

Eduka platvormi saladus

Viimastel aastatel on maailma edukaimate ettevõtete seas järjest rohkem nn kahepoolseid platvorme. Kahepoolse platvormina käsitleb Euroopa Komisjon internetikeskkondi, mis ühendavad kahte eristatavat, kuid omavahel seotud kasutajagrupperi, kusjuures vähemalt ühe kasutajagrupperi platvormilt saadav kasu sõltub teise kasutajagrupperi platvormi aktiivsete kasutajate hulgast.



Kahepoolse platvormi haldaja ehk platvormi tegevust korraldava ettevõtja (nt Amazon ja Google) pakub platvormi kaudu teenuseid nii platvormil tegutsevatele kauplejale kui platvormil tegutsevatele tarbijale, mis loob platvormi haldaja jaoks samaaegselt kaks eristatavat turgu.

Sealjuures eristatakse platvormide seas kahte erinevat tüüpi platvorme. Esimeseks liigiks on platvormid, mis viivad kokku kaks kasutajagrupperi - nõ **ühendavad platvormid** (inglise keeles 'matching platforms'), nagu näiteks AirBnB. Teiseks liigiks on platvormid, mis võimaldavad ühele kasutajagrupperile publikut teise kasutajagrupperi näol - nõ **publikut pakkuvad platvormid või reklaamiplatvormid** (inglise keeles 'audience providing' või 'advertising' platforms), nagu näiteks Google.

Platvormina tegutsemise vorm toob kaasa mitmeid erisusi võrreldes nõ tavaliste ettevõtetega. Platvormi haldaja edu võivad sealjuures mõjutada mitmed faktorid, mis teatud määral erinevad nõ tavaliste ettevõtetete edu saladusest.

Tasuta teenuse osutamine. Üheks tihti tõstatavaks küsimuseks platvormide tegevuses on, kas tasuta teenuse osutamine omab mingit konkurentsioiguslikku tähendust. Ka Google üritas Google Search kaasuses väita, et tal ei ole otsingumootori kasutajate turul turgu valitsevat seisundit, sest ta ei küsi selle eest tasu. Siiski leidis Euroopa Komisjon, et Google'i väide tasuta teenusest on petlik, sest iga Google'is tehtud otsinguga annavad kasutajad Google'ile andmeid, mille alusel Google reklaamipakkujatelt raha teenib. See rõhutab hästi platvormile iseloomulikku tunnust, milleks on platvormi erinevate kasutajagrupperide omavaheline seotus.

Kasutajagruppide seotus. Platvormi iseloom seisneb selles, et platvormi populaarsus kasutajagrupi seas sõltub teise kasutajagrupi aktiivsete liikmete hulgast. See tähendab, et juhul, kui (eelkõige ühendavate platvormide puhul) ühe kasutajagrupi arv tõuseb, toob see kaasa ka teise kasutajagrupi liikmete arvu suurenemise, mis omakorda suurendab esimesse kasutajagruppi kuuluvate isikute hulka. Selline sõltuvus teistest platvormi kasutajatest loob tihti positiivset mõju tugevdava tsükli (inglise keeles "positive feedback loop"). See tsüklil võib efektiivse konkurentsi puudumisel aidata kaasa platvormi haldaja monopoolse seisundi tekkele, sest edu platvormil tegutsevale tarbijale suunatud turul toob kaasa ka edu platvormil tegutsevale kauplejale suunatud turul (ja vastupidi) ning seega on kahepoolse platvormi haldajal kerge väga kiiresti oma turujõudu kasvatada.

Neid kaudseid mõjusid (inglise keeles "indirect effects") analüüsis Euroopa Komisjon näiteks Microsofti kaasuses, kus ta tuvastas kahepoolse platvormi iseloomust tuleneva kaudse mõju operatsioonisüsteemide turul. Google Search kaasuses analüüsiti platvormi iseloomust tulenevat kaudset mõju, tuues välja, et mida rohkem andmeid Google oma kasutajatelt saab, seda kiiremini tema otsingusüsteem areneb, mis toob omakorda kaasa otsingute vastete kvaliteedi paranemise kasutajate jaoks. Kuna otsingutulemuste relevantsus on platvormi kasutajate jaoks peamine teenuse kvaliteedinäitaja, siis tõi Google Search kaasuses suurem relevantsus kaasa ka platvormi kasutajate hulga suurenemise ning Google'i võimaluse küsida reklaamipakkujatelt iga külalstatud reklaami kohta rohkem tasu. See omakorda põhjustas Euroopa Komisjoni sõnul konkureerivate kahepoolsete platvormide haldajate otsingumootorites nagu näiteks Bing, tehtud otsingute mahu vähenemise ja teenuse arendamise võimaluste ahenemise. See aga tugevdab veelgi Google'i turgu valitsevat seisundit.

Innovatsioon. Selleks, et platvorm vastaks jätkuvalt sellel tegutsevate isikute nõudmistele, peab platvormi haldaja platvormi pidevalt arendama. Seetõttu võib ka üldiselt väiksema turuosaga platvormi turuosajutiselt suureneda, kui ta on uue kasutajasõbraliku lahenduse kasutamisel esimeste seas ning suudab tänu sellele endale konkureerivatelt platvormidelt või teistelt ettevõtjatelt kliente meelitada. Internetiplatvormide puhul vajab innovaatilisus erilist kaitset, et tagada konkureerimisvõimelisus ning turu jätkuv areng. Ka Euroopa Kohus leidis Skype'i ja Microsofti koondumisotsust vaidlustavas lahendis Cisco Systems, et kiiresti kasvavatele sektoritele on iseloomulik lühikesed innovatsiooniperioodid, mille jooksul tekkiv suur turuosajutis ei pruugi viidata turgu valitseva seisundile.

Asjaolu, et platvormidel tegutsevad mitmed osapooled ja erinevad kasutajagrupid, kelle seas on tihti just füüsilised isikud, tähendab ka, et platvormi haldaja jaoks on väga oluline isikuandmete kaitse. Sealjuures peaksid platvormi haldajad tulenevalt platvormi spetsiifilisest ülesehitusest pöörama erilist tähelepanu just järgmistele isikuandmetele puudutavatele teemadele.

Vastutav ja volitatud töötleja. Isikuandmete kaitse õiguses eristatakse kahte rolli – andmete vastutav ja volitatud töötleja. Sealjuures, just vastutav töötleja on see, kellele on suunatud enamus rangeid isikuandmete kaitse alaseid kohustusi. Samuti, vastutava töötleja vastutus on suurem kui volitatud töötlejal. Sellepärast on väga oluline, et platvormi haldaja ning tema koostööpartnerid, kes samuti platvormi pidada aitavad, saaksid ühte moodi aru sellest, kes on vastutav töötleja, kes on volitatud töötleja. Isikuandmete kaitse üldmäärus eristab ühte õigussuhet veel – kaasvastutavad töötlejad.

See viimane määratlus – kaasvastutavad töötlejad – tekitabki praktikas kõige rohkem segadust. Isikuandmete vastutava ja volitatud töötleja rolle on niikuinii väga tihti raske kindlaks määrata. Platvormide puhul muutub küsimus rollidest keeruliseks just siis, kui platvorm pakub teenuseid nii kauplejatele kui ja tarbijatele. Valdavalt on platvormide puhul olnud arusaam selline, et platvormi haldaja on volitatud töötleja ning kaupleja, kes platvormi kaudu enda teenuseid füüsilistele isikutele pakub, on ise vastutav töötleja.

Isikuandmete vastutava ja volitatud töötleja eristamisel tuleb küsida, et kumb osapool määrab kindlaks töötlemise eesmärgid ja vahendid. Platvormide puhul võib piiri tõmbamine olla väga raske. Platvormi kasutamise viisid ja tingimused – mis puudutab ka isikuandmete töötlemist – määratakse suures osas kindlaks platvormi haldaja poolt. Samal ajal on kaupleja otsustanud, milliseid teenuseid ta enda klientidele pakub, platvorm on üksnes abivahend. Keeruliseks muudabki olukorra see, et teatud isikuandmete töötlemise viisid võivad siiski olla kindlaks määratud platvormi haldaja enda, mitte kaupleja poolt. Rollide õige määratlemine on kõigi osapoolte jaoks oluline, sest vastutava ja volitatud töötleja kohustused on erinevad. Lisaks kohustab üldmäärus selgitama andmesubjektile, kes on vastutav ja kes volitatud töötleja.

Läbipaistvus. Lisaks sellele, et andmesubjektile tuleb selgelt öelda, kes on tema isikuandmete vastutav töötleja, peab andmesubjektile arusaadavalt selgitama ka isikuandmete töötlemise eesmärgid, õiguslikke aluseid, säilitamise tähtaegu ning andma muud teavet. Sealjuures, erilist tähelepanu tuleb läbipaistvuse tagamiseks pöörata juhul, kui platvormi kasutajate isikuandmeid analüüsitakse turunduslikel eesmärkidel. Andmesubjekti käitumis- ja tarbimisharjumuste analüüsimine võib endast kujutada „profiilanalüüsi“ üldmääruse tähenduses. Profiilanalüüsi puhul nõuab üldmäärus, et andmesubjektile esitatakse ka teave kasutatava loogika ja selle kohta, millised on sellise isikuandmete töötlemise tähtsus ja prognoositavad tagajärjed andmesubjekti jaoks.

Isikuandmete kasutamine koostööpartnerite poolt. Platvormi kasutajate isikuandmeid ei tohi edastada kolmandatele isikutele, kui selleks ei ole sobivat õiguslikku alust. Platvormi haldajad kaasavad väga tihti platvormide arendamisse ning teenuste pakkumisse erinevaid koostööpartnereid. Koostööpartner võib täita platvormi haldaja jaoks väga piiritletud ülesandeid – näiteks pakkuda teenust, mis seisneb nõuvestlusakna tekitamises platvormil, et klienditeenindajal oleks võimalik vestlusakna kaudu kliendiga otse suhelda. Juhul, kui koostööpartner saab endale ligipääsu klientide isikuandmetele, võib tal olla ka soov saata neile näiteks otseturundust enda teenuste kohta.

Sellepärast on väga oluline koostööpartneritele selgitada, et juhul, kui nad otsustavad, et hakkavad klientide isikuandmeid enda poolt kindlaksmääratud eesmärkidel töötlemas, muutuvad nad iseseisvaks vastutavaks töötlejaks. Sellisel juhul peavad nad enne isikuandmete töötlemist veenduma selles, et neil on töötlemiseks olemas sobiv õiguslik alus. Koostööpartneritega sõlmitavates lepingutes on kindlasti oluline kokku leppida, et pooled saavad eelmainitud põhimõttest ühtmoodi aru. Kuivõrd andmekaitse reeglite mittejärgimisega võivad kaasnedu ulatuslikud sanktsioonid, on oluline valida usaldusväärsed koostööpartnerid, keda enda platvormi tegevusse kaasata. Kindlasti tasuks veenduda selles, et teenusepakkuja võtab isikuandmete kaitset tõsiselt.

Seega saame põnevusega jälgida, millise platvormi haldaja suudab järgmistel aastatel tõusta konkurentidest paremale positsioonile. Üks on siiski kindel – edu saavutamisel on oluline juba alguses järgida ka andmekaitse nõudeid, et mitte takerduda hilisemalt tüütutesse õiguslikesse vaidlustesse. Juhul, kui sellised vaidlused siiski tekivad või on hoopiski soov juba praegu saada õigusnõu ning seeläbi olla konkurentidest paremal algspositsioonil, oleme hea meelega valmis aitama.



TEA PARK (CIPP/E, CTO)
VANDEADVOKAAT,
TEHNOLOOGIAJUHT (CTO)

(+372) 66 76 440

TEA.KOOKMAA@NJORDLAW.EE