

تحديث استراتيجية
أعضاء المنظمة
العالمية للمستهلك

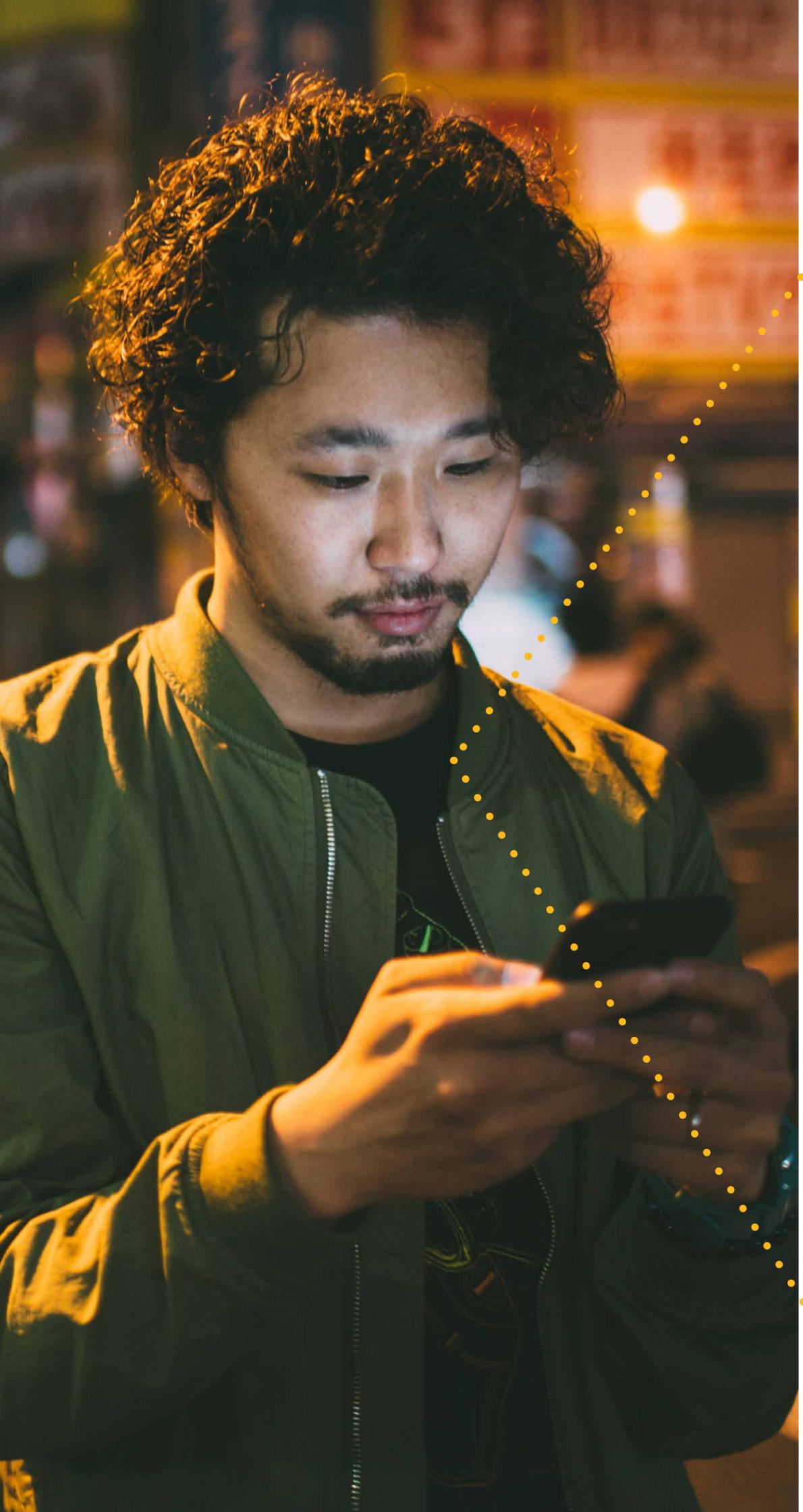
لقد راجعنا استراتيجيتنا
لضمان تقديمنا أكبر قيمة
ممكنة لأعضائنا.

ستكون جوانب عديدة مألوفة
لك: تواصلكم مع أعضاء
آخرين، عمل مشروعنا في
مجال حماية المستهلك وتأثيرنا
على المستوى العالمي.

بالإضافة إلى ذلك، سنعمل مع شبكة
واسعة من أصحاب المصلحة لمعالجة
تحديات المستهلك وفرصه الأساسية في
المشاكل اليومية. وستعود الرؤى والحلول
والإجراءات الناتجة بالنفع على جميع
الأعضاء، والمستهلكين الذين يدعموهم.

واصل القراءة لمعرفة المزيد وأخبرنا
عن أولوياتك الرقمية.





اصنع فرقًا في عالم مترابط

قد جرت مراجعة استراتيجية المنظمة العالمية للمستهلك. وبالقيام بذلك، استمعنا لأعضائنا وخبرائنا العالمين، وعملنا مع مجلس الإدارة لدينا، وأخذنا المشورة من مجلسنا. لقد تغير العالم، حيث أصبح أكثر رقمية وتربطًا ويتحرك بخطى سريعة متزايدة. لذا نحتاج أيضًا إلى التكيف لنظل ذوي صلة.

رؤيتنا - عالم حيث يكون لكل شخص إمكانية الوصول إلى منتجات وخدمات آمنة ومستدامة - تبقى دون تغيير. الآن، ستقر استراتيجيتنا الحاجة إلى نهج جديدة لحماية المستهلك وتمكينه لمواكبة خطى التغيير.

ابتداءً من المشكلات الرقمية

نرغب في رؤية المستهلكين يحصلون على أفضل ما في الاقتصاد والمجتمع الرقمي دون تقديم تنازلات بشأن الجودة والرعاية والمعاملة العادلة. تمثل النظم الرقمية واحدة من أكبر المشكلات التي تواجه المستهلكين اليوم، لذلك سيكون هذا هو اهتمامنا الأولي.

لماذا الاهتمام الرقمي أمر ذو صلة بالمستهلكين؟

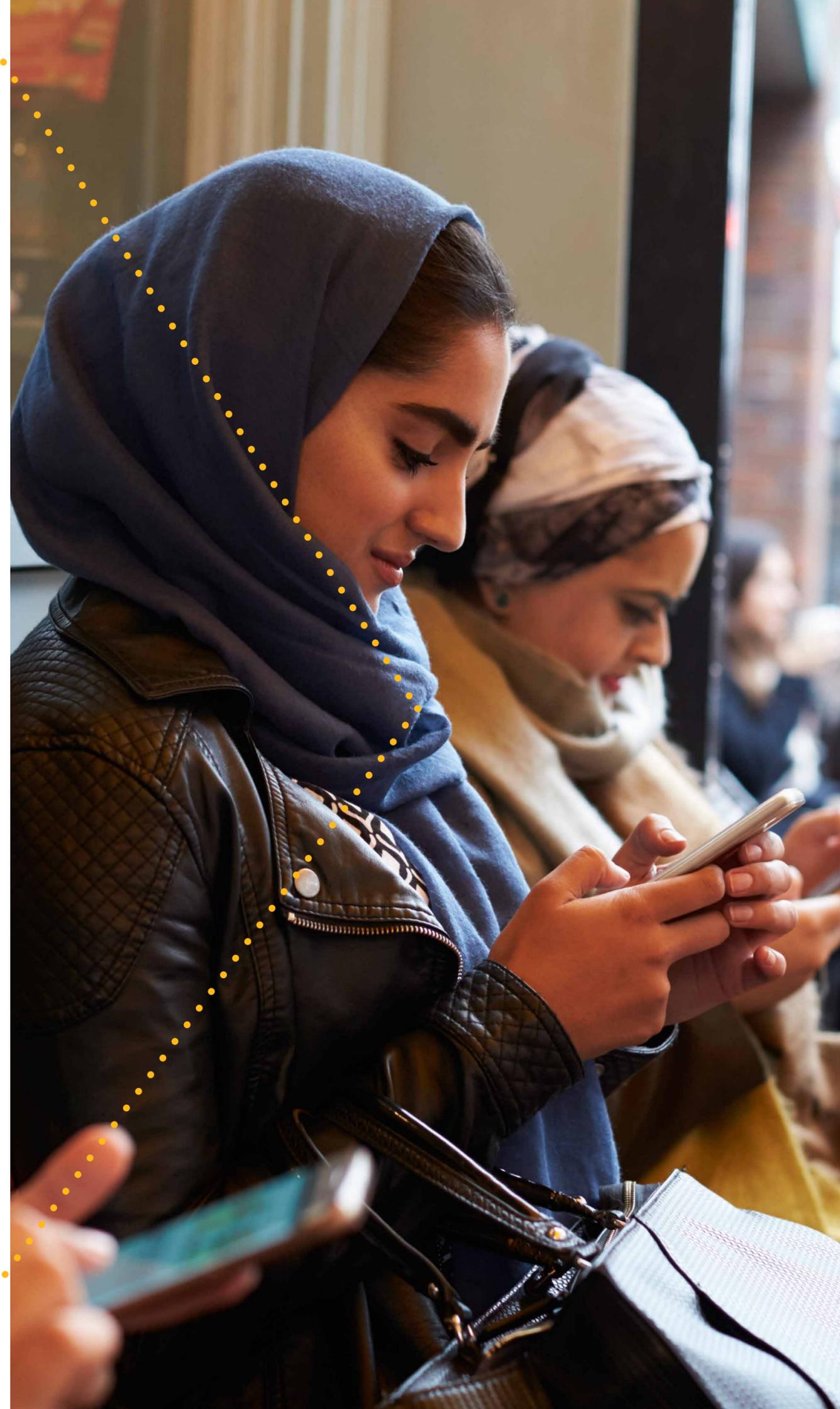
تتحول الرقمية بسرعة لتصبح الطريقة اساسية للعمل والحصول على الخدمات الهامة، مثل النقل والترفيه والخدمات المصرفية. ويستطيع مجتمع رقمي أقوى تحسين تسليم المرافق وتقديم حلول جديدة للمشاكل المجتمعية وتعزيز الخدمات القائمة. بالإضافة إلى ذلك، تعد قضايا حماية البيانات والخصوصية والأمن المتعلقة بهذه الخدمات ضرورية للمستهلكين للثقة في العالم الرقمي. فدون ثقة، لن يتمكنوا من جني الفوائد والفرص والتطورات الاقتصادية التي يمكن أن يجلبها هذا العالم.

إن حماية المستهلك وتمكينه الرقميين ليسا مجرد مشكلة بالنسبة للبلدان ذات الدخل المرتفع. فيستخدم نصف سكان العالم حتى الآن الإنترنت. لكن هذه النسبة تتناقص بشكلٍ سريع. فأن تكون غير متصل بالإنترنت أو ضعيف الاتصال به له تأثير كبير على المشاركة في المجتمع كمستهلك ومواطن، وخاصةً للأجيال الشابة. ولا يمكن للابتكارات الرقمية ترك الناس خارج دائرة الفقر فحسب، بل يمكنها أيضاً أن تسهم في مستقبل أكثر استدامة وتحقيق أهداف مثل أهداف التنمية المستدامة في الأمم المتحدة (UN).

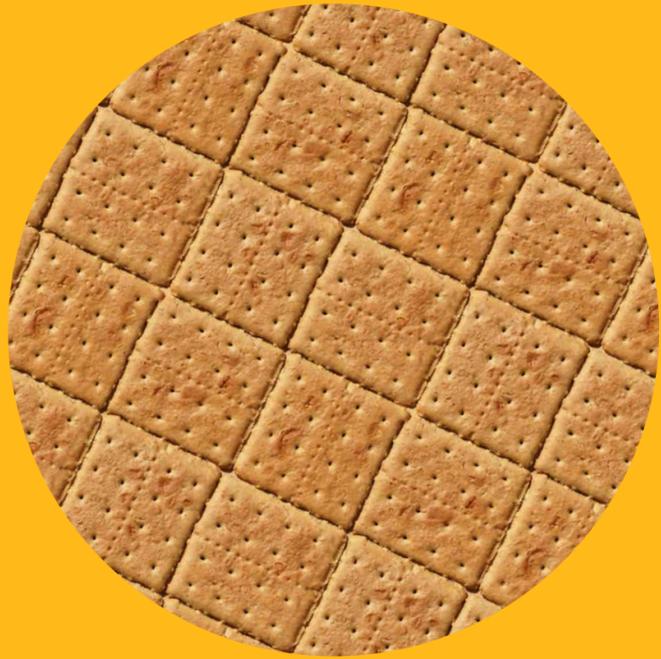
نريد أن نساعدك على تمكين المستهلكين الذين تدعمهم عن طريق وضع صوتهم في قلب التطورات الرقمية، فهذا سيمكن المؤسسات التجارية والحكومات والمجتمع المدني من أن يكون أكثر استجابة لتحديات وفرص المستهلكين الناشئة.

وسيدعمك هذا أيضاً مهما كانت مواضيع حماية المستهلك التي تعمل عليها.

اكتشف المزيد في الملحق 1

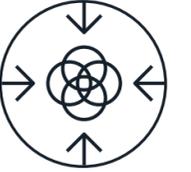


بينما سيكون اهتمامنا رقمياً، سنحافظ أيضاً على تمثيلنا و تأثيرنا
ودعمنا لأعضائنا وتطويرنا لخبرتنا في المجالات الأخرى لحماية
المستهلك، ومن بينها الغذاء والاستدامة وسلامة المنتجات، من
خلال مشاريع ممولة من خارج المنظمة.



كيف سنحقق هذا

الاتصال والمشاركة بين الأعضاء



سندعم أعضاءنا للتواصل مع بعضهم البعض ولل استفادة من الخبرة الجماعية لأعضائنا لتبادل الرؤى والمعلومات وللتعاون على نطاق واسع بخصوص قضايا المستهلك. فيمكننا معاً قيادة التغيير في السوق العالمي على نطاق لا يمكن تحقيقه على الصعيد الوطني وحده. ومتى كان ذلك مناسباً، سندعم عملاءنا للتواصل حول حملاتهم التي لها صلة دولية عابرة للحدود ولإثارة اهتمام أعضاء آخرين. وفي حين أننا لن نقود الحملات بأنفسنا، سنواصل تنسيق اليوم العالمي لحقوق المستهلك.

شبكة أوسع: بناء منتدانا



لا يمكن لكيان بمفرده مواجهة التحدي في عالمنا الرقمي المترابط. فسنبني شبكة أوسع، تتضمن أعضاء ومنتدى خاصة بأصحاب المصلحة العالميين. وسيجتمع المشاركون في المنتدى لمعالجة تحدٍّ أو فرصة محددة للمستهلك، وسيضم الحكومات والمجتمع المدني والمؤسسات التجارية والممولين.

الاجتماع والتمثيل والتأثير



سنعمل على جمع هذه الشبكة لمعالجة تحديات المستهلك وفرصه الأساسية، لزيادة البصيرة وتمكين تطوير حلول أفضل وأسرع. وسيُسرع نشرنا وقيادتنا الفكرية وتأثيرنا المباشر من تنفيذ الحلول المطورة بهذه الطريقة.

المزيد من المشاريع والابتكار



سوف نُدير مشاريع ممولة من الخارج على نطاق مجموعة من المواضيع الخاصة بالمستهلك، استناداً إلى تأثيرنا وخبرتنا وتعزيزاً لهما. وستتضمن هذه المواضيع الغذاء والاستهلاك المستدام وسلامة المنتجات، فضلاً عن الرقمية.

ما الجديد؟

على الرغم من أن جانباً كبيراً من استراتيجيتنا سيكون مألوفاً لك، إلا أن شبكتنا الأوسع نطاقاً والطريقة التي سنعمل بها هي نهج جديد.

نعتقد أنه يمكن أن يكون لنا أكبر الأثر، وأن نحدث تغييراً أسرع، وذلك من خلال جمع الأشخاص المناسبين، في الوقت المناسب، على الموضوع الصحيح. أو بعبارة أخرى، الاجتماع.

بالعمل مع أعضاءنا، نمتلك ستين عاماً من الخبرة في تسهيل التعاون الناجح على المستوى العالمي. وسنستمر في أن نكون صوتاً مؤثراً في المنتديات الدولية مثل منظمة الأمم المتحدة (UN) ومجموعة العشرين (G20) ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD) والمنظمة الدولية للمعايير (ISO). ونحتاج الآن للقيام بذلك باستخدام شبكة أوسع، تتصل بأساليب جديدة لربط مختلف اللاعبين، لتحقيق أقصى قدر من التأثير عبر المجال الرقمي. وبالقيام بذلك، سنجد حلولاً بشكل أسرع.

ومن خلال إنشاء منتدانا الخاص بالحكومات والمؤسسات التجارية والمجتمع المدني والممولين، ستتوفر لدينا فرص أكبر في التأثير على أهم أصحاب المصلحة بشكل مباشر وزيادة فهمنا الجماعي لوجهات نظرهم، وسنستطيع استخدام هذه الرؤى في منتديات صنع السياسات الدولية لتعزيز صوتنا. ينخرط أعضاؤنا بشكل متزايد مع مجموعة واسعة من أصحاب المصلحة لمعالجة قضايا المستهلك على المستوى الوطني. وكمنظمة دولية، نعتقد أن أفضل شيء يمكننا القيام به لدعم أعضائنا هو فعل ذلك على مستوى عالمي.



كيف سيعمل المنتدى؟

لا يمكن لكيان بمفرده مواجهة التحدي في عالمنا الرقمي المترابط. فسنبني شبكة أوسع، تتضمن أعضاء ومنتدى خاصاً بأصحاب المصلحة العالميين. وسيجتمع المشاركون في المنتدى لمعالجة تحدٍّ أو فرصة محددة للمستهلك. وسيضم الحكومات والمجتمع المدني والمؤسسات التجارية والممولين.

وسيكون المنتدى منفصلاً عن أعضائنا، مع فرص اتصال وربط شبكي خاص به، ولن يكون المشاركون في المنتدى أعضاء في المنظمة العالمية للمستهلك، كما لن يمتلكوا حقاً في التصويت.



Civic Tech



Other NGOs



Business



Internet governance organisations



Governments



Academia



Innovators

وستُمنح شبكتنا وغيرها الفرصة لرعاية أنشطة الاجتماعات بشأن المشاكل الرقمية، كما سيقوم الرعاية بدفع رسوم للمساهمة في نشاط اجتماع، أو سلسلة من الأنشطة، بالشراكة مع المنظمة العالمية للمستهلك.

يجب على كل من المشاركين في المنتدى والرعاية الوفاء بمبادئنا التوجيهية ومعاييرنا الأخلاقية الصارمة. وقد طوّرت من أفضل ممارسات منظمة غير حكومية وبإسهام ومشورة من مجلس المنظمة العالمية للمستهلك ومجلس إدارتها.

حماية نزاهتنا

توسيع شبكتنا لن يأتي على حساب قيمنا الأساسية.

منتدى أصحاب المصلحة العالميين سيكون من عبارة عن المنظمات التي ترغب في معالجة تحديات أو فرص محددة للمستهلكين ويكون لديهم الرغبة في العمل داخل شبكتنا للحصول على النتائج. سيتم رعاية العديد من أنشطة الدعوة لدينا - ونحن لن نأخذ التمويل دون اتخاذ الإجراءات القانونية الواجبة وجميع الرعاية سيخضعون للإطار الأخلاقي الكامل للمنظمة ولبحوث متعمقة.

سوف تكون المنظمة العالمية للمستهلك قادرة على استبعاد كل من الرعاية والمشاركين في المنتدى في حالة حدوث خرق للشروط.

لجمع شبكتنا، سنقوم بدعوة المشاركين إلى "اجتماع" قد يكون الاجتماع حدثًا واحدًا أو أكثر، وعلى الأرجح مجموعة من الأحداث تتضمن اجتماعات ثنائية واجتماعات مائدة مستديرة أكبر حجمًا تستغرق من 6 إلى 18 شهرًا. وسيُدمج كل منها بحوث وخبرة موضوعية وتقارير ونشر.

أعضاء المنظمة
العالمية
للمستهلك

مشاركون محددون
في المنتدى

الاجتماع وجمع
ذوي العلاقة

لمعالجة تحديات أو فرص معينة
للمستهلك من خلال تطوير ..



الابتكار



التبصر



التأثير

فعاليات الاجتماع وجمع ذوي العلاقة التي سنعقدتها لن تكون سوى البداية. هناك إمكانات هائلة لخلق قيمة مستمرة تتولد بعد عملية الاجتماع.

سوف نقوم بنشر رؤى من خلال
تواصلنا ومن خلال المنصات
الاجتماعية وسنبني علاقة أقوى
مع وسائل الإعلام.

في بعض الحالات، قد يكون جلب أعضائنا
والمشاركين في المنتدى العالمي معاً لمعالجة قضية
المستهلك وتبادل الأفكار كافياً لتحفيز التغيير.
وحيث لا يستطيع أعضاؤنا والمشاركون في المنتدى
تقديم التغيير مباشرة، يمكننا استخدام مجموعة
من الأدوات لتبادل الأفكار والمقترحات.

سوف ننخرط في العمل مع قادة
القطاعات الآخرين من خلال
المدونات ومقالات الرأي والتعليق
على الأخبار ذات الصلة.

سوف نسعى إلى تحديد الأماكن التي نتخذ فيها القرارات،
بغض النظر عن مكانها، ونقابل الأشخاص الذين يتخذونها،
أياً كانوا. سوف نقوم بالتأثير والانخراط والإلهام لتقديم تغيير
حقيقي للمستهلكين في جميع أنحاء العالم.

سوف نضع أنفسنا كقادة فكر
وزيد من حجم نتائج اجتماعنا في
فعاليات المستهلك رفيعة المستوى
وفعاليات الصناعة الرقمية .

عند الاقتضاء، سنضغط من أجل
تبني أهدافنا من خلال أساليبنا
في النشر على نطاق واسع، الفكر
القيادي وآليات التأثير المباشر.

سوف نحافظ على علاقاتنا مع
شركائنا الأساسيين مثل الأمم المتحدة،
مجموعة العشرين، منظمة التعاون
الاقتصادي والتنمية، و المنظمة الدولية
للمعايير للتأثير المباشر على خلق
السياسات على نطاق دولي أكبر.

ما الخطوات التالية؟

إننا واثقون من أن هذا الاتجاه الجديد، الذي يدعمه مجلس الإدارة وأشار به مجلسنا، سيقدم منظمة أكثر استدامة وتأثيرًا مع إمكانية مواصلة التوسع والنمو، وسوف يزيد من قدرتنا على دفع التغيير في السوق العالمية ومنتجات صنع السياسات الدولية. كما ستجلب قيمة متزايدة لأعضائنا وشبكتنا، بالإضافة إلى إنشاء منظمة رائدة يرغب الجميع في العمل لصالحها. وسيضعنا ذلك في أفضل وضع لدعم أعضائنا والمستهلكين في المستقبل.

سوف تمكن المنظمة العالمية للمستهلك للحصول على مصادر الدخل المتنوعة، والذي سوف يجعلنا نعمل بشكل فعال لسنوات قادمة.

لقد أدرجنا استبيانًا قصيرًا يركز على أسئلة رقمية محددة من شأنها مساعدتنا على فهم التحديات والفرص الرقمية في سياقك ودعم التركيز المستقبلي لأنشطتنا. سنكون ممتنين إذا استطعت الإجابة على هذا الاستبيان قبل 15 مارس 2018.

إذا كان لديك أي أسئلة تود طرحها عن الاستراتيجية الجديدة، يُرجى إرسال بريد إلكتروني إليهم على members@consint.org

الملحق 1



الخدمات المالية

الرقمية تسببت في تغيير النظام المصرفي. فإن الابتكارات مثل عمليات السداد عبر الهاتف المحمول والإقراض بين النظراء والقروض المتناهية الصغر والحوالات بلا رسوم ومنتجات التأمين يمكن الوصول إليها جميعًا عبر الهواتف المحمولة. ولكن للاستفادة من هذه الخدمات، لا يحتاج جميع الناس بغض النظر عن الدخل أو المجموعة الاجتماعية الوصول إلى الإنترنت فحسب، ولكن خدمات ومنتجات آمنة ومأمونة أيضًا.

الغذاء

يوجد العديد من الطرق التي من خلالها يمكن فهم العالم الرقمي أن يساعدك على الدعوة إلى نتائج أفضل للمستهلكين في مجال الأغذية. ويجري تسويق منتجات غذائية غير صحية للأطفال بشكل متزايد عبر وسائل الاعلام الاجتماعية، أو من خلال تطبيقات موجهة قائمة على الغذاء. لا يعد هذا الإعلان أكثر انتشارًا فحسب، بل إنه يستخدم أيضًا بيانات الأطفال بطرق غير مفهومة تمامًا. وتشمل القضايا الأخرى تزايد شراء شركات عالمية كبيرة مثل أمازون (Amazon) وعلى بابا (Alibaba) لمحلات البيع بالتجزئة التقليدية، وهو ما يمكن أن يكون له تأثير كبير على سلاسل التوريد وعلى المنافسة. ويمكن أن يكون لها أيضًا تأثير على البيانات والخصوصية، وقد تؤدي إلى تسعير أكثر تخصيصًا وقد تؤثر على المعلومات الغذائية التي يتلقاها المستهلك وكذلك جودة الأغذية المستلمة.



سلامة المنتج

يمكن للمنتجات المتصلة أن تفرض نفسها في حياتنا بأكثر الأساليب اقتحامًا. إن هذه المنتجات موجودة دائماً، ومتصلة دائماً، ومسموعة دائماً، وتعتمد على بيانات المستهلك لأداء المهام. وبالتالي، فإن دور المستهلك سيصبح متداخلاً بشكل متزايد مع المنتج. وستحتاج سلامة المنتجات في العصر الرقمي إلى الوصول إلى مناطق تتجاوز الطبيعة المادية للمنتج مثل ضوابط حماية البيانات وأمن البيانات والخصوصية. كما أن سلامة المنتجات بالنسبة للمنتجات المتصلة والرقمية ستؤثر أيضاً على تلك المنتجات غير المتصلة بالإنترنت، حيث أن أنظمة مثل النقل والكهرباء وامتدادات المياه تعتمد بشكل متزايد على الوظائف الرقمية، لكن ليس فقط عن المنتجات الرقمية، بل أيضاً عن الحلول الرقمية. فيمكن أن يعطي العرض عبر الإنترنت وتطبيقات التقييمات ومواقع المقارنة مزيداً من السيطرة على ما يشترون.



الاستدامة

يمكن أن تكون الرقمية عاملاً رئيسياً في خلق مجتمعات أكثر استدامة. ويمكن أن تؤدي التطبيقات والمنصات إلى دفع مبادرات الاقتصاد المتبادلة (حيث يستأجر الملاك شيئاً لا يستخدمونه، مثل سيارة أو منزل أو دراجة لشخص غريب). وتقلل هذه المبادرات من استخدام الموارد وتجمع الناس معاً. فيمكن لمواقع الويب والتطبيقات توفير معلومات للمستهلكين، وفيما بينهم، لتمكين وممارسة خيارات المنتجات وأنماط الحياة المستدامة. ويمكن أن تساعد منتجات الأشياء المتصلة بالإنترنت على دفع كفاءة استخدام الطاقة، على سبيل المثال، التطبيق الذي يخفض جهاز التدفئة عندما لا تكون بالمنزل. كما يمكننا فتح فوائد الاستدامة من خلال تمكين المستهلك من المشكلات الرقمية. معالجة مشاكل المستهلكين الرئيسية مثل التقادم المخطط (عندما تُصمم المنتجات الرقمية للفشل في وقت مبكر) تساعد ليس فقط في حفظ أموال المستهلكين ولكن تساعد في حفظ البيئة أيضاً، وذلك باستخدام كفاءة الموارد والحد من النفايات الإلكترونية.



قامت المنظمة العالمية للمستهلك بتجميع ما يزيد عن 200 من منظمات الأعضاء في أكثر من 100 دولة من أجل تمكين حقوق الإنسان ومناصرتها. فنحن صوتهم في المنتديات الدولية لصنع السياسات والسوق العالمية لضمان التعامل معهم بأمان ونزاهة وأمانة.

المنظمة العالمية للمستهلك هي منظمة خيرية (رقم.1122155) وشركة غير ربحية محدودة بضمان (رقم. 04337865) مسجل في إنجلترا وويلز.

consumersinternational.org

[TWITTER@consumers_int](https://twitter.com/consumers_int)

[FACEBOOK/consumersinternational](https://facebook.com/consumersinternational)