن جريمة الاحتيال من أكثر الجرائم انتشارا ، خاصة في ظل انتشار الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لوجود أساليب ملتوية يلجأ اليها المحتالون بحيث يسهل إقناع الضحايا بمصادقية العمل. وقال: تكمن خطورة جرائم النصب والتحايل على القانون في أن المجني عليه لا يدري بها إلا بعد وقوعها بفترة ، وقد يتأخر في الإبلاغ عنها، مضيفا أن هذا النوع الجرائم يقف وراءه دافع الطمع والربح السريع وعدم مراعاة القانون.

وحذر **السليطي** من التفاعل والتواصل مع هذه الأنواع من الروابط الالكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي تحت شعار الكسب السريع بمبالغ خيالية وغير متوقعة، ونوه كذلك الى تفادي مثل هذه المواقع التي تروج للتعاملات الاستثمارية الوهمية ولا وجود لها والمنافية للقانون. كما أّح وأكد أن الشركات الفعلية والحقيقية منطقيا سيكون لجيها ترخيص موثق معتمد إضافة الى قانون تأسيسها موافق للقانون وهذا ما يضمن للمتعامل معها حقوقه وأمواله ، وبالتالي يكون لديه مرجع رسمي وقانوني يمكنه اللجوء اليه في حالة حدوث مشكلة ما ومقاضاته.

المبحث الثاني: ظهور وتطور جرائم الشركات الوهمية في التسويق الإلكتروني

والهرمي

ترجع فكرة الشركات الوهمية والاحتيال من خلالها عن طريق التسويق الإلكتروني الهرمي الى نظام بونزي نسبة الى مؤسسها الإيطالي تشارلز بونزي، فبينما عمد البعض التسويق لأدوية مزيفة وانتحال صفات شخصيات مرموقة عن طريق تزوير هوياته، فضل آخرون إنشاء مؤسسات غريبة كان الهدف منها التحايل على الأمريكيين لسرقة أموالهم. ومن ضمن هؤلاء الشخصيات المتحايلة برز اسم رجل تعود أصوله إلى ايطاليا تشارلز بونزي الذي ظهرت بفضل طريقة الاحتيال الشهيرة المعروفة باسم سلسلة بونزي والملقبة أيضا بهرم بونزي ولعبة بونزي.¹

¹ مقال بقلم طه عبد الناصر رمضان، بتاريخ 29-12-2021، من موقع <https://www.alarabiya.net>

في الآونة الأخيرة ، وبالتوازي مع زيادة الإهتمام بالعمليات المشفرة، عادت إلى الواجهة مجددا قضية التسويق الهرمي والمعروفة أيضا بخدعة" بونزي" نسبة إلى مبتكرها "تشارلز بونزي" الذي هادر إلى الولايات المتحدة الأمريكية بداية القرن العشرين بعد أن كاد يسجن في موطنه جراء عمليات احتيال متتالية فاشلة.

ورغم مرور أكثر من قرن على هذه الخدعة، فإن خطة الاحتيال هذه مازالت تلقى رواجاً كبيراً إلى يومنا الحالي، وخصوصاً بين صفوف الأشخاص الذين يحملون بالثراء الفاحش السريع والسهل، والذين ينتمون إلى فئة الخريجين والعاطلين عن العمل أو الموظفين محدودي الدخل. ومن خلال ترويجها لطرق الإستثمار متنوعة ومختلفة قد تكون شرعية، تستمر خدعة الثراء السريع، التي لا تتطلب خبرة أو مستوى تعليمي، في تدمير حياة الكثير من الأشخاص رغم شعارها المتمثل في الفوز للجانبين الذي يبدو جاذباً في البداية لكنه محكوم عليه بالفشل في كل مرة.¹

المطلب الأول: ظهورها في الجزائر والدول الأخرى

قصد التحدث عن ظهور جرائم هذه الشركات الوهمية، قمنا بتقسيم هذا المطلب إلى ثلاثة فروع، ظهورها في الجزائر (فرع أول)، وكذلك إنتشارها في بعض الدول (مطلب ثاني)، وأخيراً قمنا بذكر أمثلة عن ضحايا جرائم هذه الشركات الوهمية.

الفرع الأول: ظهورها في الجزائر

لقد كان لجائحة كورونا تأثير كبير في حياة كثير من الجزائريين، وأدت القيود الصحية التي فرضت علينا بدافع الوقاية والسلامة من هذا الخطر، والحد من هذا الفيروس الذي بدوره ساهم في ارتفاع حاد في خسائر الوظائف وعدم توفير الدخل وتحديد القدرة المالية للمواطن ، مما كان إدراكاً للكثيرين على أنهم داخل فجوة الفقر وصعب عليهم توفير لقمة العيش ومواجهة شبح ارتفاع الأسعار ، وعليه أصبح كسب قدر من المال حلم بالنسبة للبعض، أو بعبارة أخرى ، من استطاع الحصول على المال فقد استطاع ضمان طوق نجاة لنفسه، فالجميع يريد أن يعيش.

¹ مقال منشور بتاريخ 20-12-2020، من موقع <http://www.trtarabi.com>

وعليه، سنأخذ مثال لشركة كيونت بعنابة-الجزائر كمثال حي عن هذه الشركات الوهمية كنموذج ميداني واقعي.

تهدف هذه الدراسة إلى فهم آلية عمل الشركات الوهمية تحت غطاء التجارة الالكترونية كحالة شركة QNET في ولاية عنابة، وتبيان مخاطر التسويق الهرمي على الزبون الجزائري، لأن التسويق الهرمي نموذج عمل غير مشروع، هدفه جمع المال من المشتركين أو المستهلكين لمنتجاتها والذين يمثلون في الوقت ذاته عملاء يروجون للشركة والانضمام بها مشروط بدفع مبلغ مالي، لكن يجهل المستهلك أي العميل أن المستفيد الأكبر هو المتواجد في رأس الهرم، وأنه لن يسترجع رأس ماله إلا اكتمال سلاسل الدرجة الخامسة الموائية له، وأنه لن يتحصل على أرباح إلا عند اكتمال السلاسل السفلية الموائية لما قبلها، وعليه تكمن الفلسفة التسويقية للشركة في اقناع رأس السلسلة طرفين بالاشتراك والمساهمة بمبلغ مالي مع الوعد بإعطائه خدمات وربح رمزي إن استطاع اقناع أشخاص آخرين بالاشتراك بعده في الشركة، من خلال شراء سلعة معينة وكل مشترك يقنع من بعده بالاشتراك وهكذا.¹

عن «كيونت».²

هي شركة أجنبية وواحدة من شركات التسويق الهرمي (Pyramid Scheme)، المحظور في كثير من الدول، التي تتلظى خلف ستار التسويق الشبكي المشرع قانوناً، من باب التحايل على القانون. الشركة تمارس ظاهرياً نوعاً من عمليات التسويق، غير أنها تقوم في الواقع باستخدام بعض المنتجات والعروض (ساعات، أحجار لإبعاد الطاقة السلبية، إقامة في فندق)، لتغطية العمليات الاحتيالية اللاحقة. وخطورتها تكمن باستهداف أشخاص قليلي الخبرة والحكمة، أو من يعانون من صعوبات مادية، فتغريهم بالربح السريع. أما المستفيدون، فيترّبعون على رأس «الهرم» ويحققون أرباحاً طائلة. وكون عمل الشركة يرتكز أساساً على السرية والتسويق

¹ مقال بقلم ملياني نادية، Annale de luniversité d'Alger, volume 34, numero 1, pp 717-735، بتاريخ

<https://www.asjp.cerist.dz> من موقع 2020-03-31

² مقال بقلم كارين عبد النور، ضحايا «كيونت»، بتاريخ 2023-11-30، 02.00، من موقع

<https://www.nidaalwatan.com>

الشفهي، فهي لا تسدّد أي ضرائب للدولة. وفي حين تنشط في أماكن مثل دبي وتركيا وماليزيا كما في دول تنشط فيها عمليات تبييض الأموال، حظرت دول أخرى عملها، كالسعودية والهند وتوغو ونيجيريا.

1- الفئات المستهدفة بالاحتيال:

إن معظم ضحايا التوظيف الوهمي لا يبلغون الأمن بسبب عدم وجود إثبات يمكنهم من استرجاع حقوقهم، أي المبالغ المالية التي يودعونها للحصول على التكوين أو التوظيف الوهميين، كما تشير الدراسات إلى أن انتشار إعلانات الوظائف في ظل غياب الرقابة، بالتوازي مع تزايد أعداد الباحثين عن عمل إذ بلغت نسبة البطالة 12 بالمئة خلال عام 2021 خاصة بين خريجي الجامعات والمعاهد أو المهتمين بالأعمال التجارية الحرة، وهي الفئات الأكثر استهدافاً من قبل الشركات الوهمية.¹

الفرع الثاني: ظهورها في بعض الدول

وفقاً للإحصاءات الرسمية، تتلقى لكسمبورغ، البلد الذي يبلغ عدد سكانه 600 ألف نسمة، استثمارات أجنبية مباشرة تعادل ما تتلقاه الولايات المتحدة وتتجاوز بكثير ما تتلقاه الصين من هذه الاستثمارات. والاستثمارات الأجنبية المباشرة التي تبلغ قيمتها 4 تريليون دولار يف لكسمبورغ تعني أن نصيب الفرد من هذه الاستثمارات 6.6 مليون دولار. ومن المؤكد أن وجود استثمارات أجنبية مباشرة بهذا الحجم الذي يعكس حجم الاستثمارات التقليدية يف اقتصاد لكسمبورغ الصغير للغاية. فهل هناك خطأ يف الإحصاءات الرسمية أم أن هناك شيئاً آخر ينبغي أن يؤخذ يف الاعتبار؟ وغالباً ما يكون الاستثمار الأجنبي المباشر جمركا مهماً للتكامل الاقتصادي الدولي الحقيقي، إذ يؤدي إلى تحفيز النمو وخلق فرص العمل وزيادة الإنتاجية من خال انتقال رؤوس الأموال والمهارات والتكنولوجيا. لذلك، يضع العديد من البلدان سياسات جاذب المزيد من هذا الاستثمار. لزيادة الإنتاجية. ففي الواقع العملي، يُعرّف الاستثمار لكن ليس كل استثمار أجنبي مباشر يجلب رأس المال اللازم الأجنبي

¹ مقال بقلم ايمان الطيب، بتاريخ 13-02-2023، من موقع <https://www.alaraby.co.uk>

المباشر بأنه الاستثمارات المالية العابرة للحدود بين الشركات التي تنتمي إلى نفس المجموعة متعددة الجنسيات، والكثير من هذه الاستثمارات وهمي بطبيعته هذه الشركات الوهمية، التي يُطلق عليها أيضا الكيانات — فهي استثمارات تنتقل عبر شركات وهمية. وال تقوم ذات الغرض إخلاص، بأي أنشطة تجارية حقيقية، بل تقوم بأنشطة الشركات القابضة، أو بتقديم تمويل داخلي، أو بإدارة أصول غير ملموسة — غالبا بهدف تقليل الفاتورة الضريبية العمالية للشركات متعددة الجنسيات. وتؤدي هذه الهندسة المالية والضريبية إلى عدم وضوح إحصاءات الاستثمار الأجنبي المباشر التقليدي وصعوبة فهم التكامل الاقتصادي الحقيقي.¹

1- الجريمة الالكترونية في المجتمع الليبي والتشريعات القانونية:

- الجريمة الالكترونية في ليبيا:

تعددت الجرائم الالكترونية في ليبيا وفق النظرة التي نظر من خلالها المختصين والباحثين بهذا المجال، والتي في الواقع تعاني منها أغلب البلدان بصفة عامة، وفي ليبيا بشكل خاص، ومن هذه الجرائم نجد ما يلي:

- جريمة استنساخ برامج الحاسب الآلي والمتاجرة فيها، وتكون هذه الجريمة إما بنسخ البرامج من مواقع الشركات من أشخاص يعملون فيها ثم يقوم بوضعها في أقراص ممغنطة أو أسطوانات أو بيعها، أو من برنامج متداول في السوق فيقوم الشخص بكسر حماية الملكية ويتم إنشاء نسخة منه ثم يبدأ بنسخه إلى نسخ متعددة وبيعه، وكذلك يمكن أن يقوم شخص بأخذ برامج من الانترنت دون إذن من الشركة المنتجة، ويقوم بجمعها ثم نسخها على أقراص وبيعها في السوق بطريقة غير مشروعة.
- تحميل برمجيات مضادة للفيروسات غير أصلية و مقرصنة من الانترنت.
- قرصنة الأناشيد والأغاني والأفلام والحصص الوثائقية والدروس وإعادة نشرها عن طريق النسخ على أقراص مضغوطة.

¹ توماس إلكير، يانيك دامغارد، نيلز جوانسن، بتاريخ سبتمبر 2019، من موقع

<https://www.imf.org/external/arabic/pubs/ft/fandd/2019/09/pdf/damgaard.pdf>

- الدخول الغير مصرح به لشبكة الانترنت المتاحة بواسطة الماي فاي من منظمات تتسرب منها كلمات السر الممنوحة للموظفين فيها، مما يسمح لبعض المجرمين الالكترونيين بالدخول الى شبكة الانترنت مجانا واستتساخ برامج بطرق غير شرعية.

- التزوير والانتحال، حيث أنه مع تطور التكنولوجيا وظهور الأنظمة الحاسبة الآلية بمختلف أنواعها مثل: طابعات الليزر والمساحات المتقدمة وغيرها، قد ساهمت بشكل كبير في تسهيل تزوير البيانات والمعلومات التي تحتوي عليها هذه الأنظمة، كالبيانات المتعلقة بالميلاد والوفاة وجواز السفر و رخصة القيادة...الخ.

- التشريع الليبي في مجال الجرائم الالكترونية:

في الواقع لا يوجد أي تشريع في ليبيا للوقاية من الجرائم الالكترونية المتصلة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأمن المعلومات، يوجد فقط مسودة قانون لمكافحة الجرائم الإلكترونية(المعلوماتية) تقدمت بها وزارة العدل لمجلس النواب لم يناقشها بعد ويصادق عليها. لهذا، لم يظهر في القانون الليبي تشريع خاص يحدد الجرائم الإلكترونية أسوة بالتشريعات المقارنة، وإن كان لهذا النوع من الجرائم دلائل ظهرت في نصوص القانون رقم 3 سنة 2014 الصادر عن مجلس النواب، كنص المادة الأولى في تحديد مفهوم الأموال، ونص المادة الثانية تحديد العنب الإرهابي ونص المادة 15 والمادة 17 من قانون مكافحة الإرهاب.¹ لقد حان الوقت لتدخل المشرع الليبي لمكافحة الجرائم الإلكترونية ، وذلك بالنص تجريم الاعتداء على المال المعلوماتي المعنوي سواء بالنص على كل جريمة على حدى ، أو أن يقرر التجريم بنص واحد ، يشتمل بالحماية الجنائية كل صور الاعتداء، السرقة أو الإتلاف وغيرها(المطردى 2012، .

-الجريمة الالكترونية على ضوء التشريع المغربي:

إن المغرب بحكم موقعه الاستراتيجي لم يستطع البقاء بمعزل عن التعامل على مستوى التشريع مع ظاهرة المعلوماتية التي تعتبر رافدا للعولمة، وكذا إقامة علاقة الشراكة وخاصة مع الاتحاد الأوروبي الذي منح المغرب وضعاً متقدماً، ومن ثم وعلى غرار ما انتهجته العديد من التشريعات المقارنة، ومواكبة منه للاتفاقيات الدولية والاتفاقات العالمية ، اضطر والمشرع المغربي إلى سن تشريع يتلاءم وخصوصية الجريمة المعلوماتية انسجاماً مع مبدأ الشرعية الجنائية” بعد أن أبان

¹ الغريز نعيمة(2018)، أستاذة القانون العام المساعد، الجامعة المفتوحة، طرابلس، ليبيا.

الواقع عن أزمة واضحة في تكييف هذه الأفعال المستجدة طبقا لقواعد التقليدية للقانون الجنائي، وقد أطلق عليه تسمية "المس بنظم المعالجة الآلية للمعطيات".¹

ونشير في هذا المقام إلى أن هذا القانون يمثل الإطار الأساسي الرائد لمحاربة الجرائم المعلوماتية في المغرب، علما أن أغلب المغاربة المستعملين للشبكة العنكبوتية الانترنت. لا يعلمون بوجوده"، رغم أنه يدخل في إطار الجهاز (النظام) الخاضع للمعالجة الآلية للمعطيات -موضوع الدراسة-، والذي يمكن أن نطلق عليه القانون الجنائي المعلوماتي". وفي هذا الإطار فإن الجهاز (النظام) قد يشكل أداة لارتكاب الجرائم الماسة المعالجة مالية للمعطيات كاستعمال وثائق معلوماتية مزورة أو مزيفة، العرقلة العمدية لسير نظام المعالجة الآلية للمعطيات أو إحداث خلل فيه، للمشاركة في عصابة أو اتفاق لأجل إعداد لواحدة أو أكثر من هذه الجرائم [2]. كما أن الجرائم المعلوماتية بصفة عامة قد تأخذ أوصافا أخرى إذا ارتبطت نطاق آخر، فتصبح بذلك وسيلة لتنفيذ عدد كبير من الجرائم منها الجرائم الإرهابية (الإرهاب الإلكتروني)، التجسس الإلكتروني، سرقة المال المعلوماتي، الدخول إلى مواقع محجوبة، القرصنة، الجرائم المنظمة، غسيل الأموال، جرائم التغيرير والاستدراج، (وهي من أشهر الجرائم الإلكترونية وأكثرها انتشارا خاصة بين أوساط القاصرين) تشهير وتشويه السمعة في المواقع الإلكترونية، اختراق البريد الإلكتروني للأخرين، تزوير التوقيع الإلكتروني، السطو على أرقام البطاقات الائتمانية، الاختلاس من البنوك، تزوير وثائق ومستندات مالية.²

إن الخصوصيات التي تطبع الجرائم المعلوماتية سواء من حيث طبيعة مرتكبها أو من حيث المضمون أو من حيث التطبيق القضائي تطرح أمامنا تساؤلات أساسية حول الكيفية التي تعامل بها التشريع المغربي من أجل إحتواء هذا النوع من الجرائم سواء من خلال تبني النصوص المجرمة الكفيلة بتحقيق استراتيجيات موازية ترمي إلى خلق تنسيق بين مختلف

¹ القانون رقم 07.03 المتعلق بمس النظم المعالجة الآلية للمعطيات الصادر في 16 رمضان 1424 الموافق ل 11 نوفمبر 2003، الجريدة الرسمية عدد 5171 بتاريخ 12-22-2003 ص 4284.

² محمد جوهر، خصوصيات الإجرام المعلوماتي، المجلة المغربية للقانون والإقتصاد والتدبير، العدد 52

الأجهزة المعنية من أجل مواجهة هذه الجرائم، كما يمكن التساؤل عن الخصوصيات التي تميز هذا النوع من الإجرام على المستوى التطبيق العملي.¹

للإجابة على هذه التساؤلات سنعمد إلى تقسيم هذا الموضوع إلى محورين في (الأول)، وسنتناول خصوصيات الجرائم المعلوماتية من حيث المضمون ثم نتطرق في (الثاني) إلى دراسة الخصوصيات التي تطبع جانب التطبيق القضائية بشكل عام.

• المضمون:

إن هناك تعددا في الصور والمظاهر التي تأتي وفقها الجريمة المعلوماتية وذلك بحسب الغايات المرجوة من هذه الجريمة وبحسب خطورة ومهارات مرتكبها أو مرتكبيها وبحسب قدرتهم أيضا على ارتكاب بعض صورها دون البعض الآخر.

ولاحتواء مختلف هذه الصور وتقنينها في قالب قانوني يتم الاستناد عليه عند كل متابعة محتملة وفقا لمبدأ الشرعية الجنائية، لم يعتمد المشرع المغربي إلى إصدار قانون مستقل بهذه الجرائم بل اعتمد كالمعتاد على إدخال تعديل على مجموعة القانون الجنائي لسنة 1962 وعلى تضمين بعض النصوص الخاصة لبعض التطبيقات المتعلقة ببعض صور هذه الجريمة.²

وفي هذا الإطار جاء القانون رقم 07.03 المتمم لمجموعة القانون الجنائي والمتعلق بجرائم المس بنظم المعالجة الآلية للمعطيات، وكذا بعض المواد المضمنة بكل من قانون حماية المعطيات الشخصية وقانون التبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية وقانون حماية الملكية الفكرية الأدبية ومدونة الجمارك والضرائب المباشرة.

¹ علال فالي، "خصوصية الجريمة المعلوماتية"، مقال بمجلة القضاء التجاري القاني لسنة 2013/ ص 123

² علال فالي، نفس المرجع، ص 124

أولاً : على مستوى صور الجريمة الإلكترونية بالقانون الجنائي:

إنبنى تدخل المشرع المغربي لتميم مجموعة القانون الجنائي بمقتضيات مجرمة لمختلف الأفعال الجرمية الماسة بنظم المعالجة الآلية للمعطيات وذلك بمقتضى القانون رقم 07.03 لسنة 2003¹ على ثلاثة أسباب رئيسية وهي:

أ- مواكبة مجموعة القانون الجنائي مع المقتضيات التي أتى بها القانون المتعلق بمكافحة الإرهاب، بحيث تم تضمين اللائحة المنصوص عليها بالفصل 1-218 الذي أضيف لمجموعة القانون الجنائي بمقتضى قانون مكافحة الإرهاب، الجرائم المتعلقة بنظم المعالجة الآلية للمعطيات باعتبارها أفعالاً إرهابية إذا كانت لها علاقة عمداً بمشروع فردي أو جماعي بهدف المس الخطير بالنظام العام بواسطة التخويف أو الترهيب أو العنف، والحال أن مقتضيات المجموعة الجنائية لم تكن تتضمن آنذاك فصولاً خاصة بالجرائم الماسة بنظم المعالجة الآلية للمعطيات وبالتالي كان المشرع ملزماً إلى حد ما بإصدار قانون 07.03 من أجل المواءمة والتناسق في مقتضيات مجموعة القانون الجنائي.

ثانياً: ملء الفراغ الذي كانت تعرفه مجموعة القانون الجنائي في هذا الإطار، والذي خلق عدة إشكالات عملية بالنسبة للقضاء المغربي الذي وجد نفسه عاجزاً في العديد من النوازل على إيجاد أساس قانوني للمتابعة والمؤاخذة وتطبيق العقاب الملائم على مرتكبي الأفعال الإجرامية المشكلة لبعض صور الجريمة المعلوماتية بحيث تم في حالات عدة تبرئة مرتكبي بعض هذه الأفعال استناداً لمبدأ الشرعية القانونية الذي يفرض عدم مؤاخذة أحد على فعل لا يعد جريمة بصريح القانون ولا معاقبته بعقوبات لم يقرها القانون.

ومن هنا القضية التي عرضت على المحكمة الابتدائية بالدار البيضاء أنفاً والمتعلقة بقيام بعض مستخدمي المكتب الوطني للبريد والمواصلات بتسهيل إجراء تحويلات هاتفية لفائدة بعض المشتركين بصورة غير مشروعة، حيث تمت متابعة هؤلاء المستخدمين على أساس الفصول 505 و 241 و 248 و 251 و 129 من مجموعة القانون الجنائي وتمت إدانتهم من طرف

¹ يتعلق الأمر بالقانون 07-03 الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم 1.03.197 الصادر في 165 من رمضان 1424 (11 نوفمبر 2003) والمنشور بالجريدة الرسمية عدد 5171 المؤرخة في 22 ديسمبر 2003 ص 4284 والذي تم مجموعة القانون الجنائي بالباب العاشر من الكتاب الثالث، وتضمن الفصول من 607-3 إلى 607-11

المحكمة بمقتضى الحكم رقم 4236/4 الصادر في 13 نونبر 1985 في الملف الجنحي التلبسي عدد 73831/85، على أساس الفصل 521 من ق.ج. المتعلق بالاختلاس العمدي لقوى كهربائية أو أي قوى ذات قيمة اقتصادية، لكن محكمة الاستئناف بالدار البيضاء قضت بإلغاء الحكم الابتدائي والحكم ببراءة المتهمين لعدم تناسب التكييف القانوني مع طبيعة الفعل الجرمي المرتكب.

كما عرضت على نفس المحكمة قضية أخرى تتعلق بقيام زبون إحدى البنوك بسحب مبالغ مالية لا يتوفر عليها رصيده البنكي عن طريق الاستعمال التلبسي لبطاقة الأداء التي يتوفر عليها حيث صدر فيها الحكم رقم 1/167 الصادر في 5 يناير 1990 في الملف الجنحي التلبسي عدد 89/14209 الذي أدانته بثلاثة سنوات حبسا على أساس الفصلين 540 و 547 من ق.ج. المتعلقين بالنصب والخيانة الأمانة، لكن محكمة الاستئناف قضت مرة أخرى بتبرئة الزبون المحكوم عليه على اعتبار أن العناصر المكونة لكل من جريمة النص والاحتيال وخيانة الأمانة غير متوفرة في النازلة.

ومن أجل هذا الفراغ القانوني وتجاوز القصور الذي كانت تعرفه النصوص القديمة كان المشرع المغربي ملزما بإصدار مقتضيات مجرمة لمختلف صور الجريمة الإلكترونية احتراما لمبدأ الشرعية القانونية وخلق أساس قانوني صريح وواضح يمكن القضاء من متابعة ومؤاخذه مرتكبي تلك الأفعال الجرمية ؟

ثالثا: مواءمة التشريع الجنائي المغربي مع الاتفاقيات الدولية والإقليمية ومع مواقف التشريعات الأوروبية وخاصة التشريع الفرنسي، بحيث استفاد المشرع المغربي كثيرا من التطور التشريعي والقضائي الذي عرفته فرنسا في هذا الصدد. ولهذا جاء الباب العاشر من الجزء الأول من الكتاب الثالث من مجموعة القانون الجنائي المغربي.

ينظم المعالجة الآلية للمعطيات شبيها إلى حد كبير مع الباب الثالث من القسم الثاني من الكتاب الثالث من المدونة الجنائية الفرنسية والمتعلقة بالمساس ينظم المعالجة الآلية للمعطيات والمتضمن للمواد من 1-323 إلى 1-323-7.¹

وقد صادق مجلس الحكومة المغربية في 20 دجنبر 2012 على مشروع القانون رقم 12-136 الذي وافق بموجبه على اتفاقية "بودابست" المتعلقة بالجريمة الإلكترونية وكذا على برتوكولها الإضافي الموقع بستراسبورغ في 28 يناير 2003 بشأن تجريم الأفعال ذات الطبيعة العنصرية وكراهية الأجانب التي ترتكب عن طريق أنظمة الكمبيوتر.²

عموما لا تخرج صور الجريمة المعلوماتية التي تم تجريمها بمقتضى قانون 07.03 عن أربعة صور رئيسية يمكن أن تأتي مترابطة فيما بينها أو مستقلة عن بعضها البعض بحيث يكفي لتوقيع العقوبات المقررة لها ارتكاب إحدى هذه الصور فقط أو فعل من الأفعال المكونة وهذه الصور هي:

الدخول أو البقاء بشكل غير قانوني في نظام المعالجة الآلية للمعطيات.³
الفرع الثالث: أمثلة عن ضحايا جرائم الشركات الوهمية

أكثر من 60 ألف جزائري تم تجنيدهم لعملية التسويق الشبكي وهذا حسب تقديرات بعض المختصين في الاقتصاد، ويعود السبب الى عدم عثورهم على وظائف في الشركات المحلية فتوجهوا الى هذا النوع من التجارة التي أسقطت الشباب في فخ النصب والاحتيال عن طريق الانترنت وأكثر تطبيق متداول في العالم ما يسمى "بالفايسبوك" حيث كان لجائحة كورونا الأثر الأكبر في تعزيز وتوسع النشاط التسويق الشبكي ودخول الشركات الوهمية الاحتيالية على حياة الناس لتكون مصباح تحقيق الأحلام لهم.

" كن مليونيرا في وقت قصير " شعار التجارة الالكترونية وطعم لضحاياها.

¹ علال فالي: المرجع السابق، ص125

وبخصوص هذا الموضوع، أكد لنا رئيس المنتدى الجزائري للتصدير والاستيراد والتجارة الدولية والاستثمار، أن العديد من الشركات الأجنبية التي تعمل بالتسويق الشبكي، تمكنت خلال جائحة كورونا من استقطاب الكثير من الجزائريين بمختلف الأعمار والمستويات، ومن دون شك، فئة الشباب هي الفئة الطاغية بحكم قدرتهم على التحكم في الانترنت، موضحاً أن التجارة الإلكترونية شكلت صدى واسعاً في فترة الحجر الصحي بين 2020-2021.

كما أكد على أن التسويق الإلكتروني نشاط يعتمد على الانترنت فقط الأمر الذي جعل شركات التسويق تستغل هذا الظرف الاستثنائي وتقوم باستغلال البطالين والمحتاجين بإغرائهم طمعاً في دخل إضافي وسريع، حيث أدى ذلك إلى توسع التسويق الشبكي وضمه فئة واسعة من الشباب الجزائري الذين كانت وظائفهم مجرد أعمال بسيطة تدهورت بسبب الجائحة.¹

والذين كان لهم دور كبير في هذه المهمة هم أشخاص ناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي عبر منصة يوتيوب أو فايسبوك وإظهارهم لمقتطفات عن كيف أصبحت حياتهم من خلال هذه الأرباح الهائلة وهو الشيء الذي جعل الشباب يندفعون نحو هذا العالم الافتراضي والمجرب. كما يقومون بدعوتهم لإجراء مقابلات خاصة مع شخصيات على أساس التوضيح والتعريف وهي مجرد أكاذيب وتلفيقات وصور وفيديوهات عن امتلاكهم سيارات فاخرة وحسابات مليئة بالمال حتى يقتنع الشخص ويغوص في تجربة النصب والاحتيال.

كما صرح أن الدعاية والاعلانات المقصودة للتسويق الإلكتروني من طرف عدة شركات أمريكية، صينية، ماليزية، تونسية، وحتى جزائرية استحوذت على منصات التواصل الاجتماعي مستغلة الظروف السيئة التي عانى منها الكثير من الجزائريين، حالة البطالة وارتفاع الأسعار.

¹ ب. يعقوب، بتاريخ 03-09-2023، من موقع <https://www.echoroukonline.com>

ب خدعة صدقها الآلاف:

وعلى ضوء هاته الخدعة التي أضحت آفة الكترونية اجتماعية نظرا للإقبال الكبير على ممارستها، كشف لنا السيد **يونس قرار** وهو خبير في تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن وجود عملاء للكثير من الشركات الاحتيالية تابعين لها وتحت تصرفها والتي تعتمد على تسويق منتجات غالبا تافهة ولا قيمة لها للمستهلك الجزائري حيث اكتشف وجود **60 ألف جزائري** مدربين على التسويق الشبكي أو البيع مباشرة للزبون، كما برهن لنا عن وجود 4 شركات كبرى لديها وكلاء في الجزائر لتقوم بعملية البيع في كل من **اندنوسيا وماليزيا وتونس وتركيا والهند**، وهذا ما يؤكد سرعة انتشار مثل هذه الشركات الوهمية في العالم.

التسويق الشبكي أو الهرمي... واجهة للاحتيال المالي مازالت ناجحة منذ **100 عام**، فرغم كشف وفضح خدعة التسويق الهرمي منذ أكثر من قرن، إلا أنها قامت بالظهور مرة أخرى لتجد من تجنده للقيام بعمليات البيع الوهمي بدلا من بيع المنتجات في حد ذاتها. فالعملية بحد ذاتها ماهي إلا حلقات مفرغة من زبائن يجذبون زبائن آخرين ضمن منظومة احتيال كبيرة.

وعلى سبيل المثال وكى تتوضح الصورة أكثر، سنتناول مثال حي عن هذه الشركات الوهمية والمجرفة في حق الأشخاص الذين نصبت عليهم المتمثلة في " شركة بابا للسلع الالكترونية وشركائه" كالتالي:¹

- مثال 1:

المحكمة العليا تعيد محاكمة " بابا للسلع وشركائه": قررت مؤخرا المحكمة العليا إعادة فتح ملف "بابا للسلع الالكترونية"، أمام مجلس قضاء وهران مجددا، بتشكيلة قضائية مغايرة، وذلك بعد قبول طعن النيابة العامة، التي ارتأت نقض القرارات الجزائية الصادرة عن محكمة

¹مقال بقلم ب.يعقوب، المرجع السابق، ص 20.

الاستئناف في حق 6 أشخاص، يشكلون شبكة للنصب والاحتيال، راح ضحيتها أكثر من 3900 شخص من 50 ولاية في الفترة الممتدة بين 2020 و 2021.¹

- مثال 2:

أطاحت الفرقة الإقليمية للدرك الوطني ببلدية السطارة ولاية **جيجل** مؤخرًا، بشبكة خطيرة تنصب على الشباب تحت اسم شركة اجنبية تدعى «كيونات» «QNET» للتسويق الشبكي والسياحة ومواد التجميل وغيرها، متورط فيها 7 أشخاص بينهم طالبان جامعيان من ولاية «تقرت» و«وادي سوف».

عناصر الشبكة كانت تختار الضحايا بعناية عن طريق وساطات لإغرائهم بأرباح مذهلة ورحلات للخارج سيما ماليزيا مقابل دفع مبالغ مالية معتبرة من 15 مليون فما فوق، كما كانوا يحرصون على أن يمنح الضحية قائمة من أصدقائه بمعلومات عن كل واحد ليختاروا منهم من سيكون الضحية بعد تحليل لشخصياتهم وحذف من يرون بأنه ذكي ويستفسر كثيرا وقد يفسد خطتهم، كما كانت الشبكة تعتمد سيناريوهات تمثيلية أمام الضحايا لبعض الشباب الذين استفادوا من أرباح طائلة، وصور عن ذهاب عناصر الشبكة في رحلات لماليزيا وغيرها. غالبا ما كان الضحايا يتحولون إلى متهمين بعد استدراج أقاربهم للشركة الوهمية التي يجمع أصحابها المال في ظرف قصير ثم يغادرون البلدية أو الولاية، ليبقى الصراع بين الضحايا سيما وأن كل ضحية يتحول إلى متهم لأنه السبب في إدخال الآخرين باعتباره من يقدم المبالغ للشبكة.

وقد بلغ عدد الضحايا . حسب تحقيقات عناصر الدرك الوطني ببلدية السطارة . 22 ضحية دون الحديث عن ضحايا آخرين في بلديات أخرى بالولاية، حيث سلب منهم مبلغ مالي يقدر بحوالي 900 مليون سنتيم، وكان عناصر الشبكة يستغلون مقر إحدى الجمعيات المحلية للالتقاء مع تورط منتخب محلي سابق بالولاية في القضية، وقد تمت إحالة ملف القضية على العدالة للنظر في القضية في الأيام المقبلة وكانت محكمة **الطاهير**، قد نظرت مؤخرا في قضية مماثلة وإدانة المتهمين بـ3 سنوات سجنا نافذا. للإشارة أيضا فإن هناك أصحاب محلات وحتى جمعيات متورطين لتعمدهم أو جهلهم بكراء مقراتهم لأشخاص بدون وثائق، مما يعني أن

¹ مقال بقلم ب. يعقوب، المرجع السابق، ص 21.

صاحب البناية يتحمل النشاط الذي يكون بها إلا إن كان هناك عقد موثق مع المستأجر. مصادر «المساء» أشارت إلى أن المصالح الأمنية بصدد التحقيق في قضايا مماثلة حول نصب واحتيال شبكات بأسماء شركات وهمية تبغ الوهم للشباب اللاهث وراء منصب عمل، أو لأشخاص يبحثون عن الربح السريع بعدة بلديات لاسيما ببلدية جيجل.¹

المطلب الثاني: العلاقة بين الجرائم الإلكترونية والشركات الوهمية

لعل أكثر الجرائم الإلكترونية انتشارا، جريمة النصب و الاحتيال الإلكتروني التي تمارسها الشركات الوهمية عبر التسوق الإلكتروني على الشبكة و مختلف المواقع و الصفحات. و لا شك أن الاحتيال الإلكتروني الذي تمارسه الشركات الوهمية أشد خطورة من الإحتيال التقليدي، لأن الشركات الوهمية عبر الأنترنت تستطيع استهداف جمهور كبير من الناس و هو ما لا يمكن توفره في غير هذه التقنية.²

كما أن الشركات الوهمية تستطيع ممارسة احتيالها من أي مكان دون الحاجة إلى مقر بعيدا عن الضحايا، فقط باستعمال الكمبيوتر، إذ تقل نسبة المخاطرة في هذه الجرائم و تكاد تكون معدومة.

تستوجب معرفة العلاقة بين الجرائم الإلكترونية و الشركات الوهمية دراسة جريمة النصب و الإحتيال الإلكتروني التي تمارسها هذه الأخيرة و على هذا الأساس تم تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، تعريف و أركان جريمة النصب الإلكتروني (فرع أول)، و الجزء المقرر لجريمة النصب الإلكتروني و آليات حماية المستهلك منها (فرع ثاني).

الفرع الأول: تعريف وأركان جريمة النصب الإلكتروني

أولا: تعريف جريمة النصب على المستهلك الإلكتروني

يقصد بجريمة النصب الاستيلاء على الحيازة الكاملة عمدا عن طريق الاحتيال على مال مملوك للغير، و تعد جريمة النصب من أشد و أكثر الجرائم التي تتم من خلال الحاسب الآلي

¹ مقال من موقع <https://www.echoroukonline.com>، دون اسم الكاتب دون سنة النشر.

² سامية العايب، منا عرابية، "الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة النصب الإلكترونية"، مجلة هيروودوت للعلوم الإنسانية و الإجتماعية، مخبر الدراسات القانونية البيئية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قالمة، الجزائر، سنة 2021، ص 03.

و عن طريق الأنترنت، و ينصرف مدلولها إلى استخدام طرق ووسائل احتيالية من قبل الجاني (المورد الإلكتروني) لتحقيق منفعة مادية غير مشروعة.¹

و نظرا لكون المشرع الجزائري لم يورد نصوصا خاصة لتجريم الاحتيال أو النصب الإلكتروني، فإننا نطبق على الجريمة القواعد العامة لجريمة النصب وفقا للمادتين 372-373 من قانون العقوبات الجزائري حيث قرر قانون العقوبات الجزائري حماية جنائية للمستهلك بصفة عامة بهدف حماية المصالح الجوهرية للمجتمع بصياغتها في صورة قواعد أمره يترتب على مخالفتها توقيع العقاب.

ثانيا: أركان جريمة النصب الإلكتروني

لا بد أن تتبلور الجريمة و تتخذ شكلا معينا، و هو الركن المادي للجريمة الذي يعرف بأنه المطهر الخارجي لنشاط الجاني و الذي يجعله مناطا و محلا للعقاب. إلا أن الركن المادي لا يكفي لإسناد المسؤولية إلى شخص معين بل يجب أن يكون الجاني قد اتجه بإرادة حرة و بمعرفة تامة إلى إظهار الجريمة إلى حيز الوجود وفي الوجه الذي حصلت فيه بمعنى آخر أن تتوفر لديه النية الجرمية التي تشكل الركن المعنوي للجريمة، والذي قد يأخذ أيضا صورة الخطأ.²

طبقا للقواعد العامة تقوم جريمة النصب الإلكتروني بتوافر ركنين، ركن مادي يتمثل في الاستيلاء على مال الغير بإحدى وسائل أو طرق الاحتيال المحددة قانونا، بالإضافة إلى الركن المعنوي الذي يتمثل في القصد الجنائي العام و الخاص.

1- الركن المادي لجريمة النصب الإلكتروني

يقوم الركن المادي لجريمة النصب الإلكتروني على استخدام الجاني الاحتيال لدفع الغير إلى تسليم الأموال، حيث يتم هذا التسليم بالرضا و بناء على هذا الاحتيال، و بالتالي يتطلب الركن المادي للجريمة توافر ثلاث عناصر و هي:

¹مطر عصام عبد الفتاح، "التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية"، دار الجامعة الجديدة، مصر، سنة 2015، ص 320.

²بوسقيعة أحسن، "الوجيز في القانون الجزائري العام"، الطبعة الرابعة عشر، دار هومة، الجزائر، سنة 2014، ص 63.

- استعمال وسيلة من وسائل الاحتيال.

- سلب مال الغير.

- علاقة السببية بين وسيلة الاحتيال و سلب مال الغير.

أ- استعمال وسيلة من وسائل الإحتيال:

تعد الطرق الاحتيالية من العناصر الأساسية الداخلة في تكوين الركن المادي لجريمة النصب، و إذ لا يتم النصب إلا إذا استعملت طريقة من طرق الاحتيال التي وردت في نص المادة 372 من قانون العقوبات على سبيل الحصر، و التي تتمثل في استعمال أسماء أو صفات كاذبة من خلال انتحال شخصية الغير أو إسم الغير أو علامته التجارية، بحيث تتخدع الضحية فيكون للإدعاء أثر في نفسها يدعوها للتصديق، كما يتم النصب باستخدام سلطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز بأي شيء في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشية من وقوع شيء منها تطبيقا لنص المادة 372 من الأمر 66/156 السالف الذكر.

كما قد تأخذ جريمة النصب و الإحتيال الواقعة على المستهلك الإلكتروني صوراً أخرى لا يمكن عدّها ولا حصرها خلافاً لما جاءت به المادة 372 م قانون العقوبات، و من صور الإحتيال الأكثر شيوعاً ما يلي:¹

- عدم تسليم السلعة المتعاقد عليها بالرغم من سداد ثمنها:

من أهم الإلتزامات التي تقع على عاتق المستهلك هو دفع الثمن و هذا ما نصت عليه المادة 16 من القانون 18/05 ، حيث يقع على عاتق المستهلك دفع الثمن بطريقة رقمية باستخدام الكمبيوتر، إلا أنه في كثير من الأحيان يكون عرضة للنصب و الإحتيال، حيث لا يتمكن من الحصول على ما تعاقد من أجله رغم دفع الثمن المتفق عليه.

- الترويج لسلعة مقلدة شبيهة بمنتج أصلي غالي الثمن:

¹ سامية العايب، منال عرابية ، المرجع السابق، ص 5

تقليد بعض العلامات التجارية أصلح ظاهرة عالمية تتخذ مظاهر متعددة، إذ يقوم المورد الإلكتروني المحتال بعرض منتجات مقلدة تشبه الأصلية إلى حد كبير مع إيهام المستهلك بأنها ذات السلعة بثمن أقل كعرض خاص و حصري من الموقع.¹

- الترويج لسلع غير معروفة باستخدام الإعلان المضلل:

أدت الزيادة الهائلة في الإنتاج و المنافسة على التسويق عبر الأنترنت إلى استخدام الطرق الإحتيالية و التظليل في الإعلان، حيث يقوم مورد سلعة غير مشهورة بالإشهار عنها بإعلان كاذب و مظل من شأنه التغيرير بالمستهلك و خداعه بسهولة،² إذ كثيرا ما يشكل الإشهار التجاري المظلل وسيلة ابتزاز و نصب الأموال، فميزة الكذب التي نص عليها المشرع في المادة 372 من قانون العقوبات عند تعداده لصور الاحتيال في جريمة النصب في عبارة "باستعمال أسماء أو صفات كاذبة" تتحقق عن طريق الإشهارات و الإعلانات المظلمة.

ب-سلب مال الغير:

تتم جريمة النصب بتحقيق نتيجتها وهي استيلاء الجاني على المال الذي تسلمه من المجني عليه بعد قيام الجاني بخداع المجني عليه بطرق الاحتيال التي سبق ذكرها، وقد عرفت المادة 372³ محل الجريمة، و يتعلق الأمر بالأموال و المنقولات والسندات و التصرفات والأوراق المالية والوعود والملخصات والإبراء من الإلتزامات.

فلا يكفي لقيام جريمة النصب مجرد استعمال الوسائل والطرق الإحتيالية، بل يجب أن يتحصل الفاعل جراء استعمال هذه المناورات الاحتيالية على القيم وأموال غير شرعية إضراراً بالغير.

¹خلوي نصيرة، "الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت، دراسة مقارنة"، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، سنة 2018، ص 171.

²خلوي نصيرة، المرجع نفسه، ص 171.

³المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري.

ج- علاقة السببية بين وسيلة التدليس وسلب مال الغير:

حتى تقوم جريمة النصب الإلكتروني يشترط أن تتوفر رابطة السببية بين المناورات الاحتيالية المستخدمة و بين استلام أموال الغير، بمعنى أن يكون التسليم لاحقاً على استعمال المناورة و نتيجة مباشرة لانخداع المجني عليه بالوسائل الاحتيالية التي باشرها المورد المحتال.

2- الركن المعنوي لجريمة النصب الإلكتروني

جريمة النصب على الشبكة الإلكترونية جريمة عمدية تقوم على توافر القصد الجنائي العام و القصد الجنائي الخاص.

أ- القصد الجنائي العام:

يتطلب القصد العام علم الجاني بالعناصر المتمثلة في ماديات الجريمة، وانصراف إرادته إلى تحقيق هذه العناصر،¹ يقوم القصد العام على العلم بالاحتيال بأن يعلم الجاني بأنه يرتكب فعل تدليس من شأنه إيقاع المجني عليه في غلط يدفعه إلى تسليم أمواله، فقد يقوم شخص بالتلاعب في البيانات و المعلومات المتواجدة بالحاسب الآلي أو يستخدم إسمًا أو صفة كاذبة² للحصول على أموال الغير، ومن ثم فيجب أن يعلم الجاني بأن فعله غير مشروع وأنه يستغل صفة كاذبة، بمعنى آخر يقوم القصد الجنائي العام إلى اتجاه الإرادة لتحقيق العناصر التي تشكل جريمة النصب.

ب- القصد الجنائي الخاص:

لقيام جريمة النصب الواقعة على المستهلك الإلكتروني يجب أن يتحقق إلى جانب القصد العام القصد الخاص، و يقوم القصد الجنائي الخاص إذا اتجهت إرادة الجاني إلى نية الإستيلاء وسلب ثروة الغير كلها أو بعضها، بمعنى آخر هي نية التملك، أما إذا كان الغرض من وراء الاحتيال هو مجرد الدعابة والمزاح فلا تقوم الجريمة عندئذ.

¹ فريجة حسين، "شرح قانون العقوبات الجزائري- جرائم المال جرائم الأشخاص"، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 2009، ص 277.

² مطر عصام عبد الفتاح، المرجع السابق، ص 323.

الفرع الثاني: الجزاء المقرر لجريمة النصب الإلكتروني وآليات حماية المستهلك منها

أولاً: الجزاء المقرر لجريمة النصب الإلكتروني

نصت المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري على العقوبة الأصلية لجريمة النصب،¹ إذ يعاقب مرتكب الجريمة بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر و غرامة من 500 إلى 20.000 دج و تشدد العقوبة حسب المادة نفسها إذا لجأ إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أدونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية و تصل مدة الحبس إلى 10 سنوات والغرامة إلى 200.000 دج.

1- العقوبة التكميلية لجريمة النصب الإلكتروني:

يجوز الحكم على الجاني بالحرمان من ممارسة الحقوق الوطنية والمدنية والعائلية المنصوص عليها في المادة 9 مكرر 1 لمدة لا تزيد على 5 سنوات، والمنع من الإقامة لمدة سنة على الأقل و 5 سنوات على الأثر.

كما يعاقب القانون على الشروع كما لو تمت الجريمة، ولا يتحقق الشروع إلا ابتداء من الوقت الذي يظهر فيه المحتمل نيته في استلام المال بعد استعمال وسيلة من وسائل الاحتيال.

2- عقوبة الشخص المعنوي:

إذا كان المورد المورد الإلكتروني عبارة عن شخص معنوي فإنه وطبقاً للمادة 382 مكرر 1 من قانون العقوبات الجزائري يكون مسؤولاً جزائياً عن جريمة النصب الإلكتروني التي ارتكبت لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين، دون أن يمنع ذلك مساءلة الأشخاص الطبيعيين كفاعلين أصليين أو كشركاء في نفس الفعل.

و بتطبيق نص المادة 18 مكرر من قانون العقوبات² فإن عقوبة الشخص المعنوي عن جريمة النصب الإلكتروني ستكون بالغرامة من 20.000 إلى 100.000 دينار، أما إذا لجأ الشخص المعنوي إلى الإكتهاب العام، كأن يقوم باصدار أسهم أو سندات أو أية سندات مالية أخرى في

¹المادة 372 من قانون العقوبات.

²المادة 18 مكرر من قانون العقوبات.

شكل إلكتروني و عرضها على الجمهور فإن الغرامة في هذه الحالة تكون من 200.000 إلى 1000.000 دينار.

ثانيا: آليات حماية المستهلك الإلكتروني من جريمة النصب

يتسم عالم إلكترونيات الإتصالات و الشبكات باكتساب المظهر اللاواعي، من خلاله يتم التعاقد القانوني بين طرفين هنا المورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني، يستخدم المورد الإلكتروني وسائل الدعاية الإلكترونية للترويج لمنتجاته، فيقدم الطرف الآخر على اقتنائها دون إدراك ووعي منه مما يؤثر في رضاه حينما يدرك تعرضه للإحتيال من قبل المورد الذي يقدم منتجاته بشكل جذاب وهو يخفي وراء ذلك عيوبها، مما يستدعي التدخل لحماية الطرف الأضعف و هو المستهلك من خلال آليات تجنبه عمليات الاحتيال التي يتعرض إليها، من بينها التوثيق الإلكتروني، بالإضافة إلى خدمة إضفاء الثقة على الموقع الإلكتروني.

1- الموثق الإلكتروني (جهة التصديق):

إن الثقة والأمان لدى أطراف العقد الإلكتروني هما من أولى الأمور التي يجب توافرها خلال التعاقد الإلكتروني، وذلك نظرا لما تتسم به هذه العقود من عدم الإلتقاء الفعلي بين أطراف العلاقة، و اكي تتوفر هذه الثقة لدى أطراف العقد فإن الأمر يستلزم وجود موثق إلكتروني و هو طرف ثالث محايد مهنته حماية العقد الإلكتروني من تلاعب الغير به، وهذا الطرف هو جهة التصديق على التوقيع الإلكتروني و نسبته إلى الموقع، وإعطائه القوة في الإثبات.¹ تتنوع المسميات التي تطلق على الجهة المختصة بالتصديق على التوقيع الإلكتروني ، فأطلق عليها المشرع الجزائري مقدم خدمات التصديق التي جاء بها في المرسوم التنفيذي 07-162، والقانون الجزائري المحدد للقواعد العامة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين 15/04.²

¹ عبد الفتاح آلاء محمد حاج علي، "التنظيم القانوني لجهات التصديق على التوقيع الإلكتروني"، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ص 7.

² قانون رقم 04-15 مؤرخ في 1 فيفري 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني، جريدة رسمية عدد 6، صادرة بتاريخ 10 فيفري 2015.

و بموجب هذا الأخير حتى يتمكن مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني ممارسة نشاط التصديق الإلكتروني يتطلب عليه الحصول على ترخيص تمنحه سلطة البريد و المواصلات السلوكية واللاسلكية، وهذا الترخيص يكون مرفقا بدفتر شروط يحدد حقوق وواجبات مؤدي الخدمات والمستعمل.¹

بذلك تعد جهة التوثيق الإلكتروني مسؤولة عن التوثيق الإلكتروني، الأمر الذي يجعل الوضع تطبيقا لمهنة الموثق العادي، ومن أهم اختصاصاتها التحقق من صحة البيانات المتداولة عبر الشبك وضمان سريتها، وكذلك إصدار شهادة توثيقية.

أ- التحقق من صحة البيانات المقدمة والحفاظ على السرية:

إن الغرض من التصديق هو تأكيد وتحديد اثبات صحة واقعة، أو تصرف قانوني معين بعد التحقق منها عبر الوسائل المتاحة للقيام بعملية التدقيق والفحص من قبل الطرف المحايد، هذا ما يضيف القيمة القانونية لهذه المحررات الإلكترونية في الإثبات أمام العدالة.²

يقع على عاتق مقدم خدمة المصادقة العمل على حفظ الشهادات الصادرة عنه في بنوك المعلومات الخاصة بذلك، وذلك من أجل تمكين المتعاملين الذين يريدون التحقق من صحة التوقيع الإلكتروني ومن هوية مراسلهم الدخول إلى هذه البنوك والإطلاع على شهادات المصادقة على الوثائق الرسمية العائدة لمراسلهم، وبالتالي فإن مقدم خدمة المصادقة مطالب بضمان صحة المعلومات الواردة في تلك الشهادات، ويستند على الوثائق المقدمة من العملاء. وبالتالي يقع على عاتق مقدم خدمة المصادقة المحافظة على صحة المعلومات المصدقة عن طريق تعديلها واو اقتضى الأمر بشكل يومي، وعليه أن يضع بنوك معلوماته المتضمنة

¹ سامية العايب، منال عرابة، المرجع السابق، ص 9

² سمير دحماني، "التوثيق في المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، سنة 2007، ص 40.

شهادات المصادقة وتاريخ الإنتهاء أو وقف مفعولها أو إلغائها، ويجب عليه أن يحتاط من الدخول غير المشروع إلى بنوك معلوماته والتلاعب فيها.¹

إن الالتزام بالحفاظ على السرية من جانب مؤدي خدمات التصديق، يدعم الثقة بين المتعاملين بالوسائل الإلكترونية، خاصة وأن معظم المعاملات الإلكترونية تتم بين أشخاص لا يلتقون ولا يعرف بعضهم بعضا، فلولا هذه الضمانات لما أقبل الأشخاص على إبرام العقود و إتمام الصفقات بالطرق الإلكترونية² ولقد ألقى المشرع الجزائري هذا الالتزام على عاتق جهة التصديق بموجب المادة 42 من القانون رقم 15-04 السالف الذكر.

ب- إصدار شهادة توثيقية إلكترونية:

بعد تحقق مؤدي الخدمات من هوية الشخص الموقع، يقع على عاتقه الإلتزام بإصدار شهادة التصديق الإلكترونية تفيد التصديق على التوقيع الإلكتروني في تعاقد معين.

عرف المشرع الجزائري شهادة التصديق بموجب القانون 15-04 المتضمن القواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكترونيين، في المادة 02 منه في فقرتها السابعة بأنه: "وثيقة في شكل إلكتروني تثبت بين بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع".

كما جاء في المادة 15 من نفس القانون بتعريف شهادة التصديق الإلكترونية الموصوفة على أنها: شهادة تصديق إلكترونية تتوفر فيها المتطلبات التالية:

- أن تمنح من قبل طرف ثالث موثوق أو من قبل مؤدي خدمات تصديق إلكتروني، طبقا لسياسة التصديق الإلكتروني الموافق عليها.
- أن تمنح للموقع دون سواه.
- يجب أن تتضمن بيانات محددة.

¹درار نسيم، "التوثيق الرقمي ومسؤولية سلطات المصادقة الإلكترونية في القانون الجزائري 15-04، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 1، جامعة المسيلة، ص 40.

²خلوي نصيرة، المرجع السابق، ص ص 860-895.

2- خدمة التأكيد إضفاء الثقة في الموقع

تعد خدمة التأكيد إضفاء للثقة في الموقع، وذلك راجع لوجود فجوة واضحة بين التزايد في إعداد مستخدمي شبكة المعلومات الدولية ومدى الإحجام عن الشراء على تلك الشبكة، ويرجع ذلك بصفة رئيسية إلى انخفاض الثقة في إمكانية تأمين المعلومات الخاصة بالعملاء وانخفاض الثقة في المعاملات التجارية الإلكترونية وإجراءاتها.

ويترتب على ذلك زيادة الطلب على الخدمات التوكيدية التي تعمل على تحفيز التجارة الإلكترونية وذلك عن طريق منح ثقة المستهلكين، بسلامة وصحة المواقع التجارية عبر الأنترنت، والحد من عمليات الإحتيال التي تعوق التسوق عبر الأنترنت وذلك عن طريق انتحال مواقع التسوق الشهيرة، أو إنشاء مؤسسات وهمية للنصب على المستهلك.¹

أ- أهمية خدمة التأكيد إضفاء الثقة في الموقع

تعرف مهنيا خدمة التأكيد على الثقة في المواقع بأنها عملية منظمة لتجميع وتقييم الأدلة الخاصة بمزاعم الإدارة بشأن موقع الشركة على الأنترنت لاختبار مدى تماشي هذه المزاعم مع معايير الثقة وتوصيل النتائج إلى أصحاب المصلحة في الموقع وبصفة خاصة الإدارة وزائري الموقع نفسه.

إن مجال الاختبار في هذه الخدمة هو مزاعم الإدارة بشأن الثقة فيما تفصح عنه في موقعها وإن معظم هذه المزاعم ستتركز بصفة رئيسية على:

- سلامة المعلومات.
- سلامة إجراءات تنفيذ المعاملات التجارية.
- ضمان خصوصية الزائرين للموقع.
- ضمان أمن الموقع.²

¹ خلوي نصيرة، المرجع السابق، ص 182.

² سامية العايب، منال عراية، المرجع السابق، ص 12.

ب- خصائص خدمة إضفاء الثقة على الموقع:

تتمثل خصائص خدمة إضفاء الثقة على الموقع التجاري عبر الأنترنت في التأكيد الإضافي لسلامة المعاملات التجارية، كما أن ختم الثقة في الموقع التجاري بالشبكة يؤثر إيجابيا على استعداد الأفراد لشراء السلع والخدمات عبر المواقع التجارية مقارنة بالمواقع التي تعرض خلفية بسيطة عن طبيعة نشاط الشركة دون وجود ختم الثقة كما ينجم عن هذه الخدمة وجود فجوة توقعات بين إدراك المستخدمين لخدمة إضفاء الثقة على المواقع التجارية و ما ينتظرون من ورائها وبين حقيقة ما تضمنه وتقدمه تلك الخدمة، كما أن خدمة الثقة تغطي عناصر محددة هي اختبارات الخصوصية وسلامة العمليات التجارية والأمن والإتاحة والإفصاح.¹

¹ خلوي نصيرة، المرجع السابق، ص 181.

الخاتمة:

إن التسويق الإلكتروني أو التسويق الشبكي أو التسويق الرقمي، هو تعبير يشمل جميع الأساليب والممارسات ذات الصلة بعالم التسويق عبر الإنترنت، وقد انتشرت مؤخرا مجموعة من الشركات الحديثة وهي الشركات التي تبحث عن الربح السريع والتي تعرف بشركات التسويق الإلكتروني، وهي شركات تهدف إلى تحقيق عدة أهداف أهمها: تعريف المستهلك بالشركة ومنتجاتها حيث يمكن لشبكة الإنترنت أن تزيد من توسيع مفهوم والتعريف بهذه الشركة وطبيعتها ومنتجاتها وخدماتها، ورفع معدل التسويق واكتساب العناصر لمنتجاتها.

كما أن هناك شركات وهمية وافترضية تنتحل صفة الشركة التجارية والتي مبتغاها إيهام الشباب والتحايل عليهم بأنهم باستطاعتهم تحقيق ثروة في وقت قصير مستغلة في ذلك الظروف التي يعاني منها معظم شبابنا اليوم، كما تستخدم تلك الشركات أساليب نفسية عالمية، يتم تدريب المشتركين عليها للتأثير على الشباب وجذبهم للانخراط بها، فقد انتشرت مؤخرا الكثير من الدعوات إلى الإستثمار من خلال التسويق الإلكتروني أو الشبكي عبر الإنترنت، وللأسف لقد لاقى تلك الدعوات إقبالا كثيفا من قبل الشباب، اعتقادا منهم أنهم سيحققون مكاسب مالية في ظرف وجيز ودون مجهود أو تعب كبيرين.

ويعرف نشاط تلك الشركات الوهمية بالنصب والاحتيال عبر الإنترنت، أي النصب عن طريق الدفع المسبق للأموال وذلك بعد إقناع الضحية بإرسال مبلغ مالي ما وبالمقابل سيحصل على ضعفه أو أكثر منه فيما بعد، ويسمى ذلك بـ " Scam أو Froud " .

كنتيجة للدراسات السابقة، فإن الشركات الوهمية أثرت وبشكل كبير على التسويق الإلكتروني حيث أنها جسدت كل طرق النصب والاحتيال من خلال التسويق الإلكتروني بهدف تحقيق الأرباح المالية دون مراعاة حجم الأضرار المتسببة فيها.

وفي محاولات التصدي لهذه الظاهرة السلبية، يقوم الآلاف من المواطنين بالانضمام من خلال موقع (فيسبوك) إلى قروبات (GROUPES) التي تحارب شركات التسويق الإلكتروني (الوهمية) بمختلف الطرق حيث تنتشر تلك القروبات الكثير من المعلومات التي تثبت أن

الشركات تحقق مكسبا عن طريق خسارة الآخرين، كما تنتشر حالات وأمثلة تم الاحتيال عليها من قبل تلك الشركات.

إن عملية النصب عبر شبكة الإنترنت عبارة عن نظام عقد نصب جماعي يكون الطرف الأول فيه هو الشركة الوهمية وبعض الأشخاص الناشطين، والمتقدمين على شبكة الإنترنت ليربحوا ملايين الدولارات، أما الطرف الثاني، فهو مجموعة الأفراد الذين يخسرون ما يربحه الطرف الأول، وهي فكرة تشبه لعبة القمار.

النتائج:

● رغم التطور العلمي والتقني لازال المستهلك يقع ضحية للجرائم الإلكترونية التي ترتكبها الشركات الوهمية.

● تحتاج البيئة الرقمية مراقبة ومعاينة من طرف المشرع الجزائري.

● تطبق على جريمة النصب الإلكتروني التي تمارسها الشركات الوهمية نصوص التجريم العامة المقررة لجريمة النصب والاحتيال التقليدية.

● بالرغم من الحماية التي توفرها نصوص قانون العقوبات للمستهلك لحمايته من الجرائم الإلكترونية التي تقترفها الشركات الوهمية، إلا أنها لا تتناسب والضرر الكبير الناجم عن فعلها الإجرامي.

التوصيات:

● تأهيل هيئات أو مؤسسات خاصة للتحقيق في الجرائم الإلكترونية التي ترتكبها الشركات الوهمي، تجمع بين الخبرة التقنية في مجال المعلوماتية والدراية القانونية.

● توعية المستهلكين بضرورة التبليغ الفوري عن هذه الشركات الوهمية التي يقعون ضحايا لها.

● النص على أن الجرائم الإلكترونية تعد ظرفا مشددا يرفع العقوبة وذلك لخطورة هذه الجريمة وتطور أساليبها الاحتيالية.

● تحديد طرق التسويق الإلكتروني وفلسفته عن طريق دراسات معمقة من طرف مختصين في مجال التسويق والحقوقيين والاقتصاديين.

قائمة المراجع

- الكرمي حسن سعيد، قاموس المعنى الكبير، معجم اللغة الإنكليزية الكلاسيكية والمعاصرة ، انجليزي عربي، بيروت، مكتبة لبنان، سنة 2001.
- سويدان، التسويق مفاهيم معاصرة، دار حامد، عمان، سنة 2003
- عبيدات محمد ابراهيم، مبادئ التسويق السلوكي، دار المستقبل للنشر، الأردن، سنة 2006
- صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، المنظمة العربية لتنمية الإدارة، سنة 2006
- محمد زياد، مبادئ التسويق، دار صفاء، عمان، سنة 2001
- البراري نزار، استراتيجية التسويق، المفاهيم، الأسس، الوظائف، دار وائل، الأردن، سنة 2004
- رائف توفيق، أصول التسويق مدخل تحليلي، دار وائل، عمان، دون سنة النشر.
- نفاضل ابراهيم، تسويق المعلومات، دار صفاء، الأردن، سنة 2004
- الخالدي محمد محمود، التكنولوجيا الإلكترونية، دار كنوز المعرفة، عمان، 2006.
- علي قاسم، دليلك الشامل إلى التسويق الإلكتروني، منتدى خماسات، دون دار النشر، سنة 2024
- بشير العلاق، علي محمد رباعية، الترويج والإعلان، تطبيقات دخل متكامل، دار اليازوري، عمان، الأردن، سنة 2007.
- الطائي يوسف حليم سليمان، العابدي هاشم فوزي، التسويق الإلكتروني طبعة 01، دار الوراق للنشر، الأردن، سنة 2009.
- عبد الله حسين محمود، "سرقة المعلومات المخزنة في الحاسب الآلي"، دار النهضة العربية، الطبعة الثانية، القاهرة، سنة 2002.

- سعيد عبد اللطيف حسن، "إثبات جرائم الكمبيوتر والجرائم المرتكبة عبر الإنترنت"، البعة 01، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 1999.
- أسامة أحمد المناعسة، جلال محمد الزعبي، صايل فاضل، الهواوشة، "جرائم الحاسب الآلي والإنترنت، دراسة تحليلية مقارنة"، الطبعة 01، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، سنة 2001.
- نائلة عادل محمد فريد قورة، "جرائم الحاسب الاقتصادية، دراسة نظرية وتطبيقية"، دار النهضة العربية، القاهرة سنة 2003.
- محمد زكي أبو عامر، علي عبد القادر القهوجي، قانون العقوبات، القسم الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 1993.
- رهدون يوسف، شطلب لمياء، عياش ليلي، تأثير التسويق على جودة الخدمة السياحية، دراسة حالة لوكالة السياحة والأسفار، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة قالمة، الجزائر، سنة 2016.
- فزاز خالد، تأثير التسويق الإلكتروني على المزيج الترويجي في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة سكيكدة سنة 2014.
- محمد خليفة "خصوصية الجريمة الإلكترونية وجهود المشرع الجزائري في مواجهتها"، تخصص قانون جنائي معلوماتي، كلية الحقوق والآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، دون سنة النشر.
- سحر أم الرتم، محاضرات في التسويق الإلكتروني، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة سطيف، سنة 2019.
- فؤاد الصباغ، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، سنة 2019.
- ولد بيبي، جعفراري محمد رضا، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، المجلد 10، العدد 01، سنة 2023.
- لجلط ابراهيم، المركز الجامعي، تيسمسيات، جامعة الجلفة، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد 34، دون سنة النشر.

- عبد السلام محمد المايل، عادل محمد الشرجي، علي قابوسة، "الجريمة الإلكترونية في الفصل الإلكتروني، المفهوم، الأسباب، سبل المكافحة مع التعرض لحالة ليبيا، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، المركز الجامعي اليزي، العدد 04، سنة 2019.
- قادة بن عبد الله نوال، بن حمو محمد، "الجريمة الإلكترونية، قراءة سوسيولوجية لأهم النظريات المفسرة للسلوك الإجرامي"، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 06، جامعة تلمسان، الجزائر، سنة 2022.
- سامية العايب، منا عرابة، "الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة النصب الإلكترونية، مجلة هيرودوت لعلوم الإنسانية والاجتماعية، مخبر الدراسات القانونية البيئية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قلمة، الجزائر، سنة 2021.
- لامية طالب، كهينة سلام، "الجريمة الإلكترونية، بعد جديد لمفهوم الإجرام عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، سنة 2022.
- بوضياف اسمهان، "الجريمة الإلكترونية والإجراءات التشريعية لمواجهتها في الجزائر"، مقال منشور بتاريخ 09-05-2018.
- معاذ يوسف، دليلك الشامل إلى التسويق الإلكتروني، منتدى الخماسات، سنة 2023.
- عبد الله الفوزان، دليلك في التسويق بالعمولة، دون سنة النشر.
- هارفارد بيزنس ريفيو، التسويق عبر المؤثرين، سنة 2020.
- نادية ملياني، التسويق الهرمي للشركات الوهمية، حالة كيونت بعنابة، جامعة عنابة، الجزائر، سنة 2022.
- يحي السيد عمر، مقال منشور سنة 2021 من موقع: <https://yahyaomar.com>
- هبة علام، مقال منشور سنة 2022 من موقع: <https://mawdoo3.com>
- قصي الجمال، الشركات الوهمية بوابة اقتصاد الظل، سنة 2023.

- غصن البان،مقال تخصص في الشأن السياسي والدولي،سنة 2023 من موقع <https://algeriemaintenant.dz>

- قانون العقوبات الجزائري

-Harcèlement ,Vol didendité et pratique illégal ,article mis à jour,2018
ARTZ N and cook” EMAIL list revs to promote environmentally
substonable Behaviors” journal of marketing communication ,Vol 13,n 4
Ayres I and Funk M(2003), Marketing privacy: a solution for the blight
of tele marketing and SPAM and JUNKMAIL; yale journal on regulation
,vol 20,n 77.

<https://hbrarabic.com>

<https://mawdoo3.com>

<https://alarab.com>

<https://derayah.com>

	آية قرآنية
	إهداء
	شكر وتقدير
01	مقدمة
03	الفصل الأول: ماهية التسويق الإلكتروني والشركات الوهمية
03	المبحث الأول: مفهوم التسويق والتسويق الإلكتروني
03	المطلب الأول: مدخل إلى التسويق
04	الفرع الأول: تعريف التسويق وتطوره
07	الفرع الثاني: أنواع التسويق
09	الفرع الثالث: أهمية التسويق وأهدافه
09	المطلب الثاني: التسويق الإلكتروني
10	الفرع الأول: تعريف وخصائص التسويق الإلكتروني
12	الفرع الثاني: أنواع التسويق الإلكتروني وفوائده
21	الفرع الثالث:
23	المبحث الثاني: ماهية الشركات الوهمية
23	المطلب الأول: مفهوم الشركات الوهمية
24	الفرع الأول: تعريف الشركات الوهمية
26	الفرع الثاني: الفرق بين الشركات الوهمية والشركات الحقيقية
29	المطلب الثاني: طرق الوقاية منها و الإجراءات المتخذة ضدها
29	الفرع الأول: طرق الوقاية من الشركات الوهمية
30	الفرع الثاني: الإجراءات المتخذة ضد الشركات الوهمية
33	خلاصة الفصل
34	الفصل الثاني: الإطار القانوني للجرائم المرتكبة من طرف الشركات الوهمية في التسويق الإلكتروني

34	المبحث الأول: ماهية الجرائم الإلكترونية
34	المطلب الأول: مفهوم الجريمة الإلكترونية
35	الفرع الأول: تعريف وخصائص الجريمة الإلكترونية
44	الفرع الثاني: أركان الجريمة الإلكترونية وأطرافها
48	الفرع الثالث: أنواع الجريمة الإلكترونية
52	المطلب الثاني: أسباب الجريمة الإلكترونية وآليات مكافحتها في التشريع الجزائري
52	الفرع الأول: أسباب الجريمة الإلكترونية
52	الفرع الثاني: آليات مكافحة الجريمة الإلكترونية
55	الفرع الثالث: موقف بعض التشريعات من هذه الجرائم
57	المبحث الثاني: ظهور وتطور جرائم الشركات الوهمية في التسويق الإلكتروني
58	المطلب الأول: ظهورها في الجزائر والدول الأخرى
58	الفرع الأول: ظهورها في الجزائر
60	الفرع الثاني: ظهورها في بعض الدول
67	الفرع الثالث: أمثلة عن ضحايا جرائم الشركات الوهمية
71	المطلب الثاني: العلاقة بين الجرائم الإلكترونية والشركات الوهمية
71	الفرع الأول: تعريف وأركان جريمة النصب الإلكتروني
76	الفرع الثاني: الجزاء المقرر لجريمة النصب الإلكتروني
79	الفرع الثالث: آليات حماية المستهلك من جريمة النصب الإلكتروني
81	خلاصة الفصل
82	خاتمة
84	قائمة المصادر و المراجع

الملخص:

التسويق الإلكتروني نموذج عمل مشروع تستخدمه الشركات الوهمية للقيام بأعمال غير مشروعة كالنصب والاحتيال على المستهلك الإلكتروني باعتبارها من أكثر الجرائم خطورة وانتشارا في مجال التسويق الإلكتروني والذي يستوجب تدخل المشرع الجزائري لتقرير مزيد من الحماية للمستهلك الإلكتروني أمام الأساليب الاحتيالية المستجدة التي أصبحت تمارسها الشركات الوهمية، حيث اتخذ هذا النوع من الجرائم شكلا عصريا بعدما كانت تقتصر على شكلها التقليدي.

انطلاقا مما ذكر، سنحاول من خلال هذه الدراسة التعرف على مخاطر الجرائم التي ترتكبها الشركات الوهمية باستخدام التسويق الإلكتروني وآليات مكافحة هذه الجرائم في التشريع الجزائري.

الكلمات المفتاحية:

2/التسويق الإلكتروني

1/الشركات الوهمية

4/المستهلك الإلكتروني

3/الجرائم الإلكترونية

E-marketing is a legitimate business model used by fictitious companies to carry out illegal acts such as fraud and fraud against electronic consumers, as it is one of the most serious and widespread crimes in the field of e-marketing, which requires the intervention of the Algerian legislator to decide more protection for the electronic consumer in the face of the new fraudulent methods that have become practiced by fictitious companies. This type of crime has taken on a modern form after it was limited to its traditional form.

Based on the above, we will attempt through this study to identify the risks of crimes committed by fictitious companies using electronic marketing and the mechanisms for combating these crimes in Algerian legislation.

key words:

1/Fake companies

2/E-marketing

3/Electronic crimes

4/The electronic consumer