

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Kirke Roste

**EUROOPA LIIDU ISIKUANDMETE KAITSE ÜLDMÄÄRUS  
EESTI TARBIJA JA ANDMETÖÖTLEJA PERSPEKTIIVIST**

Lõputöö

Õppekava MAJANDUSARVESTUS JA ETTEVÕTLUSE JUHTIMINE,  
peaeriala teenuste turundus ja juhtimine

Juhendaja: Kristo Krumm, MBA

Tallinn 2019

Deklareerin, et olen koostanud töö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on 9747 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Kirke Roste .....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 154457BDMR

Üliõpilase e-posti aadress: kirkerotse92@gmail.com

Juhendaja: Kristo Krumm, MBA

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

## SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE.....	4
SISSEJUHATUS .....	5
1. EUROOPA LIIDU ISIKUANDMETE KAITSE ÜLDMÄÄRUSE TUTVUSTUS.....	7
1.1. GDPR-i vajalikkus ja andmete töötlemise põhimõtted .....	8
1.2. Andmesubjekti õigused ja võimalused .....	9
1.3 Andmetöötleva kohustused ja võimalused .....	10
2. EUROOPA LIIDU ISIKUANDMETE KAITSE ÜLDMÄÄRUSE ANALÜÜS TARBIJA JA ANDMETÖÖTLEJA PERSPEKTIIVIST .....	13
2.1. Uurimisprobleemi, -eesmärgi ja -meetodi kirjeldus .....	13
2.2 GDPR tarbija perspektiivist.....	16
2.3 GDPR andmetöötleva perspektiivist .....	25
2.4 Järeldused ja ettepanekud .....	33
KOKKUVÕTE .....	41
SUMMARY.....	44
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU .....	47
LISAD .....	50
Lisa 1. Tarbijaküsitluse tulemuste koondtabel .....	50
Lisa 2. Andmetöötlevate küsitluse koondtabel.....	53

## LÜHIKOKKUVÕTE

Hiljaaegu hakati kohaldama uut Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärust (inglisekeelne lühend GDPR), mille peamine eesmärk on kaitsta füüsilise isiku õigusi ning anda talle tagasi kontroll oma andmete üle. Samuti luua läbi kogu EL hõlmava seadusandluse ühtlasem konkurents turul ja parem ettevõtluskeskkond.

Uue määruse jõustumisele eelneval ettevalmistusperioodil jäi silma GDPR-i ümber ehitatud aktiivne äritegevus, mis andis alust arvata, et fookus on nihkunud oluliselt kõrvale. Antud probleemile tuginedes on lõputöö eesmärgiks välja selgitada, kuidas Eesti tarbija ning andmetöötaja hindavad andmekaitse valdkonna olulisust ning kas ja millisel määral tunnetavad nad GDPR-i poolt antud õigusi, kohtustusi ja võimalusi.

Eesmärgi täitmiseks viidi läbi kaks küsitlust, millest esimene oli suunatud Eesti tarbijale ning teine ettevõtetele, organisatsioonidele ning asutustele, kelle igapäevaste tööprotsesside hulka kuulub ka andmete töötlemine. Anonüümses tarbijaküsitluses osales kokku 263 inimest viiest erinevast vanuserühmast. Teises uuringus jagas oma kogemusi 26 ettevõtet, organisatsiooni või asutust nii telekommunikatsiooni, e-kaubanduse, turismi, infotehnoloogia, transpordi, õigusabi kui ka teistest tegevusvaldkondadest.

Töö esimeses osas antakse ülevaade GDPR-i vajalikkusest ning õigustest, kohustustest ja võimalustest nii tarbijale kui ka andmetöötajale. Teises peatükis kirjeldatakse uurimisprobleemi, - eesmärki ja läbi viidud küsitlusi ning keskendutakse kogutud andmete analüüsile ja järelduste tegemisele. Samuti on teises osas välja toodud autori poolsed ettepanekud ja sooviused, mis puudutavad nii tarbijat, andmetöötajat kui ka järelvalet teostavat asutust.

Võtmesõnad: isikuandmete kaitse, Euroopa Liit, GDPR, tarbija, andmetöötaja

## SISSEJUHATUS

Infoajastul on iga äri aluseks andmed ning võime koguda, hankida, töödelda ja analüüsida teavet eristab edukaid ebaõnnestujatest. Ettevõtteid seisavad küsimuse ees, kuidas säilitada konkurentsivõime, samas hoides või isegi suurendades usaldusväärust nende inimeste hulgas, keda teenindatakse. Olukorras, kus informatsioonist on saanud äri, oli vaja anda tarbijale tagasi kontroll oma isikuandmete töötlemise üle ning luua parem ettevõtluskeskkond. See kutsus esile vajaduse uue seadusandluse järele ning 24.mai 2016 jõustuski Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärus (GDPR – *General Data Protection Regulation*). (Flanagan 2018)

GDPR on täielikult muutnud äriprotsesse, mõjutades ilmselt kõiki osakondi, kuid enim just turundust. Andmed on kriitiline osa turundusstrateegiast, mistõttu tuleb GDPR-i valguses teha selles valdkonnas ümberkorraldusi. Mittevastavus määrusele võib viia oma suurima vara, andmete, kaotamiseni (GDPR FAQs ... 2018). Kui võtta ära võimalus suhelda kliendiga ning sõlmida tehinguid, siis takistab see kindlasti äri kasvu. (MARKETERS ... 2018)

Kõrged trahvimäärad, hirm mainekahju ees ning ka ootamatult suurenenud töömaht kannustas ettevõtteid kaheaastase viitaja jooksul rakendama suures mahus nii ajalist, rahalist kui ka inimressurssi. Kasutati õigusteenuseid siseauditite läbiviimiseks ja protsesside korrastamiseks, saadeti töötajaid erinevatele koolitustele või palgati konsultante organisatsiooni siseselt teavitustöö tegemiseks. Ametisse nimetati rohkelt andmekaitespetsialiste. Keskmiselt hinnatakse Euroopa ettevõtte kuluks ettevalmistusperioodil 1,3 miljonit eurot. (Maulen 2018)

GDPR-ist kujunes omaette äritegevus, mistõttu tekkis küsimus, kas ehk liikus fookus oluliselt kõrvale. Reformi peamine eesmärk on kaitsta füüsilise isiku huve ning anda talle suurem kontroll oma isikuandmete üle. Samuti läbi ühtse seadusandluse tasandada konkurentsi turul ning läbi selle luua parem ettevõtluskeskkond. Sellest lähtuvalt on lõputöö uurimisprobleemiks välja selgitada, kas tehtud investeeringud on end ära tasunud nii Eesti tarbija kui ka andmetöötaja perspektiivist.

Lõputöö eesmärgiks on leida, kuidas Eesti tarbija ning andmetöötaja hindavad andmekaitse valdkonna olulisust ning kas nad tunnetavad GDPR-i poolt antud õigusi, kohtustusi ja võimalusi.

Eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgmised ülesanded:

- viia läbi küsitlus nii tarbijate kui ka andmetöötajate hulgas;
- analüüsida saadud tulemusi ning teha järeldusi;
- anda hinnang GDPR-le tarbija perspektiivist ning teha asjakohaseid ettepanekuid;
- tutvustada EL isikuandmete kaitse üldmääruse põhilisi aspekte andmetöötaja vaatenurgast.

GDPR-i rakendamisest on möödas vaid loetud kuud, mistõttu on teema aktuaalne ning asjakohane. Andmekaitse valdkond on pidevas arengus ning uue määrusega tõmmati sellele vajalikku tähelepanu. Töö teema sai valitud just seetõttu, et tegemist on päevakajalise probleemiga, mille vajalikkust mõistetakse väga erinevalt. Samuti ei ole varem valminud andmekaitse reformi sellisel viisil käsitlevat akadeemilist tööd, mis läbi on tagatud uuenduslikkus.

Lõputöö on jagatud kaheks osaks. Esimene neist annab ülevaate Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmääruse vajalikkusest ja eesmärgist. Samuti kirjeldatakse nii tarbija kui ka andmetöötaja kohustusi, õigusi ja võimalusi.

Teises osas tutvustatakse lõputöö uurimisprobleemi, -eesmärki ja -meetodeid. Sellele järgneb andmete analüüs, mille põhjal antakse hinnang andmekaitse reformile nii Eesti tarbija kui ka andmetöötaja perspektiivist. Peatüki lõpus tehakse järeldusi ning esitatakse asjakohased ettepanekud.

# 1. EUROOPA LIIDU ISIKUANDMETE KAITSE ÜLDMÄÄRUSE TUTVUSTUS

14. aprill 2016 kiideti Euroopa Parlamendis heaks andmekaitse reformi pakett, mis jõustus 24. mai 2016. Seadusmuudatusega soovitakse tagada kodanikele suurem kontroll oma isikuandmete üle ning kogu EL-i hõlmava määrusega luua parem ettevõtluskeskkond. 25. mai 2018, pärast kahe aastast viitaega, hakati kohaldama Euroopa Liidu isikuandmete kaiste üldmäärust (inglisekeelne lühend GDPR). (Millised ... 2018)

Seni kehtinud 1995. aasta andmekaitse direktiiv 96/94 pärineb ajast, millal vähem kui 1% eurooplastest oli ligipääs internetile. Vahepeal on toimunud aga märkimisväärne areng meie interneti kasutamise harjumustes, samuti on muutunud fundamentaalselt andmete töötlemise viisid. GDPR-ga astuti tänapäevasesse infoühiskonda, mille kiirete protsessidega soovitakse kaasas käia. (Tjalsma ... 2017)

GDPR on otsekohalduv õigusraamistik, mis laieneb kõigile ettevõtetele, organisatsioonidele ja asutustele kes ükskõik millisel viisil töötlevad EL kodanike andmeid, vaatamata sellele, kas töötleja asub liidu piirides või mitte (The GDPR: ... 2018). Vastavalt erinevatele eesmärkidele töödeldakse nii praeguste, potentsiaalsete kui ka endiste töötajate, klientide, tarnijate, toetajate ja teiste andmeid. Teabe kasutamise motiiviks võib olla nii õiguslik alus, seadusest tulenev kohustus, avaliku sektori asutuse seaduslik ülesanne, lepingu täitmine, õigustatud huvi kui ka nõusolek. (Matteus 2018)

Uus määrus ei sõltu tehnoloogiast, mis tähendab, et reeglid kehtivad vaatamata sellele, milliseid lahendusi ettevõttes kasutatakse või kuidas andmeid hoiustatakse. Seega tuleb GDPR-i nõudeid täita nii neil, kes kasutavad keerukaid IT-lahendusi, kui ka neil, kelle töö toimub paberkandjatel. (The GDPR: ... 2018)

GDPR käsitleb andmesubjektina füüsilist isikut, kes on otseselt või kaudselt tuvastatav erinevate identifitseerimistunuste põhjal, nagu näiteks nimi, isikukood jne. Siinkohal ei tohi ära unustada ka organisatsioonide töötajaid ning tarnijate ja koostööpartnerite kontaktisikuid, kelle õigusi tuleb

samuti kaitsta. Andmetöötlejaks on ettevõte, organisatsioon või asutus, kes viib läbi isikuandmete või nende kogumitega automatiseeritud või automatiseerimata toiminguid. (Matjus 2018)

Isikuandmete töötlemisel on väga erinevaid eesmärke, nagu näiteks personaliarvestus, klientide haldus, õigustatud kohustused, toodete ja teenuste pakkumine, monitoorig, otseturundus ja profileerimine. Iga eesmärgi täitmisel on oluline aru saada, milliseid andmeid selleks vajatakse. Rakendada tuleb minimaalsuse printsiipi, mis tähendab, et koguda tuleb andmeid vaid mahu, mis on vajalik eesmärgi saavutamiseks, ning neid hoiustada ettenähtud aja jooksul. (Matjus 2018)

### **1.1. GDPR-i vajalikkus ja andmete töötlemise põhimõtted**

Infoajastu ja teabe valdkonna kiire areng ning üha sagedasem andmete töötlemine tõstis esile vajaduse kaitsta üksikisikute põhivabadusi- ja õigusi. Liiga suur erinevus liikmesriikide õigusaktide vahel võib siinkohal pärssida ühtse turu funktsioneerimist ning takistada isikuandmete vaba liikumist. (Millised ... 2018)

Kliendirahulolu ning usalduse võitmise seisukohast on andmekaitse ülimalt oluline. Tarbijad on alati ettevõtet karistama, kui ilmneb teabe väärkasutamine, lekkimine või mõni valdkonda puudutav rikkumine. Lisaks rahalistele trahvidele ohustab andmetöötlejaid mainekahju, mida ilmselt ei soovi ükski organisatsioon kanda läbi suutmatuse kaitsta oma klientide huve. (Consumers ... 2018)

Käesoleval hetkel tuleb andmete turvalisuse tagamiseks asetada mudeli keskmesse tarbija ning austada tema piire (Automating ... 2018). Ettevõtteid, kes ei suuda üksikisikute andmeid piisavalt kaitsta, ohustab risk kaotada tarbijate usaldus. Usaldus on aga määrava tähtsusega, et julgustada kliente tarbima uusi tooteid ja teenuseid. (The GDPR: ... 2018)

Uues määruses seatakse andmete töötlemisele 7 peamist põhimõtet (Irwin 2018a):

- seaduslikkuse põhimõte – andmete kogumine ja töötlemine on läbipaistev, seaduslik ja õiglane;
- eesmärgikohasuse põhimõte – andmeid kogutakse ja kasutatakse vaid õigustatud ülesande täitmiseks;
- minimaalsuse põhimõte – kogutakse vaid neid andmeid, mis on vajalikud eesmärgi täitmiseks;



- kasutuse piiramise põhimõte – isikuandmeid võib kasutada vaid kindla eesmärgi saavutamiseks;
- andmete kvaliteedi põhimõte – isikuandmed peavad olema ajakohased, täielikud ja vajalikud eesmärgi saavutamiseks;
- turvalisuse põhimõte – isikuandmeid tuleb kaitsta parimal võimalikul kättesaadaval viisil ning rakendada selleks ajakohaseid turvameetmeid;
- individuaalse osaluse põhimõte – andmesubjekt peab saama kasutada talle seaduse poolt ette nähtud õigusi.

## 1.2. Andmesubjekti õigused ja võimalused

Vastavalt Euroopa Liidu põhiõiguste hartas ning Euroopa Liidu toimimise lepingus sätestatud on kõigil õigus oma isikuandmete kaitsele (EL 2016/679). Üldmääruse keskmes on füüsiline isik, kellele on ette nähtud tema õigused. Vähem teada on asjaolu, et enamuse neist oli kasutusel juba enne GDPR-i jõustumist. Täiesti uuena toob määrus sisse õiguse nõuda oma andmete ülekandmist ühe andmetöötleva andmebaasist teise juurde. Vastavalt üldmäärusele on andmesubjektil alljärgnevad õigused (Matjus 2018):

- õigus teada, kuidas tema kohta käivad andmeid töödeldakse;
- õigus tutvuda oma andmetega ning saada infot, kas ja milliseid isikuandmeid töödeldakse;
- õigus taotleda isikuandmete parandamist;
- õigus nõuda andmete kustutamist;
- õigus piirata oma isikuandmete töötlemist;
- õigus mitte olla automaatsete otsuste subjektiks.

Oluline on märkida, et õigus andmete ülekandmiseks ei ole absoluutne kohustus. Tarbija saab seda nõuda andmetöötlevalt vaid juhul, kui selleks on olemas tehniline valmisolek. Vastasel juhul tuleb andmetöötlejal võimaluse puudumist põhjendada. Ettevõtetal ei lasu kohustust anda välja informatsiooni, mis sisaldab ärisaladust või millele on loodud iseseisev väärtus. (Mida ... 2018)

GDPR loob mitmeid eeliseid, mille kasu saab tarbija tulevikus tunda. Andmetöötlevad on sunnitud lähenema teabe kogumisele nutikalt. Läbi on aeg, kus küsiti andmeid massiliselt, ka väljaspool püstitatud eesmärgi piire. Kaasahaaratus suurendamiseks tuleb pakkujatel mõelda aina rohkem sellele, kuidas võita tarbija usaldus. Üks võimalusi selleks ongi olla avatud kliendi suunas, muuta oma protsessid võimalikult läbipaistvaks ning tagada kasutajamugavus. (Ismail 2018)

Uue regulatsiooni valguses saab tarbija olla rohkem kindel, et andmetöötled kasutavad ajakohaseid meetmeid turvalisuse tagamiseks. Läbi rohkelt kõlapinda saanud GDPR-i on andmekaitse valdkond tõusnud Euroopa Liidus päevakajaliseks teemaks. Aina rohkem mõistetakse, kui oluline on kaasahaaratusel loomisel usalduslikud suhted, mida ükski ettevõtte oma klientidega rikkuda ei soovi. Mida teadlikumaks muutuvad inimesed, seda suurem surve lasub andmetöötledel võtta arvesse tarbijate huve. (Ismail 2018)

### **1.3 Andmetöötledja kohustused ja võimalused**

Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärus näeb ette juhud, millal ettevõttel, organisatsioonil või asutusel lasub kohustus ametisse nimetada andmekaitse spetsialist. Näiteks peavad seda tegema avaliku sektori asutused ja organid. Lisaks sellele on ajutiselt või alaliselt värvanud spetsialiste ka need ettevõtted, kellel otsest kohustust ei lasu, et toime tulla suurenenud töömahu ning karmistunud reeglitega. (Kes ... 2018)

GDPR näeb ette andmetöötledjatele ranged rahalised karistused, mis ulatuvad kuni 4% -ni eelneva majandusaasta käibest või 20 000 000 euroni (kumb iganes on suurem). Antud reegel kehtib nii andmete haldajatele kui ka töötledjatele, mis tähendab, et pilveteenused ei ole riskist vabastatud. See peaks motiveerima ettevõtteid viima oma tegevuse seadusega kooskõlla ning tagama klientide andmete turvalise töötlemise. (GDPR Key ... 2018)

Vaatamata turvameetmetele võib ilmnedda ettevõttele usaldatud andmete haldamisel tahtlikke või tahtmatuid rikkumisi. Uues määruses on kehtestatud andmetöötledjatele kindel kord rikkumistest teatamiseks, mis tähendab, et võimuorganit tuleb informeerida 72 tunni möödumisel rikkumise avastamisest. Vastavalt rikkumise ulatusest, võib vastutaja olla kohustatud teavitama ka kõiki asjasse seotud üksikisikuid. (The GDPR: ... 2018)

Kuigi määrus ei nõua andmete kaardistamist on see oluline erinevate ülasannete täitmiseks. Andmete kaardistamine ei ole eesmärk omaette, oluline on aru saada, mis organisatsioonis toimub. Teadmine selle kohta, milliseid andmeid, kuidas ja kus hoiustatakse, annab vajaliku ülevaate ning aitab vähendada riske. Samuti aitab tõsta äriprotsesside ja IT süsteemide efektiivsust ja kasutada andmebaase targemalt. (Matjus 2018)

Andmetega kauplemise ajastul muudab GDPR märgatavalt äristrateegiaid, mis on sisse juurduvad enam kui 20 aasta jooksul. Selle asemel, et käsitleda GDPR-i takistusena, on turundajatel suurepärane võimalus luua brändi ja kliendi vahelisi usaldussuhteid täiesti uuel viisil. GDPR loob uue dünaamika, kus tuleb oma klienti tundma õppida ja võtta arvesse tema piire. Varasemat mõtteviisi on vaja rakendada väiksematele, kuid potentsiaalselt väärtuslikumatele andmekogumitele. (Welz 2018)

Masspostitusi vaadeldakse automaatselt rämpspostina, liiga tihe või ebaoluline reklaam aga ei lähe tarbijale korda. Kaasatuse saavutamiseks tuleb oma kliendile läheneda nutikalt ning teha järjepidevalt tööd. Sihitud, asjakohane ja personaalne turundus köidab tarbija tähelepanu ning tagab eduka eesmärgi täitmise. Edukas turundus on pakkuda õiget asja selleks sobiva ajal huvitatud inimestele. (Welz 2018)

GDPR andis alguse põnevale ajajärgule, kus strateegilised turundajad suudavad säilitada oma brändi olulisust ning hoida kliente vabatahtlikult kaasatuna. Sealjuures peab kogu protsess olema läbipaistev ja seaduspärane. Suhete loomisel tuleb astuda tarbijale samm lähemale ja jagada neile piisavalt ning arusaadavas keeles informatsiooni andmete töötlemise eesmärgist ja põhimõtetest. Läbi selle on võimalik kasvatada inimeste usaldust ettevõtte vastu. (GDPR: ... 2018)

Peamiseks andmete töötlemise aluseks on olnud füüsilise isiku nõusolek. GDPR-i artiklis 7 kehtestatud rangemad nõuded viitavad sellele, et paljud varasemalt võetud aktseptid enam pärast 25.maid 2018 ei päde. Andmete kasutajatele on oluline mõista, kas teabe töötlemine toimub õigustatud huvi alusel või vajatakse tarbija nõusolekut. Uute aktseptide küsimisel riskiti sellega, et kaduda võis väiksem või suurem osa olemasolevatest klientidest. (Clearwater, Philbrook 2018)

Rangemate nõuete taga on eesmärk, et tarbija mõistaks täielikult, millega ta nõustub. GDPR näeb ette, et kõik aktseptid peavad olema vabatahtlikud, spetsiifilised, tagama kliendile piisava informatsiooni ning olema üheti mõistetavad. Samuti peab olema nõusolek võetud taasesitataval kujul, mis on oluline näiteks vaidluste lahendamise seisukohast. Tarbijate eksitamine, vale informatsiooni jagamine ning kõik eeltäidetud linnukesega kastid on keelatud. Samuti peab olema füüsilise isikule tagatud võimalus oma õigusi kasutada ning nõusolekust taganeda. (Clearwater, Philbrook 2018)

Positiivse aspektina saab välja tuua, et EL ülene määrus loob tulevikus parema ettevõtluskeskkonna kõigile, kes on oma protsessid GDPR-ga vastavusse viinud. Seadusandluse

tasandamine eri liikmesriikide vahel võtab veel aega, kuid hiljem tagab see, et uuele turule sisenedes ei tule oma strateegiat muuta vastavalt kohalikule andmekaitse seadusele. Seeläbi eeldatakse, et Euroopa ettevõtte hoiab halduskuludelt kokku keskmiselt 2,3 miljonit eurot aastas. (Tjalsma 2017).

Ühtne seadusandlus on oluline ka seetõttu, et 3.detsember 2018 geoblokeeringu kadumisega muudab liidu turg veelgi avatumaks ning eeldatavalt suureneb andmete piiriülene liikumine. Euroopa Parlament näeb ette, et reisimine, ostlemine ja suhtlemine peab liidu territooriumil toimuma ilma diskrimineerimise, piirangute ja lisakuludeta. (Online ... 2018)

## **2. EUROOPA LIIDU ISIKUANDMETE KAITSE ÜLDMÄÄRUSE ANALÜÜS TARBIJA JA ANDMETÖÖTLEJA PERSPEKTIIVIST**

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks viidi läbi kaks uuringut, millest esimene oli suunatud täisealisele Eesti tarbijale. Sellest võttis osa 263 inimest. Teine ankeet suunati Eesti andmetöötlejatele, millele õnnestus kokku saada 26 vastust. Selleks, et kogutud andmete põhjal teha järeldusi, on need koondatud ning analüüsitud kasutades statistilisi meetodeid, nagu näiteks T-test ja dispersioonanalüüs, mis võimaldavad võrrelda omavahel erinevaid rühmasid.

Esimeses alapeatükis on kirjeldatud lõputöö uurimisprobleemi, -eesmärki ja -meetodit. Teise põhjal on võimalik teha järeldusi, kuidas hindab Eesti tarbija GDPR-i järgselt andmekaitse valdkonda, milliseid probleeme esineb ning kas ja millisel määral on andmekaitsereform end õigustanud. Kolmandas osas tutvustatakse EL isikuandmete kaitse üldmääruse põhilisi aspekte andmetöötleja vaatenurgast. Viimases alapeatükis koondatakse järeldused nii tarbijate kui ka andmetöötlejate kohapealt ning esitatakse asjakohaseid ettepanekuid.

### **2.1. Uurimisprobleemi, -eesmärgi ja -meetodi kirjeldus**

Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärus muutis täielikult äriprotsesse, mis käsitlevad just andmete töötlemise valdkonda. See puudutab ilmselt kõiki osakondi, kuid enim just turundust. Hirm kõrgete trahvide ning mainekahju ees pani ettevõtteid pingutama, et viia kõik protsessid määrusega vastavusse. (Maulen 2018)

Õiguslase taustata inimestele raskelt mõistetav määruse sisu, vähene ja puudulikud juhendid ning segased nõuded panid andmetöötlejad olukorda, kus oli vaja rakendada välist abi. Kasutati õigusbüroosid siseauditite läbi viimisel ja vajaliku dokumentatsiooni koostamisel, töötajaid saadeti erinevatele koolitustele või palgati konsultante asutuse siseselt teadlikkuse tõstmiseks. Ootamatult suurenenud töömaht ning määrusest tulenev kohustus tekitas vajaduse nimetada ametisse hulgaliselt andmekaitsespetsialiste. (Maulen 2018)

Ettevõtetes rakendati GDPR-ks valmistumisel rohkelt nii ajalist, rahalist, kui ka inimressurssi. Keskmiselt hinnatakse Euroopa andmetöötleva investeringuks 1,3 miljonit eurot (Maulen 2018). Samas oli suures osas tegu möödapääsmaatute kulutustega, sest nagu ka varem kogetud, on uued seadused tihtilugu ebamäärased ning nendest arusaamiseks on vaja kasutada kulukate ekspertide abi. Olukorras, kus määruses nähakse ette nõuded, kuid nende täitmiseks puuduvad täpsed juhised, tuleb ettevõtetel leida viis enda kindlustamiseks. (Smith 2018)

Suurel hulgal koolitajaid, konsultante, juriste ning teisi valdkonna spetsialiste teenis viitajal ettevõtete nõustamiselt märkimisväärset kasu. Mida lähemale jõudis uue määruse rakendamine, seda rohkem jäi mulje, et GDPR-i ümber ehitati üles äri ning fookus nihkus oluliselt eemale. Sellest lähtuvalt on lõputöö uurimisprobleemiks välja selgitada, kas tehtud investeeringud on end ära tasunud nii Eesti tarbija kui ka andmetöötleva perspektiivist.

Lõputöö eesmärk on leida, kuidas Eesti tarbija ning andmetöötleva hindavad andmekaitse valdkonna olulisust ning kas nad tunnetavad GDPR-i poolt antud õigusi, kohtustusi ja võimalusi. Eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järmised ülesanded:

- viia läbi küsitlus nii tarbijate kui ka andmetöötlevate hulgas;
- analüüsida saadud tulemusi ning teha järeldusi;
- anda hinnang GDPR-le tarbija perspektiivist ning teha asjakohaseid ettepanekuid;
- tutvustada EL isikuandmete kaitse üldmääruse põhilisi aspekte andmetöötleva vaatenurgast ning teha asjakohaseid ettepanekuid.

Tarbija seisukoha hindamiseks, viidi läbi anonüümne küsitlus kasutades kvantitatiivset meetodit. Ankeet loodi Google Forms keskkonnas ning levitati lingi jagamise meetodil peamiselt sotsiaalmeedia platvormil Facebook. Vastuseid koguti perioodil 2. – 7. oktoober. Uuring oli suunatud täisealistele eesti keelt kõnelevatele inimestele, kes on iseseisvalt vastutavad oma andmete eest. Selleks, et vältida vastanute puhul liiga kitsast ringi, suunati küsitlus tuttavate asemel pigem suurtesse gruppidesse, mis koosnevad väga erineva vanuse ja taustaga inimestest.

Tarbijatel paluti hinnata nii üleüldiselt andmekaitse taset Eestis ning selle olulisust käesoleval infoajastul, kui ka uuriti spetsiifiliselt just määruse jõustumisega üles kerkinud teemasid (vt Lisa 1). Kuna Eestist ei olnud võimalik sarnast uuringut leida, siis võeti ankeedi koostamisel eeskujuks kaks Suurbritannias läbi viidud küsitlust:

- DMA (2018) *GDPR: A consumer perspective*
- Veritas (2018) *Veritas Global Data Privacy Consumer Study*

Antud küsitluse põhjal valminud analüüsi käsitles autor varasemalt kursusetöös „Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärus tarbija perspektiivist“. Käesolev lõputöö on antud teema edasiarendus, millele on lisatud ka andmetöötaja vaatenurk ning olulisi ettepanekuid.

Uuringus osales kokku 263 inimest, kellest 181 naist (69%) ning 82 meest (31%). Vastanud jagunesid vanusegruppidesse vastavalt 18-24, 25-34, 35-44, 45-54 ja 55+. Kõige rohkem osalenuid kuulus gruppi 25-34 aastat, kes moodustasid 42% kogu valimist (vt Tabel 1).

Tabel 1. Valimit kirjeldavad arvnäitajad

	18-24		25-34		35-44		45-54		55+	
Sugu	kokku	%	kokku	%	kokku	%	kokku	%	kokku	%
Naine	35	76%	76	69%	27	66%	29	62%	14	74%
Mees	11	34%	34	31%	14	24%	18	38%	5	26%
Vastajaid vanusegruppis	46		110		41		47		19	
% valimist, valim=263	17%		42%		16%		18%		7%	

Allikas: Autori arvutused

Andmetöötajate seisukoha väljaselgitamiseks viidi läbi kvalitatiivne küsitlus. Ka antud ankeet loodi Google Forms keskkonda. Sobivate ettevõtete, asutuste ja organisatsioonide poolde pöördui otse e-posti teel. Võimalusel kasutati andmekaitse või turundusvaldkonnaga seotud inimeste kontakte, nende puudumisel üldmeiliaadressi. Küsimustik edastati kokku 132-le erinevast tegevusvaldkonnast Eesti andmetöötajale, kellest vastuse andis 26. Ankeet oli avatud 5. november – 11. detsember 2018.

Küsimuste koostamisel võeti aluseks nii seadusest tulenevad andmetöötaja kohustused, varasemalt korraldatud tarbijauuring kui ka autori poolt läbitud andmekaitse spetsialisti koolitustel üles kerkinud probleemid. Mainitud koolitustena võib välja tuua näiteks Koiv Invest OÜ poolt 7. veebruar 2018 läbi viidud seminar „Andmekaitse reform turunduses“ ning 5. aprill 2018 toimunud konverents „Isikuandmete kaitse määruse ja andmekaitse spetsialisti koolitus“.

Ankeet koosnes nii avatud- kui ka valikvastustest. Andmetöötajatel oli võimalus vabamalt oma seisukohti põhjendada. Positiivsena võib välja tuua küsitluse järgselt nii mõnegi vastanuga

tekkinud diskussiooni, mis aitas käesolevas töös põhjalikumalt avada GDPR-i valdkonda just ettevõtete, organisatsioonide ja asutuste vaatenurgast.

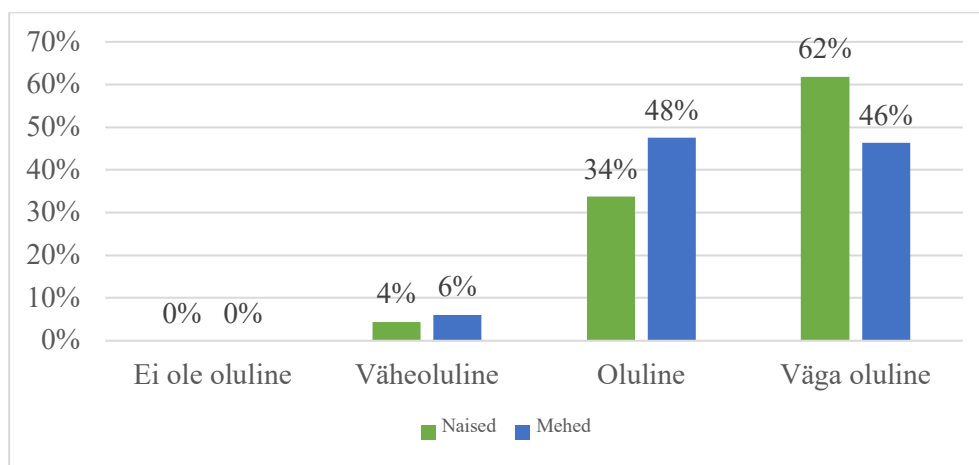
Selleks, et vastuste kogumine oleks lihtsam, on andmetöötlejatele tagatud anonüümsus. GDPR on tundlik teema, mis on seotud suures osas ka äristrateegia ning juriidikaga, mistõttu tuleb sellele läheneda ka delikaatsemalt. Uuringu läbiviimise käigus tuli korduvalt tõdeda, et vaatamata pakutud lahendusele leidsid ettevõtted siiski, et antud informatsiooni väljastamine ei ole võimalik.

Autori eesmärk oli leida võimalikult erinevatest tegevusharudest andmetöötlejaid, et saavutada lai arvamuste spekter. Valimisse kuulub organisatsioone nii telekommunikatsiooni, e-kaubanduse, turismi, õigusteenuste, infotehnoloogia, kindlustuse kui ka teistest valdkondadest (vt Lisa 2).

## 2.2 GDPR tarbija perspektiivist

Selleks, et hinnata EL isikuandmete kaiste üldmäärust ning üldist andmekaitse valdkonna olulisust Eesti tarbija perspektiivist, viidi läbi uuring, milles osales kokku 263 inimest. Küsitluse tulemuste koondtabel on lisatud töö lõppu (vt Lisa 1).

Tarbijal paluti hinnata üleüldist andmekaitse olulisust infoajastul, mille tulemusena selgus, et 262-st vastanust 150 (57%) märkisid valdkonna väga oluliseks, 100 (38%) oluliseks ning 13 (5%) väheoluliseks. Mitte ükski osalenutest ei leidnud, et andmekaitse oleks tema jaoks mitteoluline. Naistest hindas andmekaitset väga oluliseks 62% ning meestest 46% (vt Joonis 1). (Roste 2018)

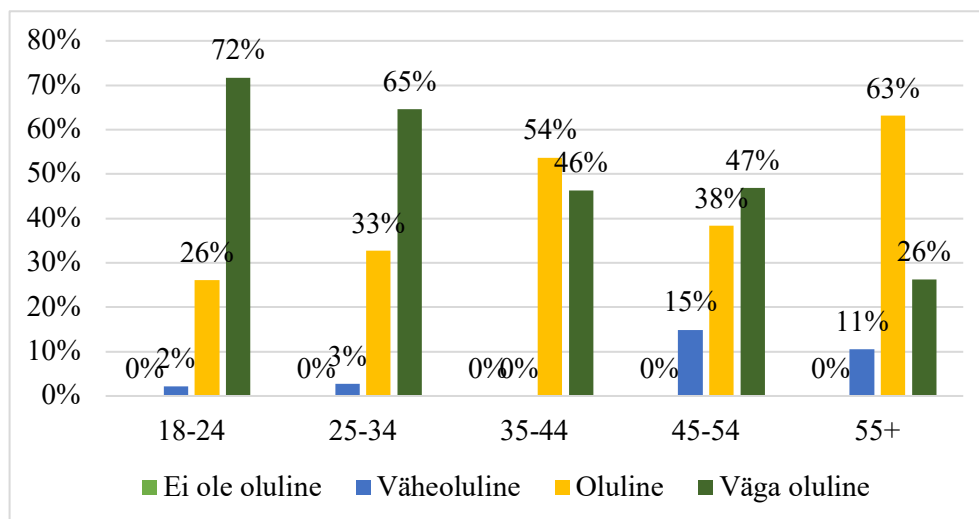


Joonis 1. Andmekaitse olulisus infoajastul sugude lõikes  
Allikas: Autori arvutused



Selgitamaks välja, kas meeste ning naiste arvamuse vahel esineb erinevusi, kasutati T-testi. Analüüsi läbiviimiseks teisendati vastused järgnevalt: 1 – ei ole oluline, 2 – väheoluline, 3 – oluline, 4 – väga oluline. T-testi tulemusel olulisuse nivool 0,05 selgus, et naiste ning meeste arvamuse vahel esineb märgatav erinevus ( $p=0,03$ ,  $p<0,05$ ). Mehed hindavad andmekaitse olulisust keskmiselt madalamaks kui naised. (*Ibid.*)

Sama küsimust käsitleti ka vanusegruppide lõikes ning eeldati, et nooremad isikud hindavad andmekaitse olulisust keskmiselt kõrgemaks, kuna nad on rohkem teadlikud infoajastu arengutest ning suudavad adekvaatsemalt hinnata isikuandmetega seotud riske. Tulemusi vaadates on näha, et vanuserühmas 18-24 märkis lausa 72% vastanutest valdkonna väga oluliseks, kui 55+ grupis oli sama meelt vaid 26% (vt Joonis 2). (*Ibid.*)



Joonis 2. Andmekaitse olulisus infoajastul sugude lõikes

Allikas: Autori arvutused

Selleks, et hinnata vanuserühmade vahelist erinevust antud küsimuses, võeti kasutusele dispersioonanalüüs (ANOVA). Vastused teisaldati järgnevalt: 1 – ei ole oluline, 2 – väheoluline, 3 – oluline, 4 – väga oluline. (*Ibid.*)

Dispersioonanalüüsi tulemused kinnitasid autori eeldust, et vanusegruppide vahel esineb märgatavaid erinevusi selles osas, kui oluliseks peetakse andmekaitset ( $p=0,0002$ ,  $p<0,05$ ). Nooremad inimesed hindavad andmekaitse olulisust keskmiselt kõrgemaks, kui seda teevad vanemad isikud (vt Tabel 2). (*Ibid.*)

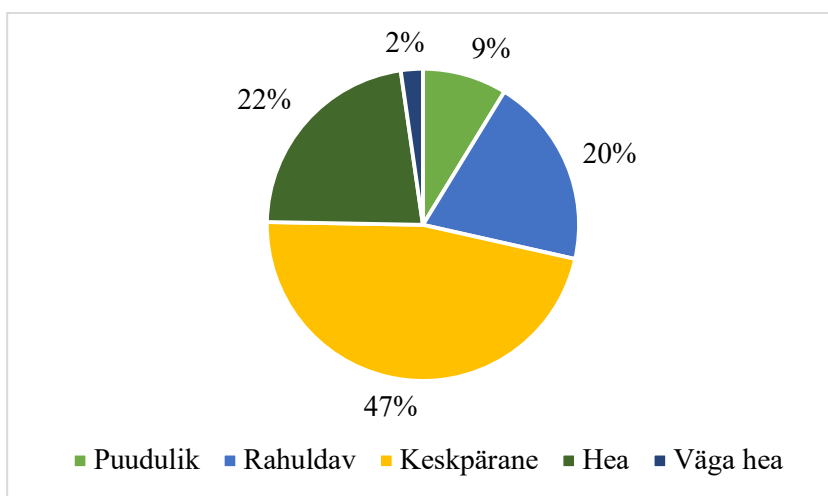
Tabel 2. Keskmise hinne andmekaitse olulisusele vanusegruppide lõikes

Vanusegrupid	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Keskmine hinne	3,39	3,30	3,22	2,83	2,89

Allikas: Autori arvutused

Arvestades asjaolu, et isikuandmed ei tunne riigipiiri ning üha enam teavet liigub väljapoole Eestit, uuriti tarbijatelt, kui oluline on nende jaoks see, et andmekaitse valdkonda reguleeritakse Euroopa Liidu tasemel ning seadusi kaasajastatakse vastavalt infoajastu arengutele. 91 (35%) osalenutest leiab, et vastavalt asjaoludele on see väga oluline ning 183 (52%) oluline. Väheoluliseks peavad EL sekkumist 27 (10%) vastanut ning mitteoluliseks vaid 7 (3%). (*Ibid.*)

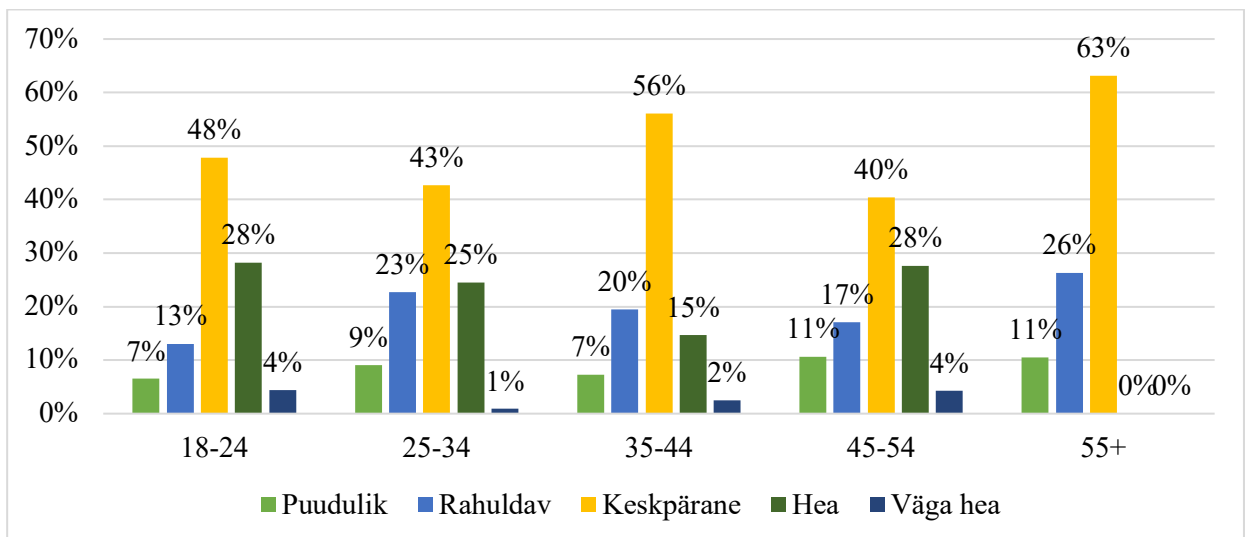
Uuringuga sooviti välja selgitada, kuidas hindab tarbija üldist andmekaitse taset Eestis vaid mõned kuud pärast GDPR-i rakendumist. 6 (2%) 263-st vastajast leiab, et tase on väga hea, 59 (22%) hindab olukorra heaks, 123 (47%) keskpäraseks, 52 (20%) rahuldavaks ning 23 (9%) lausa puudulikuks (vt Joonis 3). (*Ibid.*)



Joonis 3. Tarbija hinnang andmekaitse tasemele Eestis

Allikas: Autori arvutused

Kui vaadelda rahulolu andmekaitse olukorraga Eestis vanuserühmade lõikes, siis on näha, et tulemused on üsna ühtlased (vt Joonis 4). Välja selgitamiseks, kas rahulolu taseme puhul esineb erinevusi vanusegrupiti, viidi läbi dispersioonanalüüs. Vastused teisaldati järgmiselt: 1 – puudulik, 2 – rahuldav, 3 – keskpärane, 4 – hea, 5 – väga hea. (*Ibid.*)



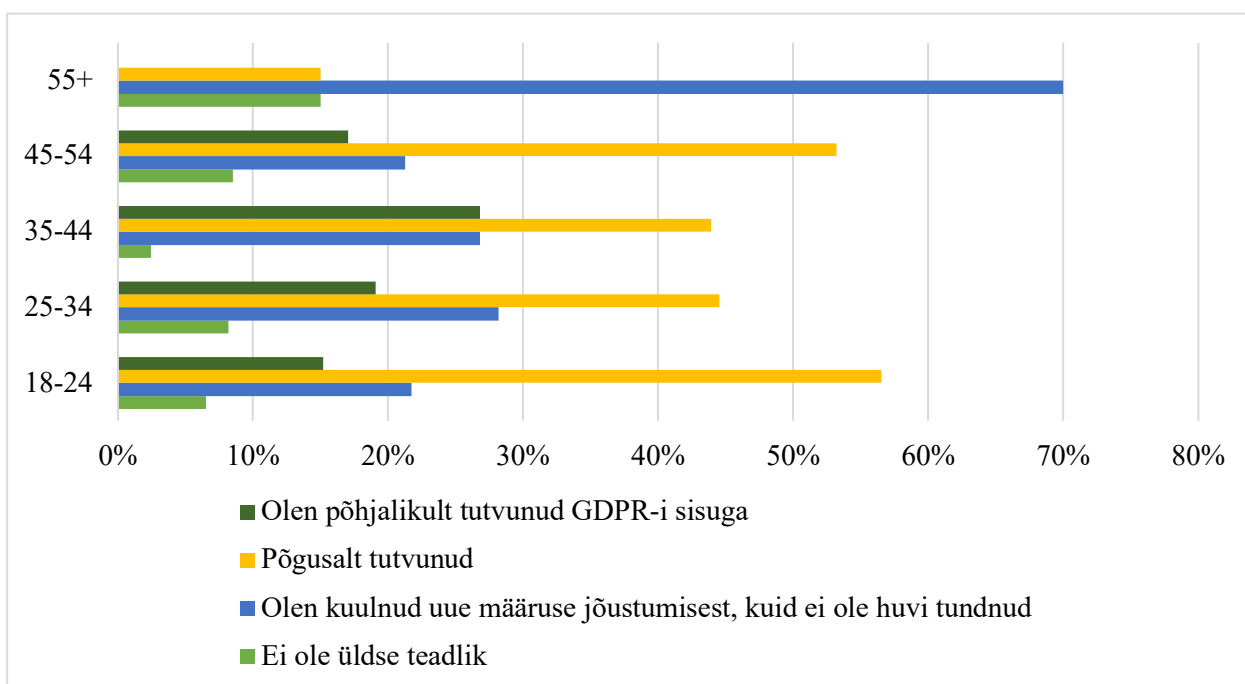
Joonis 4. Tarbija hinnang andmekaitse tasemele Eestis vanusegruppide lõikes  
Allikas: Autori arvutused

Dispersioonanalüüs kinnitas graafikul nähtud tulemusi, et vanuserühmade vahel ei esine olulisi erinevusi ( $p=0,19$ ,  $p>0,05$ ). Kõige kõrgemalt hindasid andmekaitse taset 18-24 rühma kuuluvad isikud, kelle keskmiseks kujunes 3,11. Kõige rahulolematumad on 55+ gruppi kuuluvad vastajad, kelle keskmine hinne on vaid 2,53. (*Ibid.*)

Andmekaitsereformini viis vajadus kaitsta füüsilise isiku õigusi ning anda talle tagasi kontroll oma teabe üle. Kuna tarbija peaks olema GDPR-i suurim kasusaaja, siis on oluline, et ta oleks määruse sisust ning sellega kaasnevatest õigustest teadlik, et langetada oma andmetega ümber käimisel adekvaatseid otsuseid. (*Ibid.*)

Seetõttu küsiti tarbijatelt, kas nad on teadlikud GDPR-i sisust ning andmesubjekti õigustest. Vastavalt 47 (18%) osalenutest on põhjalikult tutvunud määruse sisuga ning 121 (46%) on põgusalt tutvunud uue seadusega. Määruse jõustumisest on kuulnud, kuid pole huvi tundnud 75 (29%) vastanut ja 20 (8%) ei ole üldse teadlikud sellest, mida GDPR endast kujutab. (*Ibid.*)

Teadlikkus GDPR-st on vanuseregrupiti üsna ühtlane. Vaid 55+ vanuste hulgas joonistub välja pigem vähesem informeeritus ning madalam huvi üldmääruse vastu (vt Joonis 5). (*Ibid.*)

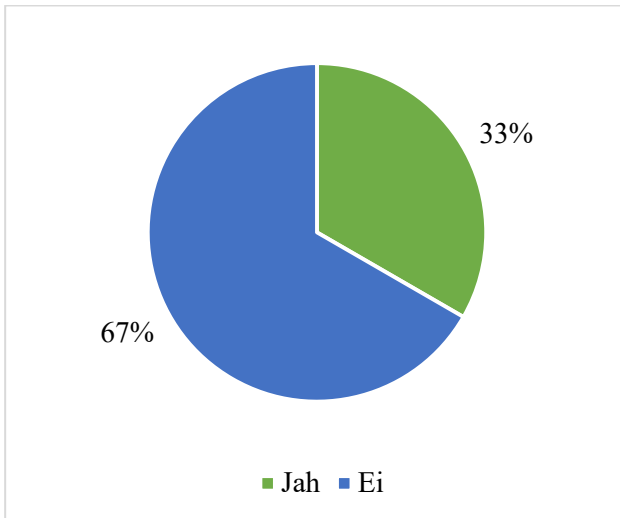


Joonis 5. Teadlikkus GDPR-ist vanusegruppide lõikes  
Allikas: Autori arvutused

Selgitamaks välja, kas teadlikkus ja huvi GDPR-i suhtes erineb ka meeste ja naiste seas, kasutati t-testi. Analüüsi läbiviimiseks teisaldati vastused järgnevalt: 1 - ei ole üldse teadlik, 2 – olen kuulnud uue määruse jõustumisest, kuid ei ole huvi tundnud, 3 – põgusalt tutvunud, 4 – olen põhjalikult tutvunud GDPR-i sisuga. (*Ibid.*)

T-testi tulemusel võib kinnitada, et naiste ja meeste teadlikkuse osas ei esine olulisi erinevusi ( $p=0,55$ ,  $p<0,05$ ). Antud küsimuse üldiseks keskmiseks kujunes 2,74. (*Ibid.*)

GDPR-i peamine eesmärk on anda tarbijale tagasi kontroll selle üle, kuidas tema isikuandmeid töödeldakse. (The GDPR: ... 2018). Tuginedes GDPR-i peamisele eesmärgile uuriti tarbijatelt, kas nad tunnetavad pärast määruse jõustumist suuremat kontrolli ning võimu. Vaid 87 (33%) vastanut usub, et GDPR täidab oma eesmärgi ning on andnud neile suurema võimu. 176 (67%) märkisid aga, et ei tunneta eelnevaga võrreldes muutust (vt Joonis 6). (Roste 2018)

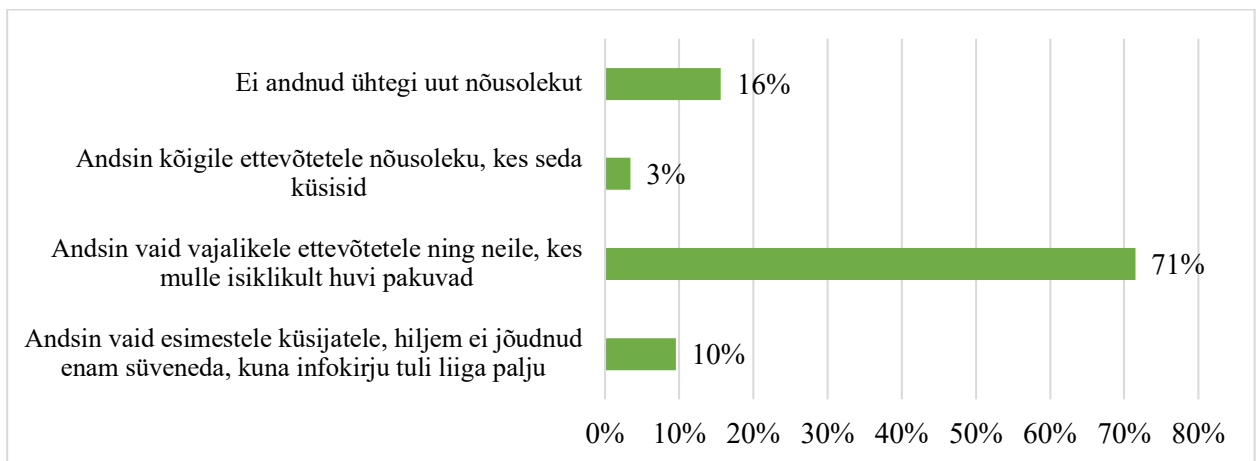


Joonis 6. Kas tarbija tajub suuremat kontrolli oma isikuandmete töötlemise üle  
Allikas: Autori arvutused

Eesti tarbija pigem pessimistlik hoiak andmekaitse reformi suhtes võib tuleneda sellest, et küsitluse läbiviimise hetkel oli määruse jõustumisest möödunud ligikaudu 4 kuud ning mõju hindamiseks veel vara. Samuti ka sellest, et GDPR-ga astuti korraga suur samm, mis tõi endaga kaasa hulga segadust, mis pole jõudnud veel maha vaibuda. Inimeste informeeritus on keskpärane ning seaduse tekstid keerukad ja raskelt mõistetavad. (*Ibid.*)

Enamus GDPR-s kirjeldatud õigustest olid kasutusel ka varasemalt, kuid täiesti uuna tutvustati tarbija õigust oma andmed viia üle ühest ettevõttest teise ilma, et eelnev töötaja seda takistada saaks. Sellest lähtuvalt uuriti inimestelt, kui aktiivsed nad on olnud oma õiguste kasutamisel pärast määruse jõustumist. 119 (45%) vastajal on tekkinud vajadus oma õigusi rakendada ning 144 (55%) ei ole seda veel teinud. Analüüs näitab, et naised on olnud mõnevõrra aktiivsemad õiguste kasutamisel (48% naistest), kui mehed (40% meestest). (*Ibid.*)

Läbi aegade on üks peamisi aluseid andmete töötlemiseks olnud kliendi nõusolek. GDPR-i rangemad nõuded aktseпти võtmisele kohustas paljusid andmetöötajaid uuendama klientide nõusolekuid. Lähtuvalt sellest uuriti tarbijatelt, mille alusel valisid nemad, kelle päringutele reageeriti. Enamus vastanutest, ehk 188 (71%), andis uue nõusoleku neile andmetöötajatele, kes olid tema jaoks vajalikud ja/või pakkusid isiklikult huvi (vt Joonis 7). (*Ibid.*)



Joonis 7. Nõusoleku andmise alus  
Allikas: Autori arvutused

Tulemus peaks kinnitama väidet, et GDPR-i tarbeks tehtud korrastustööd tagavad töötajatele kvaliteetsemad andmebaasid, mis võimaldavad suunata personaalsemaid pakkumisi, vähendada nii rahalise kui ka ajalise ressursi kulu ning anda suurema kliendirahulolu. Oma nõusolekut kinnitanud kliendid on motiveeritumad reageerima ettevõtte kontaktile ning tarbima teatud toodet/teenust. (*Ibid.*)

Andmebaaside auditeerimise ning uute nõusolekute võtmise järel peaks tarbijani jõudma vähem otsepostitusi ja – pakkumisi ning nende sisu olema kvaliteetsem. Dialoogi huvitatud kliendiga annab parema ROI ja kaasatuse, kui suunata massiliselt ja järjepidevalt pakkumisi neile, kes on vastuvõtmatud. (Welz 2018)

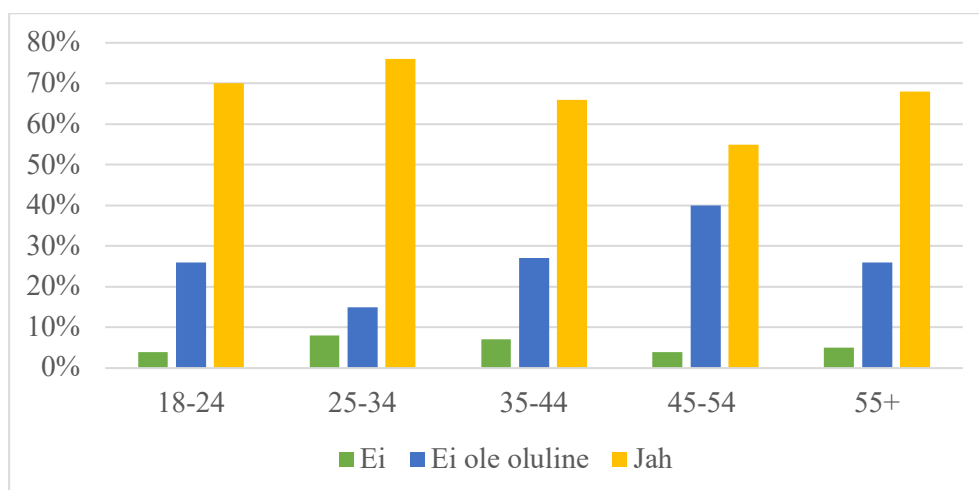
Siinkohal uuritigi, kas Eesti tarbija on GDPR-i järgselt tajunud nii otsepostituste- ja pakkumiste massi vähenemist kui ka sisu kvaliteedi tõusu. Mõneti oodatud tulemusena on näha, et reklaami hulga vähenemist on suuremal või vähemal määral tunnetanud veidi üle poolte osalenutest. 26 (10%) vastas, et nad on tunnetanud otsepostituste- ja pakkumiste vähenemist, 133 (43%) märkis, et muutus on toimunud vähesel määral ning 124 (47%) ei taju varasemaga mingit vahet. (Roste 2018)

Eelpool mainitud vähenenud pakkumiste kogust võib seostada küsimusega, kus uuriti, mille põhjal inimesed andsid andmetöötajatele uue nõusoleku teabe edaspidiseks kasutamiseks. Kuna 71% märkis, et uus luba anti vaid neile, kes isiklikult huvitavad ja/või on vajalikud, siis kaotas teatud osa andmetöötajaid õiguse edaspidi neile oma turundustegevusi suunata. (*Ibid.*)

Otsepostituste- ja pakkumiste kvaliteedi tõusu tunnetab Eesti tarbija aga vähem. Vaid 12 (5%) vastanutest on märkinud, et tajuvad reklaami sisu kvaliteetsemana kui varem, 85 (32%) on märganud vahet vähesel määral ning lausa 166 (63%) ei tunnetata mitte mingit muutust. Siinkohal on siis näha, et seadusmuudatus ei ole avaldanud suuremat mõju reklaami sisule ja/või vormile. (*Ibid.*)

Turundajate peamiseks ressursiks on andmed, mis võimaldavad suhelda võimalike tarbijatega. GDPR-i rangemad nõuded ning inimeste teadlikkuse tõus läbi uue määruse suure kajastatuse on seadnud ettevõtte olukorda, kus tuleb rohkem pingutada vajaliku informatsiooni saamiseks. Teadlik klient usaldab suurema tõenäosusega ettevõtte kasutusse oma isikuandmed. Heade suhete loomiseks tuleb andmetöötajatel asuda samm kliendile lähemale ning jagada neile piisavas mahus ja ka lihtinimesele arusaadavas keeles teavet. (GDPR: ... 2018)

Küsitluses uuriti kahe aspekti mõju sellele, kui vabalt inimesed oma andmeid ettevõtetele jagaks. Esimeseks mõjuriks oli see, et kas organisatsioonil on selgelt kirjeldatud ära nende vastavus GDPR-le ning välja toodud privaatsuspoliitika, andmete töötlemise kord ning kolmandate osapoolte rühmad. Sellisel juhul jagaks oma isikuandmeid ettevõtetega meelsamini 182 (69%) osalenutest. 64 (24%) leiavad, et see ei ole oluline asjaolu ning ei mõjutaks nende meelsust kuidagi. 17 (7%) inimese jaoks ei muudaks ka piisav teave andmete jagamise protsessi meeldivamaks. Antud küsimuses ei esine vanusegrupiti olulisi erinevusi (vt Joonis 8). (Roste 2018)



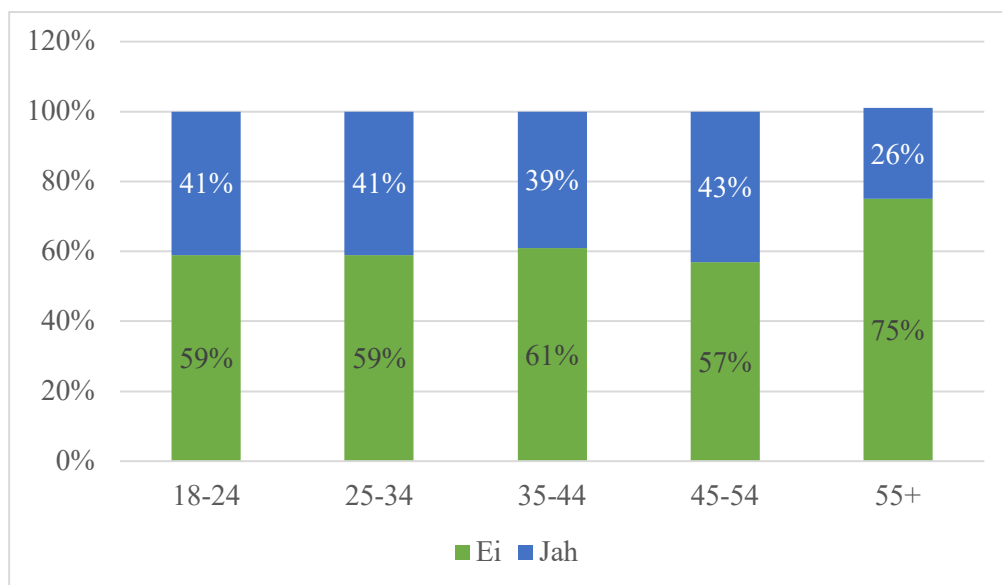
Joonis 8. Isikuandmete jagamise meelsus piisava informatsiooni olemasolul vanusegruppide lõikes

Allikas: Autori arvutused

Elame ajastul, kus on normaalsus saada oma tooted ja teenused kiirelt, mugavalt ja võimalikult vähese vaevaga, oodates siiski alati ka suurepärase kasutajakogemust. Samas kammitseb inimesi hirm teadmatuse ja liigse jälgimise ees. Piiratumate tehnoloogiliste teadmistega inimesed võivad seetõttu jätta paljud võimalused üldse kasutamata. (LeDonni 2018).

Teise tegurina uuriti osalenutelt, kas nad oleksid valmis andma turundajate käsutusse rohkem isiklikku teavet, kui nad saaksid vastu personaliseeritud pakkumisi ja reklaami ning seeläbi väheneks ebaolulise informatsiooni pealevoolu. 158 (60%) vastanuile ei ole see piisavaks argumendiks, et jagada enda kohta rohkem andmeid ning 105 (40%) teeksid seda, et neile suunatud pakkumised oleksid personaalsemad. (Roste 2018)

Ka antud teguri puhul ei esine vanusegruppide arvamustes suuri erinevusi (vt Joonis 9). Ainsa eripärana saab välja tuua, et vaid 55+ rühmas on pea kolmveerand vastanutest kindlad, et personaliseeritud turundus ei ole nende jaoks piisav argument. (*Ibid.*)



Joonis 9. Isikuandmete jagamise meelsus personaalse turunduse eeludusel vanusegruppide lõikes  
Allikas: Autori arvutused

Isikuandmete kaitset loetakse kliendirahulolu seisukohast väga oluliseks aspektiks. Kasutades inimeste poolt antud usaldust vääriti või põhjustades andmelekke, on tarbijad alati organisatsiooni karistama (Consumers... 2018). Selleks, et tagada rahulolu, tuleb seada mudeli keskmesse tarbija ning austada tema piire. Isegi, kui Andmekaitseinspeksioonil puudub võimekus menetleda



erinevaid juhtumeid, ei soovi ükski ettevõtte, organisatsioon või asutus maine kahju, mille võib kaasa tuua suutmatus kaitsta oma klientide huve (AUTOMATING ... 2018).

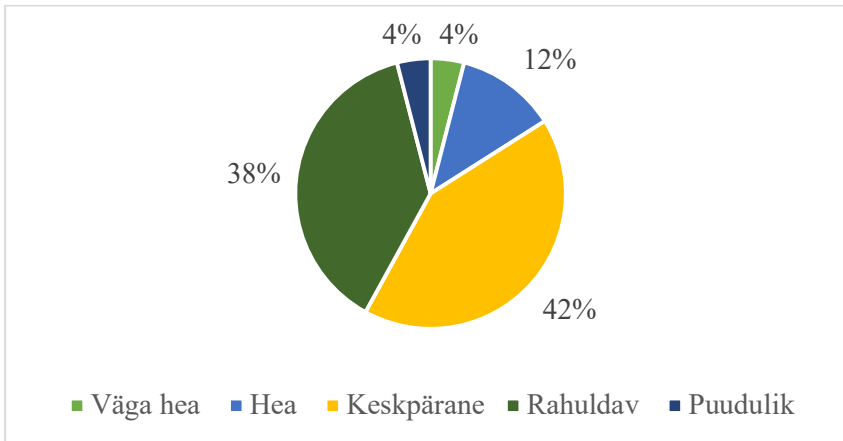
Uuringus osalenutel paluti end asetada olukorda, kus andmetöötaja on põhjastanud nende teabe lekke või toime pannud mõne muu rikkumise. Tarbijatelt küsiti, mis oleks kõige tõenäolisem karistusmeede, mida nad sellisel puhul kasutaks. Kõige olulisema aspektina võib välja tuua, et vaid 18 (7%) inimest 263-st ei võtaks selles olukorras midagi ette ning ülejäänud leiaks viisi oma rahulolematuse väljendamiseks. (Roste 2018)

Kõige enim märgiti ära, et klient kaotaks teenuse/toote pakkuja suhtes lojaalsuse ning otsiks alternatiive konkurentide hulgas. Seda meedet kasutaks 73 (28%) osalenutest. 59 (22%) tarbijatest lõpetaks teenuse/toote ostmise. 51 (19%) annaks rikkumisest teada vastavale võimuorganile (näiteks Andmekaitseinspeksioonile). Mitut erinevat meedet kombineeriks omavahel 47 (18%) tarbijatest. Oma pere ja tuttavaid hoiataks antud andmetöötaja eest 14 (5%) vastanutest. Vaid ühel juhul 263-st märgiti, et sobivaim karistus oleks postitada negatiivne tagasiside vastava rikkuja sotsiaalmeediakontole. (*Ibid.*)

### **2.3 GDPR andmetöötaja perspektiivist**

Et tutvustada Euroopa Liidu isikuanemete kaitse üldmääruse peamisi aspekte andmetöötaja seisukohast, viidi läbi küsitlus, milles osales kokku 26 ettevõtet, organisatsiooni või asutust. Osalenute hulgas on nii väiksemaid ettevõtteid kui ka väga suuri organisatsioone, kuid nad kõik on pidanud oma tegevusi reformima vastavalt GDPR-i nõuetele. Vastanuid on nii e-kaubanduse, telekommunikatsiooni, turismi, infotehnoloogia, õigusabi, kindlustuse kui ka teistest tegevusvaldkondadest. Küsitluse koondtabel on paigutatud töö lõppu (vt Lisa 2).

Ka ettevõtetel, organisatsioonidel ja asutustel paluti hinnata üldist andmekaitse taset Eestis. Vastanutest vaid 1 (4%) hindas olukorra väga heaks, 3 (12%) heaks, 11 (42%) keskpäraseks, 10 (38%) rahuldavaks ning 1 (4%) lausa puudulikuks (vt Joonis 10). Tulemus on üsna sarnane tarbijate hinnangule, kus suurema osa vastanutest leiab, et andmekaitse tase on keskpärane või alla selle.



Joonis 10. Andmetöötleja hinnang andmekaitsele Eestis  
Allikas: Autori arvutused

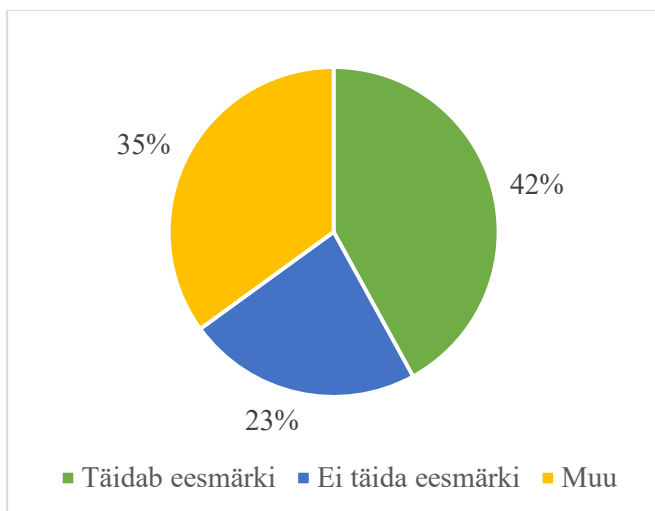
Oleme jõudnud ajajärku, kus tehnoloogia areneb igapäevaselt ning üha rohkem jõuab kasutusse uusi lahendusi. Lisaks positiivsetele võimalustele toob see endaga kaasa ka riske ning väljakutseid turvalisuse tagamisel. Sellest lähtuvalt uuriti, kas andmetöötlejad tunnetavad asutuse siseselt väljakutset pidevalt parandada tööprotsesse, täiendada IT-süsteeme ning kaitsta klientide andmeid.

Positiivsena saab välja tuua, et lausa 19 (73%) töötajatest leiab, et neil tuleb pidevalt areneda selleks, et tagada andmete turvalisus. Sellest võib järeldada, et ohte ja valdkonna olulisust suudetakse adekvaatselt hinnata. 2 (8%) ei tunne infoajastu muudatuste valguses survet ning 5 (19%) vastanutest jäid kas kahevahele või ei osanud vastata. Toodi välja ka, et enim tuntakse survet just IT valdkonna arendamisel.

Üldmääruse rakendumisest on möödas küsitluse hetkeks ligikaudu 5 kuud ja võimalus on teha esimesi kokkuvõtteid. Sellest lähtuvalt paluti hinnata, kas senisele tuginedes on üldmäärus täitnud oma eesmärgi. 11 (42%) töötajat on andmekaitse reformi osas positiivselt meelestatud ja usuvad, et ellu kutsutud seadus täidab püstitatud ülesandeid. 6 (23%) leiavad, et GDPR ei ole suutnud ootusi täita (vt Joonis 11).

Eesmärgi täitmise osas soovisid 9 (35%) täpsustada oma seisukohta, kus peamiselt toodi välja, et järelduste tegemiseks on veel vara. Muuhulgas märgiti ära, et rakendusmeetmed on puudulikud ning seadusandluse ühtlustumine liikmesriikides võtab aega, mistõttu soodsama ettevõtluskeskkonna tekkimine on pikk protsess. Positiivsena toodi välja, et GDPR tõmbas andmekaitse valdkonnale tähelepanu, suurendades nii ettevõtete kui ka tarbijate teadlikkust.

Negatiivsena aga asjaolu, et järelvalveasutusel puudub piisav võimekus kontrolli sooritamiseks ja rikkumiste menetlemiseks.



Joonis 11. Andmetöötleva hinnang GDPR-i eesmärgi täitmisele  
Allikas: Autori arvutused

Üldmäärus on muutnud andmete töötlemise valdkonda täielikult, mõjutades ilmselt kõiki osakondi. Enim puudutas GDPR turundust, IT-d ja turvalisust ning klienditeenindust (GDPR FAQs ... 2018). Viitajal oli oluline kaardistada asutuse siseselt milliseid andmeid, kus ja mis eesmärgil hoiustatakse, viia dokumentatsioon vastavusse seadusega, täiustada turvasüsteeme, sõlmida uusi lepinguid ja paljugi muud. Seega paluti andmetöötlejatel välja tuua, mis valmistas neile ettevalmistusperioodil enim raskust.

Peamiselt toodi välja, et seaduse sisu tõlgendamine ning arusaamine sellest, mida andmetöötlejalt oodatakse, on keeruline. Paljud uue määrusega kaasnenud juhendid jäid liiga pealiskaudseks või mitmeti mõistetavaks. Ebaselged materjalid tekitasid aga lahkkelisid ning erinevaid lähenemisi. Õigete vastuste leidmine info ülekülluses muutus pea võimatuks. GDPR-ga seotud inimesed aga ei pruukinud osata või ei olnud motiveeritud nõudeid piisavalt lihtsas ja arusaadavas keeles lahti seletama.

Lisaks erinevatele uutele lepingutele ja eeskirjadele tuli andmetöötlejatel luua määrusega kooskõlas olev privaatsuspoliitika. GDPR küll kirjeldab ära uued nõuded, kuid seletustes jääb üsna pinnapealseks. Sellest tulenevalt tundsid paljud andmetöötlejad enda kindlustamiseks vajadust otsida väljastpoolt õigusabi.

Samuti tõi GDPR kaasa rohkelt haldusülesandeid, millest üheks kõige ajamahukamaks oli asutuse siseselt andmete kaardistamine seotuna õiguslike aluste ja eesmärkidega. Eelneva kogemusega oli keeruline hinnata selle töö jaoks kuluvat ajalist ja inimressurssi. Siinkohal toodi välja, et raskusi valmistas üldpildi saamine. Ka ühe organisatsiooni siseselt võis varasemalt olla eri lähenemisviise andmete kogumisele, kasutamisele ja hoiustamisele, mistõttu oli ühisele seisukohale jõudmine keerukas.

Tehnilisest poolest toodi välja IT ja turvasüsteemide täiendamine ning nende määrusega vastavuse tagamine. Oluline oli ja on siinkohal mõista isikuandmete turvalise töötlemise vajalikkust. Määrusest tulenevalt on kohustus rakendada ajakohaseid tehnilisi ja korralduslikke meetmeid, millega võivad kaasned märkimisväärsed lisakulud.

Väljakutsena nähti ka üldist organisatsiooni sisest teadlikkuse tõstmist ja mõtteviisi muutmist. Seni oldi harjunud suurte andmete ajastuga, millelt nüüd tuleb üle minna andmete minimaalsuse põhimõttele. Seadusest tulenevalt ei ole enam õigust nõuda inimeselt rohkem andmeid, kui on vaja eesmärgi täitmiseks. Sissejuurdunud harjumuste muutmine on protsess, mis vajab aega ja järjepidevat tööd.

Viimase asjana võib välja tuua ka määruse kommunikeerimise tarbijale. GDPR-i näol on tegu juriidilise temaatikaga, mis võib lihtsa inimese jaoks olla üsnagi raskelt mõistetav. Valearusaamad ja informatsiooni üleküllus tekitas inimestes hirmu. Kuna reformiga tõmmati valdkonnale tähelepanu, siis tuli andmetöötajatel tegeleda ka inimeste rahustamisega ning selgitustöö tegemisega.

GDPR-ks valmistumine oli aja ja ressursimahukas ettevõtmine, millest tulenevalt küsiti andmetöötajatelt, kas nad usuvad, et üldmääruse nõuete täitmine ning pidev töö klientide andmete kaitsmisel tagab konkurentsieelise. 12 (46%) vastanutest usuvad, et see tõepoolest tagab neile eelise ning 8 (31%) ei usu, et see konkurentsivolukorras rolli mängiks. 6 (23%) avasid oma seisukoha täpsemalt ning välja toodi, et ilmselt ei taga see teiste ees edu enne, kui näiteks mõni samas valdkonnas tegutsev organisatsioon rikub kliendi huve ning seeläbi kaotab oma maine. Samuti kinnitati, et andmekaitsega tegelemist nähakse võimalusena võita klientide usaldust. Kuna määrusega seonduv on veel ebamäärane ning uus, siis täpsem mõju ilmneb mõne aja jooksul.

Üheks ülesandeks, millega silmist seisti, oli privaatsuspoliitika ajakohastamine vastavalt määruse nõuetele ning andmesubjektidele kättesaadavaks tegemine. Selle tähelepanuta jätmise tähendab

automaatselt üsna mitmete üldmääruse nõuete rikkumist. Privaatsuspoliitika on osa läbipaistvuse põhimõttest, mille alusel tagatakse kliendile piisav informatsioon. Paljud andmetöötledjad kasutasid privaatsuspoliitika koostamisel õigusalast abi, et tagada vastavus üldmääruse nõuetega. (Irwin 2018b)

Siinkohal küsiti osalejatelt, kas nad on teinud oma klientidele lihtsalt kättesaadavaks privaatsuspoliitika, andmete töötlemise korra ning kolmandate osapoolte kategooriad, kellele andmeid edastatakse. 23 (88%) andis vastuseks jah, mis oli ka oodatav tulemus. Ka osalejate valimisel külastas autor paljude ettevõtete, organisatsioonide ja asutuste kodulehti, mille käigus hakkas silma positiivne tendents. Enamikel juhtudel oli privaatsuspoliitika kiirelt leitav. Samas oli näha, et sisu koostamisel oli lähtunud erinevalt ning tase oli üsna kõikumine. Oli väga pealiskaudseid kui ka ülimalt keerulisi juriidilises kirjas poliitikaid. Enamus jäid nende kahe äärmuse vahele. Privaatsuspoliitikat pole oma klientidele kättesaadavaks teinud 1 (4%) osalenud andmetöötledjatest ning 2 (8%) märkisid vastuseks muu, kellest üks tõi välja, et kliendid ei huvitu poliitikast.

Peamine andmete töötlemise alus on olnud füüsilise isiku nõusolek, millele sätestati GDPR-i artiklis 7 rangemad nõuded. Üldmääruse rakendamise järel muutus seega osa varem võetud aktsepte kehtetuks ning andmetöötledjad pidid leidma sobiva lahenduse, et ka edaspidi oma klientidega suhelda (Clearwater, Philbrook 2018). Samuti võib lähtuvalt eesmärgist olla teabe kasutamise põhjenduseks õigustatud huvi, seadusest tulenev kohustus, avaliku sektori asutuse seaduslik ülesanne kui ka lepingu täitmine (Matteus 2018). Kliendi nõusolekut puudutav oli üks peamine teema, mis GDPR-le eelnenud perioodil üles kerkis, jäädes ebaselgeks ning tekitades väga palju küsimusi.

Lisaks sellele, et uued nõuded jäid segaseks, kardeti kaotada oma kogutud kontakte. Turundajatele on andmed oluline ressurss, mida vajatakse töös edu saavutamiseks. Siinkohal on hirm andmete kaotamise ees õigustatud, kuna GDPR-le eelneval perioodil uputati inimesed informatsiooniga üle ning paljud ei suutnud läbi töötada kõiki uudiskirju ja uusi tingimusi, mis laiali saadeti. Seda kinnitab ka asjaolu, et tarbijaküsitluses märkis vaid 9 (3%) 263-st, et andsid nõusoleku kõigile pöördujatele ning 25 (10%) kinnitasid, et aktsepti said vaid esimesed küsijad, hiljem tuli päringuid lihtsalt liiga palju. Enamus olid nõus oma andmete edasise töötlemisega vaid nende ettevõtete, asutuste ja organisatsioonide poolt, kes olid tarbijale vajalikud või pakkusid personaalselt huvi.

Selleks, et vältida uute nõusolekute küsimist, leiti seaduses auke ning kohandati oma tööprotsesse olukorrale vastavaks. Samas tuleb välja tuua, et andmebaaside auditeerimine ei ole vaid

negatiivne. Tootele või teenusele vastuvõtmatu klient ei reageeri suure tõenäosusega ka välja saadetud pakkumistele, olles tegelikkuses tühi sihtmärk. Dialoog huvitatud kliendiga tagab aga parema investeringute tootluse ning suurema kaasatuse. (Welz 2018)

Kui tarbijatelt uuriti, mille alusel andsid nemad ettevõttele, asutusele või organisatsioonile uue nõusoleku, siis andmetöölejatel paluti vastata, kas nad küsisid oma klientidelt uued aktseptid. 3 (12%) võtsid kõigilt ning 7 (27%) osadelt oma klientidelt uue nõusoleku. 14 (54%) ehk üle poolte osalenutest kinnitasid, et neil on andmete töötlemiseks õigustatud alus või varem kogutud nõusolekud kehtivad ka edaspidi.

Seoses andmebaaside auditeerimisega paluti vastajatel hinnata hüpoteesi, milleks on: GDPR-ks valmistumisel tehtud tööprotsesside kaardistamine ning kliendibaaside korrastamine tagab kvaliteetsemad andmed, vähendab ressursikulu ning tagab kliendirahulolu. Suurt muutust võrreldes eelnevaga tunnetavad 3 (12%) andmetöötlejatest ning vähesel määral 6 (23%) osalenutest. 11 (42%) siiski hüpoteesi ei kinnita ja muutusi märganud ei ole.

6 (23%) vastanutest soovisid küsimust avada oma seisukohast ning märkisid näiteks, et GDPR-ks valmistumisel toodeti dokumentatsiooni, et tagada juriidiline vastavus, samas sisuline pool tähelepanuta. Samuti kinnitati, et auditeerimine andis küll parema ülevaate olemasolevast teabest, kuid mõjude hindamiseks on veel liiga vara. Samas usutakse, et GDPR-i põhine lähenemine toob edaspidi kaasa halduskulude vähenemise.

GDPR-i hinnatakse andmetöötlejatele kalliks projektiks, mistõttu uuriti kahte kuluallikat, milleks on töömahu suurenemise ning seadusest tuleneva kohustuse alusel ametisse määratud andmekaitespetsialisti olemasolu ja personali koolitamine.

13 (50%) vastanutest märkis, et neil on seadusest tulenev kohustus määrata ametisse andmekaitespetsialist ning 7 (27%) tõdesid, et kuigi määrus seda nende puhul ette ei näe, on siiski organisatsiooni siseselt olemas vastutav isik. 5 (19%) vastanutest märkisid, et neil puudub andmekaitespetsialist, kuid 1-l juhul toodi välja lahendusena, et ühe kindla inimese asemel on igas osakonnas määratud vastutav isik, mis aitab ühtset joont hoida.

Organisatsioone, kelle töötajat(id) tasuliselt koolitati oli 20 (77%). Ühel juhul märgiti ära, et end täiendati tasuta võimaluste abil. Ka töö autor sai GDPR-ks ettevalmistusperioodil mitmeid tasulisi koolitusi. Töös tõstatatud uurimisprobleemi juurde tagasi tulles, et võib välja tuua, et erinevate

koolituste sisuline pool oli üsna sarnase ülesehitusega ning samad esinejad liikusid mitmete korraldusmeeskondade vahel. Tihti tekkis olukordi, kus koolitusel tõstatatud sisulised küsimused jäid vastusteta ning tekkis ebakõlasid. Üheti näitab see välja, et GDPR-i kohta käiv teave on ebaselge ja seda on liiga vähe, mis tekitab erinevaid käsitusi. Samas ka seda, et koolitusi viidi läbi, kuna nõudlust oli, kuid väärtuse loomisele ei pööratud suuremat tähelepanu.

Andmekaitse valdkonnas on tähtis silmas pidada, et oluline ei ole vaid üksikute võtmeisikute teadlikkus, vaid kogu organisatsiooni ühtne arusaam. Inimfaktorit peetakse üheks suurimaks riskiteguriks andmete lekkimisel või väärkasutamisel. Töötajate motiiviks sellisel juhul võib olla pahatahtlik käitumine või hooletus, samuti võidakse rikkumine toime panna teadmatusel (Ismail 2017). Sellest lähtuvalt uuriti andmetöötlejalt, kas nad nõustuvad eelmainitud väitega.

Lausa 24 (92%) 26-st nõustuvad, et suurim riskitegur andmekaitse seisukohast on inimlik faktor. Ühel juhul märgiti, et ei nähta töötajates ohtu. Lisaks tõi üks ettevõtte esindaja välja, et nemad näevad inimfaktori kõrval sama suurt kaalu IT-l. Lahendusena riskide minimeerimiseks pakuti, et inimeste värbamisel tuleb ennetavalt arvestada nende isikuomadustega. Näiteks finantssektorisse soovijatele on kehtestatud kõrgemad nõuded.

Eelnevast lähtudes sooviti teada, kas GDPR-ks valmistumisel tagati vajalik informatsioon kogu personalile või oli see vaid kindlaid inimesi hõlmav projekt. Positiivsena saab välja tuua, et lausa 20-1 (77%) juhul 26-st märgiti, et kõigile töötajatele selgitati üldmääruse sisu ning sellega kaasnevat kohtustusi. Samas ei tohi unustada, et teavitustöö peab olema jätkusuutlik. GDPR tõmbas küll andmekaitse valdkonnale rohkem tähelepanu, kuid sellel ei saa lasta maha vaibuda. 4 (15%) andmetöötlejat märkis, et GDPR-ga tegelesid vaid sellega otseselt kokku puutuvad võtmeisikud. Ning ühel juhul leiti, et töötajad oskavad ise vajalikul määral teadmisi omandada.

GDPR-s kirjeldatakse täpselt ära andmesubjekti õigused. Vähem teada on, et enamus nendest kehtisid ka varem. Täiesti uuena tuuakse sisse andmete ülekandmise kohustus. Tarbijaküsitlusest selgus, et 45%-l osalenutest on tekkinud vajadus mõnda oma õigustest kasutada. Lähtuvalt sellest paluti andmetöötlejatel hinnata, kui aktiivsed on olnud nende kliendid määruse oma kasuks rakendamisel.

Vaid 1-1 (4%) juhul 26-st märgiti ära, et kliendid on aktiivsed oma õiguste kasutamisel. 12-le (46%) andmetöötlejale on laekunud vaid mõned üksikud päringud, kuid pigem on tarbijate huvi madal. 10 (38%) kinnitasid, et neil ei ole tulnud tegeleda ühegi vastavasisulise taotlusega. Lisaks toodi

välja, et kliendid on üldiselt oma esmastes päringutes liiga agressiivsed, kuid täpse nõude formuleerimisel jäävad hätta.

Kuna GDPR on peamiselt suunatud just füüsilisele isikule, siis tuleks esmalt tegeleda inimeste teavitamisega, et nad mõistaksid oma õigusi, kohustusi ja võimalusi. Sellega seoses uuriti andmetöötlejatelt, kas nad nõustuvad järgneva väitega: meie kliendid on hästi informeeritud ning suudavad teha adekvaatseid otsuseid oma isikuandmetega ümber käimisel.

11 (42%) leiavad, et nende kliendid tõepoolest suudavad valdkonda adekvaatselt hinnata, samas kui 8 (31%) sellega ei nõustu. Antud küsimuses tekkis suurem arutelu, kuna 7 osalejat soovisid oma vastust täpsustada. Leiti, et kliente on väga seinast-seina ning andmetöötajad peavad olema valmis inimestele valdkonda selgitama. Kuna andmekaitse on tundlik teema, tuleb olla veendunud, et klient saab kiirelt vajaliku abi või suunatakse ta õige inimeseni.

Eesti tarbija on pigem skeptiline personaliseeritud turunduse suhtes, ning 158 (60%) 263-st vastanust leiab, et asjakohasem ning vastavalt inimese huvidele kohandatud reklaam ja pakkumised ei ole piisav motivaator, et jagada enda kohta rohkem teavet. Sellest lähtuvalt küsiti siinkohal andmetöötlejatelt, kas nad panustavad personaliseeritud turundusse.

7 (27%) tegelevad hetkel aktiivselt personaliseeritud turunduse pakkumisega oma klientidele ning 1 (4%) soovib seda tulevikus suuremas mahus teha. 7 (27%) vastanutest panustavad sellesse vähesel määral, kuid tegemist pole nende peamise eesmärgiga ning 11 (42%) ei tegele sellega üldse. Kui läheneda GDPR-le kui võimalusele, saab määruse äristrateegia planeerimisel enda kasuks tööle panna. Jõudnuna isikuandmete töötlemise uude ajastusse, saab tarbijatega luua usaldussuhteid, mis on võti selleks, et klient jagaks vabatahtlikult rohkem infot enda kohta.



## 2.4 Järeldused ja ettepanekud

Seoses infoajastu kiire arenguga paluti tarbijatel esmalt hinnata, kui oluline on nende jaoks andmekaitse valdkond. Siinkohal joonistus selgelt välja, et inimeste jaoks on tegu väga asjakohase teemaga, mida lausa 150 (57%) hindas väga oluliseks ning 100 (38%) oluliseks. Mitte ükski osalenutest ei märkinud vastuseks mitteoluline. (Roste 2018)

Lähtuvalt sellest paluti ka andmetöötajatel hinnata, kas nad tunnevad survet pidevalt täiustada oma protsesse, et tagada klientide informatsiooni turvaline töötlemine ja hoiustamine. Positiivsena saab välja tuua, et 19 (73%) osalenutest kinnitasid, et nad peavad oluliseks valdkonnaga tegeleda. See annab kindluse, et ka Eesti ettevõtted, organisatsioonid ja asutused teadvustavad endale, et eduka äritegevuse eeluduseks on klientide usalduse võitmine ja säilitamine.

Aina kasvav e-kaubandus ning ka arenev turism on teguriteks, mis suurendavad andmete piiriülest liikumist. Eesti tarbija teadvustab endale, kui suures mahus töödeldakse nende andmeid väljaspool koduriiki ja mõistab, et siinkohal on oluline Euroopa Liidu sekkumine. 91 (35%) märkis väga oluliseks ning 183 (52%) oluliseks, et andmekaitsega tegeletakse ning seadusandlust uuendatakse EL-i tasemel. (Roste 2018)

Pigem negatiivse poolena selgus, et vaatamata andmekaitsereformile ning suurenenud tähelepanule on siiski nii tarbija kui ka töötaja hinnang üldisele olukorrale Eestis keskpärane või alla selle. Tarbijatest hindas andmekaitse taset Eestis keskpäraseks 123 (47%), üle selle 65 (24%) ning all 75 (29%). Andmetöötajate hinnang jagunes vastavalt 11 (42%) keskpärane, 4 (16%) üle selle ning lausa 11 (42%) alla.

Selgelt pigem pessimistlik hinnang olukorrale Eestis võib tuleneda asjaolust, et seni kehtinud andmekaitse direktiiv 95/46 oli jäänud ajale jalgu. GDPR-ga astuti suur samm edasi, kuid veel on vara laialdasemat mõju hinnata. Inimestele tuleb anda aega kohanemiseks, samuti vajab uus määrus parandamist ja sisse töötamist. Samuti võib tarbijate hinnangut mõjutada vähene informeeritus, seaduse liigne keerukus ning vähene usk järelvalvet teostava asutuse võimekusse. (Roste 2018)

Tarbijate hulgas joonistus selgelt välja, et rahulolu andmekaitsega hindas keskmiselt kõrgemaks nooremapoolne osaleja. See tuleneb asjaolust, et nooremad tunnevad end ilmselt tehnoloogia

valdkonnas mugavamalt, suudavad paremini ka hinnata andmekaitse valdkonna riske ja ei ole piiratud hirmudest. (*Ibid.*)

Vastavalt eesmärgile on GDPR-i keskmes füüsiline isik. Lähtuvalt sellest sooviti teada, kas Eesti tarbija on kursis määruse sisu ning selle poolt talle antavate õigustega. Autorile üllatavana oli vastajate teadlikkus GDPR-st kõrgem, kui seda enne uuringu läbi viimist eeldada võis. Osalenutest 47 (18%) märkisid ära, et nad on põhjalikult süvenenud seaduse sisusse ning 121 (46%) on põgusalt tutvunud uue määrusega. (*Ibid.*)

Negatiivsena saab välja tuua, et 75 (29%) on küll kuulnud GDPR-st kuid nad ei ole selle vastu huvi tundnud ja 20 (7%) ei ole üldse määrusest teadlikud. Selleks, et tarbija saaks võtta vastu adekvaatseid otsuseid seoses isikuandmete töötlemisega ning kasutada oma õigusi, on vaja, et seadus oleks talle arusaadaval viisil kättesaadavaks tehtud. Samuti on oluline, et inimesed teaks, kelle poole abi saamiseks pöörduda. (*Ibid.*)

Lähtuvalt sellest sooviti, et andmetöötledajad annaksid hinnangu oma klientidele. 11 (42%) osalenutest kinnitavad, et nende kliendid on hästi informeeritud ja suudavad vastu võtta adekvaatseid otsuseid. 8 (31%) siiski antud väitega ei nõustu. Täpsustavalt toodi välja, et kliente on väga seinast sein ja inimesed jäävad pöördumistes hätta oma tegelike nõudmistega väljendamisega.

Lihtsal inimesel ongi väga raske juriidilist teksti tõlgendada ning sellest tekib ka lahkkelisid. Andmetöötledaja peab olema igal hetkel valmis konflikti vältimiseks kliendile selgitusi jagama. Kuna isikuandmetega seonduvad probleemid tekitavad inimestes ärevust, siis võidakse olla oma pöördumistes esialgu liigselt emotsionaalsed. Seetõttu on oluline, et ka kõigile eesliini töötajatele on tagatud vajalik informatsioon või nad on võimelised kliendi kiirelt suunama vastava kontaktisiku poole.

Uus üldmäärus on vajalik, et anda füüsilisele isikule tagasi kontroll oma isikuandmete üle ning luua kogu EL hõlmava seaduse läbi parem ettevõtluskeskkond. Tarbijatest 176 (67%) ei usu, et GDPR täidaks nende suhtes oma eesmärgi ning ei ole tunnetanud suuremat kontrolli oma teabe üle. Pigem negatiivne suhtumine GDPR-i tuleneb asjaolust, et seaduse rakendamisest on veel vähe möödunud ja tegelik mõju pole tarbijate teadvusesse jõudnud. Samuti leitakse, et määrus on liialt juriidiline ning raskelt mõistetav, jäädes inimestest kaugel. (Roste 2018)

Sama küsimust paluti hinnata ka andmetöötajatel, kellest 11 (42%) leiab, et GDPR täidab oma eesmärgi ning 6 (23%) märkis, et määrus ei täida ootusi. 9 (35%) täpsustasid oma vastust, tuues peamiselt välja, et mõju hindamiseks on liiga vara ning liikmesriikide siseste normide ühtlustumine võtab aega. Positiivsena märgiti, et GDPR-i ümber tekkinud arutelu aitab teadvustada andmekaitse olulisust ning negatiivsena, et järelvalveasutusel puudub võimekus kontrolli tagamiseks ning rikkumiste menetlemiseks.

GDPR-ga tõmmati rohkelt tähelepanu tarbija õigustele, mistõttu kardeti, et pärast 25. maid 2018 tuleb ettevõtetel, asutustel ja organisatsioonidel tegeleda väga paljude vastavasisuliste pöördumistega. Selle hindamiseks uuriti õiguste kasutamise aktiivsust nii tarbija kui ka töötaja vaatenurgast. Autori esialgne seisukoht lähtuvalt tööalasest kogemusest oli, et inimeste huvi on pigem madal.

Tarbijatest on tekkinud 119-l (45%) vajadus oma õigusi rakendada, mis on oodatust mõnevõrra kõrgem tulemus. Samas andmetöötajatest vastas lausa 10 (38%), et neile ei ole laekunud pärast 25.maid 2018 ühtegi vastavasisulist pöördumist. 12 (46%) tõdesid, et tegeleda on tulnud mõne üksiku nõudega ning vaid 1 (4%) märkis, et kliendid on aktiivsed oma õiguste kasutamisel. Samuti toodi välja, et kõige rohkem pöördumisi oli vahetult pärast GDPR-i rakendumist, kuid tarbijate poolne huvi vaibus üsna kiirelt. (Roste 2018)

Seoses GDPR-i rakendamisega küsisid paljud ettevõtted, asutused ja organisatsioonid oma klientidelt uue aktsepti või palusid nõustuda uute tingimustega. Küsitluses uuriti, mille võttis tarbija info ülekülluse olukorras aluseks uue nõusoleku andmisel. 71% andsid aktsepti vaid andmetöötajatele, kes on nende jaoks vajalikud või kes pakuvad isiklikult huvi. See näitab selgelt, et tarbija enda poole võitmiseks on vaja teha talle pakkumisi, mis köidaks tähelepanu. (*Ibid.*)

Huvitava faktina saab välja tuua, et 16% vastanutest väidavad, et nad ei andnud ühtegi uut nõusolekut. Tegemist on mõneti vastuolulise väitega, kuna mitmed väga suure kasutajaskonnaga platvormid, nagu näiteks Google, Facebook, Instagram, Youtube, Apple ID ja teised ei võimaldanud teenust edasi kasutada enne, kui klient kinnitas uued tingimused. Kuna küsitlust jagati peamiselt Facebookis, siis saab järeldada, et enamus osalenutest on antud platvormi kasutajad ning osa neist ei teadvustanud endale olukorda, kus tegelikult anti uus nõusolek oma isikuandmete töötlemiseks. (*Ibid.*)

Andmebaaside auditeerimine ning uute nõusolekute võtmine andis alust eeldada, et tarbijani jõuab edaspidi vähem kuid kvaliteetsemaid otsepostitusi ja -pakkumisi. Otseturunduse massi vähenemist on tunnetanud vähemal või suuremal määral 159 (53%) 263-st vastanust, samas kui kvaliteedi paranemist vaid 97 (37%). (*Ibid.*)

Otsepostituste ja -pakkumiste massi vähenemist võib eeldada juba vastavalt tarbija uue nõusoleku andmise alusest, kuid kvaliteedi suuremat muutust pole üldmäärus endaga kaasa toonud. Samas tuleb tõdeda, et koos seaduse karmimaks muutumisega arenevad ka turundajad ning leitakse erinevaid võimalusi määrusest kõrvale hoidmiseks. Ühe juba kasutusele võetud näitena saab tuua arvutisüsteemid, mis genereerivad automaatselt telefoninumbreid. Sellised numbrid ei ole seotud inimese nime ega muude identifitseerimistunnustega, mis tähendab, et tegu on isikustamata andmetega, mille kasutamisele käesoleval hetkel ei seata piiranguid. (*Ibid.*)

Turundajate üks suurimaid väljakutseid on ka edaspidi leida võimalusi klientidelt teabe kogumiseks. Selleks uuriti kahte asjaolu, mis võiks parandada inimeste meelsust oma andmete jagamisel. Esmalt sooviti teada, kas tarbija annaks meelsamini oma andmed ettevõttele, kellel on selgelt kirjeldatud vastavus GDPR-ga ning välja toodud privaatsuspoliitika, andmete töötlemise kord ning kolmandate osapoolte rühmad. 182 (69%) vastanutest leidsid, et antud asjaolu muudab töötleja usaldusväärsemaks ja nad oleksid nõus meelsamini oma isikuandmeid jagama. (*Ibid.*)

Andmetöötlejatest kinnitas 23 (88%), et nad on käesolevaks hetkeks teinud oma klientidele lihtsalt kättesaadavaks privaatsuspoliitika, andmete töötlemise korra ning kolmandate osapoolte kategooriad. Kuigi esialgu võib dokumentatsiooni koostamine tunduda keeruka ja liigselt aeganõudva kohustusena, on tegu siiski vajaliku aspektiga, millele tähelepanu pöörata. Privaatsuspoliitika koostamisel peab jälgima, et see oleks lihtsalt arusaadav kõigile, mitte jääma kinni liigselt juriidilistesse terminitesse. Samuti peab dokument olema kiirelt ja mugavalt leitav ning andmetöötleja valmis selgitusi jagama.

Teiseks sooviti teada, kas tarbija jagaks enda kohta rohkem teavet, kui ta saaks vastutasuks personaalsemaid pakkumisi ja reklaami. Siinkohal leidis vaid 105 (40%), et tegu on piisava argumendiga andmetöötlejale suuremas mahus andmete edastamiseks. Personaliseeritud turunduse keerukas taustsüsteem ning hirm liigse jälgimise ees on ilmselt põhjuseks, miks Eesti tarbija käesoleval hetkel veel sellesse liigselt ei usu. (Roste 2018)

Uuringus osalenud andmetöötajatest tegeleb vähemal või suuremal määral personaliseeritud lahenduste pakkumisega 15 (58%). GDPR annab turundajatele täiesti uue võimaluse luua usalduslikke kliendisuhteid, mida nutikalt rakendades on tarbijad vabatahtlikult valmis jagama rohkem teavet. See on alus uute strateegiate loomiseke, mille edukas elluviimine võib aidata pakkuda just õiget asja huvitatud inimestele ning parimal ajahetkel.

Üks olulisemaid tulemusi, mida tuleks silmas pidada, on see, et tarbijad on alati karistama ettevõtteid, asutusi ja organisatsioone, kes on nende andmetega hooletult ringi käinud ning toime pannud mõne rikkumise. Siinkohal on tähelepanuväärne, et vaid 18 (7%) 263-st vastanust märkis, et nad ei võtaks rikkumise ilmnemisel midagi ette. Ülejäänud rakendaks mõnda meetet andmetöötaja karistamiseks, mis võib tuua kaasa nii rahatrahvi kui ka mainekahju. (Roste 2018)

Antud fakt näitab selgelt, et andmekaitse ei saa suhtuda kergekäeliselt ning pidev riskide hindamine on oluline edukaks äriks vajalike ressursside säilitamiseks. Ilma andmeteta ei ole võimalik oma klientidega suhelda ning nendega tehinguid sõlmida. GDPR tõi andmekaitsele vajalikku tähelepanu, kuid siinkohal on oluline protsesside järjepidevus ning arusaam sellest, mida tähendab piisavate turvameetmete rakendamine.

Andmetöötajatelt uuriti, kas nad kinnitavad väidet, et suurim risk andmete lekke või väärkasutamise puhul on inimlik faktor. Hinnanguliselt 80% rikkumistest pannakse toime just pahatahtlike, hooletute või piiratud teadmisetega töötajate poolt (Knowlton 2017). Uuringus osalenud andmetöötajatest nõustus väitega lausa 24 (92%) 26-st, mis näitab selgelt, et ka Eestis on probleemi mõistetud. Võimaliku lahendusena toodi välja, et vastutusrikkamatele töökohtadele kandideerimisel kehtivad kõrgemad nõudmised ning võetakse arvesse isiksuseomadusi. Samuti aitab töötajate järjepidev teavitamine ning tagajärgede selgitamine. Töötajad ei tohiks karta vigu tunnistada, sest suurema kahju ärahoidmiseks on oluline võimalikult kiirelt reageerida.

Sellest lähtuvalt küsiti andmetöötajatelt, kas GDPR-ks valmistumisel tagati vajalik informatsioon kogu meeskonnale või tegelesid määrusega vaid sellega seotud võtmeisikud. Hea on tõdeda, et osalenutest 20-s (77%) organisatsioonis jagati olulist teavet kogu personalile. Andmekaitse põhimõtetega peavad olema kursis ettevõttes kõik inimesed, kes ükskõik millisel määral omavad ligipääsu hoiustatavale teabele või infosüsteemidele. Sageli ei pruugi töötaja isegi mõista, et tema käitumine on riskantne, sest endale ei teadvustata ohte või ei suudeta teguviisi analüüsida.

Organisatsioonide esindajatelt uuriti, kas nad usuvad, et GDPR-i nõuete täitmine ning pidev töö klientide andmete kaitsmisel tagab neile konkurentsieelise. Siinkohal selgus, et 12 (46%) usuvad antud fakti ning 8 (31%) ei arva, et see neile eelise annaks. Ülejäänud leidsid, et nad võidaks juhul, kui mõni samas valdkonnas tegutsev ettevõtte eksiks ning kaotaks oma maine. GDPR on andmetöötajate silmis pigem võimalus võita klientide usaldust, kui konkurentsieelis.

Andmetöötajatel paluti selgitada, millised olid suurimad väljakutsed GDPR-le eelnenud ettevalmistusperioodil. Peamiselt toodi välja, et seaduse tõlgendamine ning mõistmine olid raskendatud, kuna määrusega kaasas käivad juhendid jäid väga pealiskaudseteks. Samuti seisti silmitsi vajadusega luua suurel hulgal uut dokumentatsiooni, mille juures tunti vajadust välise abi rakendamiseks. Töömaht suurenes erinevate haldusülesannete läbi, millest ajamahukaimaks ja kõige raskemaks hinnati andmete kaardistamist seotuna õiguslike aluste ja eesmärkidega. Ilmselt enim rahalist ressursi nõudvaks ülesandeks kujunes IT- ja turvasüsteemide täiustamine ning seadusega vastavusse viimine. Märgiti ära ka organisatsiooni sisese teadlikkuse tõstmine ning mõtteviisi muutmine.

Ühe haldusülesandena tuli andmetöötajatel tegeleda ka nõusolekute uuendamisega. Esiialgu eeldati, et uute aktseptide võtmise maht on suur ning seeläbi kaotatakse ka oluline osa andmebaasidest. Siiski uuringu tulemuste põhjal võib öelda, et tegu oli ilmselt liiga paisutatud hirmuga ning lausa 15 (54%) osalenutest märkis, et neil on andmete töötlemiseks õigustatud alus või varasemalt võetud nõusolek kehtib ka edaspidi. 7 (27%) küsis uue aktsepti osadelt oma klientidelt ning vaid 3 (12%) kõigilt. Samas tuleb silmas pidada, et füüsilise isiku nõusoleku võtmisel tuleb lähtuda läbipaistvuse põhimõttest ning aktsept peab olema taasesitatavas vormis.

GDPR-i valguses eeldati, et ettevalmistusperioodil tehtud tööprotsesside kaardistamine ning auditeerimine tagab kvaliteetsemad andmebaasid, vähendab ressursikulu ning tagab suurema kliendirahulolu. Kahjuks märgiti, et antud eelduse hindamiseks on hetkel liiga vara ning suurem mõju alles ilmneb. Käesoleval hetkel tajub muutust suuremal või vähemal määral 9 (35%) 26-st ning 11(42%) ei näe, et varasemaga võrreldes erinevust.

Kuna GDPR-i hinnatakse väga investeringumahukaks projektiks, mille ümber tekkis aktiivne äritegevus, siis paluti andmetöötajatel hinnata ka kahte aspekti, mis eeldavad lisaressursi eraldamist. Esmalt uuriti, kas organisatsiooni töötaja(d) osales(id) ettevalmistusperioodil mõnel tasulisel koolitusel ning vastustest selgus, et lausa 20-l (77%) juhul seda ka tehti. Vaid üks osalenutest märkis, et nemad kasutasid tasuta võimalusi.

Teise asjaoluna uuriti, kas osalenud organisatsioonides on ametisse määratud andmekaitse spetsialist. Seadusest tulenev kohustus nimetada vastav ametikoht oli 13-l (50%) osalenutest. Suurenenud töömahuga toime tulekuks ning tööprotsesside määruusega vastavusse viimiseks värvati andmekaitse spetsialist ka 7 (27%) juhul, kuigi selleks vastav kohustus puudub. Tegemist on aspektiga, mis näitab tööhõive suurenemist ning selleks tehtavate kulude tõusu.

Tuginedes tööle andmekaitse valdkonnas, kahele läbiviidud küsitlusele ning diskussioonile vastanutega, on autori poolsed ettepanekud järgmised:

- Selleks, et inimesed saaksid maksimaalset kasu andmekaitse reformist, tuleb suunata seadusandjatel fookus füüsiliste isikute teavitamisele. Adekvaatsete otsuste aluseks on teadlikkus. Kahjuks on GDPR, nagu paljud uued seadused, väga juriidiline ja keerukas, jäädes paljudele lihtsalt mõistmatuks. Panustada saavad ka andmetöötajad, kelle võimuses on tõsta oma tarbijate teadlikkust, läbi mille on võimalik üles ehitada häid kliendisid.
- Isegi kui järelvalvet teostaval asutusel puudub võimekus kontrollida ning menetleda rikkumisi, ei tasu andmekaitse kergekäeliselt suhtuda. Tarbija on aldis karistama töötajat, kes on toime pannud mõne rikkumise tema suhtes. Piisavat kajapinda leidvate juhtumite korral võib olla mainekahju isegi hullem, kui mõni ettekirjutis või trahv.
- Valides õige strateegia, võib olla GDPR rohkem eelis, kui takistus. Kasutades ära määruuse loodud alust luua täiesti uuel viisil usalduslikke kliendisid, on võimalik GDPR pöörata oma äristrateegia eeliseks. Toetudes usaldusele on lihtsam võita klientide poolehoid ning saada vajalikke andmeid personaliseeritud turunduse osakaalu suurendamiseks. Samuti on määruusel potentsiaali aidata taastada usaldust, mille paljud ettevõtted on varem kaotanud.
- Vähem andmeid võib olla parem, kui palju andmeid. Kui eelnevalt olime harjunud suurte andmete ajastuga (*big data*), siis GDPR-ga soovitakse jõuda selleni, et töötajad järgiksid minimaalsuse põhimõtet ning koguks, hoiustaks ja kasutaks infot mahus, mis on vajalik eesmärgi täitmiseks, kuid mitte rohkem.
- Kasutajamugavus on oluline – endiselt on näha, et inimestelt nõutakse liialt palju andmeid toote või teenuse ostmisel. Pikk ankeet enne ostu sooritamist võib aga endaga kaasa tuua hoopis vastupidise efekti. Oleme ajajärgus, kus loeb kättesaadavus, kiirus ja kasutajamugavus. Nõuda oma kliendilt liiga suurt pingutust võib viia ostuotsusest loobumiseni. Seega tuleks kõigil pakkujatel üle vaadata oma tehingu sooritamise protsessid ja veenduda, et tulemuseni jõudmine ei nõua inimeselt ülemäära palju panustamist.
- Enne tehing, alles seejärel andmed põhimõtte ehk ostu sooritamisel lasta inimesel kerge vaevaga makse sooritada ja pärast seda küsida vajalikke andmeid, näiteks tarne

sooritamiseks. Ostu teinud inimene on ise huvitatud jagama vajalikku informatsiooni. Tagades kliendile kasutajamugavus on suurem tõenäosus, et ta soovib ettevõttega ka tulevikus kontakti astuda.

- Teadmine, milliseid andmeid hoiustatakse, nende turvalisuse tagamine ja andmete tõhus kasutamine aitab leida uusi ärilisi võimalusi. Tühjalt seisval teabel ei ole mingit väärtust.
- Andmebaaside auditeerimine ei tohiks olla ühekordne katse paista GDPR-i valguses hea välja. See on järjepidev töö, mille tulemusel on võimalik kiirelt reageerida klientide pöördumistele, üles ehitada turvalisi tehnoloogilisi lahendusi, kasutada andmeid maksimaalselt ning loobuda üleliigsest. Mis peamine, korras andmebaaside arvelt on võimalik vähendada halduskulusid.
- Suurim risk andmete lekkeks on inimfaktor, millega tuleb arvestada. Olgu tegu siis pahatahtliku või tahtmatu teguviisiga, kuid hinnanguliselt 80% andmetega toime pandavatest rikkumistest organisatsioonides toimub just töötajate poolt (Knowlton 2017). Personali panustamine on investering, mis toob kasu ning aitab vältida võimalikke ebameeldivusi ning mainekahju.



## KOKKUVÕTE

Tänapäeval on iga äri aluseks andmed ning edu saavutavad need, kes suudavad leida vastuse küsimusele, kuidas säilitada konkurentsivõime ning samas hoida või isegi suurendada usaldusväarsust nende inimeste hulgas, keda teenindatakse. GDPR-i rakendumine muutis täielikult äriprotsesse ning võimaldab kaasata klienti paremini, kui see kunagi varem võimalik on olnud. Andmetöötajad, kes suudavad käsitleda GDPR-i takistuse asemel eelisena, võivad selle põhjal üles ehitada väga eduka äristrateegia.

Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmääruse peamiseks eesmärgiks oli anda füüsilisele isikule tagasi kontroll oma isikuandmete kasutamise suhtes ning tänu EL-i ülesele seadusandlusele luua parem ettevõtluskeskkond. GDPR-ks ettevalmistusperiood muutus aga omaette äritegevuseks ning kõrvaltvaatajana tõstatus küsimus, et kas ehk nihkus fookus oluliselt kõrvale ning keskenduti liigselt vaid kasumi teenimisele.

Lõputöö eesmärgiks oli välja selgitada, kuidas Eesti tarbija ning andmetöötaja hindavad andmekaitse valdkonna olulisust ning kas nad tunnetavad GDPR-i poolt antud õigusi, kohustusi ja võimalusi. Eesmärgi saavutamiseks küsitleti kokku 263 tarbijat ning 26 erinevast valdkonnast andmetöötajat, kelle hinnangu põhjal tehti järeldusi ja esitati ettepanekuid.

Uuringu tulemustest selgus, et Eesti tarbija hindab andmekaitse olulistust kõrgelt ning mõistab, kui oluline on, et seaduste kaasajastamisega tegeletakse EL tasemel. Samuti tunnevad andmetöötajad survet oma klientide andmete kaitsmiseks ning protsesside arendamiseks, nähes selles võimalust suurendada tarbijate usaldust.

Negatiivse asjaoluna selgus, et nii tarbijad kui ka organisatsioonid hindavad üldist andmekaitse taset Eestis pigem keskpäraseks või alla selle. Seda võib põhjustada vähene usk järelvalveasutuse võimekusse. Samuti on GDPR-i näol tegemist veel väga värske määrusega, mille ümber valitseb rohkelt segadust ja valearusaamu. Saab loota, et GDPR-i tõttu suurenenud tähelepanu andmekaitse valdkonnale survestab ka seadusandjaid viima sisse parandusettepanekuid, liikudes pelgalt

bürokraatialt edasi selleni, et aidata nii füüsilistel isikutel kui ka organisatsioonidel määrust selgemalt mõista.

Üllatavana selgus, et Eesti tarbija on oodatust paremini informeeritud üldmääruse sisust, selle poolt antavatest õigustest ning on valmis neid ka rakendama. Hetkel valitseb küll pigem pessimistlik seisukoht selles osas, kas GDPR täidab oma eesmärgi, kuid oodatakse siiski puuduste kõrvaldamist ning valdkonna arengut positiivses suunas.

Üheks olulisemaid asjaolusid on, et tarbija on väga motiveeritud karistama andmetöötajat, kes kasutab vääriti talle antud usaldust ning ohustab kliendi huve. See on tõsiasi, millega peaks arvestama kõik organisatsioonid oma igapäevase töö planeerimisel ning riskianalüüside läbiviimisel. Need, kes soovivad olla edukad, ei saa enam suhtuda andmekaitssesse kergekäeliselt. Samuti tuleb oma strateegia üles ehitamisel silmas pidada tarbija piire.

Peamiste ettepanekutena saab välja tuua järgneva:

- Inimestele tuleb tagada piisav ning selgelt arusaadav informatsioon, et nad saaks võtta vastu adekvaatseid otsuseid;
- Andmekaitssesse ei saa suhtuda kergekäeliselt, sest tarbija on aldis võtma kasutusele karistusmeetmeid ettevõtte suhtes, kes on mistahes viisil rikkunud tema õigusi;
- Valides õige strateegia, võib olla GDPR pigem eelis, kui takistus;
- Vähem andmeid võib olla parem, kui rohkem andmeid;
- Oluline on kasutajamugavus – oodates oma tarbijalt ostu sooritamiseks liiga suurt panust, võib klient tehingust hoopis loobuda;
- Tarbijale tuleks võimaldada tehingu käigus võimalikult vähese vaevaga makse sooritada ning alles pärast seda paluda temalt eesmärgi täitmiseks vajalikke andmeid ning pakkuda võimalust ka edaspidi ettevõttega suhelda;
- Teadmine, milliseid andmeid hoiustatakse, nende kaitsmine ning tõhus kasutamine tagab ärilise eelise;
- Andmebaaside auditeerimine ning korrashoid peab olema järjepidev tegevus, et kasutada maksimaalselt ära olemasolevaid ressursse;
- Suurim risk andmete lekkeks on inimfaktor, mistõttu tuleb investeerida töötajate teadlikkuse tõstmisesse ning arengusse.

Käesoleva töö analüüsi põhjal selgunud tulemusi, järeldusi ja ettepanekuid on võimalik kasutada näiteks andmekaitse spetsialistil igapäevase töö planeerimisel. Samuti on tarbija arvamus oluline nii ettevõtetele kui ka seadusandjatele.

GDPR tõmbas andmekaitse valdkonnale vajalikku tähelepanu, kuid kuna rakendumisest on möödas loetud kuud, saab hetkel hinnata vaid ettevalmistusperioodil tehtud ümberkorraldusi ja kohanemist ning eeldada, milliseid suured muutused on veel ees. Kui siia juurde tuua veel uus e-privatsuse määrus ning geoblokeeringu kaotamine, on ka edaspidi oodata huvitavaid arenguid. Siinkohal on ainekult tulevikus põhjalikumalt uurida ning vaadelda, kuidas reageerivad nii tarbijad kui ka andmetöötajad ning mis suunas liigub turundusvaldkond.

# SUMMARY

## GENERAL DATA PROTECTION REGULATION FROM AN ESTONIAN CONSUMER AND DATA PROCESSOR PERSPECTIVE

Kirke Roste

General Data Protection Regulation (GDPR) has completely overhauled business processes around data handling. All departments are affected by this, especially marketing. Marketers are offered a unique opportunity to build up trusted brand-consumer relationships, which can be more of an advantage than an obstacle. By finding the right approach, GDPR can be a successful business strategy. Marketers must learn to work with smaller but potentially richer data sets.

GDPR aims to give citizens greater power over their data and improves the business environment and competition. The preparation period became an opportunity to make business the focus seemed to shift from the important. Lawyers, trainers and consultants mainly focused on profit making. This led to misleading information getting spread, introductions remaining superficial and an increase in anxiety among people. Thus, the research problem of this thesis is to find out whether the investments made to comply with GDPR have paid off from an Estonian consumer and data processor perspective.

The objective of this thesis is to conclude, how Estonian consumers and data processors value the importance of data protection and how they perceive rights, duties and opportunities given by GDPR. To achieve the goal, the following tasks are set:

- carry out a consumer and data processor survey;
- analyze the results and submit proposals;
- evaluate the GDPR from consumer perspective and submit appropriate proposals;
- introduce GDPR main aspects from data processor perspective.

To achieve the goal, 263 consumers and 26 data processors were interviewed. Author used Google Forms to create questionnaires. All the results were aggregated and analyzed, based on which the conclusions were submitted.

Estonian consumer appreciates the importance of data protection and understands that European Union intervention is necessary as data flows cross-border. Data processors feel the pressure to protect information about their consumers and improve processes to maintain trust.

Consumers and organizations value the level of data protection mediocre or under that. Lack of trust in the supervisory can cause this. On the other hand, GDPR is a fresh regulation, which is surrounded by confusion and misunderstanding. An increased attention might put pressure on lawmakers to help people understand the content of the regulation.

The most compelling finding is that consumers vow to punish organizations that fail to protect their data. Only 18 out of 263 respondents would not use punitive measures. Others would find a way and that could lead to a penalty or reputational damage. Those who want to be successful, must take data protection seriously and respect consumer boundaries.

The main proposals are:

- Sufficient and understandable information must be accessible to people, so they can make adequate decisions;
- Data protection is important, because consumers are willing to punish data processors who abuse their trust;
- GDPR may be more of opportunity, than an obstacle, if the right marketing strategy is chosen;
- Less data might be better, than a lot of useless information;
- User-friendliness is important – requesting for too much effort from customers can lead to losing the client;
- Allow consumers to make quick and effortless purchases, and only after that ask for delivery information and/or wish to receive offers;
- Knowing what data is stored, securing that data and using this information effectively provides new business opportunities;
- Database management must be a consistent process, in order to the use of available resources;
- Employees represent the biggest security risk, and thus investments in employee knowledge development are important.

All the results, conclusions and proposals can be used by data protection officers. Create a strategy and understanding consumer preferences is helpful. Moreover, consumers' opinion must be taken into account by supervisory authority. It is important to place the consumer at the heart of the marketing strategy to create relationships based on trust.

GDPR attracted the necessary attention to data protection. Unfortunately, it is too early to give final assessments. We can analyze the changes that were made during the preparation period and evaluate how well consumers and organizations have adapted. When looking at GDPR together with e-privacy and geo-blocking directive, major changes will certainly take place in the marketing field. It is interesting to see how data processors, consumers and market will react in the future.

## KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- AUTOMATING CUSTOMER CONSENT: DATA PRIVACY IN THE AGE OF DATA CAPITALISM*. Trunomi. Kättesaadav: <https://www.trunomi.com/automating-customer-consent-gdpr-compliance/> , 6. oktoober 2018
- Clearwater, A., Philbrook, B. (2018). *Direct Marketing Under the GDPR: Consent vs Legitimate Interests*. CPO Magazine. Kättesaadav: <https://www.cpomagazine.com/2018/05/25/direct-marketing-under-the-gdpr-consent-vs-legitimate-interests/> , 1. oktoober 2018
- Consumers Vow to Punish Businesses that Fail to Safeguard Their Data and Reward Those that Put Data Protection First*. Veritas Technologies. Kättesaadav: <https://www.veritas.com/news-releases/2018-05-15-consumers-vow-to-punish-businesses-that-fail-to-safeguard-their-data-and-reward-those-that-put-data-protection-first> , 12. september 2018
- Euroopa Parlamendi ja Nõukogu Määrus (EL) 2016/679 (1). Kättesaadav: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/et/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679> 1. oktoober 2018
- Flanagan, K. (2018). *GDPR: Why the opportunities far outweigh the costs*. Econsultancy. Kättesaadav: <https://econsultancy.com/gdpr-why-the-opportunities-far-outweigh-the-costs/> , 12. detsember 2018
- GDPR FAQs*. EU GDPR.ORG. Kättesaadav: <https://eugdpr.org/the-regulation/gdpr-faqs/> , 12. november 2018
- GDPR Key Changes*. EU GDPR.ORG. Kättesaadav: <https://eugdpr.org/the-regulation/> , 22. oktoober 2018
- GDPR: A consumer perspective*. DMA. Kättesaadav: <https://dma.org.uk/uploads/ckeditor/GDPR-consumer-perspective-2018-V2.pdf> , 12. september 2018
- Irwin, L. (2018a). *The GDPR: Understanding the 6 data protection principles*. IT Governance European Blog. Kättesaadav: <https://www.itgovernance.eu/blog/en/the-gdpr-understanding-the-6-data-protection-principles> , 12. detsember 2018
- Irwin, L. (2018b). *Top tips for writing a GDPR-compliant privacy policy*. IT Governance European Blog. Kättesaadav: <https://www.itgovernance.eu/blog/en/top-tips-for-writing-a-gdpr-compliant-privacy-policy> , 12. detsember 2018
- Ismail, N. (2017). *Employees represent the 'biggest data security risk'*. InformationAge. Kättesaadav: <https://www.information-age.com/employees-represent-biggest-data-security-risk-123467472/> , 3. detsember 2018

- Ismail, N. (2018). *How will GDPR improve the customer experience for consumers?* InformationAge. Kättesaadav: <https://www.information-age.com/will-gdpr-improve-customer-experience-consumers-123470312/> , 3. detsember 2018
- Kes peavad määrama andmekaitsepetsialisti?* Andmekaitse Inspektsioon. Kättesaadav: <https://www.aki.ee/et/uudised/kysimus-vastus/mida-tahendab-oigus-andmete-ulekandmiseksm> , 19. november 2018
- Knowlton, T. (2017). *The „human factor“ is responsible of 80% of all security breaches.* Digital Leaders. Kättesaadav: <https://digileaders.com/human-factor-responsible-80-security-breaches/> , 1.detsember 2018
- Le Donni, B. (2018). *You've Got Nothing To Fear If You Give Your Data Responsibly.* Forbes. Kättesaadav: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2018/03/22/youve-got-nothing-to-fear-if-you-give-your-data-responsibly/#2863c9df3688> , 19.oktoober 2018
- MARKETERS, BEWARE OF LOSING YOUR BIGGEST ASSET BECAUSE OF GDPR NON-COMPLIANCE.* Trunomi. Kättesaadav: <https://www.trunomi.com/marketers-beware-gdpr/> , 12. november 2018
- Matjus, Mari. (2018). Euroopa Liidu Andmekaitsemääruse (GDPR) Mõjud. *Seminar: Andmekaitse reform turunduses*, 7. veebruar 2018 Tallinn, Koiv Invest OÜ, 2-4.
- Matteus, Doris. (2018). Kuidas ettevõttes/asutuses kaardistada isikuandmed ja töötlemise viisid ning hinnata olemasoleva olukorra vastavust uue määruse nõuetele?. *Seminar: Isikuandmete kaitse määruse ja andmekaitsepetsialisti koolitus*, 5. aprill 2018 Tallinn, Koiv Invest OÜ, 2-9.
- Maulen, R. (2018). *How GDPR is an Opportunity to Create Business Value.* Gartner. Kättesaadav: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/how-gdpr-is-an-opportunity-to-create-%09business-value/> 1. oktoober 2018
- Mida tähendab õigus andmete ülekandmiseks?* Andmekaitse Inspektsioon. Kättesaadav: <https://www.aki.ee/et/uudised/kysimus-vastus/mida-tahendab-oigus-andmete-ulekandmiseksm> , 19. november 2018
- Millised on ELi andmekaitse eeskirjad?* Euroopa Liidu Infokeskus. Kättesaadav: [https://elik.nlib.ee/k-v-andmebaas/?kv\\_id=928](https://elik.nlib.ee/k-v-andmebaas/?kv_id=928) , 19. november 2018
- Online shopping: stopping geo-blocking and country redirects.* European Parliament. Kättesaadav: <http://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20180126STO94142/online-shopping-stopping-geo-blocking-and-country-redirects> , 7. detsember 2018
- Roste, K. (2018). Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärus tarbija perspektiivist. (Kursusetöö) TTÜ Ärikorralduse instituut. Tallinn.
- Smith, O. (2018). *The GDPR Racket; Who's Making Money From This \$9bn Business Shakedown.* Forbes. Kättesaadav: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2018/03/22/youve-got-nothing-to-fear-if-you-give-your-data-responsibly/#2863c9df3688> , 19.oktoober 2018



- The GDPR: new opportunities, new obligations.* European Commission. Kättesaadav: [https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/data-protection-factsheet-sme-obligations\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/data-protection-factsheet-sme-obligations_en.pdf) , 6. oktoober 2018
- Tjalsma, R. (2017). *An introduction to the General Data Protection Regulation.* WorkFlowWise. Kättesaadav: <https://www.workflowwise.com/blog/an-introduction-general-data-protection-regulation-gdpr> , 1. oktoober 2018
- Welz, T. (2018). *Marketing Under The GDPR: What's Old Is New Again.* Forbes. Kättesaadav: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2018/03/15/marketing-under-the-gdpr-whats-old-is-new-again/#4066e38d7500> , 1. oktoober 2018

## LISAD

### Lisa 1. Tarbijaküsitluse tulemuste koondtabel

Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärus tarbija perspektiivist						
Osalenuid kokku	263					
Naisi	181		69%			
Mehi	82		31%			
Vastanute vanuseline jaotus	kokku		naisi		mehi	
18-24	46	17%	35	13%	11	4%
25-34	110	42%	76	29%	34	13%
35-44	41	16%	27	10%	14	5%
45-54	47	18%	29	11%	18	7%
55+	19	7%	14	5%	5	2%
1. 25.mai 2018 rakendus uus Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärus GDPR. Kas oled teadlik GDPR-i sisust ning selle poolt antavatest õigustest eraisikule?						
Ei ole üldse teadlik			20	8%		
Olen kuulnud uue määruse jõustumisest, kuid ei ole huvi tundnud			75	28%		
Põgusalt tutvunud			121	46%		
Olen põhjalikult tutvunud GDPR-i sisuga			47	18%		
2. Kui oluliseks pead, et isikuandmete kaitsega tegeletakse Euroopa Liidu tasandil ning seadusi kaasajastatakse vastavalt infoajastu arengutele?						
Ei ole oluline			7	3%		
Väheoluline			27	10%		
Oluline			138	52%		
Väga oluline			91	35%		
3. Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmääruse üks eesmärke on anda inimestele suurem kontroll oma isikuandmete üle. Kas tunnetad, et uue seaduse jõustumine andis Sulle suurema kontrolli?						
Jah			87	33%		
Ei			176	67%		
4. Kas oled tajunud otsepostituste- ja pakkumiste vähenemist?						
Ei taju üldse vahet			124	47%		
Vähesel määral			113	43%		
Jah, tuntavalt vähenenud			26	10%		
5. Kas oled tajunud otsepostituste- ja pakkumiste kvaliteedi paranemist?						
Ei taju üldse vahet			166	63%		
Vähesel määral			85	32%		
Jah, tuntavalt paranenud			12	5%		

## Lisa 1 järg

<b>6. GDPR kehtestab täpselt füüsilise isiku õigused seoses tema andmete töötlemisega ettevõtete poolt. Kas oled kasutanud mõnda järgnevatest õigustest:</b> <b>1. õigus olla unustatud (nõue, et ettevõtte lõpetaks teie andmete töötlemise);</b> <b>2. õigus tutvuda oma isikuandmetega;</b> <b>3. õigus andmeid muuta/parandada;</b> <b>4.õigus piirata isikuandmete töötlemist;</b> <b>5. õigus andmeid üle kanda ühest ettevõttest teise?</b>		
Jah olen	119	45%
Ei ole tekkinud selleks vajadust	144	55%
<b>7. Enne 25. maid 2018, kui rakendus GDPR, küsisid paljud ettevõtted oma klientidelt uusi nõusolekuid, et jätkata nende andmete töötlemist ning otsepostitusete tegemist. Mille põhjal valisid ettevõtteid, kellele andsid uuendatud nõusoleku oma andmete töötlemiseks?</b>		
Andsin vaid esimestele küsijatele, hiljem ei jõudnud enam süveneda, kuna infokirju tuli liiga palju	825	9%
Andsin vaid vajalikele ettevõtetele ning neile, kes mulle isiklikult huvi pakuvad	188	72%
Andsin kõigile ettevõtetele nõusoleku, kes seda küsisid	9	3%
Ei andnud ühtegi uut nõusolekut	41	16%
<b>8. Kuidas hindad Eestis üldist andmekaitse taset?</b>		
Puudulik	23	8%
Rahuldav	52	20%
Keskpärase	123	47%
Hea	59	22%
Väga hea	6	2%
<b>9. Kui oluliseks pead üldiselt praegusel infoajastul andmekaitset?</b>		
Ei ole oluline	0	0%
Väheoluline	13	5%
Oluline	100	38%
Väga oluline	150	57%
<b>10. Kas jagaksid oma isikuandmeid meelsamini ettevõtetega, kellel on selgelt välja toodud nende vastavus GDPR-le ning ära seletatud privaatsuspoliitika, andmete töötlemise kord ning millistele kolmandatele osapooltele teie andmeid edastatakse?</b>		
Jah	182	69%
Ei ole oluline	64	24%
Ei	17	7%
<b>11. Kas oled valmis jagama ettevõttele rohkem informatsiooni enda kohta, et otseturundus- ning pakkumised oleksid personaalsemad - vastaksid teie soovidele ja huvidele?</b>		
Jah	105	40%
Ei	158	60%

## Lisa 1 järg

<b>12. Kuidas suhtusid ettevõttesse või organisatsiooni, kes on põhjustanud Sinu isikuandmete lekkimise kolmandatele osapooltele või toime pannud mõne muu isikuandmete kaitse alase rikkumise?</b>		
Lõpetaksin antud ettevõttelt/organisatsioonilt toodete ja/või teenuste ostmise	59	22%
Kaotaksin ettevõtte/organisatsiooni suhtes lojaalsuse ning otsiks konkurentide juurest alternatiivi	73	28%
Teavitaksin oma pere ja tuttavaud eksimusest ning soovitaksin neil ettevõtet/organisatsiooni boikoteerida	14	5%
Teavitaksin võimuorganeid (näiteks Andmekaitseinspektsiooni) rikkumisest	51	19%
Postitaksin ettevõtte/organisatsiooni sotsiaalmeedia kontol negatiivse tagasiside	1	1%
Ei teeks midagi	18	7%
Kasutaksin erinevaid võimalusi kombineeritult	47	18%

Allikas: Autori arvutused

## Lisa 2. Andmetöötajate küsitluse koondtabel

Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärus andmetöötajate perspektiivist	
<b>1. Ettevõtte/organisatsiooni tegevusvaldkond*</b>	
Andmetöötaja nr.1	Telekommunikatsioon
Andmetöötaja nr.2	Õiguslaste teenuse osutamine
Andmetöötaja nr.3	Spetsialiseerimata hulgikaubandus/sisustustoodete müük, e-kaubandus
Andmetöötaja nr.4	Kütuse ja jaekaupade müük
Andmetöötaja nr.5	Ärinõustamine, audiitor, raamatupidamine
Andmetöötaja nr.6	Transport
Andmetöötaja nr.7	Turism, kaubandus
Andmetöötaja nr.8	Jaekaubandus
Andmetöötaja nr.9	Ekspordi kasvatamine, välisinvesteeringute Eestisse toomine, turismitulu suurendamine ja riigi turundamine
Andmetöötaja nr.10	Makseteenused
Andmetöötaja nr.11	Piletimüük
Andmetöötaja nr.12	Finantsteenused, riiklikud toetused
Andmetöötaja nr.13	Piletivahendus, e-kaubandus
Andmetöötaja nr.14	Turism
Andmetöötaja nr.15	IT
Andmetöötaja nr.16	IT
Andmetöötaja nr.17	Tehnoloogiaettevõte
Andmetöötaja nr.18	Õigusabi
Andmetöötaja nr.19	Tarkvaraarendus
Andmetöötaja nr.20	Kindlustus
Andmetöötaja nr.21	Telekommunikatsioon/IT/integratsioonid
Andmetöötaja nr.22	Ärianalüüsi konsultatsioon ja tarkvaralahendused
Andmetöötaja nr.23	Turism
Andmetöötaja nr.24	Tarkvara arendus
Andmetöötaja nr.25	Hotell/SPA
Andmetöötaja nr.26	Infotehnoloogia
<b>2. GDPR-i peamine eesmärk on anda füüsilisele isikule suurem kontroll oma isikuandmete üle ning ühtlustada läbi seadusandluse konkurentsi turul. Kas GDPR täidab oma eesmärgi?</b>	
Andmetöötaja nr.1	Jah
Andmetöötaja nr.2	Jah
Andmetöötaja nr.3	Ei
Andmetöötaja nr.4	Pigem ei täida
Andmetöötaja nr.5	Jah
Andmetöötaja nr.6	Ei
Andmetöötaja nr.7	Ei
Andmetöötaja nr.8	Reaalsuses midagi ei muutunud ja muutus on kinni selles, kas AKI suudab kontrollida olukorda või mitte. Hetkel ei suuda.

## Lisa 2 järg

Andmetöötleja nr.9	Jah
Andmetöötleja nr.10	Jah
Andmetöötleja nr.11	Jah
Andmetöötleja nr.12	Tõenäoliselt aitab üldmäärus oma eesmärki täita, kuid praegu on seda veel vara kinnitada.
Andmetöötleja nr.13	Otseselt ei täida; küll aitab GDPR-i ümber tekkinud infomüra teadvustada isikuandmete kaitse teema olulisust.
Andmetöötleja nr.14	Jah
Andmetöötleja nr.15	Füüsilisele isikule annab suurema kontrolli, kuid seadusandluse ühtlustumine võtab aega. Erinevused riikide kohalikus õiguses on endiselt probleem.
Andmetöötleja nr.16	Jah
Andmetöötleja nr.17	Isik saab seista rohkem oma isikuandmete eest, sest rohkem võimalusi, et ei pea igal pool oma täielikku isikuandmete pagasit kirjutama. Samas kui ta kusagile nt on andnud oma tel nr või isikukoodi, siis ikkagi ta ei saa olla veendunud 100%, et ettevõtte neid turvaliselt hoiustab. Kui info läheb lekkima, kohtusse saab minna aga neid võib olla väheseid, kes kohtutee ette võtavad.
Andmetöötleja nr.18	Jah
Andmetöötleja nr.19	Ei
Andmetöötleja nr.20	Tagajärgi on veel vara hinnata.
Andmetöötleja nr.21	Osaliselt; rakendusmeetmed on puudulikud ja juurutamisprotsessid teadmata
Andmetöötleja nr.22	Rakse öelda, liiga lühike aeg alles möödas.
Andmetöötleja nr.23	Jah
Andmetöötleja nr.24	Ei
Andmetöötleja nr.25	Jah
Andmetöötleja nr.26	Juriidiliselt küll, aga praktikas vähe kasutusel.
<b>Kokkuvõte</b>	
Ei	6 23%
Jah	11 42%
Muu	9 35%
<b>3. Milline(sed) oli(d) suurim(ad) väljakutse(d) GDPR-ks valmistumisel?</b>	
Andmetöötleja nr.1	Andmete kaardistus seostatuna õiguslike aluste ja eesmärkidega atribuudi tasandil
Andmetöötleja nr.2	Isikuandmete turvalise töötlemise vajaduse mõistmine
Andmetöötleja nr.3	Muuta kliendi jaoks arusaadavaks tema õigused ja kohustused seoses uue regulatsiooniga
Andmetöötleja nr.4	IT süsteemide täiendamine
Andmetöötleja nr.5	Suurim probleem Eesti ettevõtete jaoks on protsesside formaliseerimise vajalikkusest arusaamine. Kuid paljudel teemadel, näiteks "suuremahuline töötlemine" või "kõrge risk" olid juhendid ja definitsioonid väga üldised
Andmetöötleja nr.6	Infosüsteemide vastavuse tagamine
Andmetöötleja nr.7	Olemasolevate vanade süsteemide ja protsesside muutmine

## Lisa 2 järg

Andmetöötleja nr.8	Kliendibaasidega seonduv - nõusolekud ja haldus
Andmetöötleja nr.9	Asutuse isikuandmete töötlemise alase tegevuse terviklik kaardistamine, et oleks võimalik tegevusi planeerida, tööprotsesse kirja panna ja dokumente vormistada. Kuna asutus tegeleb väga erinevate teemadega, siis on ühtse lahenduse leidmine keeruline.
Andmetöötleja nr.10	Kaardistada kõik töödeldavad isikuandmed, tagada, et säilitatakse üksnes nii kaua kui vaja (ning seejärel kustutatakse)
Andmetöötleja nr.11	Tutvumine nõuetega. Tehniline ettevalmistus.
Andmetöötleja nr.12	Teadlikkuse tõstmine ja mõtteviisi muutmine (rohkem andmeid ei pruugi alati olla parem kui vähem andmeid)
Andmetöötleja nr.13	Aastatega kogunenud andmete kaardistamine
Andmetöötleja nr.14	Kõige suurem väljakutse oli endale GDPR-i olemuse selgeks tegemine ja ettevõtte siseste punktide läbikäimine, et kõik vastaks nõuetele.
Andmetöötleja nr.15	Väga ajamahukas projekt.
Andmetöötleja nr.16	Viia ettevõtte igapäevategevus, dokumentatsioon ja töötajate teadlikkus vastavusse.
Andmetöötleja nr.17	Saada ülevaade, kus ettevõttes andmeid hoitakse, serverid, backup, kuidas varundatakse. Ehk siis oli vajalik kokku koguda erineva valdkonna vastutajatelt selline ühtne ülevaade.
Andmetöötleja nr.18	Isikuandmete töötlemise rahustamine, et midagi revolutsioonilist ei ole juhtunud.
Andmetöötleja nr.19	Dokumentatsiooni läbitöötamine, uute lepingute ja eeskirjade koostamine.
Andmetöötleja nr.20	Reeglite tõlgendamine ja piiritlemine.
Andmetöötleja nr.21	Seda peaks nenil küsima, kes seda välja töötasid või selleks valmistusid.
Andmetöötleja nr.22	Uues lepingud, muudatused sisekorra eeskirjades.
Andmetöötleja nr.23	Inimestele teate ja GDPR põhimõtete dokumentide koostamine.
Andmetöötleja nr.24	Aru saamine, et kuidas siis väikefirma peab andmeid töötlemas
Andmetöötleja nr.25	Seadusega kurssi viimine - kohati oli sellest väga raske aru saada ning ilma spetsialistide abita ei oleks suutnud ettevõtte privaatsuspoliitikat koostada.
Andmetöötleja nr.26	Tarkvaraarendajatele suunatud osa on puudulik (põhirõk juriidilisel poolel).
<b>4. Kas usute, et GDPR-i nõuete täitmine ning pidev töö klientide andmete kaitsmisel tagab teie ettevõttele konkurentsieelise?</b>	
Andmetöötleja nr.1	Jah
Andmetöötleja nr.2	Jah
Andmetöötleja nr.3	Ei
Andmetöötleja nr.4	Ei
Andmetöötleja nr.5	Jah
Andmetöötleja nr.6	Ei
Andmetöötleja nr.7	Jah

## Lisa 2 järg

Andmetöötleja nr.8	Millalgi kauges tulevikus. Hetkel isegi pangad käituvad GDPR-i põhi-ettekirjutusi eirates.
Andmetöötleja nr.9	Jah, teiste sama liigi asutuste ees väljaspool Eestit**
Andmetöötleja nr.10	Kuna konkurendid on GDPR-i implementeerimisega hästi hakkama saanud, ei taga GDPR-i hea implementeerimine enam eelist. Küll aga on tõenäoline, et GDPR-i halb implementeerimine paistaks välja ning jätaks ettevõtte konkurentidega võrreldes kehvemasse seisu.
Andmetöötleja nr.11	Jah
Andmetöötleja nr.12	Kuna töötame finantssektoris, siis kliendiandmete kaitse on olnud meile alati tähtis. Konkurentsiolukorras pigem ei tegutseta.**
Andmetöötleja nr.13	Jah
Andmetöötleja nr.14	Jah
Andmetöötleja nr.15	Jah
Andmetöötleja nr.16	Jah
Andmetöötleja nr.17	Kas just konkurentsieelise, aga usalduse küll, kui ikka väljapoole ettevõtet ka peegeldub see, et me hoiame isikuandmeid turvaliselt.
Andmetöötleja nr.18	Jah
Andmetöötleja nr.19	Jah
Andmetöötleja nr.20	Jah
Andmetöötleja nr.21	Ei
Andmetöötleja nr.22	Ei
Andmetöötleja nr.23	Hetkel ei oska veel vastata, kui mõni ettevõtte neid ei täidaks ja selgelt oma klientidele probleeme tekitaks, siis vast annaks.
Andmetöötleja nr.24	Ei
Andmetöötleja nr.25	Ei
Andmetöötleja nr.26	Ei
<b>Kokkuvõte</b>	
Ei	8 31%
Jah	12 46%
Muu	6 23%
<b>5. Kas teie ettevõttes/organisatsioonis on ametisse nimetatud andmekaitse spetsialist?</b>	
Andmetöötleja nr.1	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötleja nr.2	Puudub seadusest tulenev kohustus, kuid siiski on meie ettevõttes nimetatud ametisse andmekaitse spetsialist
Andmetöötleja nr.3	Puudub seadusest tulenev kohustus, kuid siiski on meie ettevõttes nimetatud ametisse andmekaitse spetsialist
Andmetöötleja nr.4	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötleja nr.5	Olen GTB AKS, kuid müün AKSi teenust ka klientidele
Andmetöötleja nr.6	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötleja nr.7	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötleja nr.8	Puudub seadusest tulenev kohustus, kuid siiski on meie ettevõttes nimetatud ametisse andmekaitse spetsialist
Andmetöötleja nr.9	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötleja nr.10	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötleja nr.11	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötleja nr.12	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus



## Lisa 2 järg

Andmetöötaja nr.13	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötaja nr.14	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötaja nr.15	Ei
Andmetöötaja nr.16	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötaja nr.17	Meil on määratud igas osakonnas vastutav spetsialist, kohustus andmekaitse spetsialistiks puudub.
Andmetöötaja nr.18	Ei
Andmetöötaja nr.19	Puudub seadusest tulenev kohustus, kuid siiski on meie ettevõttes nimetatud ametisse andmekaitse spetsialist
Andmetöötaja nr.20	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötaja nr.21	Ei
Andmetöötaja nr.22	Puudub seadusest tulenev kohustus, kuid siiski on meie ettevõttes nimetatud ametisse andmekaitse spetsialist
Andmetöötaja nr.23	Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus
Andmetöötaja nr.24	Ei
Andmetöötaja nr.25	Puudub seadusest tulenev kohustus, kuid siiski on meie ettevõttes nimetatud ametisse andmekaitse spetsialist
Andmetöötaja nr.26	Ei
<b>Kokkuvõte</b>	
Ei	5 19%
Jah, meil on selleks seadusest tulenev kohustus	13 50%
Puudub seadusest tulenev kohustus, kuid siiski on meie ettevõttes nimetatud ametisse andmekaitse spetsialist	7 27%
Muu	1 4%
<b>6. Kas GDPR-ks valmistumise perioodil võttis(sid) teie ettevõtte töötaja(d) osa mõnest antud valdkonda käsitlevast tasulisest koolitusest?</b>	
Andmetöötaja nr.1	Jah
Andmetöötaja nr.2	Jah
Andmetöötaja nr.3	Jah
Andmetöötaja nr.4	Jah
Andmetöötaja nr.5	Jah
Andmetöötaja nr.6	Jah
Andmetöötaja nr.7	Jah
Andmetöötaja nr.8	Jah
Andmetöötaja nr.9	Jah
Andmetöötaja nr.10	Ei
Andmetöötaja nr.11	Jah
Andmetöötaja nr.12	Jah
Andmetöötaja nr.13	Jah
Andmetöötaja nr.14	Jah
Andmetöötaja nr.15	Jah
Andmetöötaja nr.16	Jah
Andmetöötaja nr.17	Jah
Andmetöötaja nr.18	Ei
Andmetöötaja nr.19	Jah

## Lisa 2 järg

Andmetöötleja nr.20	Jah		
Andmetöötleja nr.21	Ei		
Andmetöötleja nr.22	Jah		
Andmetöötleja nr.23	Käisime tasuta koolitustel		
Andmetöötleja nr.24	Ei		
Andmetöötleja nr.25	Jah		
Andmetöötleja nr.26	Ei		
<b>Kokkuvõte</b>			
Ei		5	19%
Jah		20	77%
Muu		1	4%
<b>7. Kas olete oma klientidele teinud lihtsalt kättesaadavaks privaatsuspoliitika, andmete töötlemise korra ning informatsiooni selle kohta, millistele kolmandatele osapooltele nende andmeid edastatakse?</b>			
Andmetöötleja nr.1	Jah		
Andmetöötleja nr.2	Jah		
Andmetöötleja nr.3	Jah		
Andmetöötleja nr.4	Jah		
Andmetöötleja nr.5	Jah (Üldmäärus nõuab kolmandate osapoolte kategooriaid mitte nimekirju)		
Andmetöötleja nr.6	Jah		
Andmetöötleja nr.7	Jah		
Andmetöötleja nr.8	Jah		
Andmetöötleja nr.9	Jah		
Andmetöötleja nr.10	Jah		
Andmetöötleja nr.11	Jah		
Andmetöötleja nr.12	Jah		
Andmetöötleja nr.13	Jah		
Andmetöötleja nr.14	Jah		
Andmetöötleja nr.15	Jah		
Andmetöötleja nr.16	Jah		
Andmetöötleja nr.17	Jah		
Andmetöötleja nr.18	Asutuse spetsiifika eeldab igasuguste andmete salastatust.		
Andmetöötleja nr.19	Jah		
Andmetöötleja nr.20	Jah		
Andmetöötleja nr.21	Kliendid ei huvitu poliitikast.		
Andmetöötleja nr.22	Jah		
Andmetöötleja nr.23	Jah		
Andmetöötleja nr.24	Ei		
Andmetöötleja nr.25	Jah		
Andmetöötleja nr.26	Jah		
<b>Kokkuvõte</b>			
Ei		1	4%
Jah		23	88%
Muu		2	8%

## Lisa 2 järg

<b>8. GDPR-i rangemad nõuded muutsid paljud eelnevalt võetud nõusolekud kliendi andmeid töödelda kehtetuks. Kas kogusite oma klientidelt uued aktseptid nende andmete töötlemiseks?</b>	
Andmetöötleja nr.1	Jah, küsisime uue nõusoleku kõigilt meie klientidelt
Andmetöötleja nr.2	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.3	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.4	Võtsime uue nõusoleku osadelt klientidelt
Andmetöötleja nr.5	Me defineerime oma andmetöötles protsesside õiguslikud alused, meil ei ole protsesse, kus oleks vaja küsida nõusolekuid.
Andmetöötleja nr.6	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.7	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.8	Võtsime uue nõusoleku osadelt klientidelt
Andmetöötleja nr.9	Võtsime uue nõusoleku osadelt klientidelt
Andmetöötleja nr.10	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.11	Jah, küsisime uue nõusoleku kõigilt meie klientidelt
Andmetöötleja nr.12	Valdavalt ei ole meil isikuandmete töötlemisel aluseks kliendi nõusolek vaid kas õigusakt või leping. Kui aluseks siiski nõusolek, uuenda(si)me seda.
Andmetöötleja nr.13	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.14	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.15	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.16	Jah, küsisime uue nõusoleku kõigilt meie klientidelt
Andmetöötleja nr.17	Võtsime uue nõusoleku osadelt klientidelt
Andmetöötleja nr.18	Üldmäärus 2016/679 ei muutnud eelnevaid nõusolekuid kehtetuks.
Andmetöötleja nr.19	Enamikul juhtudel kehtib ka varasem leping, mille alusel me töid teeme. Osadel puhkudel allkirjastasime uue lepingu, tänaseks on kliendid nõustuma pidanud uute üldtingimustega, mis seda käsitlevad.
Andmetöötleja nr.20	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.21	Me ei jaga oma klientide andmeid.
Andmetöötleja nr.22	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.23	Võtsime uue nõusoleku osadelt klientidelt
Andmetöötleja nr.24	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi
Andmetöötleja nr.25	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi

## Lisa 2 järg

Andmetöötlev nr.26	Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi	
<b>Kokkuvõte</b>		
Ei, meil on andmete töötlemiseks õigustatud alus/varasemalt võetud nõusolek pädeb ka edaspidi	14	54%
Võtsime uue nõusoleku osadelt klientidelt	7	27%
Jah, küsisime uue nõusoleku kõigilt meie klientidelt	3	11%
Muu	2	8%
<b>9. GDPR kehtestab täpselt andmesubjekti õigused, nagu näiteks õigus olla unustatud, õigus tutvuda oma isikuandmetega, õigus andmeid parandada/muuta, õigus isikuandmete töötlemist piirata, õigus andmeid üle kanda. Kui aktiivsed on olnud teie kliendid pärast 25.maid 2018 oma õiguste kasutamisel?</b>		
Andmetöötlev nr.1	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.2	Ei ole laekunud ühtegi päringut	
Andmetöötlev nr.3	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.4	Kliendid on esmastes päringutes põhjendamatult agressiivsed	
Andmetöötlev nr.5	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.6	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.7	Kliendid on aktiivsed oma õiguste kasutamisel	
Andmetöötlev nr.8	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.9	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.10	Ei ole laekunud ühtegi päringut	
Andmetöötlev nr.11	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.12	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.13	Ei ole laekunud ühtegi päringut	
Andmetöötlev nr.14	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.15	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.16	Ei ole laekunud ühtegi päringut	
Andmetöötlev nr.17	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.18	Kõik loetletud õigused kehtisid ka enne 25.05.2018	
Andmetöötlev nr.19	Ei ole laekunud ühtegi päringut	
Andmetöötlev nr.20	Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	
Andmetöötlev nr.21	Ei ole laekunud ühtegi päringut	
Andmetöötlev nr.22	Ei ole laekunud ühtegi päringut	
Andmetöötlev nr.23	Ei ole laekunud ühtegi päringut	
Andmetöötlev nr.24	Ei ole laekunud ühtegi päringut	
Andmetöötlev nr.25	Ei ole laekunud ühtegi päringut	
Andmetöötlev nr.26	Klientideks äriühingud, mõnel on olnud küsimus, et kas andmebaasides andmete joiustamine vastab GDPR nõuetele, aga nõudeid ise ei osanud nad formuleerida.	
<b>Kokkuvõte</b>		
Ei ole laekunud ühtegi päringut	10	38%
Laekunud on mõned üksikud päringud, kuid pigem on huvi madal	13	50%
Kliendid on aktiivsed oma õiguste kasutamisel	1	4%
Muu	2	8%

## Lisa 2 järg

<b>10. Väide: Meie kliendid on hästi informeeritud ning suudavad teha adekvaatseid otsuseid oma isikuandmetega ümber käimisel.</b>		
Andmetöötleja nr.1	Nõustun	
Andmetöötleja nr.2	Nõustun	
Andmetöötleja nr.3	Ei nõustu	
Andmetöötleja nr.4	Pigem ei nõustu	
Andmetöötleja nr.5	Nõustun	
Andmetöötleja nr.6	Ei nõustu	
Andmetöötleja nr.7	Ei nõustu	
Andmetöötleja nr.8	Ei nõustu	
Andmetöötleja nr.9	Pigem ei ole keegi sellele mõelnud ja ei oska küsida selle kohta. Tihti saame küsimusi, et milleks kõik see "bürokratia" vajalik.	
Andmetöötleja nr.10	Nõustun	
Andmetöötleja nr.11	Nõustun	
Andmetöötleja nr.12	Kliente on seinast seina, on olnud ka juhtumeid, kus inimene peab oma kutse- või ametialast kirjavahetust isiklikuks (so eraeluliseks)	
Andmetöötleja nr.13	Nõustun	
Andmetöötleja nr.14	Nõustun	
Andmetöötleja nr.15	Nõustun	
Andmetöötleja nr.16	Raske öelda	
Andmetöötleja nr.17	Seda peaks klientidelt küsima, kuidas nad ise tunnevad	
Andmetöötleja nr.18	Nõustun	
Andmetöötleja nr.19	Kliendid on väga erinevad. On ühte- ja teist äärmust, enamik on kusagil vahepeal.	
Andmetöötleja nr.20	Ei nõustu	
Andmetöötleja nr.21	Ei nõustu	
Andmetöötleja nr.22	Ei nõustu	
Andmetöötleja nr.23	Nõustun	
Andmetöötleja nr.24	Nõustun	
Andmetöötleja nr.25	Kliendid ei ole veel hästi informeeritud, kuid vajadusel suudavad kõik front office töötajad jagada selgitusi, miks me andmeid kogume, milleks neid vaja on, kuidas neid hoitakse ning vajadusel kellele esitatakse.	
Andmetöötleja nr.26	Ei nõustu	
<b>Kokkuvõte</b>		
Ei nõustu	8	31%
Nõustun	11	42%
Muu	7	27%
<b>11. Hüpotees: GDPR-ks valmistumisel tehtud tööprotsesside kaardistamine ning kliendibaaside korrastamine tagab kvaliteetsemad andmebaasid, vähendab ressursikulu ning tagab suurema kliendirahulolu. Dialoog teenusest/tootest reaalselt huvitatud kliendiga tagab parema ROI (investeeringute tootluse). Kas olete oma ettevõttes/organisatsioonis/asutuses seda tunnetanud?</b>		
Andmetöötleja nr.1	Jah, vähesel määral	
Andmetöötleja nr.2	Jah, oleme märganud eelnevaga võrreldes suurt muutust	

## Lisa 2 järg

Andmetöötleja nr.3	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.4	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.5	Peale kliendi andmebaaside korrastamise võimaldab andmeregistri kokkupanek saada ülevaate infovaradest
Andmetöötleja nr.6	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.7	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.8	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.9	Rahalise ressursi osas kindlasti on märgata kulude vähenemist. Töökorralduslikult ja kliendirahulolust lähtuvalt veel mitte. Inimesed ei ole veel regulatsiooniga harjunud.
Andmetöötleja nr.10	Kliendid pole GDPR-ga seoses tehtud muudatustele mingil märkimisväärsel moel reageerinud.
Andmetöötleja nr.11	Jah, vähesel määral
Andmetöötleja nr.12	Saan kinnitada hüpoteesi kahe esimese väite (kvaliteetsem andmebaas ja ressursikulu ettevaatav vähenemine). Kliendirahulolu mõjutamiseks on meil toimunud muutused liiga väikesed ja väga lühikest aega mõjutanud, investeringuvajadus hetkel suurenenud ja otsest mõju tootlusele sellel ei ole (veel).
Andmetöötleja nr.13	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.14	Jah, oleme märganud eelnevaga võrreldes suurt muutust
Andmetöötleja nr.15	Jah, vähesel määral
Andmetöötleja nr.16	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.17	Parem ülevaade on, rohkem mõtlema andmete krüpteerimisele. Samas mõne asjaga on GDPR-i puhul üle mõeldud, mis raskendab ettevõtetel
Andmetöötleja nr.18	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.19	Jah, vähesel määral
Andmetöötleja nr.20	Jah, oleme märganud eelnevaga võrreldes suurt muutust
Andmetöötleja nr.21	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.22	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.23	Jah, vähesel määral
Andmetöötleja nr.24	Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust
Andmetöötleja nr.25	Jah, vähesel määral
Andmetöötleja nr.26	Ei, GDPR-ks valmistumisel toodeti dokumentatsioon, et juriidiliselt oleks kõik korras, aga sisul polnud erilist rõhku (see tagasiside kogu valdkonna ettevõtete kohta!).
<b>Kokkuvõte</b>	
Ei, eelnevaga võrreldes pole mingit muutust	11 42%
Jah, vähesel määral	6 23%
Jah, oleme märganud eelnevaga võrreldes suurt muutust	3 12%
Muu	6 23%
<b>12. Kas kogute oma klientide andmeid, et pakkuda neile personaliseeritud turundust?</b>	
Andmetöötleja nr.1	Jah, tegeleme aktiivselt sellega, et meie kliendid saaks vaid neile huvi pakkuvat reklaami ning personaalseid pakkumisi
Andmetöötleja nr.2	Vähesel määral, kuid see ei ole peamine eesmärk
Andmetöötleja nr.3	Vähesel määral, kuid see ei ole peamine eesmärk

## Lisa 2 järg

Andmetöötleja nr.4	Vähesel määral, kuid see ei ole peamine eesmärk
Andmetöötleja nr.5	Ei (Meie kliendid on juriidilised isikud.)
Andmetöötleja nr.6	Ei
Andmetöötleja nr.7	Jah, tegeleme aktiivselt sellega, et meie kliendid saaks vaid neile huvi pakkuvat reklaami ning personaalseid pakkumisi
Andmetöötleja nr.8	Jah, tegeleme aktiivselt sellega, et meie kliendid saaks vaid neile huvi pakkuvat reklaami ning personaalseid pakkumisi
Andmetöötleja nr.9	Vähesel määral, kuid see ei ole peamine eesmärk
Andmetöötleja nr.10	Ei (Meie ise personaliseeritud turundust ei tee, kuid ühe koostööprojekti raames teeb seda meie koostööpartner meie kogutud andmetega.)
Andmetöötleja nr.11	Jah, tegeleme aktiivselt sellega, et meie kliendid saaks vaid neile huvi pakkuvat reklaami ning personaalseid pakkumisi
Andmetöötleja nr.12	Vähesel määral, kuid see ei ole peamine eesmärk
Andmetöötleja nr.13	Ei
Andmetöötleja nr.14	Jah, tegeleme aktiivselt sellega, et meie kliendid saaks vaid neile huvi pakkuvat reklaami ning personaalseid pakkumisi
Andmetöötleja nr.15	Ei
Andmetöötleja nr.16	Jah, tegeleme aktiivselt sellega, et meie kliendid saaks vaid neile huvi pakkuvat reklaami ning personaalseid pakkumisi
Andmetöötleja nr.17	Ei
Andmetöötleja nr.18	Ei
Andmetöötleja nr.19	Ei (Meie kliendid on ettevõtted. Seoses lepinguliste kohustuste täitmisega saadame ka infot uute teenuste kohta.)
Andmetöötleja nr.20	Jah, tegeleme aktiivselt sellega, et meie kliendid saaks vaid neile huvi pakkuvat reklaami ning personaalseid pakkumisi
Andmetöötleja nr.21	Ei
Andmetöötleja nr.22	Ei (Meie klientideks on äriettevõtted)
Andmetöötleja nr.23	Hetkel mitte eriti, kuid soovime tulevikus muuta oma turundustegevused üha personaalsemaks
Andmetöötleja nr.24	Ei
Andmetöötleja nr.25	Vähesel määral, kuid see ei ole peamine eesmärk
Andmetöötleja nr.26	Vähesel määral, kuid see ei ole peamine eesmärk
<b>Kokkuvõte</b>	
Ei	11 42%
Vähesel määral, kuid see ei ole peamine eesmärk	7 27%
Hetkel mitte eriti, kuid soovime tulevikus muuta oma turundustegevused üha personaalsemaks	1 4%
Jah, tegeleme aktiivselt sellega, et meie kliendid saaks vaid neile huvi pakkuvat reklaami ning personaalseid pakkumisi	7 27%
<b>13. Kas tunnetate infoajastu arenguid silmas pidades oma ettevõttes väljakutset, et pidevalt parandada tööprotsesse, täiendada IT-süsteeme ning kaitsta enda klientide andmeid?</b>	
Andmetöötleja nr.1	Jah
Andmetöötleja nr.2	Jah

## Lisa 2 järg

Andmetöötleja nr.3	Jah
Andmetöötleja nr.4	Nii ja naa
Andmetöötleja nr.5	Milliseid arenguid? Küberturvalisus on pidevalt arenev teema, kui oma infosüsteeme ja protsesse ei paranda varastatakse su ettevõtte andmed umbes 3 sekundiga
Andmetöötleja nr.6	Jah
Andmetöötleja nr.7	Jah
Andmetöötleja nr.8	Jah
Andmetöötleja nr.9	Jah
Andmetöötleja nr.10	Jah
Andmetöötleja nr.11	Jah
Andmetöötleja nr.12	Jah
Andmetöötleja nr.13	Jah
Andmetöötleja nr.14	Jah
Andmetöötleja nr.15	Jah
Andmetöötleja nr.16	Jah
Andmetöötleja nr.17	Jah
Andmetöötleja nr.18	Ei
Andmetöötleja nr.19	Jah
Andmetöötleja nr.20	Jah
Andmetöötleja nr.21	Me ei jaga klientide andmeid
Andmetöötleja nr.22	Jah, kuid mitte seoses GDPR'iga, pigem üldise IT arendusega
Andmetöötleja nr.23	Ei oska öelda
Andmetöötleja nr.24	Ei
Andmetöötleja nr.25	Jah
Andmetöötleja nr.26	Jah
<b>Kokkuvõte</b>	
Ei	2 8%
Jah	19 73%
Muu	5 19%
<b>14. Kas seoses GDPR-i rakendamisega koolitati/informeeriti teie ettevõttes/organisatsioonis/asutuses kogu meeskonda?</b>	
Andmetöötleja nr.1	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.2	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.3	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.4	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.5	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.6	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.7	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi



## Lisa 2 järg

Andmetöötleja nr.8	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.9	GDPR-ga tegeles(id) vaid sellega otseselt kokku puutuv(ad) võtmeisik(ud)
Andmetöötleja nr.10	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.11	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.12	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.13	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.14	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.15	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.16	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.17	GDPR-ga tegeles(id) vaid sellega otseselt kokku puutuv(ad) võtmeisik(ud)
Andmetöötleja nr.18	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.19	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.20	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.21	Meeskonna liimed oskavad ise vajalikul määral koolituda.
Andmetöötleja nr.22	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.23	GDPR-ga tegeles(id) vaid sellega otseselt kokku puutuv(ad) võtmeisik(ud)
Andmetöötleja nr.24	GDPR-ga tegeles(id) vaid sellega otseselt kokku puutuv(ad) võtmeisik(ud)
Andmetöötleja nr.25	Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi
Andmetöötleja nr.26	GDPR-ga tegeles(id) vaid sellega otseselt kokku puutuv(ad) võtmeisik(ud)
<b>Kokkuvõte</b>	
GDPR-ga tegeles(id) vaid sellega otseselt kokku puutuv(ad) võtmeisik(ud)	5 19%
Kogu meeskonnale tagati vajalik informatsioon ning selgitati määrusega kaasnevaid kohustusi	20 77%
Muu	1 4%

## Lisa 2 järg

<b>15. Väide: Kõige suurem risk andmete lekke/väärkasutamise puhul on inimlik faktor - nii vastutustundetud kui ka vähe informeeritud töötajad on oht, mida tuleb arvesse võtta. Kas nõustute?</b>		
Andmetöötleja nr.1	Jah	
Andmetöötleja nr.2	Jah	
Andmetöötleja nr.3	Jah	
Andmetöötleja nr.4	Ei	
Andmetöötleja nr.5	See ei ole mitte väide, vaid fakt. 80% andmeleketest on inimfaktori tõttu.	
Andmetöötleja nr.6	Jah	
Andmetöötleja nr.7	Jah	
Andmetöötleja nr.8	Jah	
Andmetöötleja nr.9	Jah	
Andmetöötleja nr.10	Jah	
Andmetöötleja nr.11	Jah	
Andmetöötleja nr.12	Inimlik faktor on kindlasti väga oluline riskiallikas, kuid ehk mitte kõige suurem. Mõju saab vähendada töötajate värbamisel nende isikuomadustega arvestades, finantssektorisse tööle asumisel on kõrgendatud nõuded. Seepärast on IT-l meie puhul vähemalt sama suur kaal.	
Andmetöötleja nr.13	Jah	
Andmetöötleja nr.14	Jah	
Andmetöötleja nr.15	Jah	
Andmetöötleja nr.16	Jah	
Andmetöötleja nr.17	Jah	
Andmetöötleja nr.18	Jah	
Andmetöötleja nr.19	Jah	
Andmetöötleja nr.20	Jah	
Andmetöötleja nr.21	Jah	
Andmetöötleja nr.22	Jah	
Andmetöötleja nr.23	Jah	
Andmetöötleja nr.24	Jah	
Andmetöötleja nr.25	Jah	
Andmetöötleja nr.26	Jah	
<b>Kokkuvõte</b>		
Ei	1	4%
Jah	24	92%
Muu	1	4%
<b>16. Kuidas hindate Eestis üldist andmekaitse taset?</b>		
Andmetöötleja nr.1	Rahuldav	
Andmetöötleja nr.2	Keskpärane	
Andmetöötleja nr.3	Rahuldav	
Andmetöötleja nr.4	Keskpärane	
Andmetöötleja nr.5	Keskpärane	
Andmetöötleja nr.6	Rahuldav	

## Lisa 2 järg

Andmetöötlev nr.7	Keskpärane
Andmetöötlev nr.8	Puudulik
Andmetöötlev nr.9	Rahuldav
Andmetöötlev nr.10	Väga hea
Andmetöötlev nr.11	Hea
Andmetöötlev nr.12	Rahuldav
Andmetöötlev nr.13	Keskpärane
Andmetöötlev nr.14	Rahuldav
Andmetöötlev nr.15	Keskpärane
Andmetöötlev nr.16	Hea
Andmetöötlev nr.17	Keskpärane
Andmetöötlev nr.18	Keskpärane
Andmetöötlev nr.19	Keskpärane
Andmetöötlev nr.20	Rahuldav
Andmetöötlev nr.21	Rahuldav
Andmetöötlev nr.22	Keskpärane
Andmetöötlev nr.23	Hea
Andmetöötlev nr.24	Keskpärane
Andmetöötlev nr.25	Rahuldav
Andmetöötlev nr.26	Rahuldav
<b>Kokkuvõte</b>	
Puudulik	1 4%
Rahuldav	10 38%
Keskpärane	11 42%
Hea	3 12%
Väga hea	1 4%
* Tabelist on välja jäätud andmetöötleva nimi ning vastanud töötaja ametinimetused, et tagada vastuse andnutele anonüümsus	
** Tabelis on mõned vastused minimeeritud, et tagada vastuse andnud andmetöötleva anonüümsus	

Allikas: Autori arvutused