



JRC SCIENCE FOR POLICY REPORT

Vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema

Autoriai: Brečko, B., Ferrari, A.,
Redaktoriai: Vuorikari R., Punie Y.

2016 m.

Šis leidinys yra Jungtinio tyrimų centro (JRC) – Europos Komisijos mokslo ir žinių tarnybos – mokslo ir politikos ataskaita. Juo siekiama suteikti įrodymais pagrįstą mokslinę paramą Europos politikos rengimo procesui. Šiame leidinyje pateikti mokslinės veiklos rezultatai nebūtinai atitinka Europos Komisijos politikos poziciją. Nei Europos Komisija, nei kiti Komisijos vardu veikiančys asmenys neatsako už tai, kaip gali būti naudojamas šis leidinys.

Dalis šios ataskaitos buvo parengta pagal ES vartotojų programą (2007–2013 m.), vykdančią viešojo paslaugų pirkimo sutartį su Europos Komisijos Teisingumo ir vartotojų reikalų generaliniu direktoratu (pirkimo užsakymai 17.010401 / 14 / 699115 ir 17.010401 / 14 / 699107).

Šiame leidinyje pateikiamos jo autorių, bet ne Teisingumo ir vartotojų reikalų GD, Europos Komisijos ar kitos Europos Sąjungos institucijos nuomonės.

JRC mokslo centras

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

JRC103155

EUR 28133 LT

PDF ISBN 978-92-79-65746-7 ISSN 1831-9424 doi:10.2791/9172

Liuksemburgas, Europos Sąjungos leidinių biuras, 2016 m.

© Europos Sąjunga, 2016 m.

Leidžiama atgaminti nurodžius šaltinį.

Kaip cituoti: Brečko, B., Ferrari, A., redagavo Vuorikari R., Punie Y. (2016 m.). Vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema; Jungtinio tyrimų centro mokslo ir politikos ataskaita; EUR 28133 LT; doi:10.2791/9172.

Visi atvaizdai: © Europos Sąjunga, 2016 m.

Vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema (angl. „DigCompConsumers“).

Vartotojams skirta Europos skaitmeninių gebėjimų sistema, kitaip – „DigCompConsumers“ sistema, yra orientacinė sistema, skirta padėti ugdyti ir gerinti vartotojų skaitmeninius gebėjimus. Vartotojų skaitmeniniai gebėjimai apibrėžiami kaip gebėjimai, vartotojams reikalingi tam, kad jie galėtų aktyviai, saugiai ir užtikrintai dalyvauti skaitmeninėje rinkoje. Ši apibrėžtis nustatyta remiantis vartotojų gebėjimų srityje jau nuveiktais darbais ir bendraisiais skaitmeniniais gebėjimais, apibrėžtais pagal „DigComp 2.0“ sistemą. Šioje ataskaitoje supažindinama su konceptuali orientaciniu modeliu („DigCompConsumers“) – apibūdinama 14 gebėjimų ir pateikiama susijusių žinių, įgūdžių ir požiūrių pavyzdžių.

Turinys

Pratarmė.....	1
Santrauka	2
I. Įvadas.....	4
I.I Vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema	4
I.II Vartotojai skaitmeninėse rinkose.....	4
I.III Vartotojai ir skaitmeniniai gebėjimai.....	5
I.IV „DigCompConsumers“ sistemos pagrindas – „DigComp“ sistema	6
II Vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema.....	8
II.I Gebėjimai, deskriptoriai ir pavyzdžiai.....	8
1 sritis. Prieš perkant	9
2 sritis. Perkant.....	13
3 sritis. Nusipirkus	19
III. Galimi „DigCompConsumers“ sistemos naudojimo būdai	23
III.I Politikos rengimas ir rėmimas.....	23
III.II Mokomasis planavimas ir vertinimas.....	23
IV. Išvados	24
Nuorodos	25
I PRIEDAS. Terminų žodynelis.....	27
2 PRIEDAS. „DigComp“ ir „DigCompConsumers“ sistemų tarpusavio ryšys.....	29
3 PRIEDAS. Praktinių seminarų dalyviai.....	31

Pratarmė

Pirmininko Jeano-Claude'o Junckerio vadovaujama Europos Komisija kaip vieną iš savo pagrindinių tikslų nustatė bendrosios skaitmeninės rinkos, kurioje piliečiai ir verslo atstovai, kad ir kokia būtų jų tautybė ar gyvenamoji vieta, galėtų sklandžiai ir sąžiningai naudotis internetu parduodamomis prekėmis ir teikiamomis paslaugomis, kūrimą.

Vartotojai yra svarbiausias šios bendrosios skaitmeninės rinkos veiksnys. Įgyvendinant bendrosios skaitmeninės rinkos strategiją, bus supaprastintos vartotojams taikomos pirkimo internetu taisyklės, o duomenų apsaugos, autorių teisių ir telekomunikacijų taisyklės bus pritaikytos prie skaitmeninio amžiaus poreikių. Tačiau vien teisės aktų pakeitimais geresnės vartotojų prieigos prie skaitmeninių prekių ir paslaugų Europoje neužtikrinsime. Tam taip pat reikia tobulinti skaitmeninius įgūdžius ir skatinti jų įgijimą.

Todėl Naujoje Europos įgūdžių darbotvarkėje Komisija įsipareigojo remti šalių pastangas ir padėti gerinti skaitmeninius įgūdžius, taip pat suteikti galimybę mokytis siekiant įgyti tokių įgūdžių.

Ši vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema pagrįsta piliečiams skirta Europos skaitmeninių gebėjimų sistema („DigComp“) – bendrąja orientacine sistema, kuria nustatoma, kas yra skaitmenines technologijas išmanantis pilietis.

Vartotojams skirta „DigComp“ sistema siekiama apibrėžti skaitmeninius gebėjimus, vartotojams reikalingus tam, kad jie galėtų aktyviai, saugiai ir užtikrintai dalyvauti skaitmeninėje rinkoje. Įgiję naujų žinių, išlavinę naujus įgūdžius ir jais naudodamiesi, taip pat susidarę kritinį, subalansuotą požiūrį į skaitmeninį pasaulį, vartotojai turės daugiau galimybių naudotis atviromis skaitmeninėmis rinkomis.

Vartotojams skirta „DigComp“ sistema yra Komisijos Teisingumo ir vartotojų reikalų generalinio direktorato ir Jungtinio tyrimų centro (JRC) kartu įgyvendinamas mokslinių tyrimų projektas. Jis įgyvendintas remiantis konsultacijomis su labai įvairiais ekspertais ir suinteresuotaisiais subjektais bei aktyviu jų indėliu. Noriu padėkoti šios sistemos autoriams, taip pat visiems tiems, kas prisidėjo savo įžvalgomis ir energija.

Viliuosi, kad vartotojams skirta „DigComp“ sistema Europos ir valstybių narių lygmenimis taps pagalbine vartotojų skaitmeninių gebėjimų iniciatyvų rengimo ir strateginio planavimo priemone.

Tikiuosi, kad ji viešojo sektoriaus institucijoms, vartotojų asociacijoms, mokytojams ir mokytojų rengimo institucijoms, taip pat privatiems dalyviams padės lavinti jaunų ir senyvo amžiaus skaitmeninių produktų vartotojų įgūdžius.

Tiina Astola
Generalinė direktorė
Teisingumo ir vartotojų reikalų generalinis direktoratas

Santrauka

Šioje ataskaitoje supažindinama su vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema (angl. „DigCompConsumers“). Vartotojų skaitmeniniai gebėjimai apibrėžiami kaip gebėjimai, vartotojams reikalingi tam, kad jie galėtų aktyviai, saugiai ir užtikrintai dalyvauti skaitmeninėje rinkoje.

Pagal „DigCompConsumers“ sistemą apibūdinama 14 gebėjimų, priskiriamų trims pagrindinėms sritims – prieš perkant, perkant ir nusipirkus. Pristatant šią sistemą, kiekvienas įgūdis apibūdinamas pateikiant susijusių žinių, gebėjimų ir kompetencijos pavyzdžių.

Manoma, kad šios sistemos naudotojais galėtų būti visuomenės švietimo, vartotojų politikos ir kitos institucijos, vartotojų asociacijos, mokytojai ir mokytojų rengimo institucijos, taip pat privatūs ir pilietinei visuomenei atstovaujantys švietimo arba mokymo veiklos dalyviai.

Politinės aplinkybės

„DigCompConsumers“ orientacinė sistema yra Komisijos Teisingumo ir vartotojų reikalų GD ir Jungtinio tyrimų centro (JRC) kartu įgyvendinamas veiksmas. Šia sistema siekiama įgyvendinti Naujos Europos įgūdžių darbotvarkės ir bendrosios skaitmeninės rinkos (BSR) tikslus. Pagal abi šias J.-C. Junckerio vadovaujamos Komisijos iniciatyvas pabrėžiama piliečių skaitmeninių įgūdžių svarba ir poreikis stiprinti jų gebėjimą aktyviau dalyvauti mūsų skaitmeninėje visuomenėje ir ekonomikoje.

Pagrindinės išvados

Tai pirmoji vartotojams skirtos skaitmeninių gebėjimų orientacinės sistemos versija – ji dar gana teorinio ir konceptualaus pobūdžio. Išaiškėjus šios sistemos naudingumui kasdienėje veikloje, ji bus atitinkamai pakoreguota.

Gebėjimų sritys	Gebėjimai
1. Prieš perkant	<ul style="list-style-type: none">1.1. Informacijos apie prekes ir paslaugas naršymas, paieška ir filtravimas1.2. Informacijos apie prekes ir paslaugas įvertinimas ir palyginimas1.3. Komercinių pranešimų ir reklamos atpažinimas ir įvertinimas1.4. Skaitmeninės tapatybės ir profilio tvarkymas skaitmeninėje rinkoje1.5. Atsakingo ir tvaraus vartojimo aspektų paisymas skaitmeninėse rinkose
2. Perkant	<ul style="list-style-type: none">2.1. Bendravimas skaitmeninėje rinkoje norint pirkti ir parduoti2.2. Dalyvavimas bendro vartojimo ekonomikos platformose2.3. Mokėjimų ir finansų valdymas skaitmeninėmis priemonėmis2.4. Autorių teisių, licencijų ir sutarčių, susijusių su skaitmeninėmis prekėmis ir paslaugomis, supratimas2.5. Asmens duomenų ir privatumo valdymas2.6. Sveikatos apsauga ir saugumo užtikrinimas

3. Nusipirkus	3.1. Dalijimasis informacija su kitais skaitmeninės rinkos vartotojais 3.2. Vartotojų teisių gynimas skaitmeninėje rinkoje 3.3. Skaitmeninių produktų vartotojų gebėjimų spragų ir ribų nustatymas
---------------	--

Susijęs ir būsimas darbas

„DigCompConsumers“ sistema yra darbo, susijusio su platesniais tyrimais, kuriuos JRC atlieka tyrinėdamas gebėjimų sistemas švietimo ir mokymo, užimtumo ir mokymosi visą gyvenimą srityse, dalis. Šių sistemų pavyzdžiai: piliečiams skirtos skaitmeninių gebėjimų sistemos 2.0 versija (Vuorikari ir kiti, 2016 m.), skaitmeninių technologijų srityje kompetentingoms švietimo organizacijoms skirta Europos sistema (Kampylis ir kiti, 2016 m.), piliečiams skirta verslumo gebėjimų sistema (Bacigalupo ir kiti, 2016 m.) ir pedagogams skirta gebėjimų sistema (*dar nepaskelbta*).

I. Įvadas

I.I Vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema

Šioje ataskaitoje supažindinama su vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema („DigCompConsumers“)¹.

Šiuo atžvilgiu vartotojų skaitmeniniai gebėjimai apibrėžiami kaip gebėjimai, vartotojams reikalingi tam, kad jie galėtų aktyviai, saugiai ir užtikrintai dalyvauti skaitmeninėje rinkoje. Ši apibrėžtis nustatyta remiantis vartotojų gebėjimų srityje anksčiau nuveiktais darbais ir juos pritaikant skaitmeninei aplinkai (Europos Komisija, 2011 m.).

Europos Komisijos skelbiama vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų orientacinė sistema yra pirmas žingsnis siekiant užtikrinti bendrą supratimą apie gebėjimus, kurie vartotojams yra reikalingi skaitmeninėje rinkoje. Ja siekiama paaiškinti bendrus tikslus ir užtikrinti, kad jie būtų geriau matomi suinteresuotiesiems subjektams ir platesnei bendruomenei. Pristatant šią sistemą, asmenims, kurie domisi skaitmeniniu ir vartotojų švietimu, apibūdinami pageidaujami mokymosi rezultatai, taip pat siekiama paskatinti diskusijas, kaip valstybių narių ir ES lygmenimis užtikrinti aukštos kokybės konsultavimą, švietimą ir mokymą.

„DigCompConsumers“ sistema yra Komisijos Teisingumo ir vartotojų reikalų generalinio direktorato ir Jungtinio tyrimų centro (JRC) – Komisijos mokslo ir žinių tarnybos – kartu įgyvendinamas mokslinių tyrimų projektas.

Šis darbas atliekamas siekiant tikslų, kuriuos Europos Komisija nustatė dviejuose neseniai paskelbtuose komunikatuose – „Nauja EUROPOS įgūdžių darbotvarkė. Drauge dirbant didinti žmogiškąjį kapitalą, įsidarbinimo galimybes ir konkurencingumą“ (Europos Komisija, 2016 m.) ir „Europos bendrosios skaitmeninės rinkos strategija“ (Europos Komisija, 2015 m.a). Abiejuose komunikatuose pabrėžiama skaitmeninių įgūdžių gerinimo ir mokymosi skatinimo svarba užtikrinant, kad piliečiai galėtų pasinaudoti skaitmeninės visuomenės ir ekonomikos teikiamomis galimybėmis.

Šiuo darbu taip pat siekiama padėti įgyvendinti susijusią EBPO patikslintos rekomendacijos dėl vartotojų apsaugos e. prekybos srityje, dalį, t. y.: „Vyriausybės ir suinteresuotieji subjektai turėtų bendradarbiauti siekdami užtikrinti, kad, įgyvendinant tam tikras vartotojų švietimo ir informavimo programas, kuriomis būtų siekiama suteikti jiems žinių ir lavinti jų įgūdžius, reikalingus norint naudotis skaitmeninėmis technologijomis ir dalyvauti e. prekyboje, būtų gerinami vartotojų skaitmeniniai gebėjimai.“ (EBPO, 2016 m., p.18).

I.II Vartotojai skaitmeninėse rinkose

Gyvename pasaulyje, kuriame labai plačiai naudojamos ryšių technologijos. 2015 m. skvarbos lygiui siekiant 97 proc. (Tarptautinė telekomunikacijų sąjunga, 2015 m.), mobiliojo ryšio abonentų skaičius artėja prie gyventojų skaičiaus Žemėje. 2015 m. interneto prieigą turėjo 83 proc. 28 Europos Sąjungos valstybių narių namų ūkių (Eurostatas, 2015 m.²). Ši priklausomybė nuo technologijų ir paplitęs jų taikymas turi įtakos keliems piliečių gyvenimo aspektams, įskaitant jų, kaip vartotojų, pasirinkimo galimybes.

Dėl skaitmeninių rinkų sudėtingumo ir gausumo vartotojams atsiranda daugybė galimybių ir gresia labai įvairi rizika. Šiais laikais vartotojai mainais į savo asmens

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

² Žr.

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

duomenis gauna nemokamų prekių ir paslaugų, o perduodant duomenis kyla įvairi nauja rizika privatumui ir saugumui. Atsižvelgiant į skaitmeninį produktų ir paslaugų turinį, kyla klausimų dėl naudojimo apribojimų. Interneto tarpvalstybiniu mastu siūloma nesaugių produktų, interneto platformose ir tarpusavio mainų rinkose išnyksta skirtumas tarp komercinės veiklos subjektų ir vartotojų, teisės aktų sistemos susiduria su tam tikrais išbandymais (Europos Komisija, 2015 m.b).

Tokioje kintančioje aplinkoje vartotojai, norėdami dalyvauti internetinėje rinkoje, priimti pagrįstus sprendimus dėl pasirinkimo, padidinti savo gerovę ir gebėti naudą palyginti su rizika, privalo įgyti įvairių naujų gebėjimų. Kadangi pokyčiai vyksta sparčiai, vartotojų žinias, įgūdžius ir požiūrius reikia nuolat atnaujinti – antraip grės rizika atsilikti nuo vis sudėtingesnės skaitmeninės prekybos praktikos. Kompetentingi internetinių rinkų vartotojai bus stipresni ir pasitikės savimi, todėl prisidės prie to, kad apskritai būtų užtikrintas tinkamas (skaitmeninių) rinkų, pirmiausia – bendrosios skaitmeninės rinkos, veikimas.

I.III Vartotojai ir skaitmeniniai gebėjimai

Pagal šią sistemą daugiausia dėmesio skiriama tiems aspektams, kurie yra svarbūs vartotojų gebėjimų skaitmeninėje aplinkoje požiūriu. Bendrieji skaitmeniniai gebėjimai, kuriuos vartotojai, kaip technologijų naudotojai, turės įgyti tam, kad galėtų būti skaitmeninės aplinkos dalyviais, yra aprašyti rengiant „DigComp“ sistemą (Vuorikari ir kiti, 2016 m.). Atitinkamai – tie bendrieji vartotojų gebėjimai (pvz., Šiaurės ministrų taryba, 2009 m., Šiaurės valstybių ir Estijos vartotojų švietimo darbo grupė, 2010 m.), kurie nėra konkrečiai susiję su skaitmeniniu pasauliu, šiame leidinyje neaprašomi.

Ši sistema apima pagrindinius vartotojų apsaugos elektroninės prekybos srityje klausimus, pvz., susijusius su sąžininga ir skaidria verslo ir reklamos praktika, informacija apie įmones, prekes, paslaugas ir sandorius, ginčų sprendimu ir teisių gynimo mechanizmais, mokėjimų apsauga. Be to, ši sistema apima tokius klausimus kaip mokėjimas duomenimis, duomenų privatumas ir (arba) saugumas, skaitmeninio turinio aspektai, dalyvavimas tarpusavio mainų platformose.

Pagal šią sistemą aprašomi vartotojų gebėjimai apima žinias, įgūdžius ir požiūrius (taigi – ir vertybes, įpročius ir sugebėjimus). Atskirų gebėjimų koncepcijos grindžiamos rekomendacija dėl bendrųjų visą gyvenimą trunkančio mokymosi gebėjimų (Europos Komisija, 2006 m.), kurioje gebėjimai apibūdinami kaip žinių, įgūdžių ir požiūrių visuma.

Esamoje literatūroje apie vartotojus skaitmeninėje rinkoje daugiausia dėmesio paprastai skiriama sukčiavimo ir apgavysčių rizikai, su kuria vartotojai susiduria įvairioje interneto aplinkoje. Nors, ugdant vartotojų gebėjimus, į tai labai svarbu atsižvelgti, aptariamoje sistemoje taip pat daug dėmesio skiriama aktyviam gebėjimų ugdymui, kuriuo siekiama vartotojams padėti naudotis skaitmeninės rinkos teikiamomis galimybėmis.

Bendras šios sistemos tikslas – padidinti vartotojų pasitikėjimą skaitmeniniais pirkimo ir pardavimo sandoriais ir vartotojams suteikti galimybę aktyviai ir užtikrintai dalyvauti skaitmeninėje rinkoje.

Visų pirma vartotojams siekiama padėti:

- skaitmeninėje rinkoje priimti pagrįstus sprendimus dėl pasirinkimo;
- saugiai atlikti operacijas naudojantis internetu ir netapti nesąžiningos arba klaidinančios internetinės prekybos praktikos aukomis;
- suprasti skaitmeninę prekybą ir reklamos praktiką;
- naudojantis internetu tvarkyti finansines operacijas;
- suprasti skaitmeninių duomenų rinkimo ir besivystančios bendro vartojimo ekonomikos riziką ir naudą.

Atsižvelgiant į šiuos tikslus, ši sistema taikytina kaip konceptualus referencinis modelis ir turėtų tapti atvira kultūrų įvairovei. Pateikti su kiekvienu gebėjimu susiję žinių, įgūdžių ir

požiūrių pavyzdžiai nebūtinai yra išsamūs. Jie pateikti tam, kad būtų galima pagalvoti, kaip juos būtų galima pritaikyti vietoje, konkrečiai tikslinei grupei arba tikslui.

Skaitmeninių produktų vartotojams skirtomis gebėjimų sistemomis nėra ir negali būti pakeičiamos taisyklės ir teisės aktai, kuriais nustatoma vartotojų apsauga, nes, visiems dalyviams užtikrinant saugią pirkimo ir pardavimo patirtį, abu aspektai – vartotojų skaitmeninių gebėjimų stiprinimas ir skaitmeninės rinkos reglamentavimas – turi būti taikomi kartu.

Ši sistema pirmiausia skirta profesionalams, pvz., valdžios institucijoms, vartotojų asociacijoms, vartotojų švietimo ekspertams ir švietimo specialistams, pvz., mokytojams ir mokytojų rengimo institucijoms, taip pat privatiems dalyviams ir pilietinei visuomenei.

I.IV „DigCompConsumers“ sistemos pagrindas – „DigComp“ sistema

„DigCompConsumers“ sistema sukurta remiantis piliečiams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema („DigComp“), kurios pirmąją versiją 2013 m. JRC parengė Švietimo ir kultūros GD pavedimu ir kurią vėliau tobulino Užimtumo, gebėjimų, socialinių reikalų ir įtraukties GD pavedimu³.

Todėl, rengiant šią sistemą, vadovautasi tokiais pat principais ir taikyta tokia pat modulinė struktūra kaip ir „DigComp“ sistemos atveju. Svarbiausi „DigCompConsumers“ sistemos elementai yra:

- 3 sritys, grupuojamos pagal pirkimo ciklą;
- 14 gebėjimų pavadinimų ir deskriptorių;
- 210 žinių, įgūdžių ir požiūrių pavyzdžių.

Nors „DigCompConsumers“ sistema sukurta remiantis „DigComp“ sistema, „DigCompConsumers“ sistema yra nepriklausoma sistema ir gali būti naudojama atskirai.

Vartotojams skirtos skaitmeninių gebėjimų sistemos („DigCompConsumers“) tinkamumas pirmą kartą buvo aptartas 2014 m. balandžio mėn. surengtame ES vartotojų aukščiausiojo lygio susitikime. Tame renginyje vartotojų politikos suinteresuotųjų subjektų atstovai seminare „Interneto vartotojų skaitmeninio raštingumo poreikiai“⁴ aptarė, ar piliečiams skirtą skaitmeninių gebėjimų sistemą reikia pritaikyti vartotojams ir kaip tai padaryti.

Tęsiant šį darbą, buvo parengtas bendras mokslinių tyrimų projektas, sudarytas iš dviejų etapų. Pirmasis etapas buvo parengtinis tyrimas, kuriuo siekta nustatyti skaitmeninių produktų vartojimo srityje kylančias naujas problemas ir žala, kuri toje srityje gali būti padaryta, taip pat geriausią patirtį, susijusią su vartotojų skaitmeninių gebėjimų ugdymu, ir taip padėti pagrindą „DigCompConsumers“ sistemai (Fielder ir kiti, 2016 m.).

Antrojo etapo tikslas buvo parengti pačią „DigCompConsumer“ sistemą. To ėmėsi šios ataskaitos autoriai, padedami JRC ir Teisingumo ir vartotojų reikalų GD. Pradiniai jų darbo metmenys buvo aptarti 2015 m. gruodžio mėn. surengtame ekspertų praktiniame seminare, o darbo rezultatai buvo patvirtinti 2016 m. balandžio mėn. surengus konsultacijas internetu – jose taip pat aptarti galimi sistemos naudojimo atvejai ir pasiūlymai dėl gebėjimų lygių.

Taigi sistema yra bendrų pastangų rezultatas. Ji buvo parengta, peržiūrėta ir įvertinta padedant skaitmeninių technologijų ir vartotojų švietimo ekspertų grupei, atrinktai iš ES, EBPO ir valstybių narių atstovų, įskaitant nacionalinių vartotojų apsaugos institucijų (FI, EE, AT, SE), vartotojų tyrimų institutų ir akademinės bendruomenės (NL, F, NO), vartotojų asociacijų (DE, ES) atstovus ir kitus subjektus.

³ 2016 m. birželio mėn. buvo paskelbtas 1 atnaujinimo etapas. 2 etapas baigtas tų pačių metų pabaigoje.

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

Šiuolaikinėje dinamiškoje e. prekybos rinkoje formuojantis naujoms tendencijoms ir kylant naujų iššūkių vartotojams, ši sistema, pirmiausia – su ja susiję pavyzdžiai, turės būti peržiūrima ir atnaujinama.

Siekama, kad „DigCompConsumers“ sistemoje vartojami terminai ir sąvokos atitiktų „DigComp 2.0“ sistemoje ir vartotojų politikos srityje plačiai vartojamus terminus ir sąvokas (terminų žodynėlis pateiktas 1 priede).

2 skyriuje pateiktoje lentelėje aprašomas kiekvienas iš nustatytų 14-os gebėjimų, pateikiant pavadinimą, trumpą gebėjimo apibūdinimą ir su juo susijusių žinių, įgūdžių ir požiūrių pavyzdžius.

3 skyriuje glaustai aptariami galimi būdai, kuriais ši sistema nacionaliniu ir tarptautiniu lygmenimis galėtų būti taikoma politikos rengimo ir rėmimo, mokomojo planavimo švietimo, mokymo ir užimtumo srityse, taip pat vertinimo ir sertifikavimo tikslais.

4 skyriuje pateikiama ataskaitos išvada ir keletas pasiūlymų dėl galimų tolesnių veiksmų.

1 priede parodytas „DigCompConsumers“ ir „DigComp“ tarpusavio ryšys, 2 priede pateiktas terminų žodynėlis, o 3 priede – praktinių seminarų dalyvių sąrašas.

II Vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema

Ši sistema yra labiau aprašomojo nei norminamojo pobūdžio. Tai reiškia, kad ji yra parengta siekiant aprašyti, kokie gebėjimai vartotojams yra reikalingi skaitmeninėje rinkoje, tačiau jokių vartotojų elgsenos normų nenustatoma. Ji yra neutrali ir yra – ar bent siekiama, kad būtų – nešališka ir neišskirtinė kultūrinio požiūriu. Todėl ji vėliau gali būti pritaikyta konkretiems naudojimo būdams ir tikslinėms grupėms.

Ši sistema parengta remiantis vartojimo logika ir padalyta į tris sritis (arba etapus) – prieš perkant, perkant ir nusipirkus.

1 lentelė. „DigCompConsumers“ gebėjimų sąrašas

Gebėjimų sritys	Gebėjimai
1. Prieš perkant	1.1. Informacijos apie prekes ir paslaugas naršymas, paieška ir filtravimas 1.2. Informacijos apie prekes ir paslaugas įvertinimas ir palyginimas 1.3. Komercinių pranešimų ir reklamos atpažinimas ir įvertinimas 1.4. Skaitmeninės tapatybės ir profilio tvarkymas skaitmeninėje rinkoje 1.5. Atsakingo ir tvaraus vartojimo aspektų paaiskinimas skaitmeninėse rinkose
2. Perkant	2.1. Bendravimas skaitmeninėje rinkoje norint pirkti ir parduoti 2.2. Dalyvavimas bendro vartojimo ekonomikos platformose 2.3. Mokėjimų ir finansų valdymas skaitmeninėmis priemonėmis 2.4. Autorių teisių, licencijų ir sutarčių, susijusių su skaitmeninėmis prekėmis ir paslaugomis, supratimas 2.5. Asmens duomenų ir privatumo valdymas 2.6. Sveikatos apsauga ir saugumo užtikrinimas
3. Nusipirkus	3.1. Dalijimasis informacija su kitais skaitmeninės rinkos vartotojais 3.2. Vartotojų teisių gynimas skaitmeninėje rinkoje 3.3. Skaitmeninių produktų vartotojų gebėjimų spragų ir ribų nustatymas

II.I Gebėjimai, deskriptoriai ir pavyzdžiai

Šiame skirsnyje lentelės pavidalu išsamiai išdėstoma vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema – pagrindinis šios ataskaitos aspektas. Pagal kiekvieną sritį pateikiame tos srities aprašymą ir su ta sritimi susijusių gebėjimų sąrašą. Pagal kiekvieną gebėjimą pateikiame išsamų žinių, įgūdžių ir požiūrių aprašymą ir neišsamų pavyzdžių, kuriais galima paaiškinti tą įgūdį, sąrašą. Taip siekiama išsamiau paaiškinti, ką tas konkretus gebėjimas reiškia. Taigi šie pavyzdžiai pateikti tam, kad būtų galima pagalvoti, kaip juos būtų galima pritaikyti vietoje, konkrečiai tikslinei grupei arba tikslui.

Suprasdami, kad su įvairiais gebėjimais ar sritimis susiję pavyzdžiai iš dalies gali sutapti, pasistengėme, kad tokių sutapimų būtų kuo mažiau.

Pavyzdžiuose minimos kai kurios pagrindinės ES skaitmeninių produktų vartotojų teisės, tačiau šiais pavyzdžiais nėra siekiama jas visas išsamiai nurodyti ar apibūdinti arba atsižvelgti į jų taikymą atskirose šalyse. Be to, pateikiant šiuos pavyzdžius,

neatsižvelgiama į kokius nors būsimus teisės aktus. Pavyzdžiais siekiama aprašyti šiuo metu paplitusią praktiką ir įpročius, kuriuos vartotojai išsiugdė skaitmeninėse rinkose.

Vystantis skaitmeninėms rinkoms ir keičiantis taikomai reglamentavimo sistemai, pavyzdžius ir pačius gebėjimus reikės atnaujinti.

1 sritis. Prieš perkant

Veiksmai, atliekami prieš perkant prekes ir paslaugas skaitmeninėje rinkoje, daugiausia dėmesio skiriant informacijos paieškai, informacijos palyginimui, alternatyvų įvertinimui, prekybinio ryšio palaikymui, skaitmeninės tapatybės valdymui ir atsakingo bei tvaraus vartojimo pasirinkimui.

- 1.1. Informacijos apie prekes ir paslaugas naršymas, paieška ir filtravimas
- 1.2. Informacijos apie prekes ir paslaugas įvertinimas ir palyginimas
- 1.3. Komercinių pranešimų ir reklamos atpažinimas ir įvertinimas
- 1.4. Skaitmeninės tapatybės ir profilio tvarkymas skaitmeninėje rinkoje
- 1.5. Atsakingo ir tvaraus vartojimo aspektų paisymas skaitmeninėse rinkose

1.1. Informacijos apie prekes ir paslaugas naršymas, paieška ir filtravimas	
Ieškoti informacijos apie prekes ir paslaugas ir ją gauti naudojantis skaitmeninėmis priemonėmis. Nustatyti ir atrinkti reikalingą informaciją, susijusią su prekėmis, paslaugomis ir sandoriais, iš kurių galima rinktis.	
<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Suvokimas, kad paieškos sistemos nėra neutralios ir kad prekių ir paslaugų paieškos rezultatams ir jų eilės tvarkai turi įtakos reklama ir rinkodara.</p> <p>Žinojimas, kad naudojantis skirtingomis paieškos sistemomis gali būti gaunami skirtingi prekių ir paslaugų paieškos rezultatai.</p> <p>Žinojimas, kad internete suteikiama prieiga prie viso pasaulio parduotuvių ir kad gali būti verta peržiūrėti pasiūlymus, teikiamus kitose šalyse arba kitomis kalbomis.</p> <p>Žinojimas, kad yra kelios skaitmeninės priemonės (pvz., portalai ir programėlės), padedančios apsipirkti internetu.</p> <p>Supratimas, kad daugelis įmonių, parduotuvių ir valdžios institucijų internetu teikia e. prekybos ir e. valdžios paslaugas.</p> <p>Gebėjimas įvardyti svetaines, kuriose prekės parduodamos pigiau.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Kelių skirtingų paieškos sistemų naudojimas ir paieškos sistemos pakeitimas norint gauti geresnius rezultatus.</p> <p>Paieškos rezultatų filtravimas siekiant pritaikyti paieškas savo reikmėms.</p> <p>Informacijos paieškų patikslinimas ir tam tikrų žodžių parinkimas norint rasti reikalingas prekes ir paslaugas.</p> <p>Gebėjimas rasti tinkamus prekybinius pasiūlymus naudojantis skaitmeninėmis priemonėmis ir aplinka (pvz., kainų palyginimo paslaugų paieška).</p> <p>Gebėjimas tarp paieškos rezultatų rasti tinkamus paieškos rezultatus.</p> <p>Paieškos rezultatų peržiūra ne tik pirmame, bet ir kituose puslapiuose.</p>

<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	<p>Aktyviai ieškoma informacijos apie prekes ir paslaugas.</p> <p>Vertinama teigiama technologijų įtaka priimant labiau pagrįstus sprendimus dėl pasirinkimo.</p> <p>Norima suvokti savo gebėjimo apdoroti informaciją ribas ir atsispirti skaitmeninėje rinkoje daromai skatinamajai įtakai.</p>
----------------------------	---

1.2. Informacijos apie prekes ir paslaugas įvertinimas ir palyginimas

Palyginti ir kritiškai įvertinti skaitmeninių informacijos apie prekes ir paslaugas šaltinių patikimumą. Palyginti ir kritiškai įvertinti informaciją apie prekes, paslaugas, pirkimo nuostatus ir sąlygas, susijusias su skaitmenine rinka. Palyginti komercinius pasiūlymus naudojantis palyginimo priemonėmis, svetainėmis ir kanalais.

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Supratimas, kad ne visa internete skelbiama informacija apie prekes ir paslaugas yra patikima ar išsami.</p> <p>Supratimas, kad kainų palyginimo rezultatai gali būti neišsamūs, netikslūs arba neobjektyvūs.</p> <p>Žinojimas apie skaitmenines priemones (pvz., programėles, portalus, svetaines), suteikiančias galimybę palyginti prekes, paslaugas, kainas.</p> <p>Žinojimas, kaip rasti svetaines, bendruomenes ir socialinių tinklų grupes, kuriose vartotojai dalijasi nuomonėmis apie produktus ir paslaugas.</p> <p>Žinojimas, kaip patikrinti e. prekybą vykdančių pardavėjų ir svetainių patikimumą (pvz., patikrinti, ar pardavėjo tapatybė, adresas ir kontaktiniai duomenys yra išsamūs).</p> <p>Žinojimas, kad patikimas internetines parduotuves galima atpažinti pagal e. prekybos patikimumo ženklus⁵.</p> <p>Žinojimas, kad reikia lyginti tik galutines kainas, į kurias įskaičiuotas PVM.</p> <p>Žinojimas, kad energetikos, telekomunikacijų ir finansinių paslaugų reguliavimo institucijos suteikia galimybę naudotis internetinėmis palyginimo priemonėmis.</p> <p>Žinojimas, kad nepriklausomos vartotojų asociacijos internete suteikia galimybę naudotis palyginimo priemonėmis ir atlikti lyginamuosius tyrimus.</p> <p>Žinojimas, kad naudojant kai kurias (kainų) palyginimo priemones, gaunamiems rezultatams gali turėti įtakos reklama ir (arba) rinkodara.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Gebėjimas palyginti, sugretinti ir sujungti iš skirtingų šaltinių gautą informaciją apie prekių ir paslaugų kainas, kokybę, pirkimo nuostatus ir sąlygas.</p> <p>Gebėjimas rasti susijusias bendruomenes, tinklus ir socialinių tinklų grupes, kuriose vartotojai dalijasi nuomonėmis apie prekes ir paslaugas.</p> <p>Gebėjimas patikrinti pardavėjų patikimumą prieš sudarant sandorius.</p> <p>Gebėjimas platformose ir portaluose savo reikmėms pritaikyti numatytąsias paieškos rezultatų rūšiavimo nuostatus.</p> <p>Gebėjimas naudotis internetinėmis kainų palyginimo priemonėmis</p>

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

	<p>arba priemonėmis, kuriomis galima palyginti kokybę ir kainą.</p> <p>Gebėjimas nustatyti informacijos, kuri, atsižvelgiant į ankstesnes paieškas arba anksčiau aplankytus tinklalapius, vartotojui brukama dinaminės reklamos principu, socialinių tinklų puslapiuose arba e. paštu, vertingumą.</p>
<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	<p>Įvertinama, kad, norint pagrįstai pasirinkti, reikia palyginti skirtingų tiekėjų pasiūlymus.</p> <p>Laikomasi kritiško požiūrio į pasiūlymų teikimą ir tariamą jų patrauklumą.</p> <p>Vertinama galimybė priimti atsargius ir atsakingus sprendimus dėl pirkimo.</p> <p>Kritiškai vertinamas palyginimo svetainėse pateikiamos informacijos patikimumas, objektyvumas ir tikslumas.</p> <p>Suvokiama, kad žmonės paprastai renkasi standartinius pasiūlymų variantus.</p> <p>Kritiškai vertinami naudotojų atsiliepimai ir reitingavimo sistemos.</p>

1.3. Komercinių pranešimų ir reklamos atpažinimas ir įvertinimas

Atpažinti ir kritiškai įvertinti įvairius skaitmeninėje aplinkoje taikomus rinkodaros ir reklamos metodus ir veiklą. Suprasti, kaip reklama ir komerciniai pranešimai gali daryti įtaką asmens, kaip vartotojo, pasirinkimui.

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Žinojimas, kad reklamos ir rinkodaros tikslas yra nukreipti dėmesį ir paskatinti pirkti – tai gali sutapti su asmens ketinimais ir poreikiais arba ne.</p> <p>Internetinės rinkodaros ir reklamos aiškinimas ir analizavimas norint suprasti, ar parduodamos prekės ir (arba) paslaugos atitinka asmens interesus ir poreikius.</p> <p>Suvokimas, kad tam tikros skaitmeninės paslaugos yra nemokamos todėl, kad jas teikiant vykdoma rinkodaros arba reklamos veikla arba padedama vykdyti tokią veiklą (pvz., renkant asmens duomenis).</p> <p>Žinojimas, kad yra paslėptos reklamos būdai (pvz., tinklaraščio autoriui arba autoriui, kuris skelbiasi socialiniame tinkle, mokama už tai, kad jis parašytų atsiliepimą).</p> <p>Supratimas, kad kai kurie įrašai arba komentarai socialiniame tinkle ir (arba) vartotojų atsiliepimuose gali būti finansuojami užsakovu.</p> <p>Skaitmeninėje aplinkoje, pvz., svetainėse, skaitmeniniuose žaidimuose, pokalbių svetainėse, socialiniuose tinkluose, vykdomos įterptosios rinkodaros veiklos atpažinimas, analizavimas ir aiškinimas.</p> <p>Suvokimas, kaip komerciniais tikslais galima rinkti, saugoti, analizuoti, iškeisti ir naudoti vartotojų skaitmeninius pėdsakus.</p> <p>Supratimas apie kainų sluoksniavimo ir paslėptų išlaidų praktiką.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Komercinių žinučių (pvz., socialiniame tinkle skelbiamos apmokėtos reklamos) skyrimas nuo objektyvios komerciniame pranešime vartotojui pateikiamos informacijos.</p> <p>Vartotojui brukamos informacijos (pvz., reklamuojant e. paštu arba socialiniame tinkle) patikimumo įvertinimas.</p> <p>Neužsakytų komercinių žinučių identifikavimas ir informavimas, kad tokių žinučių gauti nepageidaujama.</p>

	Naudojimas teise atsisakyti tiesioginės rinkodaros savo atžvilgiu.
<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	<p>Kritiškas požiūris į reklamos praktiką ir žinojimas, kad ji gali būti klaidinanti ir (arba) apgaulinga.</p> <p>Išsiugdytas kritiškas požiūris į tikslinę reklamą.</p> <p>Sprendimai dėl pirkimo priimami atsargiai, perkant pasirenkama remiantis ne tik ta informacija, kuri pateikiama reklamoje.</p>
<p>1.4. Skaitmeninės tapatybės ir profilio tvarkymas skaitmeninėje rinkoje</p> <p>Suprasti, kad gali būti sukurtas asmens, kaip skaitmeninių produktų vartotojo, profilis ir kad juo gali būti manipuluojama bei naudojama. Tvarkyti duomenis, kurie parengiami naudojantis įvairiomis skaitmeninėmis priemonėmis ir paslaugomis. Sukurti ir tvarkyti vieną ar daugiau skaitmeninių tapatybių (pvz., asmeninių, profesinių), siekiant kuo didesnės naudos skaitmeninėje rinkoje.</p>	
<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Vienos arba daugiau vartotojo tapatybių, pvz., profesinių, privačių, turėjimo naudos supratimas.</p> <p>Žinojimas, kad asmens, kaip vartotojo, duomenys, pvz., anksčiau sudaryti pirkimo sandoriai, peržiūrėti produktai, yra analizuojami rinkodaros tikslais.</p> <p>Žinojimas, kad įmonės naudojami skaitmeninės tapatybės duomenimis siekiamos pateikti tinkamesnius, konkrečiam asmeniui labiau pritaikytus pasiūlymus.</p> <p>Žinojimas, kokie duomenys tvarkomi naudojantis tam tikromis paslaugomis (t. y. geografinės vietos duomenys).</p> <p>Žinojimas, kad komerciniai pasiūlymai teikiami remiantis žiniomis, kurias įmonės turi apie asmens skaitmeninę tapatybę (pvz., atpažįstant IP adresus, sekant įrenginius, e. paštą ir (arba) paskyras).</p> <p>Suvokimas, kad kai kuriais atvejais profilio duomenų negalima nei perkelti, nei tarpusavyje suderinti.</p> <p>Suvokimas, kad įmonės vertina savo skaitmeninę tapatybę ir kad įmonių prekių ženklai, be kitų dalykų, grindžiami jų skaitmenine reputacija.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Sandorio duomenų patikrinimas ir, jei reikia, patikslinimas prieš patvirtinant pirkimą.</p> <p>Vieno arba daugiau asmens poreikius atitinkančių profilių sukūrimas, pvz., dėl skirtingų paslaugų registruojantis skirtingais e. pašto adresais.</p> <p>Savo, kaip vartotojo, skaitmeninio pėdsako sekimas, t. y. žinojimas, kaip peržiūrėti ir tvarkyti savo pirkimų istoriją arba interesus prekybos platformoje.</p> <p>Naudojimas asmeninio internetinio profilio ir reputacijos susikūrimo, pvz., teigiamų atsiliepimų, teikiamais privalumais.</p> <p>Naudojimas esamomis skaitmeninėmis priemonėmis, suteikiančiomis galimybę tvarkyti arba panaikinti savo vartotojo profilį.</p> <p>Naudojimas įvairiais skaitmeniniais profiliais ir (arba) tapatybėmis, siekiant kompensuoti dinaminės kainodaros poveikį.</p> <p>Skirtingų naudotojo vardų ir slaptažodžių, reikalingų norint prisijungti prie įvairių skaitmeninių paslaugų, tvarkymas (naudojant slaptažodžių tvarkytuvę arba jos nenaudojant).</p>
<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	Kritiškas požiūris į sekimo praktiką ir pasinaudojimas teise į anonimiškumą.

1.5. Atsakingo ir tvaraus vartojimo aspektų paisymas skaitmeninėse rinkose

Suprasti, kokį poveikį asmens, kaip skaitmeninių produktų vartotojo, elgsena daro bendruomenei, visuomenei ir aplinkai. Naudotis skaitmeninėmis technologijomis siekiant užtikrinti aplinkos požiūriu atsakingą pasirinkimą.

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Asmens, kaip skaitmeninių produktų vartotojo, elgsenos padarinių aplinkai ir jų etinio ir socialinio poveikio įvertinimas.</p> <p>Žinojimas, kad vežant internetu įsigytas prekes yra daromas poveikis aplinkai.</p> <p>Kompiuterių ir elektroninių įrenginių poveikio aplinkai supratimas ir supratimas, kaip galima užtikrinti ilgesnį jų veikimą (pvz., pakeičiant kietuosius diskus) arba juos perdirbti.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Gebėjimas naudotis skaitmeninėmis priemonėmis siekiant pagerinti asmens elgsenos poveikį aplinkai ir visuomenei (pvz., ieškant vietoje pagaminto produkto, grupinių prekybinių pasiūlymų ir t. t.).</p> <p>Savo supratimo apie socialiai atsakingą tvarų vartojimą panaudojimas skaitmeninėje rinkoje.</p> <p>Skaitmeninių priemonių, kuriomis daromas mažesnis poveikis planetai, pasirinkimas (pvz., internetinio, o ne popierinio laikraščio skaitymas, dalijimasis prekėmis, jų perpardavimas ir perdirbimas pasinaudojant skaitmeninėmis tarpusavio mainų (angl. P2P) rinkomis).</p>
<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	<p>Tvaraus požiūrio rėmimas ir palaikymas skaitmeninėje rinkoje (pvz., socialinių tinklų svetainėse pasisakant už tvarią gamybą ir (arba) vartojimą).</p> <p>Siekis būti tvariu skaitmeninių produktų vartotoju.</p> <p>Kritiškas požiūris į perteklinį vartojimą ar netvarią gamybą ir vartojimą.</p>

2 sritis. Perkant

Su pirkimu susiję veiksmai: pirkimas, dalyvavimas bendro vartojimo ekonomikos platformose, mokėjimų valdymas, su skaitmeniniu turiniu susijusių autorių teisių, licencijų ir sandorių supratimas, duomenų ir sveikatos apsauga.

- 2.1. Bendravimas skaitmeninėje rinkoje norint pirkti ir parduoti
- 2.2. Dalyvavimas bendro vartojimo ekonomikos platformose
- 2.3. Mokėjimų ir finansų valdymas skaitmeninėmis priemonėmis
- 2.4. Autorių teisių, licencijų ir sutarčių, susijusių su skaitmeninėmis prekėmis ir paslaugomis, supratimas
- 2.5. Asmens duomenų ir privatumo valdymas
- 2.6. Sveikatos apsauga ir saugumo užtikrinimas

2.1. Bendravimas skaitmeninėje rinkoje norint pirkti ir parduoti

Naudotis skaitmeninėmis rinkomis norint nusipirkti prekių ir paslaugų ir jas parduoti.

<p><i>Žinių pavyzdžiai</i></p>	<p>Žinojimas apie galimybę prekes ir paslaugas parduoti skaitmeninėse rinkose ir apie riziką, kuri dėl to gali grėsti.</p> <p>Žinojimas, kad skaitmeninėje rinkoje prekių ir paslaugų galima nusipirkti ir jas galima parduoti sudarant komercinius sandorius arba vartotojų tarpusavio sandorius.</p> <p>Žinojimas, kad yra materialios (t. y. fizinio pobūdžio) ir nematerialios (t. y. virtualaus arba skaitmeninio pobūdžio) prekės.</p> <p>Žinojimas, kad Europos Sąjungoje prekes ir paslaugas siūlant internetu, kainos turi būti nurodomos su PVM.</p> <p>Žinojimas, kad Europos Sąjungoje draudžiama iš anksto pažymėti langelius, susijusius su papildomų paslaugų pirkimu.</p> <p>Skirtingų taisyklių, taikomų internetu perkant iš įmonės arba iš privataus asmens (t. y. sudarant vartotojų tarpusavio sandorius), supratimas.</p> <p>Žinojimas, kad Europos Sąjungoje internetu perkant iš komercinės veikos subjektų, suteikiama teisė per 14 dienų atsisakyti sutarties.</p> <p>Žinojimas, kaip patikrinti, ar komercinės veiklos subjektas yra įsisteigęs toje pačioje šalyje, ES ar kitur.</p> <p>Žinojimas, kad naudojantis internetu suteikiama prieiga prie pasaulinės rinkos ir kad skirtingose šalyse gali būti taikomos skirtingos taisyklės (pvz., susijusios su draudžiamais produktais ir paslaugomis).</p> <p>Žinojimas, kad ES interneto vartotojų teisės užtikrinamos ir tada, kai internetu perkama iš ES nepriklausančiose valstybėse įsisteigusiu komercinės veiklos subjektų, jei jų veikla yra nukreipta į ES vartotojus.</p> <p>Žinojimas, kaip nutraukti internetu sudarytą pirkimo sutartį.</p>
<p><i>Įgūdžių pavyzdžiai</i></p>	<p>Gebėjimas parduoti prekes naudojantis skaitmeninėmis rinkomis (pvz., „eBay“).</p> <p>Patikrinimas, ar platforma, kurioje trečiajai šaliai padedama parduoti prekes ir paslaugas, neprisiima atsakomybės už sandorius, kurie sudaromi su trečiosiomis šalimis, ar ją (iš dalies) prisiima.</p> <p>Gebėjimas susisiekti su prekių pardavėjais ir paslaugų teikėjais naudojantis įvairiomis skaitmeninėmis priemonėmis (pvz., e. paštu, per forumą, naudojantis pokalbių svetainėmis) ir palaikyti ryšį atsižvelgiant į savo poreikius.</p> <p>Gebėjimas naudotis programėlėmis, kuriomis saugiai tvarkomi slaptažodžiai.</p> <p>Patikrinimas, ar produkto ir (arba) paslaugos aprašymas ir susiję paveikslėliai atitinka prekę ir (arba) paslaugą ir yra išsamūs.</p> <p>Patikrinimas, ar platforma, kurioje trečiajai šaliai padedama parduoti prekes ir paslaugas (pvz., „eBay“), neprisiima atsakomybės už sandorius, kurie sudaromi su trečiosiomis šalimis, ar ją (iš dalies) prisiima.</p> <p>Patikrinimas, ar prieš patvirtinant pirkimą neįtraukiama nepageidaujama papildomų paslaugų.</p>
<p><i>Požiūrio pavyzdžiai</i></p>	<p>Aktyvus bendravimas su prekių pardavėjais ir paslaugų teikėjais įvairiais pirkimo procedūros etapais.</p> <p>Aktyvus e. prekybos paskyrų slaptažodžių keitimas.</p>

2.2. Dalyvavimas tarpusavio mainų (angl. P2P) ir bendro vartojimo ekonomikos platformose

Suprasti, kas yra dalijimosi arba bendro vartojimo ekonomikos platformos, ir dalyvauti jose. Dalyvauti smulkaus masto prekybos veikloje (P2P). Atpažinti skirtingus ir naujus skaitmeninio verslo modelius.

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Žinojimas apie tarpusavio mainų (P2P), dalijimosi ir bendro vartojimo ekonomikos platformas, skirtas (per)parduoti prekes ir paslaugas, keistis jomis ir jas nuomotį(s).</p> <p>Rizikos ir galimybių, susijusių su bendro vartojimo ekonomikos platformomis, supratimas.</p> <p>Žinojimas, kad prekes ir paslaugas internetu perkant iš privačių asmenų arba partnerių, asmens teisės yra kitokios nei internetu perkant iš komercinės veiklos subjekto (pvz., teisės nutraukti pirkimo sutartį požiūriu).</p> <p>Žinojimas, kad interneto platformose parduodant prekes ir paslaugas arba nuomojant kambarius, butus arba namus, gali būti taikomos tam tikros teisinės ir mokestinės nuostatos.</p> <p>Žinojimas, kad interneto platformose reguliariai vykdoma prekyba, nuoma ir panaši veikla, kuria siekiama pelno, įvertinus jos bendrą mastą, gali būti laikoma profesionalia veikla, kuri turi būti deklaruojama mokesčių institucijoms ir kuriai taikomas sektorinis reglamentavimas.</p> <p>Žinojimas, kad (kai kuriose šalyse) smulkiesiems verslininkams taikomi specialūs teisės aktai.</p> <p>Žinojimas, kad kai kurios interneto platformos, kilus problemų dėl tarpusavio sandorių, teikia paramą ir apdraudžia nuo tokių atvejų.</p> <p>Žinojimas kaip atskirti sutelktinio finansavimo ir kitas bendradarbiavimo platformas, kuriose padedama priimti dovanas iš asmenų, kurie padeda parduoti, išnuomoti, išsinuomoti arba investuoti, arba su jais mainytis.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Gebėjimas įvertinti P2P, bendradarbiavimo arba dalijimosi platformos patikimumą.</p> <p>Gebėjimas patikrinti pardavėjų, kurie naudojami interneto platformomis, ir pasiūlymų, kurie teikiami naudojantis interneto platformomis, patikimumą, pvz., remiantis reitingavimo sistemomis ir naudotojų atsiliepimais.</p> <p>Gebėjimas įvertinti, ar naudotojų atsiliepimai yra tikri ir tinkamai pagrįsti ir ar jų yra pakankamai daug, kad jais būtų galima pasitikėti.</p> <p>Gebėjimas peržiūrėti taisykles ir įsipareigojimus, taikomus asmens veiklai P2P platformose.</p> <p>Gebėjimas atlikti savo poreikius atitinkančių vietos, nacionalinių ir tarptautinių P2P platformų paiešką ir jas rasti.</p> <p>Gebėjimas su kitais P2P platformų dalyviais keistis išsamia informacija apie sandorius.</p> <p>Gebėjimas tinkamai, nurodant tikslias kainas, įskaitant apmokėjimo ir pristatymo išlaidas ir platformos naudojimo mokesčius, pateikti pasiūlymus.</p>
<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	<p>Kritiškai vertinamos tarpusavio mainų ekonomikos galimybės ir išlaidų efektyvumas, taip pat susijusi rizika.</p> <p>Aktyviai ieškoma informacijos apie nustatytas teises ir pareigas, susijusias su dalyvavimu P2P, bendradarbiavimo arba dalijimosi</p>

	ekonomikos platformose.
--	-------------------------

2.3. Mokėjimų ir finansų valdymas skaitmeninėmis priemonėmis

Saugiai atlikti skaitmeninius mokėjimus ir naudotis internetinėmis finansinėmis paslaugomis. Naudotis skaitmeninėmis technologijomis siekiant stebėti ir tvarkyti asmeninį biudžetą.

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Žinojimas, kad naudojantis skaitmeniniais įrenginiais, įskaitant planšetinius kompiuterius, kompiuterius, išmaniuosius telefonus, bet kada ir bet kur galima prisijungti prie banko sąskaitos ir naudotis mokėjimo paslaugomis.</p> <p>Žinojimas, kad už paslaugas ir prekes galima sumokėti naudojantis skaitmeniniais įrenginiais (pvz., mobiliuoju ar išmaniuoju telefonu).</p> <p>Žinojimas, kaip veikia skaitmeninės piniginės paslaugos.</p> <p>Žinojimas, kokia rizika gresia naudojantis skaitmeninėmis finansinėmis paslaugomis.</p> <p>Žinojimas, kad svarbu apsaugoti slaptažodžius, PIN kodus ir t. t.</p> <p>Žinojimas, kad taikant mokėjimų internetu patvirtinimo (pvz., naudojant SMS žinute atsiunčiamą kodą) sistemas, užtikrinamas didesnis saugumas.</p> <p>Žinojimas, kad mokant internetu niekada nereikėtų nurodyti debeto, mokėjimo arba kredito kortelės keturių skaitmenų kodo, naudojamo išsiimant grynuosius pinigus arba mokant neinternetinėse parduotuvėse.</p> <p>Žinojimas, kad e. prekybą vykdančioms subjektams negalima siųsti kredito arba banko kortelių skaitmeninių kopijų.</p> <p>Žinojimas, kad, jei pardavėjas nenurodė kitaip, perkant pirkinio kaina gali būti iš karto nuskaityta nuo asmens sąskaitos, net jei pirkinys bus pristatytas vėliau.</p> <p>Žinojimas, kad norint užtikrinti saugų mokėjimą internetu, įrenginiuose reikėtų įdiegti saugumo užtikrinimo programinę įrangą.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Gebėjimas saugiai naudotis prieigos įrenginiais (pvz., patvirtinimo priemonėmis) ir skaitmeninėmis finansinėmis paslaugomis (pvz., bankininkystės paslaugomis, „PayPal“).</p> <p>Gebėjimas atpažinti duomenų vagystės arba apgaulingo nukreipimo mėginimus naudojantis internetine bankininkyste.</p> <p>Pagal tai, ar adreso juostoje (universaliajame adrese) yra simboliai „https“, o ne „http“, ir ar rodomas uždarytos spynos pavidalo saugumo simbolis, gebėjimas nustatyti, ar mokėjimai internetu yra saugūs ir šifruojami.</p> <p>Gebėjimas užginčyti nesąžiningai pasinaudojus mokėjimo arba kredito kortele internetu atliktą mokėjimo operaciją ir susigrąžinti pinigus.</p> <p>Gebėjimas atpažinti, ar, atlikus mokėjimą, bus automatiškai pakartotinai perkamos prekės arba automatiškai atnaujinama sutartis ar prenumerata.</p>
<i>Požūrio pavyzdžiai</i>	<p>Kritiškai vertinamos įvairių rūšių saugumo priemonės, naudojamos sudarant skaitmeninius sandorius, ir suprantama saugumo reikšmė (pvz., saugus PIN kodų, slaptažodžių laikymas).</p> <p>Žinoma apie skaitmeninėmis priemonėmis grindžiamo finansų valdymo ir finansinių sandorių naudą ir riziką.</p>

2.4. Autorių teisių, licencijų ir sutarčių, susijusių su skaitmeninėmis prekėmis ir paslaugomis, supratimas

Suprasti su skaitmeniniu turiniu, prekėmis ir paslaugomis susijusias teises ir pareigas ir jų paisyti.

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Žinojimas, kad tam tikru skaitmeniniu turiniu (muzika, filmais, knygomis ir t. t.) galima naudotis nemokamai, o tam tikrą – reikia pirkti.</p> <p>Žinojimas, kad skaitmeninis turinys (muzika, filmai, knygos ir t. t.) gali būti saugomas autorių teisės ir kad be leidimo atsisiųsti turinį, kuris yra saugomas autorių teisės, yra neteisėta.</p> <p>Žinojimas, kad tam tikro turinio, pvz., muzikos, įkėlimas ir dalijimasis juo yra neteisėtas.</p> <p>Žinojimas, kad neteisėtai atsisiųstu turiniu dalijantis su kitais asmenimis gali būti taikomos teisinės sankcijos.</p> <p>Žinojimas, kad atsisiuntus skaitmeninį turinį, jo pirkimo sutarties nutraukti nebegalima.</p> <p>Žinojimas, kokios licencijos taikomos rūpimoms prekėms ir paslaugoms.</p> <p>Žinojimas, kad didžioji dalis programinės įrangos naudojama pagal licencijas, kurios, pasibaigus jų galiojimo laikotarpiui, turi būti atnaujinamos.</p> <p>Žinojimas, kad filmų, pramoginių laidų, knygų srautinis siuntimas arba atsisiuntimas iš piratinių svetainių yra neteisėtas.</p> <p>Žinojimas, kad tam tikras turinys (muzika, filmai, knygos ir t. t.) gali būti neprieinamas dėl to, kad asmuo yra tam tikroje vietovėje (pvz., gali būti taikomas geografinis blokavimas).</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Gebėjimas patikrinti, kokiose svetainėse siūloma neteisėtai atsisiųsti arba srautiniu būdu siųstis turinį.</p> <p>Gebėjimas pasirinkti turinį, kurį galima teisėtai atsisiųsti arba įkelti.</p> <p>Gebėjimas patikrinti ir suprasti teisę naudotis arba pakartotinai pasinaudoti skaitmeniniu įsigytu turiniu ir prekėmis.</p>
<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	<p>Gerbiamos autorių teisės ir sutarčių sąlygos ir, norint atsisiųsti filmų, muzikos ir knygų, naudojamosi oficialių platintojų paslaugomis.</p> <p>Neteisėto atsisiuntimo nauda palyginama su rizika (pvz., virusų, sankcijų grėsme).</p>

2.5. Asmens duomenų ir privatumo valdymas

Apsaugoti asmens duomenis ir privatumą skaitmeninėje rinkoje. Suprasti, kaip, save ir kitus apsaugant nuo rizikos, dalytis asmenine informacija, pagal kurią galima nustatyti asmens tapatybę. Žinoti, kad, teikiant skaitmenines paslaugas, yra informuojama apie privatumo politiką, taikomą naudojant asmens duomenis, ir paisyti šios informacijos.

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Žinojimas, kad kiekvieną kartą, kai asmuo prisijungia prie interneto, jis pasidalija informacija ir duomenimis apie save, apie tai, kokie pirkiniai jį domina, ir apie savo veiklą paieškos sistemose, socialiniuose tinkluose ir (arba) svetainėse, kuriose jis apsilanko.</p> <p>Žinojimas, kad, pasidalijus asmens duomenimis arba informacija, nėra lengva ją panaikinti arba perduoti kitam paslaugų teikėjui.</p> <p>Supratimas, kad lange „Privatumo politika“ spustelėjus Sutinku“, gali būti duotas sutikimas asmens duomenis perduoti trečiosioms šalims.</p> <p>Žinojimas, kokių asmens duomenų ir privatumo apsaugos ir tvarkymo</p>
-------------------------	---

	<p>priemonių reikėtų imtis norint išvengti sukčiavimo.</p> <p>Supratimas, kad prielaidos dėl elgsenos ir rūpimų pirkinų daromos remiantis automatiniu duomenų apdorojimo (profilavimo) rezultatais.</p> <p>Žinojimas, į ką kreiptis ir su kuo kalbėtis kilus susirūpinimui dėl asmens duomenų naudojimo.</p> <p>Žinojimas, kad asmens duomenys renkami, tvarkomi ir saugomi ne tik ES ir kad tam tikrais atvejais gali būti taikomos skirtingos duomenų apsaugos taisyklės.</p> <p>Žinojimas, kaip išsiaiškinti, kaip trečiosios šalys naudoja asmens duomenis.</p> <p>Žinojimas, kad asmens duomenys gali būti perduoti ir kad trečiosios šalys juos gali naudoti tikslinės rinkodaros tikslais.</p> <p>Žinojimas, kad skaitmeninėje rinkoje kai kurias prekes ir paslaugas galima gauti „nemokamai“ – mainais į asmens duomenis, ir tokių mainų padarinių supratimas.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Privatumo politikos peržiūrėjimas ir pagrindinių asmens duomenų naudojimo sąlygų išsiaiškinimas.</p> <p>Nustatymas, dėl kurių privatumo sąlygų kyla grėsmė duomenų privatumui.</p> <p>Privatumo politikos peržiūrėjimas siekiant išsiaiškinti, ar asmens duomenys bus perduoti arba perduoti trečiosioms šalims.</p> <p>Gebėjimas socialiniuose tinkluose pakeisti privatumo nuostatas.</p> <p>Patikrinimas, kokios duomenų apsaugos taisyklės taikomos, ir naudojimas savo teisėmis peržiūrėti, pakeisti ir pašalinti asmens duomenis.</p> <p>Gebėjimas peržiūrėti ir pakeisti pardavėjui perduotus asmens duomenis arba pareikalauti juos panaikinti.</p> <p>Žinojimas, kaip pasinaudoti teise būti pamirštam⁶.</p> <p>E. prekybos platformų, svetainių arba programėlių ir (nemokamų) skaitmeninių paslaugų saugumo lygio patikrinimas.</p> <p>Priemonių, kuriomis užtikrinamas didesnis privatumas, įdiegimas siekiant apsaugoti asmeninės informacijos, pagal kurią galima nustatyti asmens tapatybę, privatumą.</p> <p>Dalijimosi duomenimis skaitmeninėje aplinkoje rizikos ir naudos palyginimas.</p>
<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	<p>Jaučiama atsakomybė už savo ir kitų asmens duomenų apsaugą perkant internetu.</p> <p>Perkant internetu, įvertinama asmens duomenų apsauga.</p> <p>Dalijimosi asmens ir vartotojo duomenimis (pvz., siekiant gauti asmeninius pasiūlymus, automatiškai užpildytas formas) nauda palyginama su rizika (pvz., profilavimo, tapatybės vagystės, sukčiavimo, nesaugių sandorių).</p>

2.6. Sveikatos apsauga ir saugumo užtikrinimas

Suprasti įvairią fizinę ir psichologinę riziką sveikatai ir saugai, susijusią su informacija, prekėmis ir paslaugomis skaitmeninėje rinkoje, ir jos išvengti.

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

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Supratimas, kad pirkimas internete gali tapti žalingu įpročiu.</p> <p>Žinojimas, kad produktus perkant internetu, pirmiausia – naudojantis e. prekybos svetainėmis arba programėlėmis, kurių valdytojas yra įsisteigęs ne ES ar EEE valstybėje narėje, patartina labai gerai patikrinti, ar produktas atitinka ES saugos standartus ir ar jis nėra uždraustas ES.</p> <p>Žinojimas, kad internetu teikiamos gydytojų konsultacijos gali būti nepatikimos ir (arba) finansuojamos vaistų arba panašių produktų gamintojų ir (arba) pardavėjų.</p> <p>Žinojimas, kad vaistus perkant internetu, ant vaistų esantis ES logotipas, skirtas internetu parduodamiems vaistams, rodo, kad svetainė arba programėlė veikia teisėtai ir neprekiauja padirbtais ar neteisėtais produktais.</p> <p>Žinojimas, kad iš kitų vartotojų internetu perkamiems, jų nuomojamiems arba skolinamiems naudotiems produktams nėra taikomos produktų saugos taisyklės.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Patikrinimas RAPEX svetainėje ⁷ ir (arba) iš rinkos atšaukiamiems produktams skirtame EBPO portale ⁸, ar produktui netaikoma atšaukimo iš rinkos arba ribojimo priemonių.</p>
<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	<p>Apsiperkant skaitmeninėje rinkoje, prisiimama atsakomybė už asmens sveikatos apsaugą ir saugos užtikrinimą.</p> <p>Kritiškai vertinamas poveikis, kurį skaitmeninė ir įterptoji prekyba gali padaryti gerovei.</p> <p>Atidžiai stebimi asmeniniai pirkimo įpročiai ir įvertinama rizika, kad skaitmeninis pirkimas gali tapti žalingu įpročiu.</p>

3 sritis. Nusipirkus

Veiksmai nusipirkus: dalijimasis informacija, vartotojų teisių gynimas, skaitmeninių produktų vartotojų gebėjimų atnaujinimas.

- 3.1. Dalijimasis informacija su kitais skaitmeninės rinkos vartotojais
- 3.2. Vartotojų teisių gynimas skaitmeninėje rinkoje
- 3.3. Skaitmeninių produktų vartotojų gebėjimų spragų ir ribų nustatymas

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

⁸ <http://globalrecalls.oecd.org/>

3.1. Dalijimasis informacija su kitais skaitmeninės rinkos vartotojais

Skaitmeninėje rinkoje dalytis atsiliepimais, žiniomis, patarimais ir patirtimi.

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Žinojimas apie svetaines, kuriose vartotojams patariama dėl produktų ir paslaugų, ir supratimas, kad tų svetainių patikimumas gali būti nevienodas.</p> <p>Supratimas, kad informacija gali būti dalijamasi anonimiškai arba pasinaudojant profiliais.</p> <p>Žinojimas, kaip rasti svetaines, bendruomenes ir socialinių tinklų grupes, kuriose vartotojai vieni kitiems padeda spręsti problemas, susijusias su produktais ir paslaugomis.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Informacijos apie prekes ir paslaugas, kuria skaitmeniniu būdu dalijasi partneriai, įvertinimas.</p> <p>Turinio, kuriuo norima pasidalyti, vertingumo ir tikslinės auditorijos, su kuria juo norima pasidalyti, nustatymas.</p> <p>Dalijamasis patirtimi su kitais vartotojais socialiniuose tinkluose ir skaitmeninėse platformose</p> <p>Kitų vartotojų konsultavimas socialiniuose tinkluose, diskusijų forumuose, naudojantis internetinėmis reitingavimo priemonėmis ir t. t.</p>
<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	<p>Aktyviai dalijamasi savo nuomone apie produktus ir paslaugas.</p> <p>Palyginama patirties ir atsiliepimų, kuriais dalijasi kiti vartotojai, nauda ir pavojai.</p>

3.2. Vartotojų teisių gynimas skaitmeninėje rinkoje

Žinoti savo, kaip skaitmeninių produktų vartotojo, teises ir pareigas. Apginti savo teises nusipirkus ir žinoti, kaip spręsti problemas ir ginčus.

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Žinojimas, kad daugelis pagrindinių skaitmeninių produktų vartotojų apsaugos taisyklių visose ES valstybėse narėse yra panašios, tačiau kitose šalyse gali būti (labai) skirtingos.</p> <p>Žinojimas apie konkrečias vartotojų teises, suteikiamas tik perkant internetu.</p> <p>Žinojimas, kaip padėti išspręsti ginčus ir nusipirkus kylančias problemas.</p> <p>Žinojimas apie savo teisę būti pamirštam⁹.</p> <p>Žinojimas apie savo teisę be pagrindimo per 14 dienų nuo pristatymo nutraukti pirkimo internetu sutartį ir susigrąžinti pinigus.</p> <p>Pagrindinių teisės nutraukti pirkimo sutartį išimčių žinojimas (teisė netaikoma maistui, pagal specialų užsakymą pagamintiems produktams, išpakuotiems kompaktiniams diskams (CD), skaitmeniniams vaizdo diskams (DVD) ir programinei įrangai, atidarytiems higienos ir sveikatos priežiūros produktams, taip pat kelionių produktams, pvz., viešbučiams ir bilietams).</p> <p>Sutikimo su skaitmeninio pirkimo ir skaitmeninėse rinkose ir platformose sudaromų sandorių nuostatomis ir sąlygomis svarbos ir</p>
-------------------------	--

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

	<p>padarinių supratimas.</p> <p>Žinojimas, kad, kilus problemų dėl internetu sudaryto sandorio, savo teises galima apginti pasinaudojant internetinėmis neteisminėmis priemonėmis (elektroninis ginčų sprendimas).</p> <p>Žinojimas, kad savo teises galima apginti įvairiais būdais.</p> <p>Žinojimas, kad tuo atveju, jei per 30 dienų nuo pirkimo sutarties sudarymo prekė nėra pristatoma ir jei buvo labai svarbu, kad prekė būtų pristatyta laiku, arba jei buvo viršytas pagrįstas vėlavimo pristatyti laikotarpis, pirkimo internetu sutartį galima nutraukti.</p> <p>Žinojimas, kad internetu perkant iš komercinės veiklos subjekto, taikomos tam tikros teisės ir pareigos ir kad jos nėra tokios pat kaip perkant iš privačių asmenų.</p> <p>Supratimas, kad valdžios institucijoms galima pateikti skundą su prašymu išspręsti ginčą su komercinės veiklos subjektu.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Gebėjimas gauti nešališką konsultaciją dėl vartotojų teisių ir jų gynimo.</p> <p>Gebėjimas pateikti pirkimo internetu sutarties nutraukimo formą arba parašyti e. pašto pranešimą, kuriuo prašoma nutraukti pirkimo sutartį.</p> <p>Naudojimasis įvairiomis priemonėmis siekiant apginti savo teises nusipirkus internetu arba ne internetu.</p> <p>Praktinis naudojimasis vartotojų teisėmis.</p> <p>Gebėjimas rasti informaciją ir (arba) skaitmenines platformas, kuriomis būtų galima pasinaudoti siekiant, kad būtų atlyginta patirta žala ir apgintos vartotojų teisės.</p> <p>Pristatytų prekių, kurios buvo įsigytos internetu, patikrinimas prieš pasirašant gavimo dokumentą.</p>
<i>Požiūrio pavyzdžiai</i>	<p>Motyvuotumas ginti savo, kaip vartotojo, teises ir prireikus pateikti skundą.</p> <p>Pasitikėjimas kreipiantis į garantinio aptarnavimo tarnybas, jei internetu įsigytas pirkinys neatitinka lūkesčių.</p>

3.3. Skaitmeninių produktų vartotojų gebėjimų spragų ir ribų nustatymas

Suprasti savo, kaip skaitmeninių produktų vartotojo, gebėjimų spragas ir ribas. Nuolat domėtis skaitmeninės rinkos pokyčiais, turinčiais įtakos savo, kaip skaitmeninių produktų vartotojo, galimybėms ir rizikai.

<i>Žinių pavyzdžiai</i>	<p>Galimybių, kurias technologijos teikia vartotojams, ir susijusios rizikos supratimas ir įvertinimas.</p> <p>Supratimas, kad asmens, kaip skaitmeninių produktų vartotojo, žinios apie skaitmeninę sritį gali būti ribotos ir kad taisyklės skaitmeninėje rinkoje sparčiai keičiasi.</p> <p>Supratimas, kad, norint kuo geriau išnaudoti skaitmeninės rinkos teikiamas galimybes, būtina nuolat atnaujinti savo skaitmeninius įgūdžius.</p>
<i>Įgūdžių pavyzdžiai</i>	<p>Įgūdžių atnaujinti savo žinias apie pirkimo ir pardavimo galimybes pasinaudojant skaitmeninėmis technologijomis turėjimas.</p> <p>Gebėjimas prisitaikyti prie naujos praktikos skaitmeninėje rinkoje.</p>
<i>Požiūrio</i>	<p>Pasitikėjimas savimi išbandant naujas skaitmenines priemones ir skaitmeninę praktiką, kuri gali būti naudinga asmens skaitmeninio</p>

<i>pavyzdžiai</i>	pirkimo patirčiai, ir noras tai daryti. Technologijų pažangos sekimas ir atidus naudos ir rizikos, kuri asmeniui yra svarbi kaip vartotojui, stebėjimas.
-------------------	---

III. Galimi „DigCompConsumers“ sistemos naudojimo būdai

Šiame skirsnyje pateikiama pirminių idėjų, kaip vartotojams skirtą skaitmeninių gebėjimų sistemą būtų galima panaudoti nacionaliniu ir tarptautiniu lygmenimis. Pagrindinės dvi naudojimo būdų sritys – politikos rengimas ir rėmimas ir mokomasis planavimas švietimo, mokymo ir užimtumo tikslais, įskaitant naudojimą vertinimo ir sertifikavimo reikmėms.

III.I Politikos rengimas ir rėmimas

Vartotojų politikos tyrimų srityje ši sistema galėtų būti naudojama faktiniam įvairių gyventojų grupių gebėjimų lygiui įvertinti, atliekant tyrimus arba elgsenos eksperimentus. Pavyzdžiui, rengiant tyrimų klausimynus, galėtų būti naudojami su žiniomis ir įgūdžiais susiję elementai. Šie duomenys galėtų padėti rengti vartotojų politiką, vertinti įvairių rūšių priemonių poveikį visiems vartotojams arba konkrečioms jų grupėms, taip pat toliau plėtoti pažeidžiamo vartotojo ir vidutinio vartotojo sąvokas.

Akademiniai ir politikos tyrimai taip pat galėtų būti naudojami kuriant vartotojų švietimui skirtą žinių bazę, pvz., siekiant nustatyti rodiklius, kuriais būtų vertinamas poreikis šviesti vartotojus ir to švietimo poveikis. Nustatyta, kad tokių duomenų neturėjimas yra viena iš pagrindinių kliūčių, trukdančių EBPO arba nacionaliniu lygmeniu vystyti vartotojų švietimą.

Nacionaliniu lygmeniu ši sistema galėtų tapti naudinga priemone vystant vartotojų politikos ir švietimo ministerijų tarpusavio dialogą skaitmeninių produktų vartotojų švietimo įtraukimo į mokyklų mokymo programas ir suaugusiųjų švietimą klausimais. Rengiant ir įgyvendinant nacionalines vartotojų politikos strategijas ir vartotojų švietimo politikos kryptis, ši sistema galėtų būti naudojama spragų analizei atlikti ir atnaujinti.

III.II Mokomasis planavimas ir vertinimas

Mokytojų rengimo institutai ir universitetai, privačios ir viešosios švietimo organizacijos ir pavieniai mokytojai šią sistemą galėtų naudoti mokomojo planavimo tikslais.

Be to, nacionalinio ir ES lygmens vartotojų švietimo platformos šią sistemą galėtų naudoti esamai mokymo medžiagai klasifikuoti, medžiagos trūkumams, susijusiems su skaitmeniniais įgūdžiais, nustatyti arba kaip mokytojams skirtas gaires.

Ši sistema taip pat galėtų būti naudojama kaip pagrindas kuriant vertinimo priemones, taikytinas savikontrolės arba kompetencijos švietimo arba mokymo srityse tikrinimo tikslais.

IV. Išvados

Šiame „Mokslo ir politikos“ serijos leidinyje skelbiama vartotojams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema (angl. „DigCompConsumers“). Pagal šią sistemą apibūdinama 14 gebėjimų, priskiriamų trimis pagrindinėms sritims – prieš perkant, perkant ir nusipirkus. Pristatant šią sistemą, kiekvienas įgūdis apibūdinamas pateikiant susijusių žinių, gebėjimų ir kompetencijos pavyzdžių.

Bendras šios sistemos tikslas – padidinti vartotojų pasitikėjimą skaitmeniniais pirkimo ir pardavimo sandoriais ir vartotojams suteikti galimybę aktyviai ir užtikrintai dalyvauti skaitmeninėje rinkoje.

Atsižvelgiant į šiuos tikslus, ši sistema taikytina kaip konceptualus referencinis modelis. Pateikti su kiekvienu gebėjimu susiję žinių, įgūdžių ir požiūrių pavyzdžiai nebūtinai yra išsamūs. Jie pateikti tam, kad būtų galima pagalvoti, kaip juos būtų galima pritaikyti vietoje, konkrečiai tikslinei grupei arba tikslui.

Dėl toliau nurodytų dviejų pagrindinių priežasčių „DigCompConsumers“ sistemą vėliau gali reikėti atnaujinti: pirma, kintant technologijoms ir praktikai, skaitmeniniai įgūdžiai turi būti tobulinami; antra, sistema kol kas yra tik teorinė ir konceptuali, todėl ją reikia išmėginti praktiškai.

Ją įgyvendinant ir naudojant praktiškai, paaiškės jos naudingumas, koregavimo poreikis ir poreikis nustatyti konkrečioms tikslams būtinus gebėjimų lygius. Suprantant, kad mokymasis arba gebėjimų ugdymas ne visada yra tolygus procesas, šie gebėjimų lygiai gali būti pagrindas nustatant pažangos etapus. Pirmieji pasiūlymai dėl galimų naudojimo būdų ir gebėjimų lygių skelbiami išsamioje Teisingumo ir vartotojų reikalų GD parengtoje „DigCompConsumers“ sistemos ataskaitoje¹⁰ ir gali būti tobulinami atsižvelgiant į praktinį sistemos naudojimą.

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

Nuorodos

- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Brande, G. V. den. (2016 m.). *EntreComp: The entrepreneurship Competence Framework*. Liuksemburgas, Leidinių biuras, Europos Komisija. Šaltinis: <http://dx.publications.europa.eu/10.2791/593884>
- Boston Consulting Group (2012 m.). *The Value of Our Digital Identity (Liberty Global, politikos leidinių serija)*. Šaltinis: <http://www.libertyglobal.com/PDF/public-policy/The-Value-of-Our-Digital-Identity.pdf>
- Europos Komisija (2006 m.). 2006 m. gruodžio 18 d. Europos Parlamento ir Tarybos rekomendacija dėl bendrųjų visą gyvenimą trunkančio mokymosi gebėjimų (OL L 394, 2006 12 30) (p. 10–18). Šaltinis: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:32006H0962>
- Europos Komisija (2011 m.). *Vartotojų galių stiprinimas Europos Sąjungoje*. Komisijos tarnybų darbinis dokumentas. SEC(2011) 469 final. Šaltinis: http://ec.europa.eu/consumers/consumer_empowerment/docs/swd_consumer_empowerment_eu_en.pdf
- Europos Komisija (2015 m.a). Europos bendrosios skaitmeninės rinkos strategija (Komunikatas /* COM(2015) 0192 final */). Šaltinis: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52015DC0192>
- Europos Komisija (2015 m.b). Europos bendrosios skaitmeninės rinkos strategija. Analizė ir argumentai (Komisijos tarnybų darbinis dokumentas). Šaltinis: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52015SC0100>
- Europos Komisija (2016 m.). Nauja Europos įgūdžių darbotvarkė. Drauge dirbant didinti žmogiškąjį kapitalą, įsidarbinimo galimybes ir konkurencingumą (Komunikatas COM(2016) 0381 final).
- Fielder, A., Vuorikari, R., Rodríguez-Priego, N., & Punie, Y. (2016 m.). *Background Review for the Development of the Digital Competence Framework for Consumers* („Aiškinamoji vartotojams skirtos skaitmeninių gebėjimų sistemos kūrimo apžvalga“). Mokslinių tyrimų centro techninė ataskaita. Leidinių biuras, Europos Komisija. EUR 28196.
- Tarptautinė telekomunikacijų sąjunga (2015 m.). *ICT Facts Figures 2015* („IRT: faktai ir skaičiai“). Šaltinis: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>
- Kampylis, P., Punie, Y., & Devine, J. (2015 m.). *Promoting effective digital-age learning: a European framework for digitally-competent educational organisations* Liuksemburgas, Leidinių biuras, Europos Komisija. Šaltinis: <http://bookshop.europa.eu/uri?target=EUB:NOTICE:LFNA27599:EN:HTML>
- Šiaurės ministrų taryba (2009 m.). *Teaching consumer competences - a strategy for consumer education: proposals of objectives and content of consumer education* („Vartotojų gebėjimų ugdymas. Vartotojų švietimo strategija. Pasiūlymai dėl vartotojų švietimo tikslų ir turinio“). Kbh.: Nordisk Ministerråd: Nordisk Råd: www.norden.org/order.
- Šiaurės valstybių ir Estijos vartotojų švietimo darbo grupė (2010 m.). *Teaching consumer competences- a strategy for consumer education. Proposals of objectives and content of consumer education* („Vartotojų gebėjimų ugdymas. Vartotojų švietimo strategija. Pasiūlymai dėl vartotojų švietimo tikslų ir turinio“) (Nr. TemaNord 2010:568). Šaltinis: http://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/opettajalle/julkaisut/en/temanord-2010568_with-the-appendix_final.pdf
- EBPO (2016 m.). *EBPO Tarybos rekomendacija dėl vartotojų teisių apsaugos elektroninės prekybos srityje*. Paryžius, Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros

organizacija. Šaltinis: <http://www.oecd-ilibrary.org/content/book/9789264255258-en>

Pedagogams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema (dar nepaskelbta). Leidinių biuras, Europos Komisija.

Jungtinių Tautų Darnaus vystymosi komisija (1994 m.). Jungtinių Tautų Darnaus vystymosi komisija, simpoziumas tvaraus vartojimo klausimais, Oslas.

Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero, S., & Brande, L. V. den. (2016 m.). „*DigComp 2.0*“: *piliečiams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema. 1 atnaujinimo etapas*. Liuksemburgas, Leidinių biuras, Europos Komisija. Šaltinis: <http://dx.publications.europa.eu/10.2791/11517>

I PRIEDAS. Terminų žodynelis

Bendro vartojimo ekonomika ir bendradarbiavimu grindžiamas vartojimas – šiuo terminu vadinami veiklos modeliai, kuriais tiekėjams (partneriams) ir vartotojams arba naudotojams (partneriams) padedama sukurti laikino prekių ar paslaugų naudojimo rinkas. Bendro vartojimo ekonomika apima tris dalyvių grupes: i) paslaugų teikėjus, kurie dalijasi turtu, ištekliais, laiku ir (arba) įgūdžiais: tai gali būti privatūs asmenys, kurie savo paslaugas siūlo nereguliariai, arba paslaugų teikėjai, vykdytys profesinę veiklą, ii) asmenis, kurie naudojami tomis paslaugomis, ir iii) tarpininkus, kurie, suteikdami internetinę platformą, teikėjus suveda su naudotojais ir palengvina jų tarpusavio sandorius (bendradarbiavimo platformos). Sudarant bendro vartojimo ekonomikos sandorius, nuosavybės teisės paprastai neperleidžiamos, tokie sandoriai gali būti atliekami siekiant pelno arba jo nesiekiant.

Autorių teisės – autoriui arba tam tikros literatūros arba meno produkcijos kūrėjui įstatymu suteiktų nematerialių teisių rinkinys, pagal kurį tam tikrą ribotą laikotarpį tam asmeniui (arba šaliai, kuriai jis perleidžia nuosavybės teises) suteikiama išskirtinė teisė dauginti tą produkciją norint ją išleisti ir parduoti.

Skaitmeninis turinys – bet koks turinys, kuris yra sudarytas iš įrenginiams nuskaitoma forma užkoduotų skaitmeninių duomenų ir kurį galima sukurti, peržiūrėti, platinti, keisti ir saugoti naudojantis kompiuteriais ir skaitmeninėmis technologijomis, pvz., internetu. Turinys gali būti nemokamas arba mokamas. Skaitmeninio turinio pavyzdžiai: tinklalapiai ir svetainės, socialiniai tinklai, duomenys ir duomenų bazės, skaitmeniniai garso įrašai, pvz., mp3 rinkmenos, elektroninės knygos, vaizdo žaidimai, kompiuterių programos ir programinė įranga (Vuorikari ir kiti, 2016 m.).

Skaitmeninių produktų vartotojas – asmuo, kuris perka prekes ir paslaugas, dalijasi jomis arba jas parduoda naudodamasis skaitmenine aplinka.

Skaitmeninė aplinka – aplinka arba vieta, sukuriama taikant technologijas ir skaitmeninius įrenginius, dažnai perduodama internetu arba kitomis skaitmeninėmis priemonėmis, pvz., judriojo ryšio tinklu. Asmens sąveikos su skaitmenine aplinka įrašai ir įrodymai yra jo skaitmeninis pėdsakas. „DigComp“ ir „DigCompConsumers“ sistemose terminas „skaitmeninė aplinka“ vartojamas skaitmeninių veiksmų fonui apibūdinti, nenurodant konkrečios technologijos ar priemonės (Vuorikari ir kiti, 2016 m.).

Skaitmeninė tapatybė – tai visos turimos skaitmeninės informacijos apie asmenį visuma. Labai sparčiai didėjant turimų duomenų kiekiui ir galimybėms apdoroti didelius duomenų rinkinius, ji tampa vis išsamesnė ir labiau atsekama (BCG, 2012 m.). Pavyzdžiui, vienas asmuo vieną e. pašto paskyrą galėtų naudoti asmeninėms reikmėms, o kitą – savo vartojimo sandoriams.

Skaitmeninė rinka. „DigCompConsumers“ sistemos požiūriu, skaitmeninė rinka yra įvairios svetainės, internetinės parduotuvės, programėlės, žaidimai, platformos, kuriuose vartotojai gali parduoti prekes ir paslaugas, jomis dalytis ir jas pirkti.

Asmens duomenys – tai bet kokia informacija, susijusi su asmeniu, kurio tapatybė yra nustatyta arba gali būti nustatyta (duomenų subjektas); asmuo, kurio tapatybė gali būti nustatyta, – tai asmuo, kurio tapatybė gali būti nustatyta tiesiogiai ar netiesiogiai, visų pirma pagal asmens tapatybės numerį arba vieną ar kelis to asmens fizinei, fiziologinei, protinei, ekonominei, kultūrinei ar socialinei tapatybei būdingus veiksnius (ES Duomenų apsaugos direktyva (95/46/EB)).

Privatumo politika – ši sąvoka yra susijusi su asmens duomenų apsauga, pvz., tuo, kaip paslaugų teikėjas renka, laiko, saugo, atskleidžia, perduoda ir naudoja informaciją (duomenis) apie savo naudotojus, kokie duomenys renkami ir t. t.

Tvarus vartojimas – tai prekių ir paslaugų vartojimas darant kuo mažesnę poveikį aplinkai, užtikrinant socialinį teisingumą ir ekonominį gyvybingumą, kartu patenkinant pagrindinius viso pasaulio žmonių poreikius. Tvaraus vartojimo tikslas keliamas

kiekvienam asmeniui, visiems sektoriams ir valstybėms, pradedant asmeniu ir baigiant vyriausybėmis bei tarptautiniais konglomeratais¹¹.

Tvari gamyba ir vartojimas – tai „prekių ir paslaugų vartojimas, kuriuo patenkinami pagrindiniai poreikiai ir pasiekama aukštesnė gyvenimo kokybė, per gyvavimo ciklą sunaudojant kuo mažiau gamtos išteklių, nuodingų medžiagų ir išmetant kuo mažiau atliekų ir teršalų, kad iš ateities kartų nebūtų atimta galimybė tenkinti savo poreikius.“ (Jungtinių Tautų Darnaus vystymosi komisija, 1994 m.).

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

2 PRIEDAS. „DigComp“ ir „DigCompConsumers“ sistemų tarpusavio ryšys

Šioje lentelėje parodyta, kaip, nustatant gebėjimus pagal „DigCompConsumers“ sistemą, remtasi piliečiams skirta skaitmeninių gebėjimų sistema („DigComp 2.0“).

„DigComp“	„DigCompConsumers“
1.1. Duomenų, informacijos ir skaitmeninio turinio naršymas, paieška ir filtravimas	Informacijos apie prekes ir paslaugas naršymas, paieška ir filtravimas
1.2. Duomenų, informacijos ir skaitmeninio turinio vertinimas	Informacijos apie prekes ir paslaugas įvertinimas ir palyginimas Komerinių pranešimų ir reklamos atpažinimas ir įvertinimas
1.3. Duomenų, informacijos ir skaitmeninio turinio tvarkymas	
2.1. Bendravimas naudojantis skaitmeninėmis technologijomis	Bendravimas skaitmeninėje rinkoje norint pirkti ir parduoti
2.2. Dalijimasis naudojantis skaitmeninėmis technologijomis	Dalijimasis informacija su kitais skaitmeninės rinkos vartotojais Dalyvavimas bendro vartojimo ekonomikos platformose
2.3. Naudojimasis piliečių teisėmis pasitelkiant skaitmenines technologijas	Vartotojų teisių gynimas skaitmeninėje rinkoje Mokėjimų ir finansų valdymas skaitmeninėmis priemonėmis
2.4. Bendradarbiavimas naudojantis skaitmeninėmis technologijomis	
2.5. Tinklo etiketas	
2.6. Skaitmeninės tapatybės tvarkymas	Skaitmeninės tapatybės ir profilio tvarkymas skaitmeninėje rinkoje
3.1. Skaitmeninio turinio kūrimas	
3.2. Skaitmeninio turinio integravimas ir tobulinimas	
3.3. Autorių teisės ir licencijos	Autorių teisių, licencijų ir sutarčių, susijusių su skaitmeninėmis prekėmis ir paslaugomis, supratimas
3.4. Programavimas	
4.1. Įrenginių apsauga	
4.2. Asmens duomenų ir privatumo apsauga	Asmens duomenų ir privatumo apsauga
4.3. Sveikatos ir gerovės apsauga	Sveikatos apsauga ir saugumo užtikrinimas
4.4. Aplinkos apsauga	Atsakingo ir tvaraus vartojimo aspektų paaiskinimas skaitmeninėse rinkose
5.1. Techninių problemų sprendimas	
5.2. Poreikių išsiaiškinimas ir atitinkamų technologinių sprendimų radimas	
5.3. Kūrybiškas skaitmeninių technologijų taikymas	
5.4. Skaitmeninių gebėjimų spragų nustatymas	Skaitmeninių produktų vartotojų gebėjimų spragų ir ribų nustatymas

3 PRIEDAS. Praktinių seminarų dalyviai

Praktinis seminaras Briuselyje, 2015 m. gruodžio 14–15 d.

Frank Molcker	ECDL fondas
Hanna Turetski	Estijos vartotojų apsaugos taryba
Cristophe Bernes	INC, Paryžius
Sissel Annie Husebråten	Vaiko teisių, lygybės ir socialinės įtraukties ministerija, Oslas
	Austrijos socialinių reikalų ministerija
Taina Mäntylä	Suomijos konkurencijos ir vartotojų apsaugos tarnyba
Vera Fricke	Vokietijos vartotojų organizacijų federacija
Anna Fielder	
Anita Forsnäsgrård	Švedijos vartotojų agentūra
Mattia Tempini	EK Teisingumo ir vartotojų reikalų GD
Julien Brugeroles	EK Teisingumo ir vartotojų reikalų GD
Katja Viertio	EK Teisingumo ir vartotojų reikalų GD
Anita Fokkema	EK Teisingumo ir vartotojų reikalų GD
Silvia Pella	EK Teisingumo ir vartotojų reikalų GD
Riina Vuorikari	EK JRC
Yves Punie	EK JRC
Martin Ulbrich	EK Ryšių tinklų, turinio ir technologijų GD
FAURE Jean-Pierre	Sekretoriatas, EESRK
Emanuele Ciriolo	EK JRC
Barbara Brečko	Ekspertė

Praktinis seminaras Sevilijoje, 2016 m. balandžio 28–29 d.

Hanna Turetski	Estijos vartotojų apsaugos taryba
Taina Mäntylä	Suomijos konkurencijos ir vartotojų apsaugos tarnyba
Vera Fricke	Vokietijos vartotojų organizacijų federacija
Cristophe Bernes	INC, Prancūzija
David Martin	Europos vartotojų organizacija (BEUC)
Rieko Tamefuji	EBPO
Muriel Santoro	Ekspertas, Prancūzija
Ingrid Kjørstad	Nacionalinis vartotojų reikalų tyrimo institutas (SIFO)
Eva van Reijmersdal	Socialinių ir elgsenos mokslų fakultetas Amsterdamo universitetas
Yves Punie	EK JRC
Riina Vuorikari	EK JRC
Stephanie Carretero	EK JRC
Nuria Rodriguez	EK JRC
René Van Bavel	EK JRC
Anita Fokkema	EK Teisingumo ir vartotojų reikalų GD
Barbara Brečko	Ekspertė
Anusca Ferrari	Ekspertė

„Europe Direct“ – tarnyba, padedanti rasti atsakymus į klausimus apie Europos Sąjungą.
Nemokamas telefono numeris*: 00 800 6 7 8 9 10 11

* Kai kurie mobiliojo ryšio operatoriai neleidžia skambinti numeriu 00 800 arba skambučiai šiuo numeriu yra mokami.

Daug papildomos informacijos apie Europos Sąjungą yra internete.
Jos galima ieškoti portale „Europa“ – <http://europa.eu>.

Kaip įsigyti ES leidinių

Mūsų leidinių galima įsigyti ES knygyne (<http://bookshop.europa.eu>)
– čia galėsite pateikti užsakymą pasirinktam pardavimo agentui.

Leidinių biuras turi pasaulinį pardavimo agentų tinklą.
Jų kontaktinius duomenis galite gauti atsiuntę faksogramą numeriu (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

