

دور حل النزاعات عبر الإنترنت في تعزيز ثقة المستهلكين بالتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

د. حسام إبراهيم فلاتة

أستاذ القانون الخاص المشارك جامعة جدة- المملكة العربية السعودية

The Role of Online Dispute Resolution in Enhancing Consumer's Trust in E-Commerce in Saudi Arabia

Dr. Hussam Ibrahim Fallatah

Hifallatah@uj.edu.sa

Abstract:

This study addresses a critical topic impacting the growing e-commerce sector in the Kingdom of Saudi Arabia: the role of Online Dispute Resolution (ODR) as an innovative mechanism to enhance consumer trust. This research primarily aims to analyze and evaluate the role of ODR in boosting consumer confidence in e-commerce within the Kingdom. It also seeks to understand the current e-commerce landscape and existing dispute resolution mechanisms, assess the impact of ODR on consumer trust and satisfaction, identify the challenges and obstacles hindering the implementation of ODR, examine successful international experiences, and offer practical proposals for developing a comprehensive framework for an ODR system in Saudi Arabia. The study includes three main chapters. The first chapter provides a theoretical framework on e-commerce, its importance for the Saudi economy, the concept of trust in e-commerce, and the role of ODR in enhancing it, with a comparison between ODR and traditional dispute resolution mechanisms. The second chapter reviews the reality of e-commerce and dispute resolution in the Kingdom, through an analysis of the legal and regulatory framework, available platforms and services, and the impact of disputes on consumer trust. The third chapter analyzes the future role of ODR by examining its impact on boosting consumer trust, exploring successful international experiences, and offering proposals and recommendations for developing ODR in Saudi Arabia. The study concludes that the ODR system represents a vital tool for enhancing consumer trust in e-commerce by providing fast, effective, and fair solutions to disputes. The study recommends the need to develop existing legislation to include an ODR system and provide a clear legal framework, enhance cooperation between the government and the private sector in developing ODR platforms, and employ advanced technologies such as artificial intelligence and blockchain. **Keywords:** Online Dispute Resolution, E-commerce, Consumer Trust, Vision 2030, Digital Transformation, Artificial Intelligence, Blockchain Technology, Transparency, Credibility, Consumer Satisfaction, Dispute Resolution Mechanisms, ODR Platforms, Digital Infrastructure.

المخلص:

تتناول هذه الدراسة موضوعًا حيويًا يمس قطاع التجارة الإلكترونية المتنامي في المملكة العربية السعودية، وهو دور حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) كأداة مبتكرة لتعزيز ثقة المستهلكين. وتهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى تحليل وتقييم دور حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) في تعزيز ثقة المستهلكين بالتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية. كما تهدف إلى فهم واقع التجارة الإلكترونية وآليات حل النزاعات الحالية، وتقييم تأثير ODR على ثقة المستهلك ورضاه، وتحديد التحديات والعقبات التي تعيق تطبيق ODR، ودراسة التجارب الدولية الناجحة، وتقديم مقترحات عملية لتطوير إطار عمل متكامل لنظام ODR في المملكة. تتضمن الدراسة ثلاثة فصول رئيسية. الفصل الأول يقدم إطارًا نظريًا حول التجارة الإلكترونية، وأهميتها للاقتصاد السعودي، ومفهوم الثقة في التجارة الإلكترونية، ودور ODR في تعزيزها، مع مقارنة بين ODR وآليات حل

النزاعات التقليدية. الفصل الثاني يستعرض واقع التجارة الإلكترونية وحل النزاعات في المملكة، من خلال تحليل الإطار القانوني والتنظيمي، والمنصات والخدمات المتاحة، وتأثير النزاعات على ثقة المستهلكين. أما الفصل الثالث، فيحلل الدور المستقبلي لـ ODR، من خلال استعراض أثره على تعزيز ثقة المستهلكين، ودراسة التجارب الدولية الناجحة، وتقديم مقترحات وتوصيات لتطوير ODR في السعودية. وتوصلت الدراسة إلى أن نظام ODR يمثل أداة حيوية لتعزيز ثقة المستهلكين في التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال حلول سريعة وفعالة ومنصفة للنزاعات وتوصي الدراسة بضرورة تطوير التشريعات القائمة لتشمل نظام ODR وتوفير إطار قانوني واضح، وتعزيز التعاون بين الحكومة والقطاع الخاص في تطوير منصات ODR، وتوظيف التكنولوجيا المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين.

الكلمات المفتاحية: حل النزاعات عبر الإنترنت، التجارة الإلكترونية، ثقة المستهلك، رؤية ٢٠٣٠، التحول الرقمي، الذكاء الاصطناعي، تقنية البلوك تشين، الشفافية، المصادقية، رضا المستهلك، آليات حل النزاعات، منصات ODR، البنية التحتية الرقمية.

المقدمة:

تتبع التجارة الإلكترونية مكانة متصاعدة في العصر الرقمي، حيث أصبحت محركاً أساسياً للنمو الاقتصادي على المستويين العالمي والمحلي. يشهد العالم تحولاً رقمياً متسارعاً، وتلعب التجارة الإلكترونية دوراً محورياً في هذا التحول، إذ تغير من طبيعة المعاملات التجارية وتفتح آفاقاً جديدة للشركات والأفراد على حد سواء. لم تعد التجارة الإلكترونية مجرد وسيلة للبيع والشراء عبر الإنترنت، بل أصبحت منظومة متكاملة تشمل جوانب متعددة من العمليات التجارية، بدءاً من التسويق الرقمي وصولاً إلى الخدمات اللوجستية، مما يجعلها قوة دافعة للتنمية المستدامة^١. وفي رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، تحتل التجارة الإلكترونية مكانة استراتيجية، حيث يُنظر إليها كأداة فاعلة لتنويع مصادر الدخل الوطني، ودعم ريادة الأعمال، وتوفير فرص عمل جديدة للشباب. تتضمن رؤية ٢٠٣٠ أهدافاً طموحة للتحول الرقمي، وتعتبر التجارة الإلكترونية من الممكنات الأساسية لتحقيق هذه الأهداف. من خلال تطوير البنية التحتية الرقمية وتشجيع الابتكار في القطاع، تسعى المملكة إلى بناء اقتصاد رقمي قوي ومستدام، يعزز من تنافسيتها على الصعيدين الإقليمي والعالمي^٢. إلا أن هذا النمو المتسارع في قطاع التجارة الإلكترونية يصاحبه ظهور تحديات متعددة، من أبرزها ازدياد النزاعات بين المستهلكين والتجار. مع تزايد حجم المعاملات الرقمية، تنشأ خلافات تجارية تتطلب حلولاً فعالة وسريعة. تتنوع هذه النزاعات بين تأخر التسليم، وعدم مطابقة المنتجات للمواصفات، ومشكلات الدفع الإلكتروني، وغيرها. هذا الأمر يؤثر سلباً على ثقة المستهلكين، ويعيق نمو القطاع إذا لم يتم التعامل معه بفاعلية. وبالتالي، تبرز الحاجة إلى تطوير آليات مبتكرة لحل النزاعات تتناسب مع طبيعة المعاملات الرقمية^٣.

مشكلة الدراسة:

يشهد قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية نمواً متسارعاً، مما يجعله ركيزة أساسية للتنمية الاقتصادية وتنويع مصادر الدخل، تماشياً مع أهداف رؤية ٢٠٣٠. ومع هذا التوسع، تتزايد النزاعات التجارية بين المستهلكين والتجار، مما يشكل تحدياً حقيقياً لنمو القطاع واستدامته. تعتمد آليات حل النزاعات التقليدية، مثل المحاكم واللجان، على إجراءات مطولة ومكلفة، مما يجعلها غير فعالة في التعامل مع طبيعة المعاملات الرقمية السريعة والمتغيرة. هذا القصور يؤدي إلى تراجع ثقة المستهلكين في التجارة الإلكترونية، ويحد من إقبالهم على الشراء عبر الإنترنت، مما يؤثر سلباً على نمو القطاع. لذا، تبرز الحاجة الماسة إلى تطوير حلول مبتكرة وفعالة لحل النزاعات التجارية عبر الإنترنت، بما يتناسب مع طبيعة المعاملات الإلكترونية، ويعزز من ثقة المستهلكين. في ضوء ما تقدم، يتبلور التساؤل الرئيسي الذي تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عليه، فيما يلي: ما هو الدور الذي يمكن أن يلعبه حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) في تعزيز ثقة المستهلكين بالتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية؟

كما يتفرع عن هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما هو واقع التجارة الإلكترونية وآليات حل النزاعات المتاحة حالياً في المملكة العربية السعودية؟
٢. ما هو تأثير تطبيق حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) على مستوى ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية؟
٣. ما هي أبرز التحديات والمعوقات التي تواجه تطبيق نظام ODR في السوق السعودي؟
٤. ما هي أفضل الممارسات الدولية في مجال حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) وكيف يمكن الاستفادة منها في السياق السعودي؟
٥. ما هي المقترحات والتوصيات اللازمة لتطوير نظام ODR فعال ومتكامل في المملكة العربية السعودية؟

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة بشكل أساسي إلى تحليل وتقييم الدور الذي يلعبه نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) في تعزيز ثقة المستهلكين بالتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية. هذا الهدف المحوري يمثل نقطة الارتكاز التي توجه مسار البحث بأكمله، ويسعى إلى تقديم فهم عميق للعلاقة بين وجود نظام ODR فعال وبين مستوى الثقة التي يوليها المستهلكون للمعاملات الرقمية. من خلال تحقيق هذا الهدف، تطمح الدراسة إلى إلقاء الضوء على الإمكانيات الكامنة في ODR كأداة للتنمية المستدامة لقطاع التجارة الإلكترونية في المملكة.

كما تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية، تتمثل فيما يلي:

١. فهم واقع التجارة الإلكترونية وآليات حل النزاعات الحالية في المملكة.
٢. تقييم تأثير ODR على ثقة المستهلك ورضاه عن التجارة الإلكترونية.
٣. تحديد التحديات والعقبات التي تعيق تطبيق ODR في السياق السعودي.
٤. دراسة التجارب الدولية الناجحة في تطبيق ODR.
٥. تقديم مقترحات عملية لتطوير إطار عمل متكامل لنظام ODR في المملكة.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية بالغة من الناحية النظرية ومن الناحية التطبيقية. فتنبع الأهمية النظرية لهذه الدراسة من إسهامها في إثراء الأدب البحثي المتعلق بالعلاقة المعقدة بين حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) وثقة المستهلك في سياق التجارة الإلكترونية. تكتسب هذه العلاقة أهمية خاصة في الدول النامية والمتحولة رقمياً، حيث يشهد قطاع التجارة الإلكترونية نمواً متسارعاً يصاحبه ظهور تحديات جديدة في مجال حماية المستهلك. من خلال تحليل هذه العلاقة، تسعى الدراسة إلى تقديم فهم أعمق للمتغيرات المؤثرة في ثقة المستهلك، وكيف يمكن لـ ODR أن يلعب دوراً محورياً في تعزيز هذه الثقة. هذا الإسهام النظري يمثل إضافة قيمة للمعرفة الأكاديمية، ويفتح آفاقاً جديدة للباحثين المهتمين بدراسة قضايا التجارة الإلكترونية والمستهلك الرقمي. **بينما تتجلى الأهمية التطبيقية** لهذه الدراسة في قدرتها على تقديم حلول عملية وملموسة للتحديات التي تواجه قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، حيث تسعى إلى تقديم توصيات عملية ومفصلة لصناع القرار لتحسين البيئة التشريعية والتنظيمية للقطاع، بما في ذلك تطوير القوانين واللوائح المتعلقة بحماية المستهلك الرقمي وتبني نظام ODR فعال ومتكامل. كما تهدف الدراسة إلى مساعدة الجهات المعنية، سواء الحكومية أو الخاصة، في تطوير منصات ODR فعالة وموثوقة تلبي احتياجات المستهلكين والتجار على حد سواء، من خلال تقديم تحليلات دقيقة للتحديات التقنية والقانونية واقتراح حلول عملية. بالإضافة إلى ذلك، تسعى الدراسة إلى المساهمة في دعم نمو قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة من خلال زيادة ثقة المستهلكين في المعاملات الرقمية، وتقليل النزاعات التجارية، وزيادة رضا المستهلكين، وتشجيعهم على الإقبال على الشراء عبر الإنترنت. **علاوة على ذلك**، تهدف الدراسة إلى تعزيز حماية المستهلك وحقوقه في الفضاء الرقمي، من خلال توفير آليات فعالة لحل النزاعات التجارية وضمان حصولهم على تعويض عادل في حالة الضرر، وأخيراً، تساهم الدراسة في تحقيق أهداف رؤية ٢٠٣٠ المتعلقة بالتحول الرقمي وتعزيز البيئة الاستثمارية وحماية المستهلك، مما يجعل المملكة رائدة في مجال التجارة الإلكترونية وجاذبة للاستثمارات الأجنبية.

المبحث الأول: الإطار النظري:

١. التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية:

١.١ تعريف التجارة الإلكترونية وأنواعها: تتجسد التجارة الإلكترونية في جوهرها كمنظومة رقمية متكاملة، تتجاوز حدود المفهوم التقليدي للبيع والشراء عبر الإنترنت، لتشمل سلسلة واسعة من الأنشطة التجارية التي تتم بوسائل إلكترونية. تشمل هذه الأنشطة تبادل السلع والخدمات والمعلومات، وإجراء المعاملات المالية، وتوفير الدعم الفني، وإدارة علاقات العملاء، وكل ذلك يتم عبر شبكات الاتصال الرقمية المتنوعة^٤. وتتخذ التجارة الإلكترونية أشكالاً متعددة، أبرزها ثلاثة أنواع رئيسية، تتحدد تبعاً لطبيعة الأطراف المتعاملة: التجارة بين الشركات (B2B)، التي تشمل تعاملات الشركات مع بعضها البعض في شراء المواد الخام أو التعاقد على خدمات لوجستية، والتجارة بين الشركات والمستهلكين (B2C)، التي تمثل العلاقة المباشرة بين الشركات التي تبيع المنتجات أو الخدمات والمستهلكين النهائيين، والتجارة بين المستهلكين أنفسهم (C2C)، والتي تعكس التبادل التجاري بين الأفراد من خلال منصات متخصصة لبيع المنتجات المستعملة أو الحرف اليدوية. هذه الأنواع الثلاثة، بتفاعلها وتكاملها، ترسم ملامح المشهد الديناميكي للتجارة الإلكترونية^٥.

١.٢ أهمية التجارة الإلكترونية للاقتصاد السعودي: وتكتسب التجارة الإلكترونية أهمية متزايدة في الاقتصاد السعودي، حيث أصبحت محركاً فاعلاً للنمو الاقتصادي وتنويع مصادر الدخل، وذلك في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠. تساهم التجارة الإلكترونية بشكل ملحوظ في الناتج المحلي الإجمالي، وذلك من خلال زيادة حجم المبيعات عبر الإنترنت، وتعزيز كفاءة العمليات التجارية، وتوسيع نطاق الوصول إلى الأسواق^٦. كما تتيح التجارة الإلكترونية فرصاً واعدة لخلق فرص عمل جديدة، خاصة للشباب السعودي الطموح، وتشجيع ريادة الأعمال، حيث يمكن للأفراد والشركات الصغيرة والمتوسطة الوصول إلى الأسواق المحلية والدولية بسهولة وفعالية. بالإضافة إلى ذلك، تلعب التجارة الإلكترونية دوراً محورياً في جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية، حيث يشجع نمو القطاع المستثمرين على ضخ رؤوس الأموال في المشاريع الرقمية، بما يعزز من قوة الاقتصاد الوطني^٧.

١.٣ التطورات والاتجاهات الحديثة في التجارة الإلكترونية السعودية: ويشهد قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية تطورات متسارعة واتجاهات حديثة، تعكس التوجه نحو التحول الرقمي والاعتماد المتزايد على التكنولوجيا الحديثة. من أبرز هذه التطورات، النمو الكبير في التجارة عبر الهاتف المحمول، حيث أصبح المستهلكون يعتمدون بشكل متزايد على الهواتف الذكية لإجراء عمليات الشراء عبر الإنترنت^٨. كما تبرز التجارة الاجتماعية كتوجه جديد، حيث يستخدم الأفراد منصات التواصل الاجتماعي للتسوق والتفاعل مع العلامات التجارية. بالإضافة إلى ذلك، تشهد التجارة العابرة للحدود نمواً ملحوظاً، حيث أصبح بإمكان المستهلكين السعوديين شراء المنتجات من مختلف أنحاء العالم، والعكس صحيح. هذه الاتجاهات تعكس ديناميكية السوق السعودي، وتؤكد على أهمية مواكبة التطورات التكنولوجية لتلبية احتياجات المستهلكين المتغيرة^٩.

١.٤ التحديات التي تواجه نمو التجارة الإلكترونية: وعلى الرغم من النمو المتسارع الذي يشهده قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، إلا أنه يواجه عدداً من التحديات التي تعيق نموه، وتتطلب حلولاً مبتكرة وفعالة. من أبرز هذه التحديات، ضعف البنية التحتية الرقمية في بعض المناطق، مما يؤثر على سرعة الاتصال بالإنترنت وكفاءة الخدمات الرقمية^{١٠}. كما تواجه الشركات تحديات لوجستية تتعلق بتخزين المنتجات وتوصيلها في الوقت المناسب وبأقل تكلفة. بالإضافة إلى ذلك، يشكل الأمن السيبراني تحدياً كبيراً، حيث تتزايد المخاوف بشأن حماية البيانات الشخصية والمعلومات المالية للمستهلكين. وأخيراً، تمثل الثقة أحد أهم التحديات، حيث لا يزال بعض المستهلكين يترددون في الشراء عبر الإنترنت بسبب مخاوف تتعلق بجودة المنتجات وحماية حقوقهم^{١١}.

٢. ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية:

٢.١ مفهوم الثقة وأبعادها في السياق الرقمي: تُعد الثقة في سياق التجارة الإلكترونية مفهوماً متعدد الأبعاد، يتجاوز المعنى التقليدي للثقة في العلاقات الشخصية، ليأخذ طابعاً رقمياً يتأثر بالعديد من العوامل الملموسة وغير الملموسة. تعكس الثقة في هذا السياق، بشكل أساسي، اعتقاد المستهلك بأن البائع أو المنصة الإلكترونية جدير بالاعتماد، وأن المعاملة ستتم بشكل عادل وشفاف^{١٢}. وتتجسد هذه الثقة في عدة أبعاد رئيسية، تشمل النزاهة، وتعني أن البائع ملتزم بالصدق والأمانة في جميع تعاملاته؛ والكفاءة، التي تشير إلى قدرة البائع على تقديم الخدمات والمنتجات بجودة عالية وفي الوقت المحدد؛ والشفافية، وتعني توفير معلومات واضحة وكاملة حول المنتجات والخدمات وسياسات البيع؛ والخصوصية، وتعني حماية البيانات الشخصية والمعلومات المالية للمستهلكين. هذه الأبعاد الأربعة تتفاعل مع بعضها البعض لتشكل مفهوماً متكاملًا للثقة في التجارة الإلكترونية، وتؤثر بشكل مباشر على سلوك المستهلك وقراراته الشرائية^{١٣}.

٢.٢ العوامل المؤثرة على ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية: تتأثر ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية بمجموعة واسعة من العوامل، التي يمكن أن تزيد من مستوى الثقة أو تقلله، وتؤثر بالتالي على قرارات الشراء عبر الإنترنت. من بين هذه العوامل، تأتي جودة المنتج في مقدمة العوامل المؤثرة، حيث يتوقع المستهلك أن يحصل على منتج مطابق للمواصفات المعلنة وذات جودة عالية. كما تلعب سهولة الاستخدام دوراً حاسماً، حيث يتوقع المستهلك أن يكون الموقع أو التطبيق سهل الاستخدام والتصفح، وأن تكون عملية الشراء سلسلة وسريعة. وتعتبر خدمة العملاء عاملاً هاماً، حيث يتوقع المستهلك الحصول على دعم فني سريع وفعال في حالة وجود أي استفسارات أو مشاكل^{١٤}. بالإضافة إلى ذلك، يؤثر أمن الدفع بشكل كبير على ثقة المستهلك، حيث يتوقع أن تكون عملية الدفع آمنة ومحمية من الاحتيال. وتلعب حماية البيانات دوراً حيوياً، حيث يتوقع المستهلك أن تكون بياناته الشخصية والمعلومات المالية محمية ولا يتم مشاركتها مع أطراف أخرى. كما تؤثر سياسات الإرجاع على ثقة المستهلك، حيث يتوقع أن تكون سياسات الإرجاع واضحة وعادلة. وأخيراً، تعتبر آليات حل النزاعات عاملاً أساسياً في بناء الثقة، حيث يتوقع المستهلك وجود آليات فعالة لحل النزاعات التجارية في حالة حدوثها^{١٥}.

٢.٣ أثر انعدام الثقة على التجارة الإلكترونية: يؤدي انعدام الثقة في التجارة الإلكترونية إلى تداعيات سلبية خطيرة، تؤثر بشكل مباشر على سلوك المستهلكين وقراراتهم الشرائية، وتعيق نمو هذا القطاع الحيوي. فعندما يفقد المستهلك الثقة في البائع أو المنصة الإلكترونية، فإنه يصبح متردداً في

الشراء عبر الإنترنت، ويتجه نحو البدائل التقليدية، مثل الشراء من المتاجر الفعلية. كما يؤدي انعدام الثقة إلى تقليل ولاء العملاء، حيث يصبح المستهلكون أكثر عرضة لتغيير المتاجر الإلكترونية التي يتعاملون معها، والبحث عن بدائل أكثر موثوقية^{١٦}. بالإضافة إلى ذلك، يؤثر انعدام الثقة على سمعة العلامات التجارية، حيث يمكن أن يؤدي إلى انتشار الشائعات السلبية والآراء غير الإيجابية، مما يؤثر سلبًا على جاذبية العلامة التجارية وقدرتها على جذب العملاء. وأخيرًا، يؤدي انعدام الثقة إلى تباطؤ نمو القطاع بشكل عام، حيث يقل حجم المبيعات عبر الإنترنت، ويقل الإقبال على الخدمات الرقمية، مما يعيق تحقيق الأهداف الاقتصادية المرجوة من التجارة الإلكترونية^{١٧}.

٣. حل النزاعات عبر الإنترنت: (ODR)

٣.١ تعريف نظام ODR وأهميته: يمثل نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) آلية مبتكرة لحل الخلافات التجارية التي تنشأ في الفضاء الرقمي، وذلك خارج نطاق المحاكم التقليدية. يعتبر ODR نظامًا بديلاً يهدف إلى توفير حلول سريعة وفعالة ومنصفة للنزاعات التجارية، بما يتناسب مع طبيعة المعاملات الإلكترونية^{١٨}. وتكمن أهمية ODR في قدرته على تجاوز القيود التي تفرضها آليات حل النزاعات التقليدية، مثل طول الإجراءات وارتفاع التكاليف، حيث يوفر ODR وسيلة أسرع وأقل تكلفة وأكثر ملاءمة لحل النزاعات التجارية عبر الإنترنت. كما يساهم ODR في تعزيز ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية، من خلال توفير آلية موثوقة لحماية حقوقه وضمان حصوله على تعويض عادل في حالة حدوث أي مشكلة. وبالتالي، يمكن القول أن ODR يمثل عنصرًا أساسيًا في بناء بيئة تجارية رقمية آمنة وموثوقة^{١٩}.

٣.٢ أنواع وتقنيات ODR: تتنوع أنظمة حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) في أنواعها وتقنياتها، حيث تتضمن مجموعة واسعة من الأساليب والأدوات التي يمكن استخدامها لحل الخلافات التجارية الرقمية. من أبرز أنواع ODR، يأتي التفاوض عبر الإنترنت، والذي يتيح للأطراف المتنازعة التواصل المباشر عبر منصة إلكترونية للتوصل إلى حل ودي. كما يشمل ODR الوساطة عبر الإنترنت، حيث يقوم وسيط محايد بمساعدة الأطراف المتنازعة على التوصل إلى اتفاق مقبول للطرفين^{٢٠}. بالإضافة إلى ذلك، يشتمل ODR على التحكيم عبر الإنترنت، حيث يقوم محكم محايد بإصدار قرار ملزم للأطراف المتنازعة بعد مراجعة الأدلة المقدمة. وتعتمد أنظمة ODR على مجموعة متنوعة من التقنيات، مثل الذكاء الاصطناعي، الذي يمكن استخدامه لتحليل البيانات واقتراح حلول للنزاعات بشكل تلقائي، وتقنية البلوك تشين، التي يمكن استخدامها لتأمين المعاملات الرقمية وضمان شفافيتها، وتقنيات الفيديو كونفرنس، التي تتيح للأطراف المتنازعة التواصل المباشر وجهًا لوجه عبر الإنترنت^{٢١}.

٣.٣ دور ODR في تعزيز ثقة المستهلك: يلعب نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) دورًا حيويًا في تعزيز ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال توفير آلية فعالة وموثوقة لحل النزاعات التجارية. عندما يعلم المستهلك بوجود نظام ODR فعال، فإنه يشعر بالأمان والثقة في التعامل مع المتاجر الإلكترونية، حيث يعلم أن هناك جهة محايدة يمكن أن تلجأ إليها في حالة حدوث أي مشكلة. كما يساهم ODR في بناء الثقة من خلال توفير حلول سريعة للنزاعات، مما يقلل من الإحباط الذي قد يشعر به المستهلك في حالة تأخر حل المشكلة^{٢٢}. بالإضافة إلى ذلك، يضمن ODR توفير حلول منصفة للنزاعات، حيث يتم التعامل مع جميع الأطراف المتنازعة بشكل عادل، مما يعزز من شعور المستهلك بالرضا والثقة في النظام التجاري الإلكتروني^{٢٣}.

٣.٤ المقارنة بين ODR وآليات حل النزاعات التقليدية: تبرز الفروق الجوهرية بين نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) وآليات حل النزاعات التقليدية، مثل المحاكم واللجان، في عدة جوانب رئيسية. من حيث التكلفة، يعتبر ODR أقل تكلفة بكثير من الآليات التقليدية، حيث لا يتطلب دفع رسوم قضائية عالية أو تحمل تكاليف السفر والإقامة. ومن حيث الوقت، يوفر ODR حلولاً أسرع للنزاعات، حيث يمكن إتمام الإجراءات في وقت قصير نسبيًا، مقارنة بالإجراءات القضائية المطولة. ومن حيث الكفاءة، يتميز ODR بالمرونة والقدرة على التكيف مع طبيعة المعاملات الإلكترونية، حيث يمكن استخدامه في حل النزاعات التجارية عبر الحدود، وبأكثر من لغة. أما من حيث الملاءمة لطبيعة التجارة الإلكترونية، فإن ODR يعتبر أكثر ملاءمة للمعاملات الرقمية، حيث يتم إتمام جميع الإجراءات عبر الإنترنت، دون الحاجة إلى الحضور الشخصي للأطراف المتنازعة^{٢٤}.

المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية وحل النزاعات في المملكة العربية السعودية:

١. الإطار القانوني والتنظيمي للتجارة الإلكترونية في السعودية:

١.١ الأنظمة والتشريعات الحالية: يخضع قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية لمنظومة من الأنظمة والتشريعات التي تهدف إلى تنظيم هذا القطاع الحيوي وحماية حقوق المستهلكين والتجار على حد سواء. تشمل هذه المنظومة نظام التجارة الإلكترونية، الذي يعتبر الإطار القانوني العام للتجارة عبر الإنترنت، ويحدد التزامات وحقوق الأطراف المتعاملة في الفضاء الرقمي^{٢٥}. كما يشمل نظام مكافحة الجرائم المعلوماتية،

الذي يتناول الجرائم الإلكترونية التي قد ترتكب في سياق التجارة الإلكترونية، مثل الاحتيال الإلكتروني والاختراق وسرقة البيانات^{٢٦}. بالإضافة إلى ذلك، تحظى حماية المستهلك بأهمية قصوى في التشريعات السعودية، حيث توجد قوانين لحماية المستهلك تضمن حقوقه في الحصول على منتجات وخدمات آمنة وعالية الجودة، وفي الحصول على تعويض عادل في حالة تعرضه للضرر. وأخيراً، توجد قوانين الخصوصية التي تهدف إلى حماية البيانات الشخصية والمعلومات المالية للمستهلكين، وضمان عدم استخدامها بشكل غير قانوني أو غير مصرح به^{٢٧}. هذه الأنظمة والتشريعات تشكل معاً الإطار القانوني الذي يحكم التجارة الإلكترونية في المملكة، ويسعى إلى توفير بيئة آمنة وموثوقة للتعاملات الرقمية.

١.٢ دور الجهات الحكومية في تنظيم التجارة الإلكترونية: تلعب الجهات الحكومية في المملكة العربية السعودية دوراً حيوياً في تنظيم قطاع التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال وضع السياسات والتشريعات، والإشراف على تنفيذها، وتوفير الدعم والمساندة للقطاع. تتولى وزارة التجارة مسؤولية تنظيم الأنشطة التجارية عبر الإنترنت، وتحديد الاشتراطات اللازمة لممارسة التجارة الإلكترونية، وتلقي شكاوى المستهلكين والتحقيق فيها. كما تقوم الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سداء) بدور هام في تنظيم الجوانب المتعلقة بحماية البيانات والخصوصية في الفضاء الرقمي، وإصدار التراخيص والتصاريح اللازمة للتعامل مع البيانات الشخصية. بالإضافة إلى ذلك، تقوم وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات بدور هام في تطوير البنية التحتية الرقمية اللازمة لنمو قطاع التجارة الإلكترونية، وتوفير الدعم الفني والتقني للشركات العاملة في هذا المجال. هذه الجهات الحكومية الثلاث، بتعاونها وتنسيقها، تسعى إلى خلق بيئة تنظيمية محفزة لنمو التجارة الإلكترونية، مع ضمان حماية حقوق جميع الأطراف المعنية.

١.٣ أوجه القصور والتحديات في الإطار القانوني: على الرغم من الجهود المبذولة لتنظيم قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، إلا أن الإطار القانوني الحالي لا يزال يواجه بعض أوجه القصور والتحديات التي تتطلب معالجة لتحقيق النمو المستدام للقطاع. من أبرز هذه التحديات، عدم وجود تشريعات محددة لحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية عبر الحدود، حيث تفقر القوانين الحالية إلى آليات واضحة لحل النزاعات التجارية التي تنشأ بين المستهلكين السعوديين والمتاجر الإلكترونية الأجنبية. كما يمثل عدم وجود نظام متكامل لحل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) تحدياً كبيراً، حيث يعتمد المستهلكون حالياً على الآليات التقليدية التي تنسم بالبطء والتكلفة العالية^{٢٨}. بالإضافة إلى ذلك، تواجه القوانين الحالية صعوبة في مواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة في مجال التجارة الإلكترونية، مثل التجارة عبر الهاتف المحمول والعملات الرقمية. هذه التحديات تتطلب تحديثاً مستمراً للإطار القانوني والتنظيمي، بما يضمن مواكبته للتطورات المتسارعة في القطاع، وتوفير الحماية اللازمة لجميع الأطراف المعنية.

٢. واقع حل النزاعات الرقمية في المملكة:

٢.١ المنصات والخدمات المتوفرة لحل النزاعات: يشهد قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية تطوراً ملحوظاً، يصاحبه تزايد في النزاعات التجارية التي تنشأ بين المستهلكين والتجار عبر الإنترنت. في ظل هذا الواقع، تبرز الحاجة إلى وجود منصات وخدمات فعالة لحل هذه النزاعات بشكل سريع ومنصف. يتوفر حالياً في المملكة عدد محدود من المنصات والخدمات التي تقدم حلولاً للنزاعات التجارية عبر الإنترنت، بعضها يتبع جهات حكومية والبعض الآخر يتبع القطاع الخاص. وتشمل هذه المنصات خدمات الوساطة والتوفيق والتحكيم الإلكتروني، إلا أن نطاق استخدامها لا يزال محدوداً، وتفتقر إلى التكامل والتنسيق فيما بينها. تنسم هذه المنصات والخدمات أيضاً بتفاوت في مستوى الكفاءة والفعالية، حيث يفتقر بعضها إلى التقنيات الحديثة والكوادر المتخصصة في مجال حل النزاعات الرقمية. هذا الوضع يستدعي إجراء تقييم دقيق لكفاءة هذه المنصات والخدمات، وتحديد أوجه القصور والتحديات التي تواجهها^{٢٩}.

٢.٢ تحديات تطبيق منصات ODR: يواجه تطبيق منصات حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) في السوق السعودي مجموعة من التحديات التي تتطلب معالجة لتحقيق الاستفادة القصوى من هذه المنصات. من أبرز هذه التحديات، ضعف الوعي بأهمية ODR لدى المستهلكين والتجار، مما يؤدي إلى عدم الإقبال على استخدام هذه المنصات. كما يمثل القبول الاجتماعي للحلول الرقمية تحدياً آخر، حيث لا يزال بعض الأفراد يفضلون اللجوء إلى الآليات التقليدية لحل النزاعات. بالإضافة إلى ذلك، تنسب قلة الثقة في الحلول الرقمية في إحجام بعض المستهلكين عن استخدام منصات ODR، خوفاً من عدم حماية حقوقهم. وتواجه منصات ODR تحديات تقنية تتمثل في ضرورة توفير بنية تحتية رقمية متطورة، وتوفير برامج وتطبيقات سهلة الاستخدام وآمنة. وأخيراً، يمثل التكامل مع الأنظمة القائمة تحدياً هاماً، حيث تتطلب منصات ODR التكامل مع أنظمة المحاكم والجهات الحكومية الأخرى لضمان كفاءة وفعالية عملها^{٣٠}.

٣.٢ تقييم كفاءة الحلول الحالية ومدى رضا المستهلكين: يعكس تقييم كفاءة الحلول الحالية لحل النزاعات الرقمية في المملكة العربية السعودية، ومدى رضا المستهلكين عنها، الحاجة إلى مزيد من التحسين والتطوير. تشير الدراسات السابقة والتقارير المتاحة إلى أن مستوى رضا المستهلكين عن الحلول الحالية لا يزال منخفضاً، حيث يعاني المستهلكون من طول الإجراءات، وارتفاع التكاليف، وعدم وجود آليات فعالة لحماية حقوقهم. كما تعكس هذه الدراسات وجود فجوة بين احتياجات المستهلكين وتوقعاتهم من جهة، والخدمات والحلول المتاحة من جهة أخرى. يتوقع المستهلكون الحصول على حلول سريعة ومنصفة وفعالة للنزاعات التجارية، إلا أن الحلول الحالية لا تلبي هذه التوقعات بشكل كامل. هذا الأمر يستدعي إجراء المزيد من الدراسات والتحليلات لتقييم كفاءة الحلول الحالية، وتحديد الاحتياجات والتوقعات الفعلية للمستهلكين، والعمل على تطوير حلول مبتكرة تلبي هذه الاحتياجات والتوقعات بشكل أفضل.

٣. تأثير النزاعات على ثقة المستهلكين في التجارة الإلكترونية السعودية:

تكشف نتائج الدراسات السابقة عن وجود تحديات حقيقية في مستوى ثقة المستهلكين بالتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية. تشير هذه الدراسات إلى أن نسبة كبيرة من المستهلكين لا تزال مترددة في الشراء عبر الإنترنت، وذلك بسبب مخاوف تتعلق بجودة المنتجات، وعدم وضوح سياسات الإرجاع، وتأخر التوصيل، وعدم وجود آليات فعالة لحل النزاعات. كما تكشف الدراسات عن أن أسباب ضعف الثقة تختلف من مستهلك إلى آخر، إلا أن النزاعات التجارية تعتبر أحد الأسباب الرئيسية، حيث يشعر المستهلكون بالقلق بشأن عدم قدرتهم على استعادة حقوقهم في حالة حدوث أي مشكلة. هذه النتائج تؤكد على ضرورة العمل على تحسين مستوى الثقة في التجارة الإلكترونية، من خلال توفير بيئة تجارية رقمية آمنة وموثوقة، تحظى بثقة المستهلكين^{٣١}.

وتبرز أهمية نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) في استعادة ثقة المستهلكين بالتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال توفير حلول سريعة وشفافة ومنصفة للنزاعات التجارية. عندما يعلم المستهلك بوجود نظام ODR فعال، فإنه يشعر بالأمان والثقة في التعامل مع المتاجر الإلكترونية، حيث يعلم أن هناك جهة محايدة يمكن أن تلجأ إليها في حالة حدوث أي مشكلة. يساهم ODR في استعادة الثقة من خلال توفير إجراءات واضحة وشفافة لحل النزاعات، ومن خلال ضمان حصول المستهلكين على تعويض عادل في حالة تعرضهم للضرر. كما يساهم ODR في تقليل المدة الزمنية اللازمة لحل النزاعات، مما يقلل من الإحباط الذي قد يشعر به المستهلكون، ويعزز من رضاهم عن التجربة الشرائية عبر الإنترنت. وبالتالي، يمكن القول أن ODR يمثل أداة حيوية لاستعادة ثقة المستهلكين في التجارة الإلكترونية، وتشجيعهم على الإقبال على الشراء عبر الإنترنت^{٣٢}.

المبحث الثالث: تحليل الدور المستقبلي لـ ODR في المملكة العربية السعودية

١. أثر ODR على تعزيز ثقة المستهلكين:

١.١ دور ODR في تعزيز الشفافية والمصادقية: يلعب نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) دوراً محورياً في تعزيز الشفافية والمصادقية في المعاملات التجارية عبر الإنترنت، وذلك من خلال توفير إجراءات واضحة وموثوقة لحل النزاعات. يساهم ODR في تعزيز الشفافية من خلال إتاحة المعلومات المتعلقة بإجراءات حل النزاعات لجميع الأطراف المعنية، بما في ذلك المستهلكين والتجار، مما يضمن فهماً واضحاً لحقوقهم والتزاماتهم^{٣٣}. كما يعزز ODR المصادقية من خلال توفير آلية مستقلة ومحايدة لحل النزاعات، حيث يتم التعامل مع جميع الأطراف بشكل عادل ومنصف، وتستند القرارات إلى الأدلة والبراهين المقدمة، وليس على الأهواء أو المصالح الشخصية. هذه الشفافية والمصادقية التي يوفرها ODR تساهم بشكل كبير في بناء ثقة المستهلكين في التجارة الإلكترونية، وتشجعهم على الإقبال على الشراء عبر الإنترنت^{٣٤}.

١.٢ تقليل النزاعات وتعزيز رضا المستهلكين: يساهم نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) بشكل فعال في تقليل عدد النزاعات التجارية التي تنشأ في الفضاء الرقمي، وذلك من خلال توفير حلول سريعة وفعالة للخلافات. عندما يعلم المستهلك بوجود نظام ODR فعال، فإنه يصبح أكثر اطمئناناً وثقة في التعامل مع المتاجر الإلكترونية، مما يقلل من احتمالية نشوب نزاعات تجارية^{٣٥}. كما يساهم ODR في تقليل النزاعات من خلال توفير إجراءات واضحة ومنصفة لحل الخلافات، مما يشجع الأطراف المتنازعة على التوصل إلى حل ودي في أسرع وقت ممكن. بالإضافة إلى ذلك، يساهم ODR في تعزيز رضا المستهلكين من خلال حل مشاكلهم بسرعة وإنصاف، مما يعزز من شعورهم بالتقدير والاهتمام من قبل المتاجر الإلكترونية، ويشجعهم على تكرار التجربة الشرائية عبر الإنترنت^{٣٦}.

١.٣ تعزيز ولاء العملاء وزيادة التفاعل مع التجارة الإلكترونية: يمتلك نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) القدرة على تعزيز ولاء العملاء للعلامات التجارية الإلكترونية، وزيادة التفاعل مع التجارة الإلكترونية بشكل عام. عندما يشعر المستهلك بأن العلامة التجارية تهتم بحقوقه وتوفر

له آلية فعالة لحل أي مشكلة قد تواجهه، فإنه يصبح أكثر ولاءً لها، ويميل إلى تكرار الشراء منها في المستقبل. كما يساهم ODR في تعزيز التفاعل مع التجارة الإلكترونية من خلال توفير تجربة مستخدم إيجابية، حيث يشعر المستهلك بالراحة والأمان في التعامل عبر الإنترنت، مما يشجعه على التفاعل مع المتاجر الإلكترونية، والمشاركة في العروض الترويجية، والتعبير عن آرائه وتقييماته للمنتجات والخدمات. وبالتالي، يمكن القول أن ODR يمثل أداة قوية لتعزيز ولاء العملاء وزيادة التفاعل مع التجارة الإلكترونية^{٣٧}.

٢. دراسة نماذج وتجارب دولية ناجحة:

٢.١ تحليل حالات دراسية ناجحة: يُعد استعراض النماذج والتجارب الدولية الناجحة في تطبيق نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) خطوة أساسية لفهم أفضل الممارسات التي يمكن الاستفادة منها في تطوير نظام ODR فعال في المملكة العربية السعودية. تبرز في هذا السياق تجارب بعض الدول المتقدمة في مجال التجارة الإلكترونية، مثل سنغافورة^{٣٨}، التي حققت نجاحاً كبيراً في تطبيق ODR من خلال إنشاء منصة وطنية موحدة لحل النزاعات التجارية عبر الإنترنت، وتوفير إجراءات بسيطة وفعالة لحل الخلافات^{٣٩}. كما تُعد ألمانيا نموذجاً رائداً في تطبيق ODR، حيث قامت بإنشاء نظام متكامل يجمع بين آليات الوساطة والتحكيم عبر الإنترنت، مع توفير تدريب متخصص للوسطاء والمحكمين. بالإضافة إلى ذلك، تقدم كندا تجربة فريدة في مجال ODR، حيث اعتمدت على تقنيات الذكاء الاصطناعي لتسريع عملية حل النزاعات، وتوفير حلول مخصصة لكل حالة على حدة^{٤٠}. أما الاتحاد الأوروبي، فيمثل نموذجاً متكاملاً في مجال ODR، حيث قام بإنشاء منصة أوروبية موحدة لحل النزاعات التجارية عبر الحدود، مما يسهل على المستهلكين الحصول على حقوقهم في حالة التعامل مع متاجر إلكترونية من دول أخرى^{٤١}. هذه التجارب الدولية المتنوعة تعكس الإمكانيات الكبيرة التي يوفرها ODR، وتقدم دروساً قيمة للمملكة في مجال تطوير نظامها الخاص.

٢.٢ الدروس المستفادة: من خلال تحليل التجارب الدولية الناجحة في تطبيق ODR، يمكن استخلاص مجموعة من الدروس المستفادة وأفضل الممارسات التي يمكن تطبيقها في السياق السعودي. من أبرز هذه الدروس، أهمية إنشاء منصة وطنية موحدة لحل النزاعات التجارية عبر الإنترنت، مما يسهل على المستهلكين والتجار الوصول إلى خدمات ODR. كما تبرز أهمية توفير إجراءات بسيطة وفعالة لحل النزاعات، مع تقليل التكاليف والمدة الزمنية اللازمة لحل الخلافات. بالإضافة إلى ذلك، يتبين أهمية تدريب وتأهيل الكوادر المتخصصة في مجال حل النزاعات الرقمية، وتوفير الأدوات والتقنيات اللازمة لهم لأداء عملهم بكفاءة. وتؤكد التجارب الدولية على أهمية التكامل بين نظام ODR وبين الأنظمة القضائية التقليدية، لضمان حصول المستهلكين على حقوقهم بشكل كامل. وأخيراً، تبرز أهمية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير منصات ODR ذكية، قادرة على تقديم حلول مخصصة للنزاعات التجارية، وتوفير تجربة مستخدم إيجابية^{٤٢}.

٢.٣ إمكانية تكيف التجارب الدولية مع البيئة السعودية: يتطلب تكيف التجارب الدولية الناجحة في تطبيق ODR مع البيئة السعودية تحليلاً دقيقاً للخصوصية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للمملكة. يجب أن يراعي نظام ODR المزمع تطبيقه في السعودية القيم الإسلامية والأخلاقية التي تحكم المجتمع، وأن يضمن احترام حقوق جميع الأطراف المعنية. كما يجب أن يراعي النظام الظروف الاقتصادية للمستهلكين والتجار، وأن يوفر حلولاً فعالة وبأسعار معقولة. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يتوافق نظام ODR مع البنية التحتية الرقمية المتاحة في المملكة، وأن يكون سهل الاستخدام ومتاحاً لجميع الأفراد والشركات، بغض النظر عن مستواهم التعليمي أو التقني. هذا التكيف الدقيق للتجارب الدولية، مع مراعاة الخصوصية المحلية، يمثل شرطاً أساسياً لنجاح نظام ODR في السعودية، وتحقيق الأهداف المرجوة منه في تعزيز ثقة المستهلكين ودعم نمو التجارة الإلكترونية.

٣. مقترحات وتوصيات لتطوير ODR في السعودية:

تتمثل أهم هذه المقترحات فيما يلي:

١. اقتراح سياسات وتشريعات جديدة أو معدلة لتشجيع اعتماد نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR)، وتوفير إطار قانوني واضح ومنظم لحل النزاعات الرقمية، بما يضمن حماية حقوق المستهلكين والتجار على حد سواء. يتضمن ذلك تعديل نظام التجارة الإلكترونية الحالي، وإضافة مواد قانونية تنظم عمل منصات ODR، وتحديد إجراءات واضحة لحل النزاعات التجارية عبر الإنترنت.

٢. اقتراح آليات لتعزيز التعاون بين الحكومة والقطاع الخاص في تطوير وتشغيل منصات ODR، بما في ذلك إبرام شراكات استراتيجية بين القطاعين، وتشكيل لجان مشتركة للإشراف على عمل هذه المنصات، وتقديم الدعم المالي والفني للشركات الناشئة العاملة في مجال ODR. يهدف هذا التعاون إلى الجمع بين الخبرات الحكومية والقدرات الابتكارية للقطاع الخاص، بما يضمن إنشاء منصات ODR فعالة ومستدامة.

٣. توظيف التكنولوجيا المتقدمة، مثل الذكاء الاصطناعي وتقنية البلوك تشين، في تطوير منصات ODR ذكية وآمنة وفعالة. يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات واقتراح حلول للنزاعات بشكل تلقائي، وتوفير تجربة مستخدم مخصصة، بينما يمكن استخدام تقنية البلوك تشين لتأمين المعاملات الرقمية، وضمان شفافية الإجراءات، وحماية البيانات الشخصية للمستخدمين.

٤. تكثيف حملات التوعية والتثقيف لزيادة وعي المستهلكين والتجار بأهمية نظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR)، وكيفية استخدامه، وفوائده في حل النزاعات التجارية بشكل سريع وفعال. تشمل هذه الحملات تنظيم ورش عمل وندوات، وإعداد مواد توعوية ونشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة، وإنشاء مواقع إلكترونية متخصصة توفر معلومات واضحة ومبسطة عن نظام ODR.

الذاتية:

تناولت هذه الدراسة الدور المحوري لنظام حل النزاعات عبر الإنترنت (ODR) في تعزيز ثقة المستهلكين بالتجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية، مُحللة واقع التجارة الإلكترونية وآليات حل النزاعات الحالية، ومُقيمة تأثير ODR على ثقة المستهلك، ومُحددة التحديات والمعوقات التي تواجه تطبيقه. كما استعرضت الدراسة التجارب الدولية الناجحة، واقتُرحت توصيات عملية لتطوير إطار عمل متكامل لنظام ODR في المملكة، مُركزة على أهمية التشريعات المتطورة، والتعاون بين القطاعات، وتوظيف التقنيات الحديثة.

النتائج:

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة نذكر ما يلي:

١. يمثل نظام ODR أداة أساسية لتعزيز ثقة المستهلكين في التجارة الإلكترونية، من خلال توفير حلول سريعة وفعالة ومنصفة للنزاعات.
٢. آليات حل النزاعات التقليدية غير فعالة في التعامل مع طبيعة المعاملات الرقمية السريعة والمتغيرة، مما يؤثر سلباً على ثقة المستهلكين.
٣. هناك تحديات تواجه تطبيق نظام ODR في المملكة، من بينها ضعف الوعي بأهميته، وقلة الثقة في الحلول الرقمية، والتحديات التقنية والتنظيمية.
٤. التجارب الدولية الناجحة في تطبيق ODR تقدم دروساً قيمة للمملكة، وتؤكد على أهمية إنشاء منصة وطنية موحدة لحل النزاعات، وتوفير إجراءات بسيطة وفعالة.
٥. يساهم ODR في تعزيز الشفافية والمصادقية في المعاملات التجارية عبر الإنترنت، وتقليل النزاعات، وزيادة رضا وولاء العملاء.

التوصيات والمقترحات:

من أهم التوصيات التي توصي بها الدراسة ما يلي:

١. تطوير التشريعات القائمة لتشمل نظام ODR، وتوفير إطار قانوني واضح ومنظم لحل النزاعات الرقمية، بما يضمن حماية حقوق المستهلكين والتجار.
٢. تعزيز التعاون بين الحكومة والقطاع الخاص في تطوير وتشغيل منصات ODR، من خلال إبرام شراكات استراتيجية، وتشكيل لجان مشتركة، وتقديم الدعم المالي والفني.
٣. توظيف التكنولوجيا المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين في تطوير منصات ODR ذكية وآمنة وفعالة، لتحليل البيانات واقتراح حلول مخصصة للنزاعات.
٤. تكثيف حملات التوعية والتثقيف لزيادة وعي المستهلكين والتجار بأهمية ODR، وكيفية استخدامه، وفوائده في حل النزاعات التجارية بشكل سريع وفعال.
٥. الاستثمار في البنية التحتية الرقمية اللازمة لدعم نمو التجارة الإلكترونية، وتطوير منصات ODR فعالة، وتوفير برامج وتطبيقات سهلة الاستخدام وآمنة.
٦. تكثيف التجارب الدولية الناجحة في تطبيق ODR مع البيئة السعودية، مع مراعاة الخصوصية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للمملكة، والقيم الإسلامية والأخلاقية.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

١. أحلام علي بـعبدالله، ياسمين خورشيد أنصاري، (٢٠٢٠). العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك عند التسوق عبر الإنترنت في السعودية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد الرابع، العدد السادس، ص ١٤٦-١٥٩.

٢. التجارة الإلكترونية في رؤية المملكة ٢٠٣٠، مقال منشور على شبكة الإنترنت، تم الاسترجاع في ١٠/١٠/٢٠٢٥، متاح على الرابط التالي
<https://technique.com.sa/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9>

٣. تطور التجارة الإلكترونية في السعودية وتأثيرها على الاقتصاد ٢٠٢٤، مقال منشور على شبكة الإنترنت، تم الاسترجاع في ١٠/١٠/٢٠٢٥، متاح على الرابط التالي:

: <https://gmc.glary.sa/sa/en/blog/158-%D8%AA%D8%B7%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024>

٤. خالد بن علي حسن آل سعيدي، (٢٠٢٢). الوسائل البديلة لتسوية منازعات عقد التجارة الإلكترونية (دراسة وفقاً للقانون الفرنسي والأوروبي)، مجلة روح القوانين، كلية الحقوق، جامعة طنطا، المجلد ٣٤، العدد ١٠٠، ص ١١١٧-١١٦٩.

٥. ساره سعيد الغامدي، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، مقال منشور على شبكة الانترنت، تم الاسترجاع في ١٠/١٠/٢٠٢٥، متاح على الرابط التالي:

: <https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86%D9%8A-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A>

٦. سيف سلام الحكيمي، عبدالله علي مرعي العمري، (٢٠٢٠). دور التجارة الإلكترونية في تطور اقتصاد المملكة العربية السعودية، مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد الأول، العدد الخامس، ص ٣١-٦٩.

٧. غرفة الرياض، مرصد قطاع دعم الأعمال، (٢٠٢١). (التجارة الإلكترونية في السعودية مؤشرات وأرقام، أغسطس، ص ٥-٧).

٨. محمد عبدالله عبد المقصود حسان، (٢٠١٩). تأثير التسويق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي على الثقة في العلامة التجارية للفنادق والولاء لها، المجلة العلمية للبحوث التجارية، العدد الأول، يناير، ص ١٩٣.

٩. المملكة العربية السعودية، هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، (٢٠٢٣). (التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، ص ٢١-٢٣).

١٠. هيئة الخبراء بمجلس الوزراء، نظام التجارة الإلكترونية الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/١٢٦) وتاريخ ١٤٤٠/١١/٧هـ وقرار مجلس الوزراء رقم (٦٢٨) وتاريخ ١٤٤٠/١١/٦هـ.

١١. هيئة الخبراء بمجلس الوزراء، نظام حماية البيانات الشخصية الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/١٩) وتاريخ ١٤٤٣/٢/٩هـ وقرار مجلس الوزراء رقم (٩٨) وتاريخ ١٤٤٣/٢/٧هـ.

١٢. هيئة الخبراء بمجلس الوزراء، نظام مكافحة الجرائم الإلكترونية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/١٧ بتاريخ ٨ / ٣ / ١٤٢٨ وقرار مجلس الوزراء رقم ٧٩ بتاريخ ٧ / ٣ / ١٤٢٨.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Abedi, F., Zeleznikow, J., & Bellucci, E. (2019). Universal standards for the concept of trust in online dispute resolution systems in e-commerce disputes. *International Journal of Law and Information Technology*, 27(3), 209-237.
2. Alalwan, A. A., & Al-Hawamdeh, H. S. (2022). The impact of social commerce on customer loyalty: An empirical study in Saudi Arabia. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102920.
3. Alharbi, M. (2019). Key challenges facing online dispute resolution in Saudi Arabia. *JL Pol'y & Globalization*, 88, 76.
4. Aljarboa, S. (2016). Online shopping in Saudi Arabia: Opportunities and challenges. *International Journal of Managing Value and Supply Chains*, 7(4), 1-15.
5. Aloufi, A. (2023). THE NEED TO ENHANCE ONLINE CONSUMER PROTECTION UNDER EXISTING SAUDI ARABIAN E-COMMERCE LAWS (Doctoral dissertation, Curtin University).
6. Alshathri, S. A. (2022). Online dispute resolution as a mechanism to enhance consumer trust in e-commerce: how can Saudi Arabian law be improved? (Doctoral dissertation, Newcastle University).
7. Andrei, D. M. (2024). E-Commerce Overview in the European Union. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 24(1), 12-21.
8. Anggraeni, L., Tan, S., Junaidi, J., & Achmad, E. (2024). E-Commerce's Impact On Economic Growth. *Nomico*, 1(6), 64-76.
9. Bogdan, M. (2015). The New EU Regulation on online resolution for consumer disputes. *Masaryk University Journal of Law and Technology*, 9(1), 155-163.
10. Chauhan, J. (2023). Transformation of Dispute Resolution: Technological Innovations in Dispute Resolution and Its Effect on the International Law. Available at SSRN 4640977.
11. Cona, F. A. (1997). Application of Online Systems in Alternative Dispute Resolution. *Buff. L. Rev.*, 45,
12. El-Sofany, H., Al-Malki, T., Alzamel, A. A., & Alharbi, A. A. (2012). Impact of Trust Factors in Improvement and Development of E-commerce in Saudi Arabia. *International Journal of Computer*
13. Flavián, C., & Guinaliú, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial management & data systems*, 601-620.
14. Framework, R. (2024). OECD Online Dispute Resolution Framework.
15. Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS quarterly*, 91-115.
16. Hanriot, M. (2015). Online dispute resolution (ODR) as a solution to cross border consumer disputes: the enforcement of outcomes. *McGill J. Disp. Resol.*, 2, 1.
17. Isaac, E. (2024). Effectiveness of Online Dispute Resolution Platforms in Managing E-commerce Disputes. *European Journal of Conflict Management*, 4(1), 1-11.
18. Jha, S., & Lim, C. (2023). Evolution of Mediation in Singapore. *Revista Brasileira de Alternative Dispute Resolution-Brazilian Journal of Alternative Dispute Resolution-RBADR*, 5(9), 121-143.
19. Katsh, E., & Rabinovich-Einy, O. (2017). Digital justice: Technology and the Internet of disputes. Oxford University Press.
20. Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544-564.
21. Mania, K. (2015). Online dispute resolution: The future of justice. *International Comparative Jurisprudence*, 1(1), 76-86.
22. Olaopa, O. R., & Alsuhaibany, Y. M. (2023). Economic diversification in Saudi Arabia: the role of information communication technology and e-commerce in achieving Vision 2030 and beyond. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 15(2), 137-161.
23. Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International journal of electronic commerce*, 7(3), 101-134.
24. Rule, C. (2002). Online dispute resolution for business. Jossey-Bass.
25. Rule, C. (2020). Online dispute resolution and the future of justice. *Annual Review of Law and Social Science*, 16(1), 277-292.
26. Turban, E., Lee, J. K., Liang, T. P., & Lai, H. C. (2018). Electronic commerce: A managerial perspective 2018. Springer.
27. Verma, D., Banwari, A., & Pande, N. (2018). Online dispute resolution. *Digital communication management*, (9), 121.

28. Vilalta, A. E. (2012). ODR and E-commerce. Online Dispute Resolution: Theory and Practice A Treatise on Technology and Dispute Resolution, 122.

هوامش البحث

¹ Andrei, D. M. (2024). E-Commerce Overview in the European Union. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 24(1), pp.12-21.

² التجارة الإلكترونية في رؤية المملكة ٢٠٣٠، مقال منشور على شبكة الإنترنت، تم الاسترجاع في ٢٠٢٥/١١/١٠، متاح على الرابط التالي: <https://technique.com.sa/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9>

³ Isaac, E. (2024). Effectiveness of Online Dispute Resolution Platforms in Managing E-commerce Disputes. *European Journal of Conflict Management*, 4(1), pp. 1-11.

⁴ Anggraeni, L., Tan, S., Junaidi, J., & Achmad, E. (2024). E-Commerce's Impact On Economic Growth. *Nomico*, 1(6), pp.64-76.

⁵ Turban, E., Lee, J. K., Liang, T. P., & Lai, H. C. (2018). Electronic commerce: A managerial perspective 2018. Springer, pp. 25-30

⁶ المملكة العربية السعودية، هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، ٢٠٢٣، ص ٢١-٢٣.

⁷ غرفة الرياض، مرصد قطاع دعم الأعمال، التجارة الإلكترونية في السعودية مؤشرات وأرقام، أغسطس ٢٠٢١، ص ٥-٧.

⁸ Alalwan, A. A., & Al-Hawamdeh, H. S. (2022). The impact of social commerce on customer loyalty: An empirical study in Saudi Arabia. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102920, pp. 5-9

⁹ Olaopa, O. R., & Alsuhaibany, Y. M. (2023). Economic diversification in Saudi Arabia: the role of information communication technology and e-commerce in achieving Vision 2030 and beyond. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 15(2), pp.137-161.

¹⁰ Aljarboa, S. (2016). Online shopping in Saudi Arabia: Opportunities and challenges. *International Journal of Managing Value and Supply Chains*, 7(4), 1-15.

¹¹ سيف سلام الحكيمي، عبدالله علي مرعي العمري، دور التجارة الإلكترونية في تطور اقتصاد المملكة العربية السعودية، مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد الأول، العدد الخامس، ٢٠٢٠، ص ٣١-٦٩.

¹² Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS quarterly*, 91-115, pp. 95-100.

¹³ Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544-564, pp. 547-552.

¹⁴ Flavián, C., & Guinalíu, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial management & data systems*, pp. 601-620, 605-610.

¹⁵ أحلام علي باعبدالله، ياسمين خورشيد أنصاري، العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك عند التسوق عبر الإنترنت في السعودية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد الرابع، العدد السادس، ٢٠٢٠، ص ١٤٦-١٥٩.

¹⁶ Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International journal of electronic commerce*, 7(3), 101-134, pp. 110-115

¹⁷ محمد عبدالله عبد المقصود حسان، تأثير التسويق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي على الثقة في العلامة التجارية للفنادق والولاء لها، المجلة العلمية للبحوث التجارية، العدد الأول، يناير، ٢٠١٩، ص ١٩٣.

¹⁸ Katsh, E., & Rabinovich-Einy, O. (2017). Digital justice: Technology and the Internet of disputes. Oxford University Press, pp. 3-10.

¹⁹ Rule, C. (2002). Online dispute resolution for business. Jossey-Bass, pp. 15-20.

²⁰ Isaac, E. (2024). Effectiveness of Online Dispute Resolution Platforms in Managing E-commerce Disputes. *European Journal of Conflict Management*, 4(1), 1-11.

²¹ Cona, F. A. (1997). Application of Online Systems in Alternative Dispute Resolution. *Buff. L. Rev.*, 45,

²² Alshathri, S. A. (2022). Online dispute resolution as a mechanism to enhance consumer trust in e-commerce: how can Saudi Arabian law be improved? (Doctoral dissertation, Newcastle University), p.34.

²³ خالد بن علي حسن آل سعيدي، الوسائل البديلة لتسوية منازعات عقد التجارة الإلكترونية (دراسة وفقاً للقانون الفرنسي والأوروبي)، مجلة روح القوانين، كلية الحقوق، جامعة طنطا، المجلد ٣٤، العدد ١٠٠، أكتوبر ٢٠٢٢، ص ١١١٧-١١٦٩.

²⁴ Mania, K. (2015). Online dispute resolution: The future of justice. *International Comparative Jurisprudence*,

^{٢٥} هيئة الخبراء بمجلس الوزراء، نظام التجارة الإلكترونية الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/١٢٦) وتاريخ ١٤٤٠/١١/٧هـ

وقرار مجلس الوزراء رقم (٦٢٨) وتاريخ ١٤٤٠/١١/٦هـ.

^{٢٦} هيئة الخبراء بمجلس الوزراء، نظام مكافحة الجرائم الإلكترونية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/١٧ بتاريخ ١٤٢٨ / ٣ / ٨

وقرار مجلس الوزراء رقم ٧٩ بتاريخ ١٤٢٨ / ٣ / ٧.

^{٢٧} هيئة الخبراء بمجلس الوزراء، نظام حماية البيانات الشخصية الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/١٩) وتاريخ ١٤٤٣/٢/٩هـ وقرار مجلس الوزراء

رقم (٩٨) وتاريخ ١٤٤٣/٢/٧هـ.

^{٢٨} ساره سعيد الغامدي، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، مقال منشور على شبكة الانترنت، تم الاسترجاع في ٢٠٢٥/١/١٠، متاح على

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86%D9%8A-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86%D9%8A-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86%D9%8A-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

[https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-](https://sghamdi.sa/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-2024)

²⁹ تطور التجارة الإلكترونية في السعودية وتأثيرها على الاقتصاد ٢٠٢٤، مقال منشور على شبكة الانترنت، تم الاسترجاع في ٢٠٢٥/١/١٠، متاح على

³⁰ Alharbi, M. (2019). Key challenges facing online dispute resolution in Saudi Arabia. *JL Pol'y & Globalization*, 88, p.76.

³¹ El-Sofany, H., Al-Malki, T., Alzamel, A. A., & Alharbi, A. A. (2012). Impact of Trust Factors in Improvement and Development of E-commerce in Saudi Arabia. *International Journal of Computer Applications*, 55(9), p.45.

³² Abedi, F., Zeleznikow, J., & Bellucci, E. (2019). Universal standards for the concept of trust in online dispute resolution systems in e-commerce disputes. *International Journal of Law and Information Technology*, 27(3), pp.209-237.

³³ Katsh, E., & Rabinovich-Einy, O. (2017). *Digital justice: Technology and the Internet of disputes*. Oxford University Press, pp. 120-125.

³⁴ Verma, D., Banwari, A., & Pande, N. (2018). Online dispute resolution. *Digital communication management*, 35 Vilalta, A. E. (2012). ODR and E-commerce. *Online Dispute Resolution: Theory and Practice A Treatise on Technology and Dispute Resolution*, p.122.

³⁵ Hanriot, M. (2015). Online dispute resolution (ODR) as a solution to cross border consumer disputes: the enforcement of outcomes. *McGill J. Disp. Resol.*, 2, p.1.

³⁶ Aloufi, A. (2023). THE NEED TO ENHANCE ONLINE CONSUMER PROTECTION UNDER EXISTING SAUDI ARABIAN E-COMMERCE LAWS (Doctoral dissertation, Curtin University), p.122.

³⁷ Jha, S., & Lim, C. (2023). Evolution of Mediation in Singapore. *Revista Brasileira de Alternative Dispute Resolution-Brazilian Journal of Alternative Dispute Resolution-RBADR*, 5(9), pp.121-143.

³⁸ Rule, C. (2020). Online dispute resolution and the future of justice. *Annual Review of Law and Social Science*, 16(1), pp.277-292.

³⁹ Framework, R. (2024). *OECD Online Dispute Resolution Framework*, pp.12-17.

⁴⁰ Bogdan, M. (2015). The New EU Regulation on online resolution for consumer disputes. *Masaryk University Journal of Law and Technology*, 9(1), pp.155-163.

⁴¹ Chauhan, J. (2023). Transformation of Dispute Resolution: Technological Innovations in Dispute Resolution and Its Effect on the International Law. Available at SSRN 4640977.