



بناء عالم رقمي جدير بثقة المستهلكين

التوصيات الصادرة عن حركة حماية المستهلك لدول
مجموعة العشرين

Consumers International
and The Federation of German
Consumer Organisations
March 2017



المنظمة العالمية للمستهلك
**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

معاً من أجل التغيير

verbraucherzentrale
Bundesverband

بناء عالم رقمي جدير بثقة المستهلكين

التوصيات الصادرة عن حركة حماية المستهلك لدول مجموعة العشرين

تدعو المنظمة العالمية للمستهلك ومنظمة Verbraucherzentrale Bundesverband بالنيابة عن حركة حماية المستهلك في جميع أنحاء العالم دول مجموعة العشرين إلى إدراك أهمية ثقة المستهلك والتمكين في إدراك فوائد الاقتصاد الرقمي، ويطلبان تعيين منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) لتطوير مجموعة أدوات من السياسات والإجراءات و معايير القياس بالاشتراك مع المنظمة العالمية للمستهلك ومجموعات أصحاب المصالح الرئيسيين لدعم المستهلكين في المناطق المبيّنة في هذه الوثيقة وتقديم تقرير بذلك إلى وزراء مجموعة العشرين في عام 2018.

ثقة المستهلك هي عامل أساسي لنجاح الاقتصاد الرقمي، فقد وُفّر التطور السريع للتكنولوجيا الرقمية فوائد اجتماعية واقتصادية للملايين من المستهلكين في جميع أنحاء العالم. حيث عمل على اتصال الأشخاص داخل البلدان وفيما بينها، بالإضافة إلى تمكين الأشخاص من الوصول إلى المعلومات والخدمات بسهولة وإنشاء اختيارات وسبل للراحة بطرق لم يكن من الممكن تصورها منذ جيل مضى.

إلا أن استمرار نجاح الاقتصاد الرقمي سيكون ممكناً ليس فقط حين تكون التطورات الإضافية متاحة للجميع فحسب ولكن أيضاً حين تكون جديرة بالموثوقية بقدر كافٍ لتصبح جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للأشخاص. فمسؤولية ضمان حماية حقوق المستهلكين على الإنترنت، وتأييد الاستقلالية والحرية الشخصية، لا يمكن أن تضطلع بها دولة واحدة بمفردها؛ بل إنها تتطلب التعاون الدولي عبر الحكومات والمنظمات والمؤسسات الدولية.

1 الإطار التنظيمي

ينبغي أن تكون حماية وتمكين المستهلك في العالم الرقمي جزءاً لا يتجزأ من الإطار التنظيمي للتعامل بفعالية مع تعقيدات الأسواق الرقمية وتجربة المستهلكين على الإنترنت. وينبغي أن يكون التنظيم متناسباً مع المجموعة المتنوعة من الخدمات والمنتجات الرقمية وأنواعها وخصائصها ومع حقوق ومسؤوليات المستهلكين.

إطار حماية المستهلك ينبغي أن يستوفي المتطلبات المنصوص عليها في المبادئ التوجيهية والتوصيات واللوائح الدولية، مثل مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك وتزويد المستهلكين بمستوى متساوٍ من الحماية سواء كانت أنشطتهم تتم على الإنترنت أو دون اتصال بالإنترنت، وبغض النظر عن الموقع. وينبغي أن يعالج التحديات الجديدة الناجمة عن استخدام المستهلك للتكنولوجيا الرقمية مثل الأمن والمسؤولية والشروط المعقدة وعدم التوافق والقدرة على تحمل التكاليف. وينبغي أن تكون التدخلات قائمة على الأدلة وتركز على النتائج وتدرك الحالات التي قد يكون فيها للحلول غير التنظيمية تأثير أكبر على نتائج المستهلك.

وينبغي أن توافق الدول على المضي قدماً سوية في وضع المعايير المفتوحة والمتكاملة، فالمقياس السليم لكيفية تأثير الاقتصاد الرقمي على ثقة المستهلك هو أمر ضروري.

يجب أن توجد آليات قانونية وقضائية أو رقابية قوية وفعالة ومنتاسبة ويسهل الوصول إليها لحماية المستهلك من الغش والمعاملة غير العادلة على الإنترنت وتقديم عقوبات ضد الإساءة والأعطال الفنية والأخطاء.

2 السلوك المسؤول للأعمال التجارية ودور الهيئات الرقابية

ينبغي أن يكون التعامل مع المستهلكين بشكلٍ عادل جزءاً لا يتجزأ من الأهداف والإدارة الرشيدة وثقافة الشركات لجميع مقدمي الخدمات الرقمية، وينبغي أن تقع على عاتقهم مسؤولية تعزيز حماية المستهلك في العالم الرقمي. كما يجب على الشركات الالتزام بالمبادئ التوجيهية لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك لأفضل الممارسات التي تنص على أن جميع مستهلكي المنتجات والخدمات الرقمية ينبغي أن يعاملوا بإنصاف وأمانة وعدل في جميع مراحل علاقتهم بمقدمي المنتجات والخدمات. ينبغي تجنب أي ممارسات تزيد من خطر وقوع ضرر على المستهلكين، مع إيلاء اهتمام خاص لاحتياجات الفئات المحرومة أو المستهلكين في حالات قابلية التضرر.

يجب أن يكون للبلدان هيئات رقابية تكون مسؤولة عن جميع جوانب حماية المستهلك في العالم الرقمي، ويجب أن يكون لهذه الهيئات السلطة والاستقلالية اللازمين للوفاء بتوصياتها، إلى جانب الموارد والقدرات التقنية لفهم فعالية التطورات في القطاع. ونظراً للأهمية المركزية للبيانات داخل الاقتصاد الرقمي، فإن وكالات حماية البيانات المستقلة التي يمكنها أن تفي بتوصياتها لحماية البيانات للمستهلكين تلعب دوراً أساسياً.

3 إمكانية الوصول والإدماج

ينبغي أن يكون للمستهلكين إمكانية الوصول إلى اتصال ثابت بشبكة الإنترنت ذي نوعية جيدة وبأسعار معقولة من أجل تمكينهم من الاستفادة من فرص الاقتصاد الرقمي. ويجب بذل جهود مشتركة ومنسقة من جانب الحكومات والهيئات التنظيمية والمؤسسات التجارية لضمان توفير شبكة إنترنت مفتوحة من خلال اتصال عالي الجودة بأسعار معقولة للفئة السكانية المتبقية غير المتصلة بالإنترنت. ويجب أن تراعي عملية الوصول إلى الخدمات مبدأ حيادية شبكة الإنترنت. وينبغي إيلاء اهتمام خاص لضمان إمكانية الوصول للفئات المهمشة أو المحرومة من المستهلكين وأولئك المتواجدين في مناطق جغرافية بعيدة أو مناطق يكون من المكلف فيها إجراء اتصال، وينبغي أن تراعي إجراءات الوصول للفئات ذات الدخل المنخفض والمساواة الديموغرافية. وينبغي للبلدان معالجة جميع العوامل المؤثرة على القدرة على تحمل التكاليف مثل تكاليف الأجهزة العالية وتطبيق حد أقصى غير عادل لنقل البيانات يؤدي إلى الإبقاء على سعر الاتصال مرتفعاً بشكلٍ غير طبيعي.



4 الإفصاح والشفافية

ينبغي أن تكون المعلومات الواضحة حول المنتجات الرقمية ومقدمي الخدمات والعمليات وحقوق المستهلك ذات فائدة عملية للمستهلكين. وينبغي أن يكون من السهل الوصول إليها لتمكين المستهلكين من فهم الآثار المترتبة على نشاطاتهم على الإنترنت وتسهيل عملية اتخاذ قرار واثقة ومستنيرة.

ينبغي أن تكون المعلومات مصممة لتمكين المستهلك العادي من الفهم السريع للمعلومات المهمة المقدمة وإقرارها بشكل كافٍ قبل الشراء. يمكن تقديم المعلومات المهمة على النحو الأفضل من خلال: إخطار بأي شيء قد يتجاوز التوقعات المعقولة للمستهلكين وعرض واضح وسهل الاستعمال والقدرة على مقارنة الأسعار بالوظائف وملخص للمصطلحات الأساسية والتقليل من طول إقرارات الإفصاح واستخدام لغة مبسطة. كما ينبغي أن تواكب عملية التقديم أفضل الممارسات في مجال الاتصالات الفعالة في البيئات الرقمية، وأن يكون التحقق من دقة ومصداقية المعلومات على الإنترنت مسؤولية مقدم الخدمة ومستوفياً للمعايير الدولية، وأن تضمن الأدوات التنظيمية أن رقمنة الخدمات ينتج عنها إعلام المستهلكين بشكل أفضل ولا تخلق حواجز تسويقية وتعقيداً وارتباكاً لا لزوم له في السوق.

5 الاستخدام العادل والملكية الخالصة

لقد غيرت التكنولوجيا الرقمية من طبيعة العديد من الخدمات والمنتجات نظراً لوجود برمجيات متصلة الآن في عدد متزايد من المنتجات الاستهلاكية العامة. ويتم الآن منح ترخيص للمستهلكين بشأن الأجزاء الرئيسية التي تجعل هذه المنتجات فعالة وتغطيها بموجب شروط وأحكام، وهذا يعني أن مقدمي الخدمات يتمتعون بدرجة أكبر من التحكم في المنتجات ووظائفها. يجب أن تحترم هذه التطورات الجديدة حقوق المستهلكين وأن يتم توصيلها بطريقة واضحة للمستهلكين حتى يتسنى لهم اتخاذ قرارات مستنيرة بخصوص شراء واستخدام المنتجات المتصلة، وينبغي أن يكون واضحاً ما هو الكيان المسؤول عن الأداء والأمن في كل مرحلة من مراحل تسليم المنتجات وخلال فترة العمر الكامل للمنتج كما يتعين على الجهات التنظيمية النظر في أطر العمل لمعالجة الأضرار المحتملة الجديدة.

فالمستهلكون بحاجة إلى ضمانات لحقهم في الاستخدام العادل. ينبغي أن تكون عمليات التحكم التي يمكن أن يمارسها المنتجون على استخدام أحد المنتجات والبيانات ذات الصلة به شرعية وعادلة ونسبية، ويتعين على الشركات اتباع الإجراءات الواجبة في ممارسة العقوبات.



6 التثقيف والوعي الرقمي

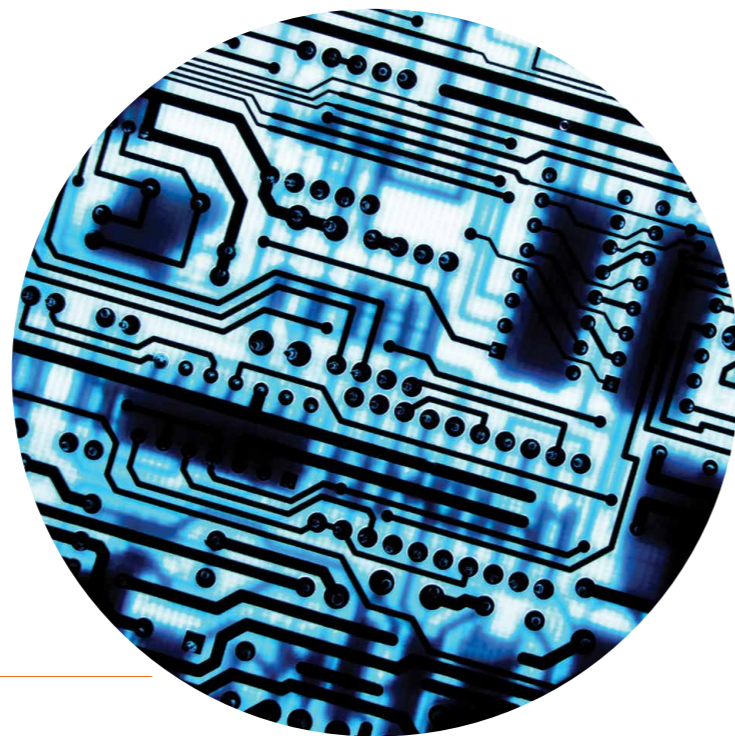
ينبغي أن يكون توفير التثقيف والوعي مكملاً لعملية الحماية التنظيمية والتشريعية وليس بديلاً لها، وينبغي أن يتم توفير النشاط من خلال وسيلة الاتصال الأكثر فعالية وأن يكون هادفاً للغاية ويتم تقييمه للتأكد من تلبية احتياجات مستهلك محددة واحتياجات الفئات الأقل حظاً أو المهمشة. كما ينبغي أن يدعم التثقيف والوعي الرقمي المستهلكين لتطوير المهارات والثقة ليكونوا قادرين على إدارة المخاطر والفرص وإجراء خيارات مستنيرة ومعرفة كيفية الحصول على المساعدة والمشورة واتخاذ الإجراءات اللازمة لحماية وتحسين رفاهيتهم وهويتهم على الإنترنت.

يتعين على الشركات وضع أنظمة لجعلها لتسهيل على المستهلكين الاستيعاب المخاطر والفرص حول المنتجات والخدمات الخاصة بهم على الإنترنت.

7 الأمن والسلامة

تُعد البيئات الرقمية الآمنة والموثوقة حيث يمكن لجميع المستهلكين المشاركة في مجموعة من الأنشطة ضرورية لبناء الثقة، وهناك حاجة إلى تدابير الأمن والسلامة الرقمية لحماية بيانات الدفع والأصول المالية والهوية الشخصية الخاصة بالمستهلكين ضد التزوير أو سوء الاستخدام، والتعامل مع المنتجات المعيبة وحماية السلامة الشخصية للمستهلكين. وينبغي وضع معايير دولية لضمان توفير الشركات للتحديثات الأمنية الأساسية لجميع المنتجات الرقمية لفترة محددة ومعقولة بعد البيع، كما يجب أن تضمن قواعد واضحة للمسؤولية أن المستهلكين يتم تعويضهم بالكامل في حال تعرضهم للأذى نتيجة لمشاكل تتعلق بالسلامة والأمن.

وينبغي على الحكومات أن تقوم بالتنظيم لضمان تخزين البيانات المالية والبيانات الشخصية وأي معلومات معرفّة للهوية الشخصية ونقلها إلى أعلى مستويات معقولة من معايير الأمن على أساس درجة المخاطر على المستهلكين. ولتحسين حماية البيانات، ينبغي تحفيز الشركات على تبني أفضل معايير الممارسات مثل الخصوصية والأمن لغرض معين وتقييم مستقل لأمن البيانات من خلال تقديم إخطار بالخرق في الوقت المناسب والعقوبات والقيود المفروضة على المسؤولية بالنسبة للمستهلكين ومتطلبات التعويض.



8 حماية البيانات والخصوصية على الإنترنت

إن تدفقات البيانات هي عامل أساسي بالاقتصاد الرقمي، وينبغي أن يكون المستهلكون قادرين على التحكم في بياناتهم الشخصية وتفضيلات الخصوصية الخاصة بهم لكي يمكنهم الاستفادة من الفرص داخل نظام آمن وموثوق به. وينبغي على الهيئات التنظيمية أن تراعي تأثير البيانات المجمعة للمنتجات والخدمات والمؤسسات المتعددة على الأفراد وحقوقهم بصفتهم مستهلكين ومواطنين، وأن تراجع الشركات والجهات التنظيمية نطاق جمع البيانات الشخصية وتعيد تقييمه بشكل منتظم وتحقق مما إذا كان متناسبًا مع توصيل الخدمات كما ينبغي وضع جوانب الخصوصية التي تهم المستهلكين في الاعتبار كمرحلة تصميم المنتجات الرقمية.

يجب حماية الحقوق الخاصة بحماية خصوصية وبيانات المستهلكين ودعمها بشكل صحيح لمعالجة مخاوف المستهلكين والأضرار التي تنشأ عنها مثل الممارسات التمييزية والتسويق الاقتحامي وفقدان الخصوصية والتعرض لمخاطر أمنية. وينبغي إعلام المستهلكين بتبعات الطرق التي يمكن بها استخدام بياناتهم في الاقتصاد الرقمي وتقديم طرق بسيطة وفعالة لهم لدعم تحكمهم أو التخفيف من المخاطر. كما يجب على الشركات تقديم طرق آمنة بسيطة للمستهلكين للوصول إلى بياناتهم والتحكم بها والاستفادة من فرص مشاركة بياناتهم بما يتماشى مع تفضيلاتهم وتوقعاتهم وحقوقهم القانونية.

ينبغي أن يوضح للمستهلكين أي بيانات سيتم جمعها ولأي غرض سيتم استخدامها على مدار فترة العلاقة المتعلقة بتقديم منتج أو خدمة، وينبغي أن توضح كيفية اتخاذ الخوارزميات التي تؤثر على الجودة أو السعر أو السماح بالوصول إلى خدمة القرارات بشأنها. كما يجب أن تضمن الجهات التنظيمية أن استخدام الخوارزميات يتم بشكل قانوني وأنه لا يمارس التمييز عن طريق اتخاذ قرارات مضرة استنادًا إلى معلومات حساسة مثل العرق أو النوع أو الدين وأن تضع في اعتبارها أطر عمل مناسبة لمعالجة المشكلات في حال حدوثها مما قد يتضمن حقًا للطعن على القرارات المتخذة بشكل تلقائي.

وينبغي تطبيق سياسات حماية البيانات الوطنية، وتنفيذ قوانين حماية البيانات بالكامل وتعزيزها إذا لزم الأمر في حال تحديد وقوع ضرر على المستهلك. وفي حالة حدوث خروقات أمنية، ينبغي أن يتاح للمستهلكين إمكانية الوصول السهل للتعويضات.

كما يجب تنسيق السياسة الدولية فيما يخص تدفقات البيانات عبر الحدود لكي تتبع الدول المعنية معايير مرتفعة من الحماية بكل من القانون الوطني الموضوعي والإجرائي.

9 التعامل مع الشكاوى والتعويضات

ينبغي ألا تقل حقوق الحصول على تعويضات في عالم الإنترنت عن تلك المتاحة لأشكال التجارة الأخرى، ويجب أن تكون لدى الشركات التي تقدم معاملات عبر الإنترنت آليات داخلية قوية لحل النزاعات لا تفرض تكاليف غير معقولة أو عمليات تأخير أو أعباء على المستهلك. وينبغي أن تتاح إمكانية الحصول على تعويضات للتعامل مع الشكاوى التي لا يتم حلها بشكل مرضٍ بواسطة الآليات الداخلية. ويجب أن تشمل آليات التعويضات المشاكل الجديدة الخاصة بالمستهلكين التي تنشأ عن المنتجات والخدمات الرقمية، مثل المعاملات عبر القطاعات والحدود أو فقدان الخدمة أو قصور تحديثات ضرورية أو صور إزعاج أو ضيق أخرى تنتج عن فشل المنتج. في حال تضمنت الشكاوى أو المشكلات مقدمي خدمات متعددين و/أو قطاعات متعددة، يجب إيضاح المكان الذي ينبغي أن يذهب إليه المستهلك للحصول على مساعدة، ويجب على الجهات التنظيمية العمل عبر السلطات القضائية لدعم حل النزاعات عبر الحدود.

كما ينبغي أن تكون آليات التعامل مع الشكاوى والتعويضات قابلة للوصول وميسورة التكلفة ومستقلة وعادلة ومسؤولة وملائمة وفعالة، وأن تتاح المعلومات المجمعة فيما يتعلق بالشكاوى وحلولها للعمامة.

وينبغي وجود آليات مناسبة لتسوية حالات المطالبات الجماعية فيما يتعلق بالعدد الكبير من المستهلكين الذين قد يتأثرون، و تقديم حلول للنزاعات عبر الإنترنت ولكن دون أن تستبعد الوسائل الأخرى.

10 المنافسة والاختيار

ينبغي تعزيز الأسواق التنافسية على الصعيد الوطني والدولي من أجل تزويد المستهلكين بإمكانية الاختيار المجدي من بين مقدمي الخدمة والمنتجات والخدمات الرقمية ودعم تقديم أفضل الأسعار، وتعزيز الابتكار والخدمات ذات الجودة العالية، وينبغي تطبيق تدابير أولية للسماح لمقدمي الخدمات البديلين بدخول السوق دون تخفيض مستوى حماية المستهلك.

ويتعين على الدول النظر في طبيعة المنافسة واحتمالية وقوع الضرر في العصر الرقمي، لا سيما تلك الخصائص التي تؤثر على اختيار وحماية المستهلك مثل: الطبيعة الجوهرية لكون الشخص متصلًا على الإنترنت واعتماده على عدد قليل من الشركات الكبيرة، والتأثير غير المتناسب الذي يمنحه امتلاك كميات كبيرة من بيانات المستهلك لبعض مقدمي الخدمات؛ والتأثير الشبكي للخدمات الرقمية الذي يمكن أن ينطوي على تأثير ربط المستهلكين بمقدمي خدمات معينين أو الحد من قدرة المستهلكين على التبديل بين مقدمي الخدمات. لتعزيز قدرة المستهلكين على المقارنة بين مقدمي الخدمات والتبديل بينهم بسهولة، ينبغي إعطاء الأولوية لمعايير الأجهزة والبرمجيات المتوافقة والقابلة للتشغيل البيئي وحقوق الوصول إلى البيانات ونقلها بين الخدمات بالإضافة إلى دعم الأبحاث من أجل إرساء أفضل الممارسات في هذا المجال على مستوى العالم.

تدعو كل من المنظمة العالمية للمستهلك ومنظمة
Verbraucherzentrale Bundesverband جميع
الحكومات والمنظمات الدولية والشركات والمنظمات المعنية
بالمستهلكين والمستهلكين في جميع أنحاء العالم لدعم هذه
التوصيات لكي تعمل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية
مع المنظمة العالمية للمستهلك وأصحاب المصلحة الأساسيين
في تطوير مجموعة الأدوات اللازمة للمساعدة في بناء عالم
رقمي جدير بثقة المستهلكين.



verbraucherzentrale
Bundesverband



المنظمة العالمية للمستهلك

CONSUMERS
INTERNATIONAL

معاً من أجل التغيير

اتحاد Verbraucherzentrale Bundesverband هو اتحاد ألماني للمنظمات المعنية بالمستهلك وعضو نشط في منظمة المستهلك الأوروبية (BEUC) والمنظمة العالمية للمستهلك.

تضم المنظمة العالمية للمستهلك أكثر من 200 منظمة عضو في أكثر من 100 دولة لتمكين حقوق المستهلكين والدفاع عنها في جميع أنحاء العالم، ونحن صوتهم في المحافل الدولية والسوق العالمية لوضع السياسات لضمان التعامل معهم بشكل يتسم بالأمان والنزاهة والصدق.

المنظمة العالمية للمستهلك هي مؤسسة خيرية (رقم: 1122155) وشركة محدودة بالضمان (رقم: 04337865) وغير ربحية ومسجلة في إنجلترا وويلز.

consumersinternational.org

@consumers_int

/consumersinternational