



European
Commission

JRC SCIENCE FOR POLICY REPORT

Tarbijate digipädevuse raamistik

Authors: Brečko, B., Ferrari, A.

Toimetajad: Vuorikari, R., Punie, Y.

2016

See väljaanne on Euroopa Komisjoni teadustalituse Teadusuuringute Ühiskeskuse teaduspõhise poliitikakujunduse raport. Selle eesmärk on pakkuda Euroopa poliitikakujundusele tõenduspõhist teaduslikku tuge. Esitatud teaduslikud järeldused ei kujuta endast Euroopa Komisjoni poliitilist seisukohta. Euroopa Komisjon ega ükski komisjoni nimel tegutsev isik ei vastuta selles väljaandes sisalduva teabe kasutamise eest.

Osa sellest raportist valmis ELi tarbijaprogrammi (2007–2013) raames Euroopa Komisjoni õigus- ja tarbijaküsimuste peadirektoraadiga sõlmitud teenuslepingu alusel (ostutellimused 17.010401 /14 / 699115 ja 17.010401 / 14 / 699107).

Väljaande sisu esindab selle autorite seisukohti ja seda ei saa ühelgi viisil käsitleda kui õigus- ja tarbijaküsimuste peadirektoraadi, Euroopa Komisjoni ega ühegi teise Euroopa Liidu asutuse vaadete peegeldust.

Teadusuuringute Ühiskeskuse teaduskeskus

<https://ec.europa.eu/jrc>

JRC103155

EUR 28133 ET

PDF ISBN 978-92-79-65744-3 ISSN 1831-9424 doi:10.2791/54071

Luksemburg: Euroopa Liidu Väljaannete Talitus, 2016

© Euroopa Liit, 2016

Paljundamine on lubatud tingimusel, et viidatakse allikale.

Viitamisjuhised: Brečko, B., Ferrari, A., toimetanud Vuorikari, R., Punie, Y. (2016). Tarbijate digipädevuse raamistik; Teadusuuringute Ühiskeskuse teaduspõhise poliitikakujunduse raport; EUR 28133 ET; doi:10.2791/54071.

Kõik pildid © Euroopa Liit 2016

Tarbijate digipädevuse raamistik (DigCompConsumers).

Euroopa tarbijate digipädevuse raamistik ehk DigCompConsumers pakub võrdlusraamistikku tarbijate digipädevuse toetamiseks ja parandamiseks. Tarbijate digipädevus on defineeritud kui pädevus, mida tarbijad vajavad, et tegutseda digitaalsel turul aktiivselt, turvaliselt ja enesekindlalt. See definitsioon toetub tarbijate pädevuse valdkonnas tehtud tööle ja raamistikus DigComp 2.0 defineeritud üldise digipädevuse mõistele. Käesolevas aruandes esitletakse kontseptuaalset võrdlusmudelit (DigCompConsumers), milles tuuakse välja 14 pädevust koos näidetega iga pädevusega seotud teadmiste, oskuste ja hoiakute kohta.

Sisukord

Eessõna	1
Kommenteeritud kokkuvõte.....	2
I. Sissejuhatus	4
I.I Tarbijate digipädevuse raamistik.....	4
I.II Digitaalsete turgude tarbijad	4
I.III Tarbijad ja digipädevus.....	5
I.IV Euroopa kodanike digipädevuse raamistikust (DigComp) tarbijate digipädevuse raamistikuni (DigCompConsumers).....	6
II Tarbijate digipädevuse raamistik	8
II.I Pädevused, deskriptorid ja näited.....	8
1. valdkond: ostueelne pädevus	9
2. valdkond: ostu sooritamise aegne pädevus	13
3. valdkond: ostujärgne pädevus.....	18
III. Tarbijate digipädevuse raamistiku võimalikud kasutusalaad	21
III.I Poliitika väljatöötamine ja toetamine	21
III.II Koolitustegevuse kavandamine ja hindamine.....	21
IV. Järeldused	22
Kasutatud kirjandus	23
1. LISA. Sõnastik	25
2. LISA. Kodanike digipädevuse raamistiku ja tarbijate digipädevuse raamistiku kattuvus	27
3. LISA. Õpikodade osalised	28

Eessõna

President Jean-Claude Junckeri juhtimisel on Euroopa Komisjon seadnud üheks oma põhieesmärkidest luua digitaalne ühtne turg, kus kodanikel ja ettevõtetel oleks veebis tõrgeteta ja õiglane ligipääs toodetele ja teenustele olenemata nende rahvusest ning elukohast.

Sellise digitaalse ühtse turu toimimise eelduseks on tarbijad. Digitaalse ühtse turu strateegia lihtsustab internetiostude tegemisel kehtivaid tarbijakaitse-eeskirju ning kohandab andmekaitse-, autoriõiguse ja telekommunikatsiooninormid digiajastule sobivaks. Tarbijate parem ligipääs digitaalsetele kaupadele ja teenustele kogu Euroopas ei ole siiski saavutatav vaid seadusemuudatustega. See nõuab ka digitaalsete oskuste ja õppe parandamist.

Selleks on komisjon Euroopa uues oskuste tegevuskavas asunud toetama liikmesriikide pingutusi digitaalsete oskuste arendamisel ja digitaalsete oskuste omandamise võimaldamisel.

Tarbijatele mõeldud digipädevuse raamistik põhineb Euroopa kodanike digipädevuse raamistikul (DigComp), mis on üldine võrdlusraamistik ja käsitleb seda, mis tähendab olla digitaalselt teadlik kodanik.

Tarbijatele mõeldud digipädevuse raamistiku eesmärk on määratleda pädevus, mida tarbijad vajavad, et tegutseda digitaalsel turul aktiivselt, turvaliselt ja enesekindlalt. Tarbijad saavad avatud digitaalsetest turgudest rohkem kasu, kui nad omandavad uusi teadmisi, arendavad ja kasutavad uusi oskusi ning võtavad digimaailma suhtes kriitilise ja tasakaalustatud hoiaku.

Tarbijate digipädevuse raamistik on komisjoni õigus- ja tarbijaküsimuste peadirektoraadi ning Teadusuuringute Ühiskeskuse ühine uurimisprojekt. See põhineb konsultatsioonidel suure hulga spetsialistide ja sidusrühmadega ning nende aktiivsel panusel. Soovin tänada selle autoreid ja kõiki teisi, kes oma arvamuste ja energiaga käesolevasse dokumenti panustasid.

Loodan, et tarbijate digipädevuse raamistik kujuneb nii Euroopa kui ka liikmesriigi tasemel tarbijate digipädevuse algatuste arendamise ja strateegilise planeerimise aluseks.

Usun, et see aitab avaliku sektori asutustel, tarbijaühingutel, õpetajatel ja õpetajakoolitust pakkuvatel asutustel ning erasektori osalistel parandada oma võimet õpetada nii noortele kui ka eakatele inimestele digitaalseid tarbijaoskusi.

Tiina Astola
õigus- ja tarbijaküsimuste peadirektoraadi
peadirektor

Kommenteeritud kokkuvõte

Selles raportis esitletakse tarbijate digipädevuse võrdlusraamistikku DigCompConsumers. Tarbijate digipädevus on defineeritud kui pädevus, mida tarbijad vajavad, et tegutseda digitaalsel turul aktiivselt, turvaliselt ja enesekindlalt.

Tarbijate digipädevuse raamistikus tuuakse välja 14 pädevust, mis jaotuvad kolme põhivaldkonda: ostueelne, ostu sooritamise aegne ja ostujärgne pädevus. Raamistikus illustreeritakse kõiki pädevusi konkreetsete teadmiste, oskuste ja näidetega.

Raamistiku eeldatavad kasutajad on avaliku sektori haridus- ja tarbijapoliitika valdkonna ning muud asutused, tarbijaühingud, õpetajad ja õpetajakoolitust pakkuvad asutused ning erasektori ja kodanikuühiskonna hariduse või koolituse pakkujad.

Kontekst

Võrdlusraamistik DigCompConsumers on õigus- ja tarbijaküsimuste peadirektoraadi ja Teadusuuringute Ühiskeskuse ühismeede. Raamistiku eesmärk on liikuda Euroopa uue oskuste tegevuskava ja digitaalse ühtse turu eesmärkide täitmise suunas. Nende Junckeri juhitava komisjoni algatuste raames on rõhutatud kodanike digitaalsete oskuste olulisust ning vajadust parandada nende suutlikkust meie digitaalses ühiskonnas ja majanduses rohkem osaleda.

Põhijäreldused

Käesolev dokument on tarbijate digipädevuse võrdlusraamistiku esimene versioon, mis on veel võrdlemisi teoreetiline ja kontseptuaalne. Selle kasulikkus selgub igapäevategevuses ning seda korrigeeritakse vastavalt vajadusele.

Pädevusalad	Pädevus
1. Ostueelne pädevus	1.1 Kaupu ja teenuseid käsitleva teabe sirvimine, otsimine ja filtreerimine 1.2 Kaupu ja teenuseid käsitleva teabe hindamine ja võrdlemine 1.3 Kommertsteabe ja reklaami äratundmine ja hindamine 1.4 Digitaalse identiteedi ja profiili haldamine digitaalsel turul 1.5 Vastutustundlike ja säästvate valikute tegemine digitaalsetel turgudel
2. Ostu sooritamise aegne pädevus	2.1 Suhtlemine digitaalsel turul ostmiseks ja müümiseks 2.2 Jagamismajanduse platvormidel osalemine 2.3 Maksete ja finantside digitaalne haldus 2.4 Autoriõiguste ja litsentside ning digitaalsete kaupade ja teenuste lepingute mõistmine 2.5 Isikuandmete haldus ja privaatsus 2.6 Tervise ja ohutuse kaitse
3. Ostujärgne pädevus	3.1 Digitaalsel turul teiste kasutajatega teabe jagamine 3.2 Digitaalsel turul tarbijaõiguste jõustamine 3.3 Tarbija digipädevuse lünkade ja puudujääkide tuvastamine

Seotud ja tulevane töö

Raamistik DigCompConsumers on osa laiemast Teadusuuringute Ühiskeskuse tehtavate uurimuste sarjast, mis käsitleb hariduse ja koolituse, tööhõive ja elukestva õppe valdkondade pädevusraamistikke. Nende hulgas on kodanike digipädevuse raamistik 2.0 (Vuorikari *et al.*, 2016), digipädevate haridusorganisatsioonide Euroopa raamistik (Kampylis *et al.*, 2016), kodanike ettevõtluspädevuse raamistik (Bacigalupo *et al.*, 2016) ja õpetajate digipädevuse raamistik (*koostamisel*).

I. Sissejuhatus

I.I Tarbijate digipädevuse raamistik

Selles raportis esitletakse tarbijate digipädevuse raamistikku (DigCompConsumers)¹.

Tarbijate digipädevus on defineeritud kui pädevus, mida tarbijad vajavad, et tegutseda digitaalsel turul aktiivselt, turvaliselt ja enesekindlalt. See definitsioon toetub varasemale tarbijate pädevust käsitlevale tööle ning sellega kohandatakse mõiste sisu digikeskkonnale (Euroopa Komisjon, 2011).

Tarbijate digipädevuse võrdlusraamistiku avaldamine Euroopa Komisjoni poolt on kavandatud esimese sammuna ühise arusaama saavutamise poole pädevuste kohta, mida tarbijad digitaalsel turul vajavad. Selle eesmärk on selgitada ühiseid eesmärke ning suurendada nende nähtavust sidusrühmade ja laiema kogukonna seas. Raamistikus kirjeldatakse digi- ja tarbijaharidusest huvitatutele oodatud õpitulemusi ning võetakse eesmärgiks arutleda, kuidas pakkuda nii liikmesriikide kui ka ELi tasemel kvaliteetset nõustamist, haridust ja koolitust.

Võrdlusraamistik DigCompConsumers on õigus- ja tarbijaküsimuste peadirektoraadi ning komisjoni teadustalituse Teadusuuringute Ühiskeskuse ühismeede.

Käimas on töö Euroopa Komisjoni kahes hiljutises teatises, „Euroopa uus oskuste tegevuskava. Koostöö inimkapitali tugevdamiseks ning töölesobivuse ja konkurentsivõime suurendamiseks“ (Euroopa Komisjon, 2016) ja „Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia“ (Euroopa Komisjon, 2015a), seatud eesmärkide saavutamiseks. Mõlemas teatises rõhutatakse digitaalsete oskuste ja õppe süvendamist, et kodanikud saaksid digitaalse ühiskonna ja majanduse võimalusi ära kasutada.

Selle töö eesmärk on ka panustada e-kaubanduse tarbijakaitset käsitleva OECD muudetud soovituselise asjaomase osa rakendamisse eriti seoses järgmisega: „Valitsus ja sidusrühmad peaksid tegema koostööd, et parandada tarbijate digipädevust koolitus- ja teadlikkusprogrammidega, mille eesmärk on pakkuda neile asjakohaseid teadmisi ja oskusi digitehnoloogiale ligipääsemiseks ja selle kasutamiseks, et e-kaubanduses osaleda.“ (OECD 2016, lk 18).

I.II Digitaalsete turgude tarbijad

Me elame äärmiselt ühendatud maailmas. 97-protsendise kasutustiheduse määraga aastal 2015 (Rahvusvaheline Telekommunikatsiooni Liit, 2015) on mobiiltelefoni abonentide arv lähenemas maailma rahvaarvule. Aastal 2015 oli Euroopa Liidu 28 liikmesriigi (EL-28) kodumajapidamistest internetiga ühendatud 83% (Eurostat 2015²). Igapäevategevuse sõltuvus tehnoloogiast ja selle aina suurenev kasutamine mõjutab kodanike elus mitmeid aspekte, sealhulgas nende tarbijavalikuid.

Digitaalsete turgude kompleksus ja paljusus pakub tarbijatele hulgaliselt võimalusi, ent toob kaasa ka riske. Täna tarbijad saavad oma isikuandmete eest „tasuta“ kaupu ja teenuseid ning andmete edastamine toob kaasa uusi privaatsus- ja turvariske. Digitaalse sisu tooted ja teenused tekitavad küsimusi kasutuspiirangute kohta. Internetis pakutakse piiriüleselt ohtlikke tooteid ning veebiplatvormid ja kasutajate vahelised turud hägustavad piire kauplejate ja tarbijate vahel ning tekitavad raskusi õigusraamistike seisukohast (Euroopa Komisjon, 2015b).

Sellel muutlikul maastikul vajavad tarbijad uusi pädevusi, et internetiturul osaleda, teadlikke valikuid teha, oma heaolu suurendada ning kasu ja riske kaaluda. Arvestades

¹ <https://ec.europa.eu/jrc/digcompconsumers>.

² Vt:

<http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&pcode=tin00134&language=en>.

muutuste kiirust, vajavad tarbijate teadmised, oskused ja hoiakud regulaarset uuendamist, et need ei jääks maha aina keerukamaks muutuvatest digitaalse turunduse praktikatest. Pädevad internetitarbijad on oma õigustest teadlikud ja enesekindlad tarbijad, kes panustavad sellistena (digitaalsete) turgude üldisse toimimisse ja eriti digitaalsesse ühtsesse turgu.

I.III Tarbijad ja digipädevus

Raamistikus keskendutakse ainult neile aspektidele, mis puudutavad tarbijate pädevust digitaalsetes keskkondades. Üldist digipädevust, mille tarbijad kui tehnoloogia kasutajad peavad digitaalsetes keskkondades toimetulemiseks omandama, kirjeldatakse raamistikus DigComp (Vuorikari *et al.*, 2016). Samuti ei ole käesolevas dokumendis hõlmatud üldist tarbijapädevust (nt Põhjamaade Ministrite Nõukogu, 2009; Põhjamaade ja Eesti tarbijahariduse töörühm, 2010), mis ei ole digimaailmale ainuomane.

Raamistikus käsitletakse elektroonilise kaubanduse tarbijakaitse põhiprobleeme, nagu õiglasel ja läbipaistval ettevõtlus- ning reklaamitaval, teave ettevõtete, kaupade, teenuste ja tehingute kohta, vaidluste lahendamise ja hüvitiste mehhanismid ning maksete kaitse. Lisaks tegeletakse selles küsimustega, mis on seotud makseandmete ja andmekaitse/turvalisuse, digitaalse sisu ning kasutajatevahelistel platvormidel osalemisega.

Tarbijate digipädevust kirjeldatakse selles raamistikus kui teadmiste, oskuste ja hoiakute kombinatsiooni (seega on hõlmatud väärtused, harjumused ja võimed). Pädevused on kavandatud kooskõlas elukestva õppe põhipädevust käsitleva soovitusena (Euroopa Komisjon, 2006), milles määratletakse pädevust kui teadmiste, oskuste ja hoiakute kogumit.

Tarbijaid digitaalsel turul käsitlevas olemasolevas kirjanduses keskendutakse valdavalt pettuseriskidele, mis tarbijaid internetikeskkondades ähvardavad. Kuigi just see on tarbijate pädevuse arendamisel esmatähtis, keskendub raamistik ka selliste aktiivsete pädevuste arendamisele, mis aitavad tarbijatel digitaalse turu pakutavaid võimalusi paremini ära kasutada.

Raamistiku üldine eesmärk on suurendada tarbijate enesekindlust digitaalsete ostu- ja müügitehingute tegemisel ning võimaldada klientidel mängida digitaalsel turul aktiivset ja mõjukat rolli.

Täpsemalt on eesmärk aidata tarbijatel:

- teha digitaalsel turul teadlikke otsuseid;
- tegutseda internetis turvaliselt, vältides petturlike või eksitavate veebiturunduspraktikate ohvriks langemist;
- mõista digitaalseid turundus- ja reklaamitavasid;
- hallata internetis toimuvaid finantstehinguid;
- mõista digitaalse andmekogumise ning areneva jagamismajanduse riske ja eeliseid.

Võttes arvesse neid eesmärke, on raamistik mõeldud kontseptuaalseks võrdlusmudeliks ja sellega püütakse edendada avatust kultuurilisele mitmekesisusele. Iga pädevuse kohta toodud teadmiste, oskuste ja hoiakute näited ei ole ammendavad. Need on mõeldud inspiratsioonina kohalikuks mugandamiseks või kohandamiseks konkreetsele sihtrühmale või eesmärgile.

Digitaalsete tarbijate pädevusraamistik ei asenda ega saa asendada tarbijaid kaitsvaid määruseid ja seaduseid, kuna mõlemad aspektid – tarbijate digipädevuse suurendamine ning digitaalse turu reguleerimine – peavad ohutute ostu- ja müügikogemuste tagamiseks toimima koos.

Selle raamistiku peamine sihtrühm on spetsialistid, näiteks avaliku sektori asutused, tarbijaühingud, tarbijakoolituse spetsialistid ning haridusala spetsialistid, nagu õpetajad ja õpetajakoolitust pakkuvad asutused, samuti erasektori osalised ja kodanikuühiskond.

I.IV Euroopa kodanike digipädevuse raamistikust (DigComp) tarbijate digipädevuse raamistikuni (DigCompConsumers)

Tarbijate digipädevuse raamistiku (DigCompConsumers) lähtepunkt on kodanike digipädevuse raamistik (DigComp), mille Teadusuuringute Ühiskeskus töötas esmalt välja 2013. aastal hariduse ja kultuuri peadirektoraadi (uue ametliku nimetusega „hariduse, noorte, spordi ja kultuuri peadirektoraat“) jaoks ning arendas edasi tööhõive, sotsiaalküsimuste ja sotsiaalse kaasatuse peadirektoraadi jaoks³.

Seega järgitakse selle raamistiku arendamine samasid põhimõtteid ja moodulstruktuuri nagu kodanike digipädevuse raamistiku puhul. Tarbijate digipädevuse raamistik sisaldab täpsemalt:

- 3 ostutsükli alusel grupeeritud valdkonda,
- 14 pädevuse nimetust ja pädevuste deskriptoreid,
- 210 teadmiste, oskuste ja hoiakute näidet.

Ehkki see on tuletatud kodanike digipädevuse raamistikust, on tarbijate digipädevuse raamistik eraldiseisev raamistik ning seda saab rakendada iseseisvalt.

Tarbijate digipädevuse raamistiku väljatöötamise võimalikkust arutati esimest korda 2014. aasta aprillis ELi tarbijaküsimusi käsitleval tippkohtumisel. Seal arutasid tarbijapoliitika sidusrühmade esindajad internetitarbijate digitaalse kirjaoskuse vajadusi⁴ käsitlevas õpikojas, kas ja kuidas kohandada kodanike digipädevuse raamistikku tarbijate kontekstile.

Selle järel algatati kahest osast koosnev ühine uurimisprojekt. Esimene osa oli ettevalmistav uurimistöo, et tuvastada digitaalsete tarbijate kontekstis esile kerkivad probleemid ja võimalikud kahjulikud mõjud ning tarbijate digipädevuse alal harimise parimad tavad, millest kujuneksid tarbijate digipädevuse raamistiku alused (Fielder *et al.*, 2016).

Teine osa oli tarbijate digipädevuse raamistiku väljatöötamine. Sellega tegelesid käesoleva raporti autorid koos Teadusuuringute Ühiskeskuse ja õigusküsimuste peadirektoraadiga. Esialgset kava arutati detsembris 2015 toimunud ekspertide õpikojas. Tulemust kontrolliti internetikonsultatsioonide käigus ja aprillis 2016 toimunud teises ekspertide õpikojas, kus arutati ka raamistiku võimalikke kasutusjuhtusid ning oskuste tasemeid.

Seega on raamistik ühise tegevuse tulemus. See töötati välja, vaadati läbi ja kinnitati ELi, OECD ja liikmesriikide digi- ja tarbijahariduse ekspertide rühma abiga. Ekspertide hulgas olid liikmesriikide tarbijakaitseasutuste (FI, EE, AT, SE) ja tarbijauuringute instituutide esindajad, akadeemikud (NL, F, NO), tarbijaühingute esindajad (DE, EL) ja teised spetsialistid.

Raamistik ja eriti selles sisalduvad näited vajavad läbivaatamist ja uuendamist, sest praeguse aja dünaamilisel e-kaubanduse turul tekib pidevalt uusi suundumusi ja katsumusi.

Tarbijate digipädevuse raamistikus kasutatud terminid ja kontseptsioonid peegeldavad neid, mida kasutatakse kodanike digipädevuse raamistikus DigComp 2.0, ning neid, mida sageli kasutatakse tarbijapoliitika kontekstis (vt sõnastik 1. lisas).

³ Juunis 2016. avaldati uuendatud versiooni 1. osa. Sama aasta lõpuks valmis 2. osa.

⁴ http://ecs.onetec.eu/2014/workshops5_en.html.

2. peatükis on kõik tuvastatud 14 pädevust esitatud tabelina, mis sisaldab pädevuse nimetust ja lühikest definitsiooni ning pädevusega seotud teadmiste, oskuste ja hoiakute näiteid.

3. peatükis käsitletakse lühidalt raamistiku rakendamise võimalusi nii liikmesriikide kui ka rahvusvahelisel tasandil poliitika kujundamisel ja toetamisel, hariduse, koolituse ja tööhõive planeerimise suunamisel ning hindamisel ja sertifitseerimisel.

4. peatükis tuuakse välja raporti järeldused ja võimalikud järgmised sammud.

1. lisa võrreldakse kattuvust tarbijate digipädevuse raamistiku ja kodanike digipädevuse raamistiku vahel, 2. lisa sisaldab sõnastikku ja 3. lisa on loetletud õpikodade osalised.

II Tarbijate digipädevuse raamistik

Raamistik on pigem kirjeldav kui ettekirjutav. See tähendab, et see on loodud kirjeldama pädevusi, mida tarbijad digitaalsel turul vajavad, ilma et kehtestataks norme tarbijate käitumisele. See on neutraalne ja on – või vähemalt üritab olla – kultuuriliselt neutraalne ja mitte välistav. Sellisena on see hiljem kohandatav eri kasutusotstarvetele ja sihtrühmadele.

Raamistikus järgitakse tarbijate loogikat ning raamistik on jagatud kolmeks valdkonnaks (või osaks): ostueelne pädevus, ostu sooritamise aegne pädevus ja ostujärgne pädevus.

Tabel 1. Tarbijate digipädevuse raamistiku pädevuste loetelu

Pädevusalad	Pädevused
1. Ostueelne pädevus	1.1 Kaupu ja teenuseid käsitleva teabe sirvimine, otsimine ja filtreerimine 1.2 Kaupu ja teenuseid käsitleva teabe hindamine ja võrdlemine 1.3 Kommertsteabe ja reklaami äratundmine ja hindamine 1.4 Digitaalse identiteedi ja profiili haldamine digitaalsel turul 1.5 Vastutustundlike ja säästvate valikute tegemine digitaalsetel turgudel
2. Ostu sooritamise aegne pädevus	2.1 Suhtlemine digitaalsel turul ostmiseks ja müümiseks 2.2 Jagamismajanduse platvormidel osalemine 2.3 Maksete ja finantside digitaalne haldus 2.4 Autoriõiguste ja litsentside ning digitaalsete kaupade ja teenuste lepingute mõistmine 2.5 Isikuandmete haldus ja privaatsus 2.6 Tervise ja ohutuse kaitse
3. Ostujärgne pädevus	3.1 Digitaalsel turul teiste kasutajatega teabe jagamine 3.2 Digitaalsel turul tarbijaõiguste jõustamine 3.3 Tarbija digipädevuse lünkade ja puudujääkide tuvastamine

II.I Pädevused, deskriptorid ja näited

Selles jaotises antakse tabeli kujul üksikasjalik ülevaade tarbijate digipädevuse raamistikust, mis on selle raporti põhiosa. Iga valdkonna kohta esitatakse valdkonna kirjeldus ja valdkonda kuuluvate pädevuste loetelu. Iga pädevuse kohta on olemas üksikasjalik kirjeldus ja mitteamendav loetelu sellega seotud teadmiste, oskuste ja hoiakute näidetest. Nende eesmärk on anda üksikasjalikumaid juhiseid selle kohta, mida iga pädevuse all mõeldakse, ning need on seega mõeldud inspiratsioonina kohalikuks mugandamiseks või konkreetsele sihtrühmale või eesmärgile kohandamiseks.

Kuna mõistame, et pädevuste või valdkondade näidete osas võib olla kattuvusi, on hoolikalt püütud neid kattuvusi vähendada.

Näidete hulgas on mõned ELi digitaalsete tarbijaõiguste peamised aspektid, kuid näidete eesmärk ei ole peegeldada kõiki selliseid õigusi ega neid või nende rakendamist eri liikmesriikides üksikasjalikult käsitleda. Samuti ei võeta neis arvesse võimalikke tulevasi

seadusi. Näidete eesmärk on peegeldada tarbijatel praegu digitaalsetel turgudel välja kujunenud sagedasi tavasid ja harjumusi.

Kuna digitaalsed turud arenevad ning kohaldatav õigusraamistik muutub, vajavad nii näited kui ka pädevused ise uuendamist.

1. valdkond: ostueelne pädevus

Toimingud, mis sooritatakse enne kaupade ja teenuste ostmist digitaalsel turul ja mis keskenduvad teabe otsimisele, teabe võrdlemisele, alternatiivide hindamisele, ärikommunikatsioonile, digitaalse identiteedi haldamisele ning vastutustundlike ja säästvate tarbimisvalikute tegemisele.

- 1.1 Kaupu ja teenuseid käsitleva teabe sirvimine, otsimine ja filtreerimine
- 1.2 Kaupu ja teenuseid käsitleva teabe hindamine ja võrdlemine
- 1.3 Kommertsteabe ja reklaami äratundmine ja hindamine
- 1.4 Digitaalse identiteedi ja profiili haldamine digitaalsel turul
- 1.5 Vastutustundlike ja säästvate valikute tegemine digitaalsel turul

1.1 Kaupu ja teenuseid käsitleva teabe sirvimine, otsimine ja filtreerimine	
Kaupade ja teenustega seotud teabe otsimine ja vaatamine digitaalsete vahendite abil. Kaupade, teenuste ja tehinguvõimalustega seotud vajaliku teabe kindlakstegemine ja valik.	
<i>Teadmiste näited</i>	<p>Teadmine, et otsingumootorid ei ole neutraalsed ning kaupade ja teenuste otsingutulemusi ning otsingutulemuste järjestust mõjutab reklaam ja turundus</p> <p>Teadmine, et eri otsingumootorid võivad anda kaupade ja teenuste puhul erinevaid otsingutulemusi</p> <p>Teadmine, et internet annab ligipääsu kogu maailma veebipoodidele ning pakkumisi tasub vaadata ka teistest riikidest / teistes keeltes</p> <p>Teadmine, et internetis ostude tegemist lihtsustavad mitmesugused digivahendid (nt portaalid ja rakendused)</p> <p>Teadmine, et paljud ettevõtted, kauplused ja valitsusasutused pakuvad internetis e-kaubanduse ja e-riigi teenuseid</p> <p>Suutlikkus nimetada veebilehti, kus müüakse soodushinnaga tooteid</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Erinevate otsingumootorite kasutamine, otsingumootorite vahetamine paremate tulemuste saamiseks</p> <p>Otsingutulemuste filtreerimine otsingute seadistamiseks</p> <p>Otsingute täpsustamine ning õigete sõnade valimine soovitud toodete ja teenuste leidmiseks</p> <p>Digivahendite ja -keskkondade (nt hinnavõrdlusteenustega otsing) abil sobivate pakkumiste leidmine</p> <p>Otsingutulemuste hulgast asjakohaste tulemuste leidmine</p> <p>Ka esilehele järgnevate otsingutulemuste vaatamine</p>

<i>Hoiakute näited</i>	<p>Aktiivne teabe otsimine kaupade ja teenuste kohta</p> <p>Tehnoloogia positiivse mõju hindamine teadlikumate tarbijaotsuste tegemiseks</p> <p>Valmidus tunnistada oma piiratud võimet teavet töödelda ning digitaalse turu stiimulitele vastu seista</p>
------------------------	--

1.2 Kaupu ja teenuseid käsitleva teabe hindamine ja võrdlemine

Kaupu ja teenuseid käsitlevate digitaalsete teabeallikate võrdlemine ja nende usaldusväärsuse kriitiline hindamine Digitaalse turuga seotud kaupu ja teenuseid käsitleva teabe ning ostutingimuste võrdlemine ja kriitiline hindamine. Kommertspakkumiste võrdlemine võrdluseks mõeldud tööriistade, veebilehtede ja kanalite abil.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Teadmine, et internetis olev kaupu ja teenuseid puudutav teave ei pruugi olla alati usaldusväärne või täielik</p> <p>Teadmine, et hinnavõrdluse tulemused ei pruugi olla täielikud ning võivad olla ebatäpsed või kallutatud</p> <p>Teadmine, et olemas on digitaalsed tööriistad (rakendused, portaalid, veebilehed), mis võimaldavad võrrelda kaupu, teenuseid ja hindu</p> <p>Teadmine, kuidas leida veebilehti, kogukondi ja sotsiaalmeedia rühmi, kus tarbijad avaldavad arvamust toodete ja teenuste kohta</p> <p>Teadmine, kuidas kontrollida e-kaubanduse valdkonna müüjate ja veebilehtede usaldusväärsust (nt kuidas kontrollida, kas müüja identiteet, aadress ja kontaktandmed on täielikud)</p> <p>Teadmine, et e-kaubanduse usaldusmärgid ⁵ on üks viis usaldusväärsete veebipoodide tuvastamiseks</p> <p>Teadmine, et võrreldavad on ainult käibemaksu sisaldavad koguhinnad</p> <p>Teadmine, et energia-, telekommunikatsiooni- ja finantsteenuseid reguleerivad asutused pakuvad võrdlemiseks kasutatavaid veebitööriistu</p> <p>Teadmine, et sõltumatud tarbijaühendused teevad internetis kättesaadavaks võrdlemiseks kasutatavaid veebitööriistu ja võrdlevaid teste</p> <p>Teadmine, et mõne (hinna)võrdlustööriista kasutamise tulemused võivad olla reklaamist ja/või turundusest mõjutatud</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Oskus võrrelda, kõrvutada ja ühendada erinevatest allikatest pärit teavet kaupade ja teenuste hindade, kvaliteedi ja ostutingimuste kohta</p> <p>Oskus leida kogukondi, võrgustikke ja sotsiaalmeedia rühmi, kus tarbijad avaldavad arvamust kaupade ja teenuste kohta</p> <p>Oskus enne tehingu sooritamist veenduda müüjate usaldusväärsuses</p> <p>Oskus seadistada erinevate platvormide ja portaalide otsingutulemuste järjestuse vaikevalikuid</p> <p>Oskus kasutada internetipõhiseid hinnavõrdlustööriistu või hinna ja kvaliteedi võrdlustööriistu</p> <p>Oskus hinnata sellise teabe väärtust, mida edastatakse kliendile dünaamilise reklaamina eelmiste otsingute või külastuste põhjal,</p>

⁵ <http://www.ecommerce-europe.eu/trustmark>.

	sotsiaalmeedias või e-posti kaudu
<i>Hoiakute näited</i>	<p>Arvestamine, et teadlike otsuste tegemine eeldab erinevate pakkujate pakkumiste võrdlemist</p> <p>Kriitiline suhtumine pakkumiste esitusse ja väidetavasse atraktiivsusesse</p> <p>Veendumus ettevaatlike ja vastutustundlike ostuotsuste tegemise võimalikkuses</p> <p>Kriitiline suhtumine võrdluslehtedel pakutava teabe usaldusväärsusesse, erapooletusse ja täpsusesse</p> <p>Teadmine, et inimesed jäävad sageli vaikevalikute juurde</p> <p>Kasutajahinnangute ja hindamissüsteemide kriitiline hindamine</p>

1.3 Kommertsteabe ja reklaami äratundmine ja hindamine

Erinevate turundus- ja reklaamimeetodite ning -tegevuste digikeskkondades äratundmine ja kriitiline hindamine. Teadmine, kuidas reklaam ja kommertsteated võivad mõjutada isikute tarbijavalikuid.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Teadmine, et reklaami ja turunduse eesmärk on suunata tähelepanu ja viia ostudeni, mis võivad, kuid ei pruugi vastata isiku kavatsustele või vajadustele</p> <p>Veebiturunduse ja -reklaami tõlgendamine ning analüüsimine mõistmaks, kas pakutavad kaubad/teenused vastavad isiku huvidel ja vajadustele</p> <p>Mõistmine, et teatavad digiteenused on tasuta, kuna need sisaldavad reklaami või turundust või aitavad reklaami- ja turundustegevustele kaasa (nt isikuandmete kogumisega)</p> <p>Teadlikkus varjatud reklaamist (nt kui blogi- või sotsiaalmeediaautorile tasutakse tootearvustuse eest)</p> <p>Mõistmine, et mõned sotsiaalmeediapostitused või -kommentaarid ja/või kasutajaarvustused võivad olla sponsoreeritud</p> <p>Turundustavade äratundmine, analüüsimine ja tõlgendamine digikeskkondades nagu veebilehed, digitaalsed mängud, jutuside ja sotsiaalmeedia</p> <p>Mõistmine, kuidas tarbijate digitaalse tegevuse jälgi (jalajälgi) on võimalik koguda, säilitada, analüüsida, nendega kaubelda ja neid kommertsotstarbel kasutada</p> <p>Teadlikkus nn hinna tilgutamise ja varjatud kuludega seotud tavadest</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Kommertssõnumite (nt makstud reklaam sotsiaalmeedias) ja kallutamata kliendiinfo eristamine kommertssuhtluses</p> <p>Kasutajale (nt e-postiga ja sotsiaalmeedias saadetavate reklaamidega) suunatava teabe usaldusväärsuse hindamine</p> <p>Soovimatute kommertssõnumite tuvastamine ja märku andmine oma soovist mitte neid sõnumeid saada</p> <p>Otseturundusest keeldumise õiguse kasutamine</p>
<i>Hoiakute näited</i>	<p>Kriitiline hoiak reklaamitavade suhtes ning teadlikkus sellest, et need võivad olla eksitavad ja/või varjatud</p> <p>Kriitilise hoiaku võtmine suunatud reklaami suhtes</p>

	Mitte ainult reklaamis esitatud teabele toetumine ostuotsuste tegemisel
--	---

1.4 Digitaalse identiteedi ja profiili haldamine digitaalsel turul

Mõistmine, et isiku digitaalse tarbija profiili on võimalik üles ehitada, muuta, manipuleerida ja ära kasutada. Erinevate digitaalsete vahendite ja teenustega loodavate andmete haldamine. Ühe või mitme digitaalse identiteedi (nt isiklik või ametialane identiteet) loomine ja haldamine, et digitaalse turu eeliseid kõige paremini ära kasutada.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Tarbijana ühe või enama, nt ametialase ja eraviisilise digitaalse identiteedi eeliste mõistmine</p> <p>Teadmine, et isiku tarbijaandmeid, nagu varasemad ostud ja vaadatud tooted, kasutatakse turunduslikel eesmärkidel</p> <p>Teadmine, et ettevõtted kasutavad digitaalse identiteedi andmeid pakumiste paremaks suunamiseks ja isikustamiseks</p> <p>Teadmine, milliseid andmeid teatavate seadmete kasutamisel töödeldakse (nt asukohatuvastuse andmed)</p> <p>Teadlikkus sellest, et reklaamide suunamine põhineb sellel, mida ettevõtted isiku digitaalsest identiteedist teavad (nt IP-aadressi tuvastamise, seadme jälgimise, e-posti/konto jälgimise kaudu)</p> <p>Mõistmine, et erinevate profiilide andmed ei ole ülekantavad või koostalitlevad</p> <p>Mõistmine, et ettevõtted väärtustavad oma digitaalset identiteeti ja ettevõtete kaubamärgid on muude tegurite kõrval üles ehitatud nende digitaalsele mainele</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Tehinguandmete kontrollimine ja vajaduse korral parandamine enne tehingu kinnitamist</p> <p>Vastavalt isiku vajadustele tarbijana ühe või mitme profiili loomine, nt erinevate e-posti aadresside kasutamine eri teenustel puhul</p> <p>Enda kui tarbija digitaalse jälje jälgimine, nt teadmine, kuidas kommertsplatvormil oma ostuajalugu või sirvimishuvisid läbi vaadata ja hallata</p> <p>Veebiprofiili ja maine ülesehitamise eeliste (nt positiivsete kasutajahinnangute) ärakasutamine</p> <p>Saadaolevate digitaalsete vahendite kasutamine oma tarbijaprofiili haldamiseks või kustutamiseks</p> <p>Erinevate digitaalsete profiilide/identiteetide kasutamine dünaamilise hinnastamise mõju tasakaalustamiseks</p> <p>Erinevatesse digiteenustesse sisselogimiseks vajalike kasutajanimede ja paroolide haldamine (paroolihaldusrakendusega või ilma)</p>
<i>Hoiakute näited</i>	<p>Kriitiline suhtumine jälgimistavadesse ning anonüümseks jäämise õiguse kasutamine</p>

1.5 Vastutustundlike ja säästvate valikute tegemine digitaalsel turudel

Mõistmine, kuidas igaühe käitumine digitaalse tarbijana mõjutab kogukonda, ühiskonda ja keskkonda. Digitehnoloogia kasutamine sotsiaal- ja keskkonnateadlike valikute tegemiseks.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Enda kui digitaalse tarbija käitumise keskkonnamõju ning eetilise ja sotsiaalse mõju hindamine</p>
-------------------------	---

	Teadmine, et internetist ostetud toodete transport mõjutab keskkonda Arvutite ja elektroonikaseadmete keskkonnamõju mõistmine ja teadmine, kuidas nende tööiga pikendada (nt kõvaketaste vahetus) või neid ringlusse võtta
<i>Oskuste näited</i>	Oskus kasutada digitaalseid vahendeid oma tarbijakäitumise keskkonna- ja sotsiaalmõju parandamiseks (nt kohaliku toodangu või ühispakkumiste otsimine) Sotsiaalselt vastutustundliku ja säästva tarbimise põhimõtete rakendamine digitaalsel turul tehtud ostudele Väiksema keskkonnamõjuga digitaalsete vahendite valimine (nt ajalehe lugemine internetis ja mitte paberil, kaupade jagamine, edasimüümine ja ringlussevõtt digitaalsete kasutajatevaheliste turgude kaudu)
<i>Hoiakute näited</i>	Digitaalse turuga seotud säästvate seisukohtade edendamine ja soodustamine (nt säästva tootmise ja/või tarbimise eest kõnelemine sotsiaalvõrgustikulehtedel) Enda positsioneerimine säästva digitaalse tarbijana Kriitiline suhtumine liigtarbimisse või mittesäästvasse tootmisse ja tarbimisse

2. valdkond: ostu sooritamise aegne pädevus

Ostuga seotud tegevused: ostu sooritamine, jagamismajanduse platvormidel osalemine, maksete haldamine, autoriõiguste, litsentside ja digiteenuste lepingute mõistmine, andmete ja tervise kaitse.

- 2.1 Suhtlemine digitaalsel turul ostmiseks ja müümiseks
- 2.2 Jagamismajanduse platvormidel osalemine
- 2.3 Maksete ja finantside digitaalne haldus
- 2.4 Autoriõiguste ja litsentside ning digitaalsete kaupade ja teenuste lepingute mõistmine
- 2.5 Isikuandmete haldus ja privaatsus
- 2.6 Tervise ja ohutuse kaitse

2.1 Suhtlemine digitaalsel turul ostmiseks ja müümiseks

Digitaalsete turgude kasutamine kaupade ja teenuste ostmiseks ja müümiseks.

<i>Teadmiste näited</i>	Teadlikkus digitaalsel turgudel kaupade ja teenuste müümisega seotud võimalustest ja riskidest Teadmine, et digitaalsel turul saab kaupu ja teenuseid osta ja müüa kas kommertstehingute või tarbijate vahel toimuvate tehingutega Teadlikkus materiaalistest kaupadest (st füüsilist kuju omavad kaubad) ja mittemateriaalistest kaupadest (st virtuaalsed ja digitaalsed kaubad) Teadmine, et ELis müügiks pakutavate kaupade ja teenuste hinnad peavad sisaldama käibemaksu Teadmine, et ELis on keelatud lisateenuste ostmise märkeruutude eelmärgistamine Mõistmine, et internetis ettevõttelt või eraisikult (st kliendilt kliendile
-------------------------	---

	<p>tehingud) ostmisele kehtivad erinevad reeglid</p> <p>Teadmine, et ELis kehtib internetis kauplajatelt tehtud ostudele 14-päevane ostust taganemise õigus</p> <p>Teadmine, kuidas kontrollida, kas kaupleja asub isiku asukohariigis, mujal ELis või sellest väljaspool</p> <p>Teadmine, et internet annab ligipääsu ülemaailmsele turule ning kehtivad eeskirjad (näiteks see, millised tooted ja teenused on keelatud) võivad riigiti erineda</p> <p>Teadmine, et ELi internetis kehtivad tarbijaõigused laienevad ka väljaspool ELi asuvatelt kauplajatelt internetis tehtud ostudele, kui nende sihtrühm on ELi tarbijad</p> <p>Teadmine, kuidas internetiostu tühistada</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Oskus digitaalsetel turgudel (nt eBay) kaupa müüa</p> <p>Oskus kontrollida, kas müüki kolmandatelt poolt vahendavad platvormid võtavad (piiratud) vastutuse kolmandate pooltega sooritatud tehingute eest või mitte</p> <p>Võime erinevate digivahendite (nt e-post, foorumid, jutuside) abil müüjate ja teenusepakkujatega ühendust võtta ja vastavalt oma vajadustele suhelda</p> <p>Oskus kasutada turvalist paroolihaldust pakkuvaid rakendusi</p> <p>Oskus kontrollida, kas kirjeldused ja pildid vastavad tootele/teenusele ja on piisavad</p> <p>Oskus kontrollida, kas müüki kolmandatelt poolt vahendavad platvormid (nt eBay) võtavad (piiratud) vastutuse kolmandate pooltega sooritatud tehingute eest või mitte</p> <p>Oskus enne ostu kinnitamist kontrollida, et lisatud ei oleks soovimatuid lisateenuseid</p>
<i>Hoiakute näited</i>	<p>Aktiivne hoiak müüjate ja teenusepakkujatega ostu eri etappides ühenduse võtmise suhtes</p> <p>Ennetav e-kaubanduse kontode paroolide vahetamine</p>

2.2 Kasutajatevahelistel (peer-to-peer (P2P)) ja jagamismajanduse platvormidel osalemine

Jagamis- ja koostöömajanduse platvormide mõistmine ja neil osalemine. Mikromüügiga (P2P) tegelemine. Erinevate uute digitaalsete ärimudelite tunnustamine.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Kaupade (edasi)müügiks, vahetuseks ning rentimiseks/tellimiseks mõeldud kasutajatevaheliste (P2P), jagamis- ja koostöömajanduse platvormide tundmine</p> <p>Jagamismajanduse platvormidega seotud riskide mõistmine</p> <p>Teadmine, et ostes teenuseid ja kaupu internetist eraisikutelt või teistelt kasutajatelt, kehtivad teised õigused (nt ostu tühistamise õigus) kui siis, kui neid osta internetis kauplajatelt</p> <p>Teadmine, et veebiplatvormidel kaupade ja teenuste müügi või tubade, korterite ja majade väljaüürimisega võivad kaasneda õigus- ja maksuküsimused</p> <p>Teadmine, et regulaarne müük, väljaüürimine jms internetiplatvormide kaudu kasu saamise eesmärgil võib kujutada endast ametialast tegevust, mis tuleb maksuhalduri juures deklareerida ja mida reguleeritakse valdkondlike õigusaktidega</p>
-------------------------	--

	<p>Teadmine, et (teatavates riikides) kehtib mikroettevõtjatele juriidiline eriseisus</p> <p>Teadmine, et mõned internetiplatvormid pakuvad kasutajatevahelistes tehingutes tekkivate probleemide korral abi ja kindlustust</p> <p>Teadmine, kuidas eristada ühisrahastust ja teisi kinke- ja vahetustoiminguid vahendavaid koostööplatvorme nendest, mis tegelevad müügi/rentimise/palkamise või investeerimisega</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Oskus hinnata kasutajatevahelise, koostöö- või jagamisplatvormi usaldusvärsust</p> <p>Oskus hinnata veebiplatvormi müüjate ja pakujate usaldusvärsust nt hindamissüsteemide ja kasutajahinnangute abil</p> <p>Oskus hinnata, kas kasutajahinnangud on õiged ja sisaldavad häid argumente ning on oma arvult piisavad, et usaldust äratada</p> <p>Oskus tutvuda reeglite ja kohustustega, mis kehtivad kasutajatevahelistel platvormidel tegutsemisele</p> <p>Oskus otsida ja leida enda vajadustele vastavaid kohalikke, riigisiseseid ja rahvusvahelisi kasutajatevahelisi platvorme</p> <p>Oskus suhelda kasutajatevahelisel platvormil teiste kasutajatega tehingu asjaolude osas</p> <p>Oskus pakkumisi esitada õigesti ja selgelt näidatud hindadega, milles sisalduvad maksumus, transpordikulud ja platvormitasud</p>
<i>Hoiakute näited</i>	<p>Kasutajatevahelise majanduse võimaluse ja kulutõhususe ning riskide kriitiline hindamine</p> <p>Kasutajatevahelistel, koostöö- või jagamisplatvormidel osaledes omaalgatuslik tutvumine kohalduvate õiguste ja kohustustega</p>

2.3 Maksete ja finantside digitaalne haldus

Turvaliste digimaksete sooritamine ja internetis finantsteenuste kasutamine. Digitehnoloogia kasutamine isikliku eelarve jälgimiseks ja haldamiseks.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Teadmine, et digiseadmed, sealhulgas tahvelarvutid, arvutid ja nutitelefonid, annavad alati ja kõikjal ligipääsu pangakontole ja makseteenustele</p> <p>Teadmine, et teenuste ja kaupade eest saab tasuda digiseadmetega (nt mobiiltelefon, nutitelefoni)</p> <p>Teadmine, kuidas toimivad digitaalse rahakoti teenused</p> <p>Teadlikkus digitaalsete finantsteenuste riskidest</p> <p>Teadmine, kui tähtis on paroolide, PINide jms kaitse</p> <p>Teadmine, et veebimaksete autentimise süsteemid (nt SMSiga saadetav kood) pakuvad kõrgemat turvalisuse taset</p> <p>Teadmine, et veebimaksete puhul ei tohi kunagi avaldada sularaha väljavõtmiseks või tavapoodides maksmiseks kasutatava deebet-/makse-/krediitkaardi neljakohalist PINi.</p> <p>Teadmine, et e-poele ei tohi saata krediit- või pangakaardi skaneeringut</p> <p>Teadmine, et kui müüja ei ole öelnud teisiti, võidakse ostusumma kontolt võtta ostu sooritamise hetkel, isegi kui kohaletoimetamine toimub hiljem</p> <p>Teadmine, et veebimaksete turvalisuse tagamiseks tuleb seadmetele</p>
-------------------------	--

	paigaldada turvatarkvara
<i>Oskuste näited</i>	<p>Oskus kasutada turvaliselt ligipääsuseadmeid (nt autentimisvahendid) ja digitaalseid finantsteenuseid (nt pangandus, PayPal)</p> <p>Oskus ära tunda veebipanganduse õngitsemis- või andmepüügirünnakuid</p> <p>Oskus aadressi/URLi ribal olevat kirja „http“ asendada kirja „https“ ning suletud tabalukuga märgise järgi tuvastada, kas veebimaksed on turvalised ja krüptitud</p> <p>Oskus veebimakset makse-/krediitkaardi petturliku kasutuse korral vaidlustada ning hüvitist saada</p> <p>Oskus tuvastada, kas makse hõlmab automaatselt korduvat kaupade ostmist või lepingu või teenuse automaatset pikendamist</p>
<i>Hoiakute näited</i>	<p>Digitehingutes kasutatavate erinevat tüüpi turvameetmete kriitiline hindamine ning turvalisuse olulisusega arvestamine (nt PINide ja paroolide turvalisuse tagamine)</p> <p>Teadlikkus digivahenditega raha haldamise ja finantstehingute sooritamise seotud eelistest ja ohtudest</p>

2.4 Autoriõiguste ja litsentside ning digitaalsete kaupade ja teenuste lepingute mõistmine

Digitaalse sisu ning kaupade ja teenustega seotud õiguste ja kohustuste mõistmine ja järgimine.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Teadmine, et osa digitaalsest sisust (muusika, filmid, raamatud jms) on saadaval tasuta ja osa tasu eest</p> <p>Teadmine, et digitaalsele sisule (muusika, filmid, raamatud jms) võivad kehtida autoriõigused ning autoriõigustega kaitstud materjalide loata allalaadimine on ebaseaduslik</p> <p>Teadmine, et teatava sisu, näiteks muusika üleslaadimine ja jagamine on ebaseaduslik</p> <p>Teadmine, et ebaseaduslikult allalaaditud sisu jagamisega võivad kaasneda juriidilised tagajärjed</p> <p>Teadmine, et juba alla laaditud digitaalse sisu ostu ei ole võimalik tühistada</p> <p>Teadmine, millised litsentsid kehtivad huvipakkuvatele kaupadele ja teenustele</p> <p>Teadmine, et enamik tarkvarast on kasutatav litsentsidega, mida tuleb litsentsiperioodi lõppemisel uuendada</p> <p>Teadmine, et piraatlehtedelt filmide, telesaadete ja raamatute voogedastamine ja allalaadimine on ebaseaduslik</p> <p>Teadmine, et osa sisust (muusika, filmid, raamatud jms) ei pruugi olla ligipääsetav asukoha tõttu (geoblokeerimine)</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Oskus kontrollida, millised veebilehed pakuvad ebaseaduslikku allalaadimist või voogedastust</p> <p>Oskus valida alla- või üleslaadimiseks seaduslikku materjali</p> <p>Oskus kontrollida juba ostetud digitaalse sisu ja kaupade kasutamise või taaskasutamise õigust ning selle õiguse mõistmine</p>
<i>Hoiakute näited</i>	<p>Autoriõiguste ja lepingutingimuste austamine ning valmisolek laadida filme, muusikat ja raamatuid alla ametlikelt levitajatelt</p>

	Ebaseadusliku allalaadimise kasude ja riskide (nt viirused, karistused) kaalumine
--	---

2.5 Isikuandmete haldus ja privaatsus

Isikuandmete ja privaatsuse kaitse digitaalsel turul Mõistmine, kuidas jagada identifitseerivaid isikuandmeid, kaitstes samas ennast ja teisi riskide eest. Teadmine, et digitaalsetel teenustel on „privaatsuspoliitika“, mille raames teavitatakse, kuidas isikuandmeid kasutatakse, ning selle teadmise põhjal tegutsemine.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Teadmine, et internetti minnes jagatakse alati infot ja andmeid enda isiku, ostuhuvide ja käitumise kohta otsingumootorite, sotsiaalmeedia ja külastatavate lehtede kaudu</p> <p>Teadmine, et pärast nende jagamist ei ole lihtne isikuandmeid või teavet kustutada või teise teenusepakkuja juurde üle kanda</p> <p>Mõistmine, et privaatsuspoliitikaga nõustumine võib tähendada, et isikuandmeid müüakse kolmandatele pooltele</p> <p>Teadmine, milliseid meetmeid võtta isikuandmete ja privaatsuse kaitseks ja haldamiseks, et vältida pettust</p> <p>Mõistmine, et automaatse andmetöötluse (profileerimise) põhjal tehakse järeldusi käitumise ja ostuhuvide kohta</p> <p>Teadmine, kuhu pöörduda ja kellega kõnelda isikuandmete kasutamisega seotud probleemide korral</p> <p>Teadmine, et isikuandmeid kogutakse, töödeldakse ja säilitatakse ka väljaspool ELi ning mõnel juhul võivad kohalduda erinevad andmekaitse eeskirjad</p> <p>Teadmine, kuidas teada saada, millisel viisil kolmandad pooled andmeid kasutavad</p> <p>Teadmine, et kolmandad pooled võivad isikuandmeid osta ja kasutada suunatud turunduses kasutamiseks</p> <p>Teadmine, et digitaalsel turul pakutakse osa tooteid ja teenuseid „tasuta“ isikuandmete avaldamise eest, ning selliste vahetustehingute asjaolude mõistmine</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Privaatsuspoliitika läbivaatamine ning isikuandmete kasutamist puudutavate põhitingimuste leidmine</p> <p>Privaatsuspoliitikast andmete privaatsust ohustavate punktide leidmine</p> <p>Privaatsuspoliitikast kontrollimine, kas isikuandmeid müüakse või edastatakse kolmandatele pooltele</p> <p>Oskus muuta sotsiaalmeedia privaatsusseadeid</p> <p>Kontrollimine, millised andmekaitse normid kehtivad, ning isikuandmetele ligipääsu, nende muutmise ja peitmise õiguste kasutamine</p> <p>Oskus müüjale avaldatud isikuandmetele ligi pääseda, neid muuta ja nende kustutamist nõuda</p> <p>Teadmine, kuidas kasutada õigust olla unustatud⁶</p> <p>E-kaubanduse platvormide, veebilehtede, rakenduste ja (tasuta) digitaalsete teenuste turvalisuse taseme kontrollimine</p> <p>Privaatsust suurendavate tööriistade seadistamine, et kaitsta oma</p>

⁶ http://ec.europa.eu/justice/data-protection/files/factsheets/factsheet_data_protection_en.pdf.

	isikut tuvastava teabe privaatsust Digitaalsetes keskkondades oma andmete jagamise eeliste ja riskide kaalumine
<i>Hoiakute näited</i>	Vastutustundlik käitumine veebiostude tegemisel, et kaitsta enda ja teiste isikuandmeid Isikuandmete kaitse väärtustamine veebiostude tegemisel Isiku- ja tarbijaandmete avaldamise eeliste (nt isikustatud soovitude saamine, vormide automaatne täitmine) ja riskide (nt profileerimine, identiteedivargus, pettus, eaturvalised tehingud) kaalumine

2.6 Tervise ja ohutuse kaitse

Füüsilise ja vaimse tervise ning turvalisusega seotud riskide mõistmine ja vältimine digitaalsel turul seoses teabe, kaupade ja teenustega.

<i>Teadmiste näited</i>	Teadmine, et internetis ostude tegemine võib tekitada sõltuvust Teadmine, et internetist ostude tegemisel ja eriti EList/EMPst väljaspool asuvate e-kaubanduse lehtede või rakenduste puhul tasub korduvalt kontrollida, kas toode vastab ELi ohutusstandarditele või on ELis keelatud Teadmine, et internetis antavad meditsiiniõuanded ei pruugi olla usaldusväärsed või võivad olla sponsoreeritud meditsiini-/parameditsiinitoodete tootjate/müüjate poolt Teadmine, et internetist meditsiinitoodete ostmisel tähistab ELi ühtne ravimimüügi logo, et lehekülje või rakenduse tegevus on seaduslik ja selle kaudu ei müüda võltsitud või ebaseaduslikke tooteid Teadmine, et internetist tarbijatelt ostetud, renditud või laenatud kasutatud kaupadele ei kehti tooteohutuseeskirjad
<i>Oskuste näited</i>	Kontrollimine, kas toote kohta on avaldatud teateid tagasikutsumise või teiste piiravate meetmete kohta RAPEXi veebilehel ⁷ ja/või OECD toodete tagasikutsumise portaalis ⁸
<i>Hoiakute näited</i>	Vastutuse võtmine oma tervise ja ohutuse kaitse eest ostude sooritamisel digitaalsel turul Kriitiline hinnang digitaalse ja meedias sisalduva turunduse mõju kohta oma heaolule Oma ostukäitumise hoolikas jälgimine ning digitaalse ostusõltuvuse riski hindamine

3. valdkond: ostujärgne pädevus

Ostule järgnevad toimingud: teabe jagamine, tarbijaõiguste kasutamine, tarbija digipädevuse uuendamine.

- 3.1 Teiste kasutajatega teabe jagamine digitaalsel turul
- 3.2 Tarbijaõiguste jõustamine digitaalsel turul
- 3.3 Tarbija digipädevuse lünkade ja puudujääkide tuvastamine

⁷ http://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/index_en.htm/

⁸ <http://globalrecalls.oecd.org/>

3.1 Digitaalsel turul teiste kasutajatega teabe jagamine

Digitaalsel turul kasutajahinnangute, teadmiste, nõuannete ja kogemuste jagamine.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Teadmine, millised veebilehed pakuvad toodete ja teenuste kohta nõuandeid, ning et nende usaldusväärsus võib olla erinev</p> <p>Mõistmine, et teavet võidakse jagada anonüümselt või profiilide alt</p> <p>Teadmine, kuidas leida veebilehti, kogukondi ja sotsiaalmeedia rühmi, kus tarbijad aitavad üksteisel lahendada toodete ja teenustega seotud probleeme</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Teiste kasutajate poolt kaupade ja teenuste kohta jagatava teabe hindamine</p> <p>Jagatava sisu väärtuse ja sihtrühma hindamine</p> <p>Teiste klientidega sotsiaalmeedias ja digiplatvormidel kogemuste jagamine</p> <p>Teiste kasutajate nõustamine sotsiaalmeedias, foorumites, veebihinnangute kaudu jne</p>
<i>Hoiakute näited</i>	<p>Aktiivne arvamuste jagamine toodete ja teenuste kohta</p> <p>Teiste kasutajate jagatud kogemuste ja ülevaadete eeliste ja eksimuste kaalumine</p>

3.2 Digitaalsel turul oma tarbijaõiguste jõustamine

Enda kui digitaalse kliendi õiguste ja kohustuste teadmine. Oma õiguste ostujärgne jõustamine ja teadmine, kuidas probleeme ja vaidlusi lahendada.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Teadmine, et paljud põhilised digitaalvaldkonna tarbijakaitse-eeskirjad ja õigused on kõigis ELi riikides sarnased, kuid võivad mujal (oluliselt) erineda</p> <p>Teadmine, et paljud tarbijaõigused kehtivad ainult internetiostude suhtes</p> <p>Teadmine, kuidas leida abi vaidluste lahendamisel ja ostujärgsete probleemide korral</p> <p>Teadlikkus oma õigusest olla unustatud⁹</p> <p>Teadmine, et internetis tehtud ostud võib enamiku kaupade puhul 14 päeva jooksul alates nende kohaletoimetamisest ilma põhjenduseta tühistada ja need hüvitatakse</p> <p>Olulisemate tühistamisõiguse erandite teadmine (toiduained, eritellimusel valmistatud tooted, avatud pakendiga CDd, DVDd ja tarkvara, avatud hügieeni- ja tervisetooted, reisitooted nagu hotellid ja piletid)</p> <p>Digitaalsetel turgudel ja platvormidel toimuvate digitaalsete ostude ja tehingutega seotud tingimustega nõustumise ning selle tagajärgede olulisuse teadmine</p> <p>Teadmine, et veebitehingutega seotud probleemide korral on olemas kohtuvälised hüvitismenetlused (vaidluste veebipõhine lahendamine)</p>
-------------------------	--

⁹ http://ec.europa.eu/justice/data-protection/files/factsheets/factsheet_data_protection_en.pdf.

	<p>Teadlikkus erinevatest hüvitamisviisidest</p> <p>Teadmine, et 30 päeva jooksul saabumata veebitellimused võib tühistada, kui õigeaegne tarne oli vältimatult vajalik või kui mõistlik tarneviivituse aeg on ületatud</p> <p>Teadmine, et õigused ja kohustused kehtivad kauplejatelt tehtud ostude, kuid mitte eraisikutelt tehtud ostude suhtes</p> <p>Teadmine, et kauplejaga tekkinud vaidluse lahendamiseks on võimalik esitada kaebus ametiasutustele</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Oskus leida sõltumatut teavet digitaalsete tarbijate õiguste ja hüvitiste kohta</p> <p>Oskus täita internetiostu tühistamisvormi või kirjutada e-kirja ostu tühistamiseks</p> <p>Erinevate vahendite kasutamine internetis või väljaspool interneti oma ostujärgsete õiguste kasutamiseks</p> <p>Tarbijaõiguste kasutamine praktilistes olukordades</p> <p>Oskus leida hüvitiste ja tarbijaõiguste kohta teavet ja/või digiplatvorme</p> <p>Kohaletoiemetatud internetiostude kontrollimine enne kviitungi allkirjastamist</p>
<i>Hoiakute näited</i>	<p>Valmisolek jõustada oma tarbijaõigusi ja esitada vajaduse korral kaebus</p> <p>Enesekindel müügijärgsete teenuste kasutamine, kui internetist ostetu ei vasta ootustele</p>

3.3 Tarbija digipädevuse lünkade ja puudujääkide tuvastamine

Oma digipädevuse lünkade ja puudujääkide mõistmine. Enda kursishoidmine digitaalse turu arenguga, millel on mõju digitaalse tarbija võimalustele ja riskidele.

<i>Teadmiste näited</i>	<p>Tehnoloogiaga tarbijatele pakutavate võimaluste ja riskide mõistmine ja hindamine</p> <p>Mõistmine, et tarbija teadmised digimaailmast võivad olla piiratud ja digitaalse turu eeskirjad võivad kiiresti areneda</p> <p>Mõistmine, et digitaalse turu võimaluste parimaks ärakasutamiseks on vaja oma digipädevust pidevalt uuendada</p>
<i>Oskuste näited</i>	<p>Oskused, mis on vajalikud digitehnoloogia pakutavate ostu- ja müügi võimaluste alaste teadmiste uuendamiseks</p> <p>Oskus digitaalsel turul uusi tavasid omandada</p>
<i>Hoiakute näited</i>	<p>Julgus ja tahtmine katsetada uusi digitaalseid tööriistu ja tavasid, mis võivad parandada digitaalset ostukogemust</p> <p>Uueneva tehnoloogiaga kaasaskäimine ning tarbijatele sellest tekkivate eeliste ja riskide tundmine</p>

III. Tarbijate digipädevuse raamistiku võimalikud kasutusala

Selles osas antakse ideid tarbijate digipädevuse raamistiku võimalikuks kasutamiseks liikmesriigi ja rahvusvahelisel tasandil. Kaks põhikategooriat on poliitika väljatöötamine ja toetamine ning hariduse, koolituse ja tööhõive kavandamise suunamine, sealhulgas hindamine ja sertifitseerimine.

III.I Poliitika väljatöötamine ja toetamine

Tarbijapoliitikat käsitlevas uurimistöös võiks seda raamistikku rakendada eri rahvastikurühmade tegeliku pädevuse hindamiseks uuringute või käitumuslike katsete abil. Näiteks võiks raamistikus nimetatud teadmisi ja oskusi kasutada uuringuküsimustike koostamisel. Nende andmetega saaks toetada poliitika väljatöötamist, aidata hinnata erinevate meetmete mõju tarbijatele üldiselt või konkreetsetele tarbijarühmadele ning arendada edasi haavatava tarbija ja keskmise tarbija kontseptsioone.

Nii akadeemilist kui ka poliitikakujunduslikku uurimistööd võib kasutada ka tarbijahariduse jaoks vajaliku tõendusbaasi loomiseks, töötades näiteks välja näitajad, millega mõõta tarbijahariduse vajadust ja mõju. Seda tüüpi andmete puudumist on OECD ja liikmesriigid pidanud üheks peamiseks takistuseks tarbijahariduse arendamisel.

Liikmesriigi tasandil võib sellest raamistikust saada kasulik vahend, mille abil arendada dialoogi tarbijapoliitika ja -haridusega tegelevate ministeeriumide vahel, et lülitada digitaalne tarbijaharidus koolide õppekavadesse ja täiskasvanute koolitusse. Riikide tarbijapoliitika strateegiatel ja tarbijahariduspoliitikas saab seda raamistikku kasutada uuenduste tegemiseks ning puuduste analüüsimiseks.

III.II Koolitustegevuse kavandamine ja hindamine

Õpetajakoolitusasutused ja ülikoolid, eraõiguslikud ja avalikud haridusasutused ning õpetajad saaksid raamistikku kasutada koolitustegevuse kavandamiseks.

Raamistikku saaksid kasutada ka riikliku ja ELi tasandi haridusplatvormid olemasolevate koolitusmaterjalide klassifitseerimiseks, neis digipädevust käsitlevate lünkade tuvastamiseks või abimaterjalina koolitajate jaoks.

Lisaks võiks raamistik olla aluseks hindamisvahendite väljatöötamisele nii enese hindamiseks kui ka pädevuse testimiseks haridus- või koolituskeskkonnas.

IV. Järeldused

Käesolev dokument on teaduspõhise poliitikakujunduse raport, milles käsitletakse tarbijate digipädevuse raamistikku DigCompConsumers. Selles tuuakse välja 14 pädevust, mis jagunevad kolme põhivaldkonda: ostueelne, ostu sooritamise aegne ja ostujärgne pädevus. Raamistikus illustreeritakse kõiki pädevusi konkreetsete teadmiste, oskuste ja näidetega.

Raamistiku üldine eesmärk on suurendada tarbijate enesekindlust digitaalsete ostu- ja müügitehingute tegemisel ning võimaldada klientidel mängida digitaalsel turul aktiivset ja enesekindlat rolli.

Võttes arvesse neid eesmärke, on raamistik mõeldud kasutamiseks kontseptuaalse võrdlusmudelina. Iga pädevuse koht toodud teadmiste, oskuste ja hoiakute näited ei ole ammendavad. Need on mõeldud inspiratsioonina kohalikuks mugandamiseks või kohandamiseks konkreetsele sihtrühmale või eesmärgile.

Tarbijate digipädevuse raamistik võib vajada edasist täiendamist kahel põhjusel: esiteks sellepärast, et digipädevus peab vastavalt tehnoloogia ja tavade muutustele edasi arenema, ja teiseks sellepärast, et raamistik on endiselt teoreetiline ja kontseptuaalne ning vajab praktikas testimist.

Selle praktiline rakendamine ja kasutamine toovad välja saadava kasu, vajalikud muudatused ning vajaduse töötada välja eriotstarbeks vajalikud oskustasemed. Arvestades, et õppimine või oskuste omandamine ei toimu alati lineaarselt, võivad sellised oskustasemed pakkuda võimalust edusamme määratleda. Esimesed võimalike kasutusala ja oskustasemete ettepanekud on avaldatud osana tarbijate digipädevuse raamistiku raporti täisversioonist, mis on kättesaadav õigus- ja tarbijaküsimuste peadirektoraadis¹⁰ ja mida on võimalik raamistiku praktilise kasutuse seisukohast veelgi täiendada.

¹⁰ http://ec.europa.eu/justice/index_en.htm.

Kasutatud kirjandus

- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., Brande, G. V. den. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship Competence Framework*. Luksemburg: Euroopa Komisjoni väljaannete talitus. Kättesaadav aadressil <http://dx.publications.europa.eu/10.2791/593884>.
- Boston Consulting Group. (2012). *The Value of Our Digital Identity* (Liberty Global, Policy Series). Kättesaadav aadressil <http://www.libertyglobal.com/PDF/public-policy/The-Value-of-Our-Digital-Identity.pdf>.
- Euroopa Komisjon. (2006). *Euroopa Parlamendi ja nõukogu soovitus, 18. detsember 2006, võtmepädevuste kohta elukestvas õppes* (ELT L 394, 30.12.2006) (lk 10–18). Kättesaadav aadressil <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/ALL/?uri=celex:32006H0962>.
- Euroopa Komisjon. (2011). *Consumer Empowerment in the EU (Tarbijate mõjuvõimu suurendamine ELis)*. Komisjoni talituste töödokument. SEK(2011) 469 (lõplik). Kättesaadav aadressil http://ec.europa.eu/consumers/consumer_empowerment/docs/swd_consumer_empowerment_eu_en.pdf.
- Euroopa Komisjon. (2015a). *Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia* (Teatis nr /* COM/2015/0192 final */). Kättesaadav aadressil <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX:52015DC0192>.
- Euroopa Komisjon. (2015b). *A Digital Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence (Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia. Analüüs ja tõendid)* (komisjoni talituste töödokument). Kättesaadav aadressil <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52015SC0100>.
- Euroopa Komisjon. (2016). *Euroopa uus oskuste tegevuskava – koostöö inimkapitali tugevdamiseks ning töölesobivuse ja konkurentsivõime suurendamiseks* (teatis nr COM/2016/0381 final).
- Fielder, A., Vuorikari, R., Rodríguez-Priego, N., Punie, Y. (2016). *Background Review for the Development of the Digital Competence Framework for Consumers*. Teadusuuringute Ühiskeskuse tehniline raport. Euroopa Komisjoni väljaannete talitus. EUR 28196.
- Rahvusvaheline Telekomunikatsiooniliit (2015). *ICT Facts Figures 2015*. Kättesaadav aadressil <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>.
- Kampylis, P., Punie, Y., Devine, J. (2015). *Promoting effective digital-age learning: a European framework for digitally-competent educational organisations*. Luksemburg: Euroopa Komisjoni väljaannete talitus. Kättesaadav aadressil <http://bookshop.europa.eu/uri?target=EUB:NOTICE:LFNA27599:EN:HTML>.
- Põhjamaade Ministrite Nõukogu. (2009). *Teaching consumer competences – a strategy for consumer education: proposals of objectives and content of consumer education*. Kbh.: Nordisk Ministerråd: Nordisk Råd: www.norden.org/order.
- Põhjamaade ja Eesti tarbijahariduse töörühm. (2010). *Teaching consumer competences – a strategy for consumer education. Proposals of objectives and content of consumer education* (No. TemaNord 2010:568). Kättesaadav aadressil http://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/opettajalle/julkaisut/en/temanord-2010568_with-the-appendix_final.pdf.
- OECD. (2016). *OECD Recommendation of the Council on Consumer Protection in E-Commerce*. Pariis: Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsioon. Kättesaadav aadressil <http://www.oecd-ilibrary.org/content/book/9789264255258-en>.

Õpetajate digipädevuse raamistik (koostamisel). Euroopa Komisjoni väljaannete talitus.

UNCSD. (1994). Ühinenud Rahvaste Organisatsiooni säästva arengu komisjon, säästva tarbimise sümposium, Oslo.

Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero, S., Brande, L. V. den. (2016). *DigComp 2.0: Kodanike digipädevuse raamistik. Uuendamise 1. etapp*. Luksemburg: Euroopa Komisjoni väljaannete talitus. Kättesaadav aadressil <http://dx.publications.europa.eu/10.2791/11517>.

1. LISA. Sõnastik

Jagamismajandus ja tarbimine: see termin viitab ärimudelitele, mis toimivad pakkujate ning tarbijate või kasutajate vaheliste (vastastikuste) kauplemiskohtadena kaupade või teenuste ajutiseks kasutamiseks. Jagamismajandus hõlmab kolme liiki osalisi: i) teenuseosutajad, kes jagavad vara, vahendeid, aega ja/või oskusi: need võivad olla aeg-ajalt teenuseid osutavad eraisikud või teenuseosutajad, kes tegutsevad oma kutseoskuste raames, ii) teenuste kasutajad ja iii) vahendajad, kes ühendavad – veebiplatvormi abil – teenuseosutajad kasutajatega ning kes hõlbustavad nende vahelist suhtlust („koostööplatvormid“). Jagamismajanduse tehingud ei hõlma üldiselt omandiõiguse muutumist ning neid võidakse sooritada kasumi teenimise või ka mittetulunduslikul eesmärgil.

Autoriõigus: immateriaalsete õiguste kogum, mis on seadusega antud kirjandus- või kunstiteose autorile või väljaandjale ja mille kohaselt antakse sellele isikule (või mis tahes poolele, kellele ta omandiõiguse üle annab) piiratud aja jooksul teose koopiade avaldamise või müügi ainuõigus.

Digitaalne sisu: mis tahes tüüpi sisu, mis on kodeeritud masinloetavasse digitaalsesse vormingusse ning mida saab luua, vaadata, levitada, muuta ja säilitada arvuteid ja digitehnoloogiat, nt internetti kasutades. See sisu võib olla nii tasuta kui ka tasuline. Digitaalse sisu näited on muu hulgas järgmised: veebilehed ja veebisaidid, sotsiaalmeedia, andmed ja andmebaasid, digitaalsed helifailid (näiteks mp3), e-raamatud, digitaalsed pildid, videod, videomängud, arvutiprogrammid ja tarkvara (Vuorikari *et al*, 2016).

Digitaalne tarbija: isik, kes ostab, jagab või müüb kaupu ja teenuseid digitaalsetes keskkondades.

Digitaalne keskkond: interneti või muude digitaalsete vahenditega, nt mobiilivõrguga ülekantav tehnoloogia ja digitaalsete seadmete toel eksisteeriv kontekst või „koht“; isiku suhtlusest digitaalse keskkonnaga säilivad kirjed ja tõendid on selle isiku digitaalne jalajälg. Euroopa kodanike digipädevuse raamistikus (DigComp) ja tarbijate digipädevuse raamistikus (DigCompConsumers) kasutatakse mõistet „digitaalne keskkond“ digitaalse tegevuse taustana, nimetamata konkreetset tehnoloogiat või tööriista (Vuorikari *et al*, 2016).

Digitaalne identiteet: digitaalne identiteet on kogu digitaalne teave, mis on isiku kohta kättesaadav. See on tänu saadavalolevatele andmetele ning suurandmete töötlemisvõimekusele muutumas aina täielikumaks ja jälgitavamaks (BCG 2012). Näiteks võib üks ja sama isik kasutada üht e-posti kontot isiklikuks otstarbeks ja teist oma tarbimistehinguteks.

Digitaalne turg: tarbijate digipädevuse raamistiku kontekstis tähendab digitaalne turg veebilehti, veebipoode, rakendusi, mängu ja platvorme, kus tarbijad saavad kaupu ja teenuseid müüa, jagada ja osta.

Isikuandmed: igasugune teave tuvastatud või tuvastatava füüsilise isiku (edaspidi „andmesubjekt“) kohta; tuvastatav isik on isik, keda saab otse või kaudselt tuvastada, eelkõige isikukoodi põhjal või ühe või mitme tema füüsilisele, füsioloogilisele, vaimsele, majanduslikule, kultuurilisele või sotsiaalsele identiteedile omase joone põhjal (ELi andmekaitse direktiiv (95/46/EÜ)).

Privaatsuspoliitika: see termin on seotud isikuandmete kaitsega, näiteks sellega, kuidas teenusepakkuja oma kasutajate teavet (andmeid) kogub, säilitab, kaitseb, edastab ja kasutab, milliseid andmeid kogutakse jne.

Säästev tarbimine: säästev tarbimine on selliste kaupade ja teenuste tarbimine, millel on minimaalne keskkonnamõju, mis on sotsiaalselt õiglased ja majanduslikult elujõulised ning mis vastavad kogu maailma inimeste põhivajadustele. Säästev tarbimine puudutab

kõiki inimesi ning kõiki sektoreid ja riike, alates üksikisikutest kuni valitsuste ja rahvusvaheliste kontsernideni¹¹.

Säästev tootmine ja tarbimine: „selliste toodete ja teenuste kasutamine, mis aitavad katta põhivajadusi ja parandada elukvaliteeti, vähendades miinimumini loodusvarade ja toksiliste materjalide kasutamise ning elutsükli jooksul tekkivad jäätmed ja saasteained, et mitte ohustada tulevaste põlvkondade vajadusi.“ (UNCSD, 1994).

¹¹ <http://www.gdrc.org/sustdev/concepts/22-s-consume.html>.

2. LISA. Kodanike digipädevuse raamistiku ja tarbijate digipädevuse raamistiku kattuvus

Allpool esitatud tabelis näidatakse, mil määral põhinevad tarbijate digipädevuse raamistikus määratletud pädevused kodanike digipädevuse raamistikul.

Kodanike digipädevuse raamistik	Tarbijate digipädevuse raamistik
1.1 Andmete, teabe ja digisisu sirvimine, otsimine ja filtreerimine	Kaupu ja teenuseid käsitleva teabe sirvimine, otsimine ja filtreerimine
1.2 Andmete, teabe ja digisisu hindamine	Kaupu ja teenuseid käsitleva teabe hindamine ja võrdlemine
	Kommertsteabe ja reklaami äratundmine ja hindamine
1.3 Andmete, teabe ja digisisu haldamine	
2.1 Digitehnoloogia abil toimuv suhtlus	Suhtlemine digitaalsel turul ostmiseks ja müümiseks
2.2 Digitehnoloogia abil jagamine	Digitaalsel turul teiste kasutajatega teabe jagamine Jagamismajanduse platvormidel osalemine
2.3 Kodanikuõiguste rakendamine digitehnoloogia abil	Tarbijaõiguste jõustamine digitaalsel turul
	Maksete ja finantside digitaalne haldus
2.4 Digitehnoloogia abil toimuv koostöö	
2.5 Netikett	
2.6 Digitaalse identiteedi haldamine	Digitaalse identiteedi ja profiili haldamine digitaalsel turul
3.1 Digitaalse sisu arendamine	
3.2 Digitaalse sisu integreerimine ja parandamine	
3.3 Autoriõigus ja litsentsid	Autoriõiguste ja litsentside ning digitaalsete kaupade ja teenuste lepingute mõistmine
3.4 Kavandamine	
4.1 Seadmete kaitse	
4.2 Isikuandmete ja privaatsuse kaitse	Isikuandmete ja privaatsuse kaitse
4.3 Tervise ja heaolu kaitse	Tervise ja ohutuse kaitse
4.4 Keskkonnakaitse	Vastutustundlike ja säästvate valikute tegemine digitaalsetel turgudel
5.1 Tehniliste probleemide lahendamine	
5.2 Vajaduste ja tehnoloogiliste vastuste tuvastamine	
5.3 Digitehnoloogia loov kasutamine	
5.4 Tarbijate puudujääkide tuvastamine	Tarbijate digipädevuse lünkade ja puudujääkide tuvastamine

3. LISA. Õpikodade osalised

Brüsselis 14.–15. detsembril 2015 toimunud õpikoda

Frank Molcker	ECDL Foundation	
Hanna Turetski	Eesti Tarbijakaitseamet	
Cristophe Bernes	INC Paris	
Sissel Annie Husebråten	Laste, võrdsuse ja sotsiaalse kaasatuse ministeerium, Oslo	
	Austria Sotsiaalministeerium	
Taina Mäntylä	Soome konkurentsi- ja tarbijakaitseamet	
Vera Fricke	Saksamaa tarbijakaitseorganisatsioonide föderatsioon	
Anna Fielder		
Anita Forsnäsgrård	Rootsi tarbijakaitseamet	
Mattia Tempini	Euroopa Komisjoni peadirektoraat	õigusküsimuste
Julien Brugerolle	Euroopa Komisjoni peadirektoraat	õigusküsimuste
Katja Viertio	Euroopa Komisjoni peadirektoraat	õigusküsimuste
Anita Fokkema	Euroopa Komisjoni peadirektoraat	õigusküsimuste
Silvia Pella	Euroopa Komisjoni peadirektoraat	õigusküsimuste
Riina Vuorikari	Euroopa Komisjoni Ühiskeskus	Teadusuuringute
Yves Punie	Euroopa Komisjoni Ühiskeskus	Teadusuuringute
Martin Ulbrich	Euroopa Komisjoni peadirektoraat	sidevõrkude, sisu ja tehnoloogia
Jean-Pierre Faure	Euroopa Komisjoni peasekretariaat	Majandus- ja Sotsiaalkomitee
Emanuele Ciriolo	Euroopa Komisjoni Ühiskeskus	Teadusuuringute
Barbara Brečko	Ekspert	

Sevillas 28.–29. aprillil 2016 toimunud õpikoda

Hanna Turetski	Eesti Tarbijakaitseamet
Taina Mäntylä	Soome konkurentsi- ja tarbijakaitseamet
Vera Fricke	Saksamaa tarbijakaitseorganisatsioonide föderatsioon
Cristophe Bernes	INC France
David Martin	BEUC – Euroopa Tarbijaliitude Amet
Rieko Tamefuji	OECD
Muriel Santoro	Expertise France
Ingrid Kjørstad	Riiklik tarbijauuringute instituut (SIFO)
Eva van Reijmersdal	Amsterdami ülikooli sotsiaal- ja käitumisteaduste teaduskond
Yves Punie	Euroopa Komisjoni Teadusuuringute Ühis keskus
Riina Vuorikari	Euroopa Komisjoni Teadusuuringute Ühis keskus
Stephanie Carretero	Euroopa Komisjoni Teadusuuringute Ühis keskus
Nuria Rodriguez	Euroopa Komisjoni Teadusuuringute Ühis keskus
René Van Bavel	Euroopa Komisjoni Teadusuuringute Ühis keskus
Anita Fokkema	Euroopa Komisjoni õigusküsimuste peadirektoraat
Barbara Brečko	Ekspert
Anusca Ferrari	Ekspert

Europe Direct on teenistus, mis aitab leida vastuseid Euroopa Liitu käsitlevatele küsimustele.

Tasuta telefoninumber (*): 00 800 6 7 8 9 10 11

(*) Mõned mobiilsideoperaatorid ei võimalda helistamist 00 800 numbritele või võivad nende kõnede eest võtta tasu.

Lisateavet Euroopa Liidu kohta saate internetist.

Seda saab otsida Europa serveri <http://europa.eu> kaudu.

Kust saab ELi väljaandeid?

Meie väljaandeid saab EU Bookshopist (<http://bookshop.europa.eu>), kus saate esitada tellimuse oma valitud müügiesindajale.

Väljaannete talitusel on ülemaailmne edasimüüjate võrgustik.

Nende kontaktandmete saamiseks saatke faks numbrile (352) 29 29-42758.

JRC Mission

As the science and knowledge service of the European Commission, the Joint Research Centre's mission is to support EU policies with independent evidence throughout the whole policy cycle.



EU Science Hub

ec.europa.eu/jrc



@EU_ScienceHub



EU Science Hub - Joint Research Centre



Joint Research Centre



EU Science Hub

