

Sisekaitseakadeemia

Finantskolledž

Marika Bibikov

**MAKSUAMETNIKE KLIENDISUHTLUSE MÕJU
MAKSUKUULEKUSELE JA MAKSUMAKSJATE
HOIAKUTE KUJUNDAMISELE**

Lõputöö

Juhendaja:

Karin Aleksandrov

Maksu- ja Tolliameti teenindusosakonna arendusspetsialist

Tallinn 2017

SISEKAITSEAKADEEMIA LÕPUTÖÖ ANNOTATSIOON

| | |
|---|-----------------|
| Finantskolledž | Juuni 2017 |
| <p>Töö pealkiri eesti keeles: Maksuametnike kliendisuhtluse mõju maksukuulekusele ja maksumaksjate hoiakute kujundamisele.</p> <p>Töö pealkiri võõrkeeles: The Impact of Tax Authorities' Client Communication on Tax Compliance and Shaping the Attitude of Taxpayers.</p> <p>Lühikokkuvõte: Lõputöö maht on 35 lehekülge. Lõputöö on kirjutatud eesti keeles ning koostamisel on kasutatud 27 allikat, millele töös on viidatud. Probleem seisneb selles, et ametikeelest on tavakodanikel raske aru saada. Maksuametnikud eeldavad, et inimesed teavad maksuseadustes erinevaid ja maksuametnike kasutatavate erialaterminite sisu, kuid asjaolu kohta puudub piisav materjal. Kui ametikeele mõistmine on keeruline, siis raskendab see kliendi maksukuulekat käitumist.</p> <p>Töö eesmärgiks on analüüsida maksuametnike kliendisuhtluse mõju maksukuulekusele ja maksumaksjate hoiakute kujundamisele. Eesmärgi saavutamiseks on püstitatud neli uurimisülesannet: Analüüsida maksuametniku kliendisuhtluse mõju. Anda ülevaade maksukuulekust mõjutavatest teguritest. Analüüsida Eesti elanike arusaamist maksuametnike kasutatavatest erialaterminitest ja suhtumisest maksude tasumisse. Analüüsida erialaterminite kasutamise mõju maksukuulekusele ja inimeste hoiakutele.</p> <p>Eesti elanikud, vastupidiselt maksametnike ootustele, ei tunne hästi maksuametnike erialaterminite tähendust. Kui maksuametnik kasutab kliendisuhtluses liigselt erialaseid mõisteid, võib see takistada maksuametniku ja kliendi vahelist teineteise mõistmist ning avaldada halba mõju maksukuulekusele ja maksumaksja hoiakutele.</p> | |
| <p>Võtmesõnad: <i>kliendisuhtlus, maksukuulekus, usaldus</i></p> | |
| <p>Võõrkeelsed võtmesõnad: <i>client communication, tax compliance, trust</i></p> | |
| <p>Lõputöö seos riiklike arengukavade ja prioriteetidega</p> | |
| <p>Säilitamise koht: Sisekaitseakadeemia raamatukogu</p> | |
| <p>Töö autor: <i>Marika Bibikov</i></p> <p>Olen koostanud lõputöö iseseisvalt. Kõik lõputöö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, seisukohad, kirjalikest allikatest ja mujal allikates saadud info on nõuetekohaselt viidatud. Olen nõus oma lõputöö avaldamisega elektroonilises keskkonnas.</p> <p>Allkiri:</p> | |
| <p>Vastab lõputöö nõuetele</p> <p>Juhendaja: Karin Aleksandrov</p> | <p>Allkiri:</p> |
| <p>Kaitsmisele lubatud</p> <p>Kolledži direktor: Uno Silberg</p> | <p>Allkiri:</p> |

SISUKORD

| | |
|---|----|
| SISSEJUHATUS | 4 |
| 1 MAKSUHALDURI KLIENDIPÕHINE SUHTLEMINE | 7 |
| 1.1 Maksuametniku kliendipõhise suhtluse mõju | 7 |
| 1.2 Maksukuulekust mõjutavad tegurid | 15 |
| 2 Kliendisuhtluse mõju maksukuulekusele | 20 |
| 2.1 Eesti elanike maksualastest erialaterminitest arusaamine ja suhtumine maksude tasumisse | 20 |
| 2.2 Erialaterminitest arusaadavuse mõju maksukuulekusele ja inimeste hoiakutele | 25 |
| KOKKUVÕTE | 28 |
| SUMMARY | 31 |
| VIIDATUD ALLIKATE LOETELU | 33 |

SISSEJUHATUS

Suhtlemine klientidega on maksuhalduri igapäevatöö lahutamatu osa. See hõlmab maksumaksjate teavitamist nii kodulehe, pressiteadete kui massimeedia vahendusel, suhtlust meiliga, telefonis ning teenindusbüroos, samuti koolitustel ja infopäevadel, teateid e-maksuametis/e-tollis jne. Tavaliselt eeldatakse ametlikult tekstilt keerukat väljenduslaadi, mis eeldatavalt lisab sõnadele kaalu, ning sageli jääb sõnumi sisu keerulise sõnastuse ja vormi varju. Kuna Maksu- ja Tolliamet toimib vahelülina seaduste ja maksumaksjate vahel, on tähtis, et nendevaheline koostöö oleks sujuv. Kliendisuhtluse erinevad aspektid, nagu usaldus, suhtumine ja lugupidamine kujundavad maksumaksjate hoiakuid Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse. Maksu- ja Tolliamet on pidevas muutuses ning on lähitulevikus orienteeritud uute lahenduste väljatöötamisele, et mõtestada ümber Maksu- ja Tolliameti ja ettevõtjate vahelise suhtluse toimimine. Siiski jääb kliendisuhtlus maksuhalduri tööülesande tähtsaks osaks.

Kliendipõhise suhtluse üks osa on muuhulgas ka ametikeele lihtsustamine. Kuna meie ümber on üha enam informatsiooni ja teavet, siis selleks, et maksuhalduri sõnum maksumaksjateni jõuaks ning maksumaksjad selle põhjal ka tegutseda oskaksid ja seda teeksid, siis peavad maksuhalduri sõnumid olema hästi läbi mõeldud ning klientidele lihtsad ja arusaadavad. Lihtsus ja arusaadavus mõjutavad muuhulgas pikemas perspektiivis ka maksukäitumist ning suhtumist riiki ja maksuhaldurisse, mis aitab täita Maksu- ja Tolliameti põhiülesannet – riigitulude kogumist.

Lõputöö aktuaalsus seisneb selles, et 2017. aastal on ilmunud mitmeid ajakirjandusartikleid, mis keskenduvad ametnike suhtluse probleemidele ja ametikeele lihtsustamisele. Lisaks on Eestis viimastel aastatel hoogustunud selge keele liikumine ning on hakatud ka ametnikele teadvustama selge väljendumise olulisust. Selge keel on keskmisele inimesele raskusteta arusaadav ühiskondlik keelekasutus, s.o kodanikukeskne keel.

Lõputöö uudsus seisneb selles, et valitud teemal ei ole Eestis veel teadustööd kirjutatud, küll aga on maksukuulekuse teemal kirjutatud mitmeid töid ja läbi viidud uuringuid. Teema valiku põhjuseks on asjaolu, et kuna suhtlemise mõju maksumaksjate maksukäitumisele ei

ole Eestis teadaolevalt varem põhjalikumalt uuritud, siis on seetõttu tegemist huvipakkuva ja uudse teemaga.

Lõputöö uurimisprobleem seisneb selles, et seaduse- ja ametikeelest on tavakodanikel raske aru saada. Maksuametnikud eeldavad, et inimesed teavad maksualaseid erialatermineid, kuid asjaolu kohta puudub piisav materjal. Kui ametikeele mõistmine on keeruline, siis pärsib see koostööd ametnike ja klientide vahel ning raskendab maksukuulekat käitumist.

Lõputöö eesmärgiks on analüüsida maksuametnike kliendisuhtluse mõju maksukuulekusele ja maksumaksjate hoiakute kujundamisele. Eesmärgi saavutamiseks on püsitatud neli uurimisülesannet:

1. Analüüsida maksuametniku kliendisuhtluse mõju.
2. Anda ülevaade maksukuulekust mõjutavatest teguritest.
3. Analüüsida Eesti elanike arusaamist maksuametnike kasutatavatest erialaterminitest ja suhtumisest maksude tasumisse.
4. Analüüsida erialaterminite kasutamise mõju maksukuulekusele ja inimeste hoiakutele.

Uurimismeetoditest kasutatakse lõputöö koostamiseks kvantitatiivset andmekogumismeetodit. Andmete kogumiseks viiakse läbi küsitlused, mille teel saadud informatsiooni analüüsitakse ning seejärel tehakse omapoolsed järeldused. Tulemuste tõlgendamisel kasutatakse võrdlevat analüüsi. Uurimuse valim on juhuslik, mis tuleneb eeldusest, et maksuametnike keelekasutus peaks olema igale kodanikule arusaadav.

Lõputöö koosneb kahest peatükist, millest esimene käsitleb maksuametniku kliendipõhist suhtlemist. Esimese peatüki esimeses alapeatükis antakse ülevaade kliendipõhise suhtluse mõjust. Esimese peatüki teises alapeatükis antakse ülevaade maksukuulekust mõjutavatest teguritest. Teises peatükis analüüsitakse kliendipõhise suhtluse mõju maksukuulekusele. Teise peatüki esimeses alapeatükis antakse ülevaade Eesti elanike arusaamisest maksuametnike kasutatavatest erialaterminitest ja inimeste suhtumisest Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse. Teises alapeatükis analüüsitakse, kuidas

erialaterminitest arusaamine mõjutab elanike maksukuulekust ja inimeste hoiakuid. Maksukuulekuse hindamiseks uuritakse inimeste suhtumist maksude tasumisse.

Lõputöö allikatena kasutatakse eesti- ja võõrkeelset erialakirjandust, teemaga seonduvaid uuringuid ning strateegilisi dokumente. Töös kasutatakse mitmeid eesti- ja võõrkeelseid kirjandusallikaid. Ühelt poolt on üldisi sotsiaalpsühholoogilisi teadmisi koondavaid raamatuid. Lisaks kasutatakse ka mitmeid raporteid ja alusdokumente ning Eesti ajakirjades leiduvaid artikleid ametnike suhtlusprobleemidest. Põhilise osa kirjandusest moodustavad teadusartiklid.

1 MAKSUHALDURI KLIENDIPÕHINE SUHTLEMINE

1.1 Maksuametniku kliendipõhise suhtluse mõju

Maksu- ja Tolliameti igapäevase töö oluliseks osaks on suhtlus klientidega, olgu selleks suuline või kirjalik suhtlus, ning aastaid on tegeletud probleemidega, mis esinevad selles valdkonnas. Kuna Maksu ja Tolliamet toimib vahelülina seaduste ja maksumaksjate vahel, on tähtis, et nendevaheline koostöö oleks sujuv. Kliendisuhtluse erinevad aspektid, nagu usaldus, suhtumine ja lugupidamine kujundavad maksumaksjate hoiakuid Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse.

Maksuseadused, mille täitmine on maksumaksjatele kohustuslik, on Eestis kõigile interneti vahendusel kättesaadavad. Ühendkuningriigis, kus seadused on sarnaselt Eestile leitavad veebilehelt, teostati 2012. aastal uuring, et teada saada, milline inimeste grupp loeb enim seadusi. Uuringu tulemuste kohaselt moodustavad 70% seaduse lugejatest ametnikud, kes vajavad seadust oma tööks, 20% on elukutselised juristid, ning 10% on tavainimesed ehk mitte juristid, kes otsivad oma õiguste kaitseks võimalusi (Berlin, 2014, lk 27). Arvestades internetileviku taset Eestis, võib arvata, et seaduse lugeja on eelkõige tavainimene, mitte õppinud jurist (Kärsten, 2017, lk 3). Lisaks seaduskeele keerukusele võivad seaduse tekstide laused olla pikad, mis muudab seaduse lugejale raskeks. Haldusmenetluse käsiraamatu (2004, lk 302) kohaselt tuleb võimaluse korral vältida kantseliiti, erialatermineid ja seaduse teksti kopeerimist. Haldusorgan peab suutma ennast väljendada selliselt, et tavaline inimene mõistaks, milline otsus ja miks tema suhtes tehti, ning seega peab ametnik olema erialaterminite lahtiseletaja ja seaduseteksti tõlkija tavalisele inimesele arusaadavasse keelde. Haldusmenetluse seadus § 5 lg 2 sätestab, ning ametnikud teavad, et menetlus tuleb läbi viia eesmärgipäraselt ja efektiivselt, võimalikult lihtsalt ja kiirelt, vältides üleliigseid kulutusi ja ebameeldivusi isikutele. Isegi kui õigusaktid on arusaadavad, kuid nende sisust arusaamine võtab tavalisest rohkem aega, siis see aeg on ebavajalik majanduslik kulu: see tähendab, et nõuandjate tasud on kõrgemad ja väiksem ettevõtteid ning teised, kes tegelevad õigusaktidega, kulutavad rohkem aega selle mõistmiseks (Berlin, 2014, lk 28). Seetõttu võib riigiameteid, sealhulgas Maksu- ja Tolliametit nimetada tõlgiks, kes väldib üleliigseid kulutusi ja ebameeldivusi, keerukate seaduse tekstide ning maksumaksja vahel.

Erinevad Euroopa Liidu liikmesriigid on muutnud aastaid oma suhtumist maksumaksjatesse, eemaldades ühepoolsest maksunõuete täitmise kontrollist ja liikudes ennetava suhtelaadse partnerluse poole, mis hõlmab maksumaksjaga usalduse loomist. Nende riikide praktika näitab, et maksumaksjad, kes on hästi informeeritud, täidavad ka tõenäolisemalt oma kohustusi korralikult.

2004. aastal, kui ühinesid Eesti Maksuamet ja Tolliamet, hakati kujundama ka ühist maksuhalduri kliendisuhthustava ja läbi viima klientide rahulolu uuringuid. Sarnaselt teistele Euroopa Liidu liikmesriikide maksuhalduritele, on Eesti Maksu- ja Tolliamet juba üle kümne aasta liikunud kliendisõbralikuma koostöö suunas maksumaksjaga, luues usaldust, varustades teabega maksudest, kohustustest ja kohustuste täitmise võimalustest ning informeerides maksumaksjat tema õigustest. Turu-Uuringute ASi poolt kvartaalselt läbi viidava institutsioonide usaldusväärse 2017. aasta I kvartali uuringu kohaselt usaldab Maksu- ja Tolliametit 79% küsitletutest (Maksu- ja Tolliamet, 2017). Inimeste protsent, kes usaldab Maksu- ja Tolliametit on võrdne eelneva kahe aasta esimese kvartali tulemusega, mis on suhteliselt kõrge protsent, kuid teisest küljest pole inimeste usaldus Maksu- ja Tolliametisse suurenenud.

Maksu- ja Tolliameti arengukava aastateks 2013– 2016 üheks eesmärgiks on suurendada maksumaksjate vabatahtlikku õiguskuulekust õigeaegse ja korrektse infoedastuse kaudu, ja rakendada klientidega suheldes eelkõige proaktiivset taktikat. Arengukava sätestab samuti, et Maksu- ja Tolliameti väljastatavate sõnumite keel peab olema lihtne ning oma kohustuste täitmisel peavad maksumaksjad tunnetama maksuhalduri toetust. Info kättesaadavus ja kvaliteet on eelduseks sellele, et maksumaksjal on võimalik oma kohustused täita iseteeninduse põhimõttel, vajamata selleks maksuhalduri täiendavat abi. Selge info ja usalduse olemasolu tagab vabatahtliku maksulaekumise suurenemise.

Maksu- ja Tolliameti teenindusvaldkonna strateegia täitmise tulemusest selgub, et 2012. aastal oli aruandluskuulekate klientide osakaal 90% kõigis maksumaksjatest. 2016. aastal oli aruandluskuulekate klientide osakaal 94%, mis tähendab seda, et aruandlusperioodi alguse ja lõpu andmeid võrreldes on 4% maksumaksjatest Maksu- ja Tolliameti teavitus- ja mõjutusmeetmete tõttu oma maksukäitumist parandanud (Maksu- ja Tolliamet, 2016). Arengukava tulemustest järeldeb, et teenindusvaldkonnal on jätkuvalt tööd õiguskuulekuse parandamiseks ning tuleb leida meetmeid ja vahendeid, kuidas suunata ka praegused 6% maksumaksjatest, kes ei täida oma maksukohustusi tähtaegselt, seda tegema.

Sõnumite keele selgus tähendab nii tavakirjavahetuse kui ametlike dokumentide ja haldusaktide sõnastuse ning stiili, samuti nende sisu ja ülesehituse loogika parandamist, mis võimaldab muuta ameti sõnumid arusaadavamaks, lihtsamaks ja vähem seadusekeelseks.

keelekasutuse kontseptsiooni juurutamisel kasvab ameti usaldusväärsus ja paraneb maksukuulekus. Vähetähtis ei ole ka see, et selge ja arusaadava sõnumi koostamisel ja edastamisel väheneb kontaktide arv – kui maksumaksja saab meie sõnumist esimese hetkega aru ja oskab vastavalt käituda, siis laheneb probleem ühe kontaktivõtuga ja maksumaksja täiendavatele küsimustele kuluvat ressursi saab Maksu- ja Tolliamet kasutada tööülesannete täitmisele.

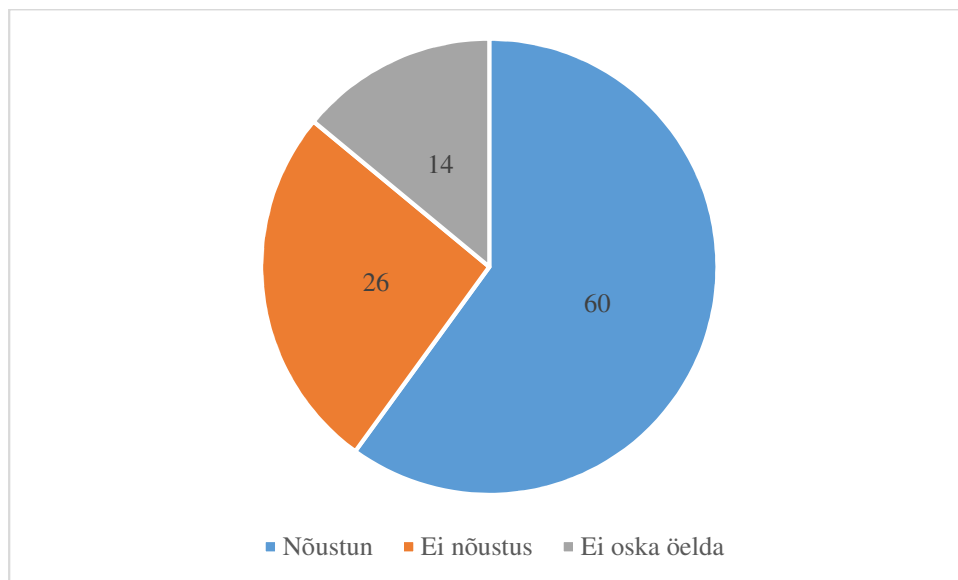
Teenuste ja teeninduse arendamisel on Maksu- ja Tolliametile väga oluline ka kliendiküsitluste süsteem, mille kaudu laekub klientidelt väärtuslikku tagasisidet nii võimalike kitsaskohtade kui ettepanekutena. 97% küsitlustest põhineb veebipõhisel soovitusindeksi¹ meetodil, mis tähendab, et kui klient kedagi või midagi oma tuttavale soovitab, siis ta võtab endale justkui vastutuse soovitatu kvaliteedi eest. Suurepäraseks hinnatakse tulemust vahemikul 100% kuni 60%. 2016. aasta teisel poolaastal viidi näiteks seitse soovitusindeksi meetodil küsitlust. Sellel perioodil hinnati ka Maksu- ja Tolliameti teavitusi, mis said soovitusprotsendi 34%, mis on hindamisskaala järgi väga hea tulemus. Kõrgeim soovitusindeks sel perioodil oli Soome maksunumbri väljastamise teenus (88%). Letiteeninduse ja telefoniteeninduse soovitusindeksid jäid 60% ligi.

Lisaks küsitluste abil tagasiside kogumisele on Maksu- ja Tolliametile vajalikuks töövahendiks ka kaebused ja kiitused, mille esitamiseks on klientidel mitmeid võimalusi, ning mis aitavad samuti teenindust parandada. 2016. aastal esines näiteks pahameelt ametnike kompetentsuse (6%) ning viisakuse (2%) kohta. Ametnike tegevuse kohta esitatud kaebused olid peamiselt tollikontrolli valdkonnas, kuid kaebuste arvult teine valdkond oli teenindus. (Maksu- ja Tolliameti siseveeb, 2016) Kuigi klientide kaebuste

¹ Soovitusindeksi protsendi arvutamise valem on soovitajate protsent lahutada rahulolematute protsent.

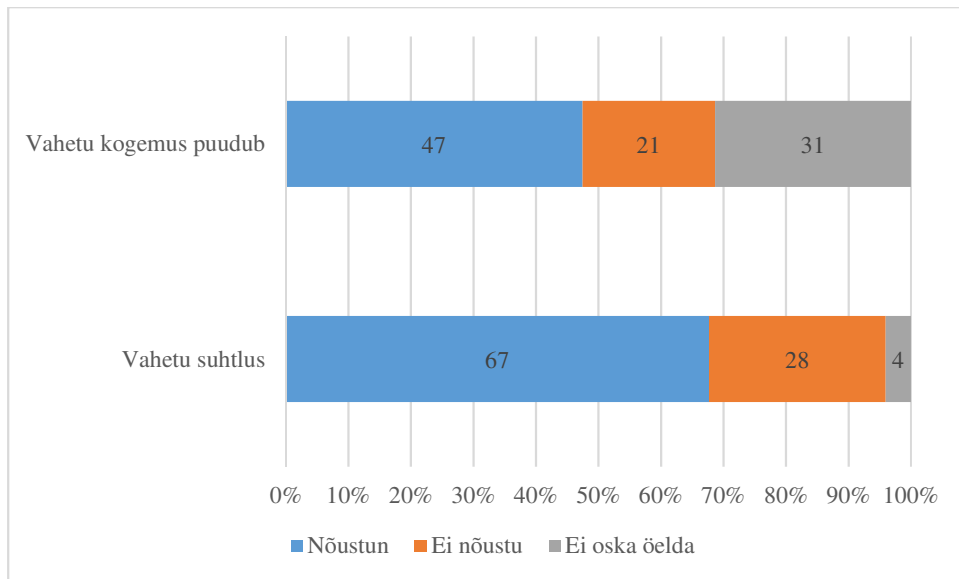
arv on aasta-aastalt vähenenud (2010 aasta IV kvartalis esitati kokku 142 kabust, siis 2016. aasta IV kvartalis kõigest 23), on oluline, et Maksu- ja Tolliameti klienditeeninduse kvaliteedi tase oleks jätkuvalt kõrge ka tulevikus ning koostöös klientidega leiavad ka probleemset valdkonnad lahenduse.

Alates 2005. aastast on Emor Eesti elanike seas läbi viinud uuringuid ametnike usaldusvärsuse ja asjatundlikkusest et hinnata avaliku teenistuse teeninduskvaliteedi ja maine arengut. Emori hilisem uuring toimus 2010. aastal, ning küsitleti 1000 elanikku. Küsitluse ühe osana paluti inimestel hinnata, kas ametnikud kohtlevad elanikke abivalmiduse ja viisakusega, vastavad küsimustele arusaadavalt ja põhjendavad otsuseid. Tulemus viitab ametnike üldisele mainele elanike seas. Uuringu tulemusena nõustus 60% vastajatest, et ametnikud kohtlevad elanikke vastavalt (s.h täiesti nõus ja pigem nõus vastused), 26% polnud sellega nõus ning 14% ei osanud vastata (joonis 1). Ametnike maine abivalmiduse, viisakuse ja arusaadavuse osas oli 2010. aastal enamjaolt positiivne.



Joonis 1. Ametnike üldine maine Eesti elanike seas (protsenti kõigist vastajatest) (Emor, 2010, lk 3, autori koostatud)

Emori 2010. aasta uuringust saab järeldada, et inimestel, kel puudub vahetu kokkupuude ametnikega ja kes on vahetult suhelnud ametnikega, on üldiselt ühine arvamus, et ametnikud kohtlevad elanikke viisakusega, vastavad arusaadavalt ja põhjendavad otsuseid. Siiski on suurem positiivne suhtumine isikutel, kel on olnud vahetu kogemus ametnikega suheldes, ning isikud, kel vahetu kogemus puudub hindavad ametnike suhtumist ja suhtlemist positiivselt või seisukoht selles osas puudub (joonis 2).



Joonis 2. Hinnangud ametnikele – mainel ja vahetul kokkupuutel tuginevad arvamused (protsenti vastavast sihtrühmast) (Emor, 2010, lk 5, autori koostatud)

Maksu- ja Tolliameti kliendisuhtluse tähtsus ja mõju on selgitatav suhtlemispsühholoogia abil. Suhtlemine ei seisne ainult teabevahetuses, vaid oluline osa on ka vastastikusel mõjutamisel, koostöös, ning suhtlemisega kaasneb ka hinnangute andmine (Kidron, 1986, lk 7) Seepärast on oluline täheldada, et mulje, mis kliendil jääb ametnikuga suheldes, mõjutab ka tema suhtumist Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse. Maksu- ja Tolliameti kliendisuhtlust saab uurida kahes kommunikatsiooni alaliigist: vahetu ja vahendatud. Vahetu suhtluse korral leiab aset ametniku ja kliendi suuline teabevahetus, ilma et sealjuures rakendataks tehnilisi abivahendeid, näiteks telefoni, või kolmandaid isikuid, nagu tõlk. (Kidron, 1986, lk 19) Vahetu suhtlemine toimub nii büroo klienditeenindusletis, kontrolli läbi viies, menetluse raames selgituste võtmisel ja nõustamisel. Vahetu suhtlemine hõlmab lisaks äratundvale ja eristavale tajumisele ka teise isiku sügavama tunnetuse, nagu tema käitumiseesmärkide ja suhtumiste väljalugemist, esteetilise või kõlbelse hinnangu andmist. (Kidron, 1986, lk 36) Tyler (2001, lk 362) lõi mudeli seostamaks ametivõimude seaduslikkust ning isiklikku kogemust. Tema arvates mõjutab ametnike käitumine isiklikus kontaktis inimese arvamust ametiasutuse seaduslikkusest üldiselt, mis omakorda loob aluse sellele, kuidas isik otsustab käituda ametivõimudega. Vahetu suhtlus on olulisim arvamuse kujundaja, sest Maksu- ja Tolliamet kui organ muutub isikule reaalseks ja tajutavaks maksuametnike kaudu. Käitumine, maneerid ja suhtumine, millega ametnik isiku poole pöördub, jätab kliendile mulje, mille

alusel ta kujundab oma suhtumist mitte ainult ametniku enda suhtes, vaid ka Maksu- ja Tolliameti suhtes, keda ametnik esindab.

Vahendatud suhtlus maksuametnike ja klientide vahel toimub telefoni, e-kirjade või e-maksuameti/e-tolli kaudu. Leidub inimesi, kes ei tunne aastatepikkusele praktikale vaatamata end kindlalt ja mugavalt telefoniga rääkides, ja inimesi, kes suudavad telefoni teel ennast paremini väljendada. Samal kombel võib ühele isikule ka kirjajutamine tunduda vastumeelse sundusena, teine aga saavutab nimelt kirjutades seesmise selguse ja väljenduslikkuse. (Kidron, 1986, lk 20) Kuigi kirjateel ei tundu kontakt kliendiga nii otsene nagu seda on isiklikult või telefoni teel vesteldes, tuleb tõdeda, et sõnade valikust võib samuti välja lugeda ametniku suhtumist klienti. Õiguskantsleri nõunik Helen Kranich on väitnud, et sageli ei lahenda probleemi ega käivita inimeses soovi midagi teha või tegemata jätta mitte õigus, vaid suhtlemisel kasutatavad sõnad ja toon (Kranich, 2017, lk 1). Suhtumises väljendub ka soov osutada näiteks mõlema võrdväarsusele või oma dominantsusele. Nii sisu, seose kui suhtumise määratlemine võib olla keeruline olukorras, kus ei tunta korralikult termineid, ei orienteeruta probleemis või ainevallas. (Kidron, 1969, lk 28) Koostöö ei ole sujuv olukorras, kus on risk väärti mõistmiseks (Rootsi maksuamet, 2005). Seetõttu on oluline, et kliendi hea suhtumise kujundamiseks säilitaks maksuametnik ka kirjateel lugupidamise, rõhutamata oma ametist tulenevat dominantsust ning väldiks erialaste terminite liigkasutamist, mis takistab sõnumi sisust arusaamist.

Vahendatud suhtlemiseks võib ka pidada massikommunikatsiooni ehk meediavahendite teel edastatavat informatsiooni. Massikommunikatsioon on tagasisidestamata teabeedastust tehnilise sidekanali vahendusel ja edastatavad tekstid on pigem suletud iseloomuga. (Kidron, 1986, lk 20). Lisaks televisioonile, raadiotele, paberkanalile, on eestlaste seas populaarne lugeda uudiseid ka interneti vahendusel. Eurostati värskeima uuringu, mis pärineb küll aastast 2012, andmetel 91% eestlastest loeb internetist uudiseid (Eurostat, 2012). Meedia abil on Maksu- ja Tolliametil lihtsam edastada kodanikele sõnumeid, teavitada olulisest ning selgitada oma töö ja tegevuse põhimõtteid. Siiski ei pruugi meedia mõjujõud olla alati positiivne. Philadelphias Annebergi Kommunikatsioonikoolis viidi läbi uuringud, mille eesmärgiks oli näidata, et televisiooni mõju seisneb sotsiaalselt reaalsust puudutavate baashoiakute kujundamises (Burkart, 2002, lk 330 ref Kõuts-Klemm & Korts, 2010, lk 31-32). George Gerbner, jõudis järeldusele, et meedia puhul on tegemist pikaajalisemate mõjudega ning tema põhimure oli näidata, kuidas kujundavad meediaesindajad vaatajate ettekujutust ühiskonnast, sotsiaalsest struktuurist. Gerbneri järgi

ütleb televisioon meile, mis on ühiskonnas hea või halb ning kujundab inimeste hoiakuid. (Gerbner, 1969, lk 148) Meedial on seega võimas mõjutuse allikas, mis toimib stiimulina ja auditoorium vastab sellele oma käitumise, hoiakute ja arvamuste muutmisega, kuigi seda pika perioodi jooksul. Seetõttu võib arvata, et meedia kajastusel võib olla oluline roll ka Maksu- ja Tolliametisse ning ametnikesse üldiselt suhtumise kujundamisel, vastavalt positiivsete või negatiivsete kuvandite loomisele.

Kuna maksuametnikel on võimalik omapoolselt kujundada inimeste hoiakuid Maksu- ja Tolliameti suhtes, on oluline mõista hoiakute põhimõtet. Hoiakud on hinnangulised, ning nad näitavad, millised tunded meil käsitletava asja suhtes on (Fishbein & Ajzen, 1975 ref Hayes, 2000, lk 93). Mõistmaks inimeste hoiakuid, on oluliseks võtmenäitajaks keel, mida inimesed millegi kirjeldamisel kasutavad (Eiser, 1983, lk 165). Smith, Bruner ja White (1964 ref Hayes, 2000, lk 94) väidavad, et hoiakutel on kolm selgelt eristuvat funktsiooni: objekti väärtustamine, sotsiaalne kohanemine ja eksternaliseerimine. Objekti väärtustamine on viis, mille kaudu hoiakud võivad juhtida meie reaktsioone ümbritseva keskkonna objektide ja tunnuste suhtes, nii ei pea me nendega uuesti kokku puutudes iga kord reageerimisviisi välja töötama (Hayes, 2000, lk 94) Näiteks võivad inimesed luua hoiaku maksuametnike ja Maksu- ja Tolliameti suhtes olukorras, kus mineviku kokkupuude osutus inimesele kahjustavaks (pangakontode arestimine) või kui suheldes ametnikuga oli too ebaviisakas, mis tähendab, et isik üritab seda nähtust või olukorda tulevikus vältida. Hoiaku sotsiaalse kohanemise funktsioon aitab isikul arvamuse avaldamisega sotsiaalsetes gruppides osaleda. Sarnane arvamus aitab kaasa samastumisele, mis on tähtis inimloomuse ja ühiskonnas osalemise osa. (Hayes, 2000, lk 94) Kui grupp, kellega isik lävib, suhtub maksude tasumisse või ametnikesse negatiivselt, siis isikul on kuuluvustunde suurendamise eesmärgil kasulik samastada oma arvamus grupiga. Kolmandaks suhtumise funktsiooniks on eksternaliseerimine ehk alateadlik motivatsioon, mis tähendab, et isik sobitab oma seesmise seisundi ümbruses toimuvaga (Hayes, 2000, lk 94). Näiteks kui inimesel on sisekonflikt usalduse puudumise pärast teiste inimestega, võib ta väljendada sügavat skeptitsismi ametiasutuse ehk kontrolli ja riigi tulude kogu vastu.

Teabevahetuse käigus leiab aset suhtlevate isikute vastastikune mõjustamine. Maksuametnike puhul võib mõjujõud tekkida juba tema ilmunisel, vahel aga ainuüksi seeläbi, et tema visiiti on oodata. Seega pole ühepoolse või vastastikuse mõjuavaldamise kandjaks vaid vahetul verbaalsel suhtlemisel toimuv teabevahetus. (Kidron, 1969, lk 67). Sotsiaalset interaktsiooni on mõnede autorite poolt tõlgendatud kõigi mõeldavate mõjude

ühtepõimumisena mingi pikemaajalise protsessi keskmes. Rootsi maksuamet (2005, lk 49-50) korraldas testi, mis uuris, kas ametivõimude suhtumine mõjutab usaldust. Kodanikud ja ettevõtted, kes olid katsealusteks, puutusid kokku kolme erineva suhtumisega ametnikega. Esimest suhtumist võis kirjeldada kui ülbet, süüdistavat ja kaastundetud. Taoline suhtumine annab sõnumi, et isikut ei saa usaldada. Teist suhtumist võis kirjeldada kui ametlikku ja eeskirjadega reguleeritud. Ametnik lähtub täielikult reeglitest ja regulatsioonidest ning näib range ja objektiivne. Kirjeldatud suhtumine väljendab, et isik on ainult juhtum, mida tuleb kohelda õiglaselt ja korrekselt ning samas eeldatakse, et kodanik tunneb seadust. Kolmandat ametnike suhtumist võis kirjeldada kui avatud - ametnik võtab aega kuulamiseks ja selgitamiseks. Isikud näevad, et ametnik on tundlik, juhendav ja koostöövalmis. Suhtumine peegeldab, et enamik isikuid on ausad, kuid nad ei pruugi mõista reegleid ja seetõttu võib abi vajada. Katse tulemustest järeldus, et esimesel suhtumisel oli negatiivne efekt maksuameti usaldusele, teise suhtumise mõjul on usaldusele väiksem negatiivne toime, ning kolmandal suhtumisel on usaldusele tugevalt positiivne mõju. Negatiivne mõju usaldusele, mida põhjustab halb suhtumine, on suurem kui positiivne efekt usaldusele, mis tuleneb heast kohtlemisest. Seetõttu on väga oluline, et ametnikud väldiksid üleolevat, süüdistavat, halba suhtumist inimestesse.

Maksu- ja Tolliameti kliendisuhtlusel on oluline roll inimeste hoiakute kujundamisel institutsiooni ja maksude tasumisse. Hoiakute kujundamise aluseks on muljed, mida kliendid kogevad suheldes maksuametnikega. Selleks, et inimeste hoiakuid mõjutada positiivsemas suunas, on oluline, et ametnik säilitaks lugupidamise, oleks abivalmis, asjatundlik ja viisakas, mis aitab suurendada klientide usaldust ametkonna vastu. Tegemist on pikemaajalise protsessiga, kuid seda lihtsustab hea koostöö klientidega. Rootsi uuringu kohaselt on suurem mõju maksuametniku negatiivsel suhtumisel maksumaksjasse kui positiivsel suhtumisel jäänud mulje. Jätkuvalt püütakse parandada ametnike suhtlusoskusi ja keelelist väljendust, ning oluliseks osaks on sõnumite sisu lihtsus, et vähendada arusaamatusi ja suurendada maksumaksjate usaldust. Maksuametniku kliendisuhtluse tähtsus seisneb klientide hoiakute kujundamisel, seaduskeele arusaadavaks tegemisel ja usalduse loomisel maksumaksjaga.

1.2 Maksukuulekust mõjutavad tegurid

Maksukuulekusel ei ole ühest definitsiooni, kuna tegemist on keeruka ning erinevaid teadusdistsipliine puudutava nähtusega. Maksukuulekust on defineeritud ja käesolevas töös defineerib autor kui maksumaksja valmisolekut tasuda makse. Kuna maksuametnike töö osaks on klientidega suhtlemine, siis ametnike suhtlusviisil on mõju klientide maksukuulekuse parandamiseks.

Maksukuulekust on inimeste motivatsiooni alusel püüdnud jagada McBarnet (2002, lk 6), ning tema jaotas selle kolmeks: pühendunud maksukuulekus, kus maksumaksja täidab oma kohustused vabatahtlikult, ilma vastuseisuta; alistuv maksukuulekus, kus maksumaksja täidab kohustused sunnilt, maksuhalduri tegevuse tulemusena; ning loominguuline maksukuulekus – maksumaksja küll täidab kõik oma kohustused, kuid otsib kõikvõimalikke seaduselünkasid kohustuste vähendamiseks. Selle alusel, kuidas maksumaksja suhtub oma kohustuste täitmisesse ning kas ta üritab seda kuidagi vältida, toimubki jagunemine.

Maksukuulekus on maksuhaldurile oluline, kuna maksuhalduri eesmärgiks on võimalikult suurel hulgal koguda maksutulusid. Eesmärgi saavutamise aluseks on piisava maksukuulekuse taseme tagamine maksumaksjate seas ja ideaaliks on võimalikult suur hulk vabatahtliku maksukuulekusega maksumaksjaid. Vahendid maksukuulekuse tagamiseks võivad paljuski erineda. Üheks faktoriks, mis mõjutab maksudeklaratsioone tähtaegselt esitama ja vähem riske võtma, on maksuhalduri poolsed rikkumisele järgnevad sanktsioonid. Hirm maksuhalduri sanktsioonide ees suurendab maksukuulekust alistuva maksukuulekuse korral, kuna alistuva maksukuulekuse tagab maksuhaldur maksumaksjate mõjutamise tulemusena (McBarnet, 2002, lk 1). Pühendunud maksukuulekust, kus maksudeklaratsioonid esitatakse tähtaegselt, hirmutamise ees ei saavutata (McBarnet, 2002, lk 12). Samuti on arvestatav asjaolu, et hirm ei suurenda vabatahtlikku maksukuulekust (Feld, Frey, 2007, lk 102). Lähtudes maksukuulekuse tagamisel ainult maksumaksjate karistamisest, peaks maksukohustustest kõrvalehoidumine olema palju levinum, kui see tegelikkuses on, sest maksuhalduril pole piisavalt ressursse kõikide maksumaksjate kontrollimiseks. (Feld, Frey, 2007, lk 102) Kuulekus, mis põhineb vaid karistuse ähvardusel, vähendab vabatahtlikku maksukuulekust. Vabatahtliku maksukuulekuse suurenemine või vähenemine põhineb kahel teguril. Esiteks, vabatahtlik motivatsioon väheneb, kui ajend saavutatakse kontrolli teel. Selle tulemusena vähenevad ka enesekindlus

ja osalemine. Teine tegur, mis tõstab sisemist motivatsiooni, on kui stiimulit nähakse toetusena. Kui isik tunneb, et teda toetatakse ning tal on vabadus tegutseda, enesehinnang ja kaasatus suurenevad. (Frey & Jegen, 2000, lk 7) Maksukuulekuse tagamisel ei ole seega otstarbekas lähtuda ainult hirmust maksuhalduri sanktsioonide ees. Fritz Riemanni arvates on hirmu vastandiks usaldus (Riemann, 1995, lk 5). Seetõttu on maksumaksja vabatahtliku maksukuulekuse suurendamiseks oluline tekitada usaldust maksuametniku ja maksumaksja vahel.

Rootsi maksuamet viis 2002. aastal läbi uuringu, kus erinevad maksumaksjate grupid tajusid, millist ennetavat efekti annab audit. Maksumaksjad hindasid ebaseaduspärase käitumise tõttu vahelejäämise ja tagajärgede saabumise tõenäosust. Grupil, mis koges auditi kõige madalamat ennetamise mõju ehk kes arvas, et tõenäosus vahelejäämiseks ja tagajärgedeks oli väike, oli kõige väiksem usaldus ja kindlus Rootsi maksuameti vastu. Need, kes olid kõige usaldavamad, kogesid suuremat ennetamise mõju. (Rootsi maksuamet, 2005, lk 38-39) Näide tõestab, et usaldusel on oluline roll maksukuulekuse suurendamisel.

Poola sotsioloogi, Piotr Sztompka (1999, lk 69) järgi võib usaldus põhineda kahel erineval alusel: tunnetuslikel ja ratsionaalsetel protsessidel või automaatsetel ja emotsioonidel põhinevatel protsessidel. Ratsionaalsusel põhinev usaldus toetub kaalutlusele ja teadmistele. Pärimuslik ehk automaatne ja emotsioonidel põhinev usaldus seisneb äratundmisel, harjumusel, sotsiaalsel usaldusel ning tunnetel ja emotsioonidel. Kui ratsionaalsusel põhinev usaldus tuleneb tahtlikul otsusel, siis täielik usaldus on automaatne, tahtmatu ja alateadvuslik reaktsioon. (Sztompka, 1999, lk 24) Sõltuvalt olukorrast võivad need kaks usalduse liiki ilmned paralleelselt või järjekorras. Näiteks ilmnevad need paralleelselt, kui maksuametniku sõbralik hääl infotelefonis tekitab kliendis automaatse usalduse ja samal ajal annab ametnik asjatundlikku nõu, mis suurendab samuti usaldust. Teisest küljest võivad need usalduse liigid esineda iseseisvalt, kui näiteks klient pole piisavalt tähelepanelik tunnetamiseks, kas maksuametnik annab piisavalt põhjust tema usaldamiseks, vaid usaldab ilma kahtluse alla seadmata maksuametnikku kui seadusliku võimu esindajat. Seega saavad maksuametnikud muuta klientidega suhtlemise õhkkonda, arvestades nende pärilikkusel põhineva usaldusega, mis on alateadlik ning ei pruugi arvestada maksuameti kavatsustega, kui ka inimeste ratsionaalsusel põhineva usaldusega.

Kliendisuhtluse juures on lisaks usalduse loomisele oluline ka maksuametniku väljendusoskus ja sõnavara valik. Kuna maksukuulekuse aspektideks on ka maksude õigeaegne ja täpne tasumine, siis on oluline, et informatsioon, mida maksuametnik maksumaksjale edastab, keskenduks olulisele ning oleks sõnavarakasutuselt lihtne. Mitmete emakeelepäevade raames on rõhutatud ametniku keelekasutuse lihtsustamist, ning varasemast enam levinud kantseliitliku keele asendamist selgete ja täpsete eesti keele väljendite ja sõnadega. Kantseliidist aitab hoiduda juba 2013. aastal valminud ametniku soovitusõnastik, mis pakub kirjutajale praktilist abi, kuidas väljendada lihtsamalt ja selgemalt ning vältida vigu ja liialdusi (Paet & Rehema, 2014, lk 1). Erialakeelse teksti esitamise tavainimesele taunis Riigikohus juba aastal 2003, lisades juurde, et keerukad andmed raskendavad mõistmist. Kirja kantseliitlik sõnastus on halb näide väärhaldusest, mille kohta on öeldud, et haldusorgan võib järgida õigusakte formaalsel viisil, kuid samal ajal ikka teha halbu otsuseid (Parrest, 2008, lk 4). Christopher Trudeau kirjeldab oma artiklis "The public speaks: An Empirical Study of Legal Communication" uurimust selle kohta, kuidas Michigani advokaadibüroode kliendid saavad aru neile saadetud juriidilistest tekstidest. Selgus, et 71% küsitletutest oli saanud kirju või dokumente, mida oli raske mõista, kusjuures 99% neist pidas kas oluliseks või väga oluliseks seda, et klient juristi kirjutatust aru saaks. 38% neist märkis, et nad ei lugenud keeruliselt sõnastatud dokumenti lõpuni ja 58% otsis tundmatu termini korral abi sõnaraamatust. (Trudeau, 2012, lk 137) Selleks, et kliendiga koostöö oleks sujuv, tuleb kirjad ja dokumendid koostada lihtsas keeles.

Lisaks keelekasutusele, on maksuhalduri ja maksumaksja vaheline lugupidav suhtumine vabatahtlikku maksukuulekust suurendavaks teguriks. Ühiskondliku leppe teooria alusel ei ole maksukuulekuse aluseks mitte hirm maksuhalduri sanktsioonide ees, vaid vastastikune soov lepingut täita ja sellest tulenev lugupidav suhtumine üksteisesse (Kirchler, 2007, lk 84). Lugupidava suhtumise olulisust näitab Austraalia maksuhalduri poolt 2001. aastal läbiviidud ühekordne eksperiment. Ligikaudu 4100 maksumaksjale, kes ei esitanud tähtaegselt kvartaalset maksudeklaratsiooni, saadeti meeldetuletav kiri. Kirjades kasutati erinevaid kirjaviise, nagu informatiivne, personaalne ja standardne, ning osadele kirjadele lisati klausel maksumaksja õiguse kohta olla lugupidavalt koheldud või õiguse kohta saada informatsiooni (Wenzel, 2002, lk 6). Ettevõtete puhul, mis said lugupidava kohtlemise klausliga kirja, suurenes maksudeklaratsiooni esitamise määr võrreldes ettevõtetega, kes kirja ei saanud või said teises kirjaviisis kirja (Wenzel, 2002, lk 21, 28).

Kokkuvõttes suurendas kirjade saatmine maksukuulekust (olenemata kirjastiilist) võrreldes maksumaksjatega, kes kirja ei saanud. Samuti selgus eksperimentidest, et ühekordsete, näiteks ühekordne kirjade saatmine, meetmetega saavutatud maksukuulekuse tõus oli suhteliselt väike ja enamasti statistiliselt ebaoluline.

Teadlased on pakkunud, et erinevalt sõnastatud kommunikatsioon võib mõjutada erinevalt inimeste maksukuulekust ja pakutakse kolme erineva fookusega kommunikatsiooni – jõule (*power*), teenindusele (*service*) ja usaldusele (*trust*) orienteeritud lähenemist. James Alm (2012, lk 70,72) kirjeldab oma töös, et nn traditsioonilisel ehk jõulisel lähenemisel on rõhk ebaseadusliku käitumise mahasurumisel sagedaste auditite ja jäikade karistuste kaudu. Selline lähenemine on olnud maksuametil läbi ajaloo. Teine lähenemine ehk teeninduslik lähenemine tunnustab jõu rolli, kuid samuti tunnustab maksuametit kui teenuse osutajat ja abistajat. Kolmas lähenemine põhineb usaldusel, ning see on tugevalt soetud moraali, sotsiaalsete normide ja teiste kuuleka käitumise teguritega. Nimetatud kolm lähenemist keskenduvad kas karistuse tõenäosuse suurendamisele, maksuteenuste osutamise parandamisele või maksukultuuri muutumisele. Nimetatud lähenemisviiside teooriale tuginedes viis 2016. aastal Maksu- ja Tolliamet läbi testi, mille käigus saadeti maamaksuvõlga isikutele, kelle maksuvõlg oli kuni 50 eurot, teavitused kolmes erinevas stiilis: teeninduslik (*service*), karm (*enforcement*) ja usalduslik (*trust*) stiil. Testi eesmärk oli uurida, millises stiilis teadete järgi tasutakse võlga kõige rohkem. Valim koosnes 8400 isikust, kes jagati nelja gruppi – kolm gruppi said erinevates eeltoodud stiilides teavitused, lisaks oli kontrolligrupp, kes teavitusi ei saanud ning kes olid baasiks, millega teavituse täitmist võrrelda. Kontrolliti ka võla tasumist, ning selgus, et teavituse tulemusena oli kuu aega pärast teavitust võla tasunud kokku 4436 isikut. Teenindusliku teavituse saanute võla tasumise osakaal oli 60,19%, karmi teavituse tasumise osakaal 57%, usaldusliku teavituse osakaal 57.1% ja teavituse mittesaanute tasumise osakaal 37%. Tagasiside võlateavitusele näitas, et kõige suurem rahuloluindeks, 38% oli teenindusliku tekstiga võlateavitusel. Usaldusliku tekstiga võlateavituse rahuloluindeks oli 31% ning kõige madalam rahuloluindeks, 26% oli karmi tekstiga võlateavituse puhul, kuigi tasumise osakaal oli peaaegu võrdväärne usalduslikus stiilis teavituse saanutega. Tulemustest järeldus, et 86% vastajatest jäid maamaksu võlateavitusega rahule, ning tegemist on väga vajaliku teenusega. (Maksu- ja Tolliamet, 2016). Kokkuvõttes näitasid testid, et teavitused suurendavad maksutulu laekumist ning kõige mõjusam suhtlusstiil on teeninduslik ning oluline osa teavituse saamisel on ka lugupidav suhtumine maksumaksjasse.

Lugupidamist saab väljendada ka inimestelt vabandust paludes. Näiteks Euroopa ombudsman (Euroopa ülemkogu, 2011) pidas kohatuks seda, kui inimesele saadetud vastused olid ükskõiksed ja kui osa küsimusi eirati. Kriitiline oli ta ka siis, kui inimene palus korduvas kirjas Euroopa Komisjonilt lisateavet ja selgitusi, kuid küsimusega tegelev ametnik saatis talle lühikese vastuse. Mõlemal juhtumil saadeti inimestele vabandav kiri, mille kohta ütles ombudsman, et siiras vabandus on parim näide selle kohta, kuidas kodanike suhtes lugupidamist üles näidatakse. Seega on lugupidav suhtumine maksuametsja ja maksuhalduri vahel oluline maksukuulekuse tagamisel, kuid see eeldab maksuhalduri süsteemset ja järjepidevat tööd.

Kui varasemalt oli enam levinud maksukuulekuse tagamise vahendiks maksuhalduri sanktsioonid ja hirm nende rakendamise ees, siis tänapäevasem suund on vabatahtliku maksukuulekuse tagamine. Selleks, et tagada inimeste vabatahtlik maksukuulekus, on oluline suurendada inimeste usaldust maksuameti vastu. Maksuametnikud saavad muuta klientidega suhtlemise õhkkonda, arvestades nende pärilikkusel põhineva usaldusega, mis on alateadlik ning ei pruugi arvestada maksuameti kavatsustega, kui ka inimeste ratsionaalsusel põhineva usaldusega. Lisaks usaldusele on oluline maksuametnike suhtlusel kasutatav keel, ning sujuvaks koostööks tuleb kirjad ja dokumendid koostada lihtsas keeles. Lugupidav suhtumine on samuti vabatahtlikku maksukuulekust suurendavaks teguriks, mida tõestab Austraalia maksuameti uuring, mille tulemusena suurenes enim maksudeklaratsioonide esitamise määr ettevõtete puhul, mis said lugupidava kohtlemise klausliga kirja. Kuna maksuhalduri võimuses on jälgida ja parandada oma suhtlust ja selle olulisi aspekte, nagu lihtne ja arusaadav sõnavarakasutus, lugupidav suhtumine ning sõbralikkus, siis seeläbi saab ta mõjutada ka inimeste vabatahtlikku maksukuulekust.

2 Kliendisuhtluse mõju maksukuulekusele

2.1 Eesti elanike maksualastest erialaterminitest arusaamine ja suhtumine maksude tasumisse

Kuna maksukuulekuse mõjude otsingutel on tehtud palju erinevaid uuringuid, siis autor lähtub oma uuringus peamiselt valdkonnast, mida eelnevalt pole käsitletud ning Eestis teadaolevalt ka mitte uuritud - ehk maksuametnike kasutatavate terminite mõistmist ja selle võimalikust mõjust. Maksuameti töö aluseks on seadused, mille sõnastus on tihti keeruline ja milles sisalduvatest maksualastest terminitest ei pruugi maksumaksjad aru saada. Kliendisuhtluses, eriti kirjalikus suhtluses, kasutavad ametnikud tihti seaduste tsiteerimist, mitte nende selgitamist. Sedasi toimides on see ametnikule ühelt poolt lihtsama vastupanu teed minek, samuti eeldavad maksuametnikud sageli, et termineid, mida nad igapäevatoos kasutavad, teavad sama hästi ka maksumaksjad.

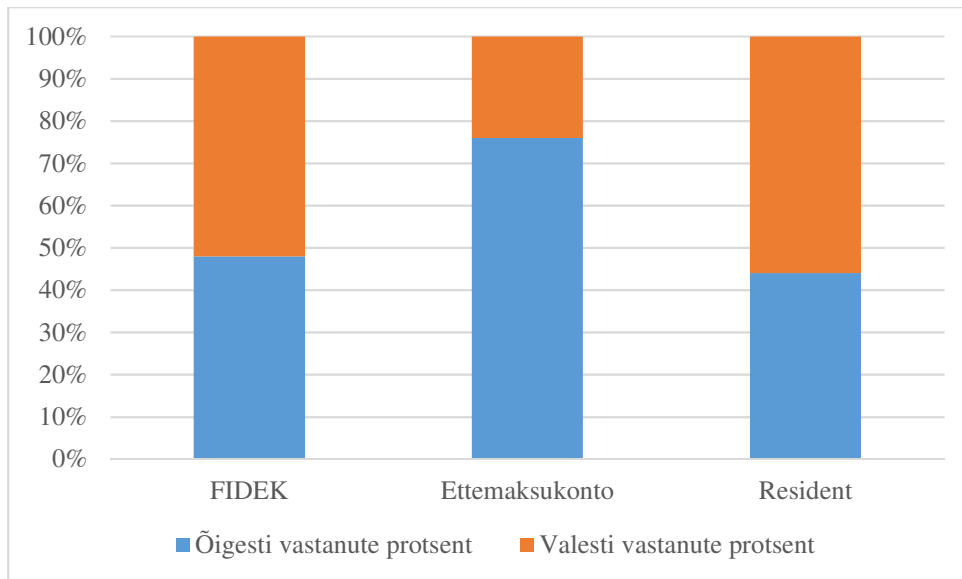
Selleks, et mõista, kas Eesti elanikud saavad aru maksuhalduri enamkasutatavatest erialastest terminitest, viis autor Eesti elanike seas läbi küsitluse, mis põhineb tuludeklaratsiooniga seonduvatel mõistetel. Lisaks terminite tundmisele uurib autor inimeste suhtumist Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse, ning seda, kuivõrd maksuhalduri kasutatavate terminite tundmine mõjutab inimeste suhtumist maksude tasumisse ja Maksu- ja Tolliametisse.

Küsitlus viidi läbi interneti vahendusel ning vastajate arv oli kokku 42 inimest, kellest 25 olid mehed ja 17 naised. Vastajate valim on juhuslik ning puudub nõue varasemaks kokkupuuteks Maksu- ja Tolliametiga. Selle põhjenduseks on eeldus, et maksuametnike keelekasutus peaks olema igale kodanikule arusaadav. Küsimustik koosnes seitsmest küsimusest, ning esimesed kaks olid soo ja vanuse määramine. Ühes küsimuste plokis, mis koosnes kolmest küsimusest, paluti selgitada maksuametnike kasutatavate lühendite ja terminite sisu oma sõnadega. Lühendite ja terminite valik tulenes tuludeklaratsiooni perioodil, mil tavakodanikud (füüsilised isikud) puutuvad kõige rohkem kokku Maksu- ja Tolliametiga, need on FIDEK, ettemaksukonto ja resident. Lühend FIDEK tuleneb väljendist „füüsilise isiku tuludeklaratsiooni“, ja on maksuametnikel igapäevaselt kasutusel. Teiseks terminiks oli „ettemaksukonto“. See on isiku konto Maksu- ja Tolliameti arvestussüsteemis, mille abil toimub kliendi rahaliste nõuete ja maksude tasumine, tasaarveldamine ja tagastus, ning ametnikud eeldavad, et inimesed teavad mõiste

sisu. Kolmandaks terminiks oli „Eesti resident“, kes tulumaksuseaduse kohaselt on füüsiline isik, kelle elukoht on Eestis, või kes on viibinud 12 järjestikuse kalendrikuu jooksul 183 päeva Eestis. Selle mõiste puhul eeldavad ametnikud samuti, et inimesed on tuttavad mõiste tähendusega. Terminite selgituste hindamisel loeti õigeks vastuseks piisav seotus sõnade tegeliku tähendusega.

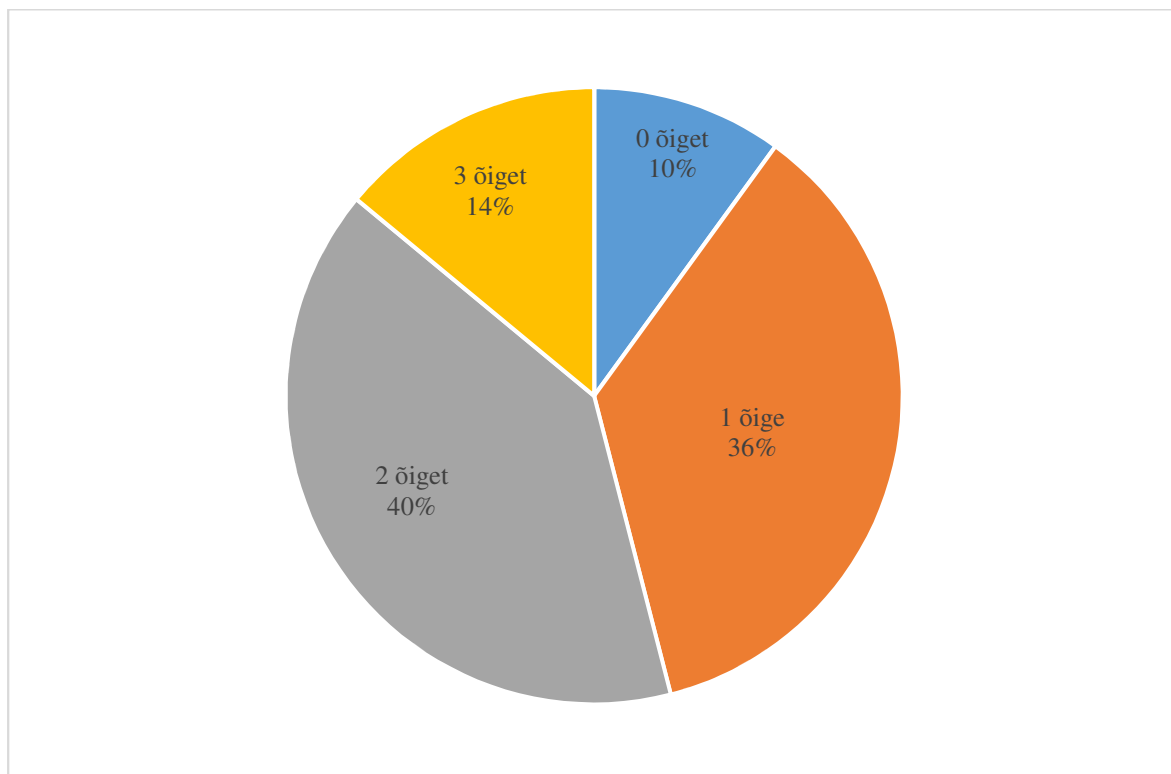
Küsimustiku kahes viimases punktis paluti vastajatel hinnata oma suhtumist nii maksude tasumisse kui ka Maksu- ja Tolliametisse. Maksu- ja Tolliametisse suhtumise hindamiseks küsiti isikutelt järgmine küsimus: Kas sõnade 'Maksu- ja Tolliamet' kuulmine tekitab negatiivseid või positiivseid tundeid ja mõtteid? Hinnangu andmiseks paluti valida nelja variandi - positiivne, pigem positiivne, pigem negatiivne ja negatiivne - vahel. Hinnangu andmisel maksude tasumisse, olid ette antud 3 kindlat vastusevarianti: 1) maksude tasumine on positiivne, 2) maksude tasumine on koormav ja 3) võimalusel ei tasuks makse. Lisaks oli võimalus kirjutada vabas vormis vastus. Need küsimused on vajalikud selleks, et tuvastada võimalik seos maksualaste terminite tundmise ning maksude tasumise ja maksuametisse suhtumise vahel. Samuti on võimalik välja selgitada, kas omavahel on seotud ka maksuametisse ja maksude tasumisse suhtumine. Autor ei analüüsinud vastuseid vanusegrupiti, sest vastanute seas oli kõige rohkem naisi vanuses kuni 23 eluaastat ning mehi vanuses 24-30 ning seetõttu oleksid tulemused kõige täpsemad vaid kahes grupis.

Mõistete selgitamisel teadsid vastanutest keskmiselt 53% ehk ligikaudu 23 inimest mõistete tähendust. Enim valmistas vastajatele raskusi lühendi „FIDEK“ selgitamine. 42 inimesest suutis rahuldava selgituse anda 16 inimest, ülejäänud 26 inimest kas ei osanud midagi pakkuda või arvas, et see on lihtsalt seotud raamatupidamise või maksudega. Ülejäänud kaht mõistet oskas selgitada üle poole küsitletud isikutest. Siiski peaaegu pooltel ehk 45% vastanutest oli probleeme termini „resident“ selgitamisega. Arvati, et tegemist on residentuuris õppiva praktikandiga, väliskodanikuga ja isegi pagulasega. Kõige täpsemalt suutsid küsitletavad selgitada mõistet ettemaksukonto, kus õigesti vastanute protsent oli 67, ehk 28 inimest 42st teadis mõiste sisu, ülejäänud isikud ei osanud terminit selgitada. (Joonis 3)



Joonis 3. Terminite selgitamise tulemused (protsenti) (autori koostatud)

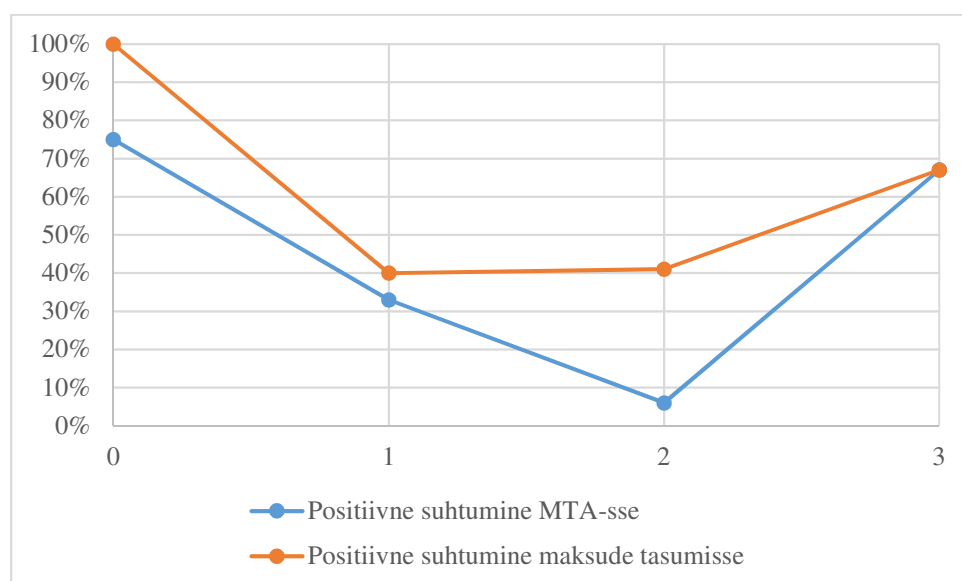
Kõige rohkem inimesi ehk 17 küsitletutest oskas õigesti selgitada 2 mõistet, 15 inimest teadis 1 mõiste tähendust ning 6 inimest oskas seletada kõigi 3 mõiste tähendust. Mitte ühtegi mõistet ei osanud selgitada 4 inimest. (Joonis 4) Enim said kõigist kolmest mõistest aru mehed (14% meestest). Kõige rohkem mehi mõistis kahe termini ning naistest ühe termini tähendust.



Joonis 4. Inimeste õiged selgitused küsimuste arvu järgi (protsenti) (autori koostatud)

Küsitlute seas tekitas ameti nime „Maksu- ja Tolliamet“ kuulmine negatiivseid või pigem negatiivseid tundeid ja mõtteid 69% inimestest (29 inimest 42st). 31% vastanutest olid pigem positiivselt meelestatud, kuid täiesti positiivset suhtumist ei olnud kellelgi. Naiste hulgast oli 71% negatiivse või pigem negatiivse suhtumisega Maksu- ja Tolliametisse, meeste seas oli seda 68% vastanutest. Maksude laekumisse suhtusid pooled vastanutest positiivselt, leides, et see on vajalik riigi toimimiseks ning enda kindlustamiseks. 5 vastajat ei tasuks makse, kui neil oleks võimalus ning ülejäänud 16 arvasid, et maksude tasumine on koormav. Meeste seas 13 inimest suhtus maksude tasumisse positiivselt ning 12 pigem negatiivselt, naise seas 8 inimest suhtus positiivselt ning 9 negatiivselt.

Küsitluse tulemusena leiti, et inimesed, kes ei osanud selgitada maksuametnike kasutatavaid mõisteid, olid pigem positiivse suhtumisega Maksu- ja Tolliametisse (3 inimest 4st) ning samuti maksude tasumisse. Isikud, kes teadsid selgitada vaid üht mõistet, suhtusid Maksu- ja Tolliametisse pigem negatiivselt (67% vastanutest) ning 60% suhtusid negatiivselt maksude tasumisse. 94 protsendis inimestest, kes selgitasid õigesti kaht mõistet, tekitab Maksu- ja Tolliamet negatiivseid tundeid ja mõtteid ning maksude tasumisse suhtub positiivselt vaid 41% nendest. Kõikidest mõistetest arusaajatel on suhtumine maksuametisse ja maksude tasumisse pigem positiivne (4 inimest 6st). Täheldada võib ka seda, et täiesti negatiivseid tundeid ja suhtumist kas Maksu- ja Tolliameti või maksude tasumise suhtes esineb inimeste seas, kes mõistsid kas 1 või 2 maksuametnike kasutatavatest mõistetest. (Joonis 5)



Joonis 5. Positiivse suhtumisega isikud õigesti selgitatud mõistete arvu järgi (protsenti)
(autori koostatud)

Tulemustest selgub samuti, et 67 protsendil vastanutest kattub positiivne või negatiivne suhtumine Maksu- ja Tolliametisse tema suhtumisega maksude tasumisse. Nende hulgas 43% suhtub negatiivselt mõlemasse ning positiivselt on meelesstatud 24%. 26% vastanute suhtumine Maksu- ja Tolliametisse on pigem negatiivne, kuid maksude tasumisse positiivne. Vaid 7% ehk 3 inimesel on hea suhtumine Maksu- ja Tolliametisse, kuid negatiivne maksude tasumisse. (Joonis 6)

Joonis 6. Inimeste Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse suhtumine (protsenti)
(autori koostatud)

| Inimeste suhtumine | Maksude tasumisse positiivne | Maksude tasumisse negatiivne |
|------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Maksu- ja Tolliametisse positiivne | 24 | 7 |
| Maksu- ja Tolliametisse negatiivne | 26 | 43 |

Uuringu käigus leiti, et keskmiselt 53% vastanutest suutis selgitada maksuametniku kasutatavate mõistete sisu. Enim raskusi oli lühendi „FIDEK“ selgitamisel, kus õigesti vastas 38% inimestest. Terminite „ettemaksukonto“ ja „resident“ tähendust teadis üle poole vastanutest. Kõige rohkem inimesi oskas selgitada kahe mõiste tähendust ning ühegi mõiste tähendust ei teadnud kõigest 4 inimest. 69 protsendil inimestest tekitas Maksu- ja Tolliamet negatiivseid mõtteid või emotsioone. Pooled vastajatest suhtusid maksude tasumisse positiivselt. Isikud, kes ei osanud mõisteid selgitada ning samuti ka need, kes teadsid kõigi mõistete sisu, olid pigem positiivselt meelesstatud Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse. Inimesetel, kes teadsid 1-2 mõiste sisu oli pigem negatiivne hoiak Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse. 67% vastanutest kattub suhtumine Maksu- ja Tolliametisse suhtumisega maksude tasumisse.

2.2 Erialaterminitest arusaadavuse mõju maksukuulekusele ja inimeste hoiakutele

Kliendisuhtluse oluliseks osaks on ametniku kasutatava sõnavara selgus ja arusaadavus ning kliendi ja ametniku teineteisemõistmine. Maksukuulekuse koha pealt on oluline, et suhtlemise selgus ajendaks klienti tegema koostööd maksuametnikuga ning vähendaks mõlema osapoole probleemile suunatud aega ja kulu, nagu näeb ette haldusmenetluse seadus. Rootsi maksuameti suhtumise ja usalduse uuringu tulemused näitasid, et maksuametnik olukorras, kus kliendile tekib arusaamatusi, peaks suhtuma mõistvalt ja abivalmilt, selgitusi andes. Selline suhtumine tagab ka suurema usalduse maksuameti vastu.

Küsitluse tulemusel selgus, et ligikaudu pooled tavakodanikud teadsid mõistete sisu, mida Maksu- ja Tolliamet kasutab tuludeklaratsioonide esitamise perioodil. Siiski, olles maksuametnikena klientide ja seaduse vaheliseks tõlgiks, peaksid ametnikud arvestama, et kliendid ei pruugi täielikult mõista erialaseid termineid või seadusest tulenevaid mõisteid. Tulemused näitasid ka seda, et ametnike seas levinud ja pikki sõnu või sõnaühendeid asendavad lühendid võivad jääda arusaamatuks. Mitmed inimesed pöördusid autori poole peale küsimustiku täitmist, soovides teada saada mõistete tegelikku sisu, kuna nad ei suutnud internetist leida nende mõistete tähendust või need jäid endiselt arusaamatuks.

Peaaegu 70 protsendil vastanutest tekitas ameti nime „Maksu- ja Tolliamet“ kuulmine/nägemine negatiivseid mõtteid või tundeid. Enamik nendest inimestest teadis 1-2 maksualase mõiste sisu, mis viitab sellele, et neil on kas esinenud kokkupuuteid Maksu- ja Tolliametiga või on teadmine omandatud kolmandatest allikates või isikutelt. Tyler'i (2001, lk 362) arvates mõjutab ametnike käitumine isiklikus kontaktis inimese arvamust ametiasutuse seaduslikkusest üldiselt, mis omakorda loob aluse sellele, kuidas isik otsustab käituda ametivõimudega. Niisamuti Smith, Bruner ja White (1964 ref Hayes, 2000 lk 94) kohaselt võivad need negatiivsed hoiakud seisneda kas eelnevas halvas kokkupuutes Maksu- ja Tolliametiga (objekti väärtustamine), kuid lisaks ka sotsiaalses kohanemises ehk lävitavate gruppide – tuttavate, perekonnaliikmete – arvamuste ühildamises, või on tegemist isiku sisemiste probleemide, näiteks usaldamatuse sobitamises ümbruses toimuvaga. Samuti võib inimeste suhtumist kujundada massimeedia, öeldes inimestele, mis on ühiskonnas hea või halb, kuvades inimestele Maksu- ja Tolliametist ning tema tegevusest pildi. Kõige positiivsema suhtumisega Maksu- ja Tolliametisse ning maksude

tasumisse olid inimesed, kes teadsid kõigi terminite tähendust ning need, kes ei teadnud mitte ühegi termini sisu. Isikute, kes ei teadnud terminite tähendust, positiivne suhtumine Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse võib tuleneda üldisest arusaamisest, et maksude tasumine on tähtis - 100% nendest inimestest oli positiivse suhtumisega maksude tasumisse. Suhtumine Maksu- ja Tolliametisse võib olla tingitud otsesest seostamisest üldise maksude tasumise olulisusega. Neli inimest, kes teadsid kõigi kolme mõiste sisu, oli positiivne suhtumine nii maksude tasumisse kui ka Maksu- ja Tolliametisse. Ülejäänud 2 inimest suhtusid pigem negatiivselt mõlemasse. Põhjusi selleks võib olla mitmeid, kuid selles grupis oli kindlalt välja kujunenud suhtumise seostamine maksude tasumise ja Maksu- ja Tolliametiga.

Olulise seosena selgus, et enamiku vastajate kas positiivne või negatiivne suhtumine Maksu- ja Tolliametisse peegeldab ka nende suhtumist maksude tasumisse, mis tähendab et osa inimesi kujundab arvamust Maksu- ja Tolliametisse oma suhtumise põhjal maksude tasumisse.

Küsitluse tulemustes on inimeste hoiakute mõistmiseks oluliseks võtmenäitajaks keel, mida inimesed kasutasid kirjeldamaks maksude tasumist olulisust. Kuigi küsitluses oli ette antud kolm vastusevarianti kirjeldamaks oma suhtumist maksude tasumisse, oli siiski inimestel võimalik kirjutada oma vastus. Vabas vormis kirjutajate vastustest võib järeldada, et inimesed mõistavad maksude tasumise olulisust, kuid nähakse ebaõiglust ettevõtjate seas suure maksukoormuse tõttu, samuti väljendati usaldamatust maksutulude sihipärase kasutamise suhtes, mis on olulised tegurid vabatahtliku maksukuulekuse kujundamises.

Väiksem protsent leidub ka inimesi, kes küll leiavad, et maksude tasumine on positiivne toiming, kuid kelle suhtumine Maksu- ja Tolliametisse on negatiivne. Taoline tulemus viitab, et osa inimesi ei seosta oma suhtumist maksude tasumisse otseselt Maksu- ja Tolliametiga. Siinkohal võib järeldada, et Maksu- ja Tolliametil on võimalik suurendada oma positiivset kuvandit avalikkuse ees.

Küsitluse tulemustest on raske järeldada tugevat seost erialaterminite mõistmise ja maksudesse ning Maksu- ja Tolliametisse suhtumise vahel. Siiski selgus, et inimeste, kes ei teadnud mõistete sisu või teadsid kõigi mõistete tähendust, suhtumine Maksu- ja Tolliametisse ja maksude tasumisse oli positiivsem kui neil, kes teadsid vaid ühe või kahe termini tähendust. Asjaolu, et ligikaudu pooled küsitletutest ei mõistnud terminite sisu, viitab sellele, et maksuametnikel tuleks võimalusel vältida erialaterminite ja lühendite

kasutamist, et koostöö maksumaksjaga oleks kiirem ja sujuvam. Kasuks tuleksid täiendavaid uuringuid, et leida seos maksuameti kasutatavate terminite mõistmise olulisuse ja maksukuulekuse vahel. Täiendavad uuringud võiksid sisaldada isikliku kokkupuute ulatust maksude tasumise ning Maksu- ja Tolliametiga, viiteid mõistete teadmise allikatele, mille alusel inimesed selgitavad terminite tähendust, näiteks kas tegemist on oletustega, meedia kaudu saadud teadmistega, või teistelt inimestelt, sealhulgas ametnike selgituste kaudu saadud teadmisega. Samuti peab tõdema, et kirjandus erialaterminoloogia kasutuse mõjust on piiratud ja varasemad uuringud selle kohta puuduvad.

KOKKUVÕTE

Eesti Maksu- ja Tolliameti töö oluliseks osaks on suhtlus klientidega ning Maksu- ja Tolliamet on aastaid pööranud tähelepanu arusaadavale ja selges keeles kirjavahetusele ning juhenditele. Kuna Maksu- ja Tolliamet toimib vahelülina seaduste ja maksumaksjate vahel, on tähtis, et nendevaheline koostöö oleks sujuv. Kliendisuhtluse erinevad aspektid, nagu usaldus, suhtumine ja lugupidamine kujundavad maksumaksjate hoiakuid Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse. Lõputöö teemaks oli maksuametnike kliendisuhtluse mõju maksukuulekusele ja usaldusele maksuhalduri vastu.

Teema oli aktuaalne, sest 2017. aastal on ilmunud mitmeid ajakirjandusartikleid, mis keskenduvad ametikeelele ja selle lihtsustamisele. Lisaks on Eestis viimastel aastatel hoogustunud selge keele liikumine ning on hakatud ka ametnikele teadvustama selge väljendumise olulisust.

Töö teema oli uudne, sest sellel teemal ei ole Eestis veel teadustööd kirjutatud, küll aga on maksukuulekuse teemal kirjutatud mitmeid töid ja tehtud uuringuid.

Probleem seisnes selles, et maksuametnikud kasutavad oma igapäevatoos ja ka klientidega suheldes palju seaduskeelseid erialatermineid, eeldades, et kliendid neid mõistavad, kuid asjaolu, et klient erialatermineid mõistab, puudub piisav materjal. Kui ametikeele mõistmine on keeruline, siis pärsib see koostööd ametnike ja klientide vahel ning raskendab maksukuulekat käitumist.

Töö eesmärk oli analüüsida maksuametnike kliendisuhtluse mõju maksukuulekusele ja maksumaksjate hoiakute kujundamisele.

Esimeseks uurimisülesandeks oli anda ülevaade maksuametniku kliendipõhise suhtlemise mõjust. Maksu- ja Tolliameti kliendisuhtlusel on oluline roll inimeste hoiakute kujundamisel institutsiooni ja maksude tasumisse. Maksu- ja Tolliameti arengukava aastateks 2013-2016 sätestab, et väljastatavate sõnumite keel saab olema lihtne ning oma kohustuste täitmisel peavad kliendid tunnetama maksuhalduri toetust. Maksu- ja Tolliameti kliendisuhtluse tähtsus ja mõju on selgitatav suhtlemispsühholoogia abil. Suhtlemine ei seisne ainuüksi teabevahetuses, vaid oluline osa on ka vastastikusel mõjutamises, koostöös, ning suhtlemisega kaasneb ka hoiakute kujunemine. Hoiakud on hinnangulised, ning nad näitavad, millised tunded meil käsitledava asja suhtes on. Hoiakutel on kolm selgelt

eristuvat funktsiooni: objekti väärtustamine ehk eelneva kokkupuute mõju säilimine, sotsiaalne kohanemine, mis tuleneb lävitavate gruppide arvamuse ühildamisest ja eksternaliseerimine, kus inimese sisemiste probleemide tõttu võib ta sobitada oma suhtumist ümbruses toimuvaga. Samuti võib inimeste suhtumist kujundada massimeedia, öeldes inimestele, mis on ühiskonnas hea või halb, kuvades inimestele Maksu- ja Tolliametist ning tema tegevusest pildi. Kliendi hea suhtumise kujundamiseks peab maksuametnik olema lugupidav nii vahetus suhtluses kui ka kirjateel, kasutamata palju erialaseid termineid, mis takistavad mõistmist.

Teiseks uurimisülesandeks oli anda ülevaade maksukuulekust mõjutavatest teguritest. Maksukuulekust võib defineerida kui maksumaksja valmisolekut tasuda makse. Vahendid maksukuulekuse tagamiseks võivad paljuski erineda. Üheks faktoriks on maksuhalduri poolsed rikkumisele järgnevad sanktsioonid. Siiski on arvestatav asjaolu, et hirm ei suurenda vabatahtlikku maksukuulekust. Teine tegur, mis tõstab sisemist motivatsiooni, on kui stiimulit nähakse toetusena. Seetõttu on maksumaksja vabatahtliku maksukuulekuse suurendamiseks oluline tekitada usaldust maksuametniku ja maksumaksja vahel. Usaldus võib põhineda kahel erineval alusel - tunnetuslikel ja ratsionaalsetel protsessidel või automaatsetel ja emotsioonidel põhinevatel protsessidel. Ratsionaalsusel põhinev usaldus toetub kaalutlusele ja teadmistele. Pärimuslik ehk automaatne ja emotsioonidel põhinev usaldus seisneb äratundmisel, harjumusel, sotsiaalsel usaldusel ning tunnetel ja emotsioonidel.

Kolmandaks uurimisülesandeks oli analüüsida Eesti elanike arusaamist maksuametnike kasutatavatest erialaterminitest ja suhtumisest maksude tasumisse. Mõistete selgitamisel teadsid vastanutest keskmiselt 53% ehk ligikaudu 23 inimest mõistete tähendust. Enim valmistas isikutel raskusi lühendi „FIDEK“ selgitamine. Ülejäänud kaht mõistet oskas selgitada üle poole küsitletud isikutest. Siiski peaaegu pooltel vastustest oli probleeme temini „resident“ selgitamisega. Kõige täpsemalt suutsid küsitletavad selgitada mõistet „ettemaksukonto“. Kõige rohkem inimesi oskas õigesti selgitada 2 mõistet, millele järgnes inimeste arv, kes teadis 1 mõiste tähendust, vähem teadsid inimesed kõigi 3 mõiste tähendust ning vaid väike protsent ei osanud selgitada ühtegi mõistet. Kokkuvõttes suutsid keskmiselt pooled vastanutes selgitada mõistete sisu. Täiesti negatiivseid tundeid ja suhtumist kas maksude tasumise suhtes esineb inimeste seas, kes mõistsid kas 1 või 2 maksuametnike kasutatavatest mõistetest. Seetõttu peaksid ametnikud arvestama, et kliendid ei pruugi täielikult mõista erialaseid termineid või seadusest tulenevaid mõisteid.

Neljandaks uurimisülesandeks oli teooria ja uuringu tulemusel teha järeldusi erialaterminite kasutamise mõjust maksukuulekusele ja inimeste suhtumisele. Peaaegu 70 protsendil vastanutest tekitas sõnade „Maksu- ja Tolliamet“ kuulmine negatiivseid mõtteid või tundeid. Enamik nendest inimestest teadis 1-2 maksualase mõiste sisu, mis viitab sellele, et neil kas on esinenud kokkupuuteid Maksu- ja Tolliametiga või on teadmine omandatud kolmandatest allikatest või isikutelt. Samuti võib inimeste suhtumist kujundada massimeedia, öeldes inimestele, mis on ühiskonnas hea. Kõige positiivsema suhtumisega Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse olid inimesed, kes teadsid kõigi terminite tähendust ning need inimesed, kes ei teadnud mitte ühegi termini sisu. Isikute, kes ei teadnud terminite tähendust, positiivne suhtumine Maksu- ja Tolliametisse ning maksude tasumisse võib tuleneda üldisest arusaamisest, et maksude tasumine on tähtis.

Edaspidi vajab töö täiendavaid uuringuid, mille alusel saab täpsemalt kindlaks teha maksuametnike igapäevatoos kasutatavate terminite mõju maksumaksjate käitumisele. Lõputöö täit eesmärki ei saavutatud, kuna küsitlusest saadud informatsioon oli liiga pealiskaudne, et leida täpseid põhjendusi seostele, kuigi seos terminitest arusaamise Maksu-ja Tolliametisse ning maksude tasumise suhtumise vahel on olemas.

SUMMARY

An important aspect of Estonian Tax and Customs Board is to communicate with clients. For years Estonian Tax and Customs Board has paid attention to correspondence and instructions that are understandable and written in plain language. As the Tax and Customs Board acts as an intermediate between the tax laws and taxpayers, it is important that there would be a smooth cooperation between them. Different aspects of client based communication, like trust, attitude and respect shape the attitude of taxpayers.

The title of this thesis is *“The Impact of Tax Authorities’ Client Communication on Tax Compliance and Shaping the Attitude of Taxpayers”*. The thesis has been written in Estonian and consists of 35 pages. It makes reference to 27 literary sources. The thesis was topical because it is hard for ordinary citizens to understand the language the officials use. Tax Authorities believe that people know the content of some professional terms, but there is not enough evidence to prove this view. If it is hard to understand the Tax Authority, then it affects clients’ tax compliance.

The goal of the thesis was to analyse Estonian residents’ understanding of professional terms the Tax Authority uses, and the possible effect it has on tax compliance and shaping the taxpayers attitude.

Four research tasks were set to achieve this goal.

1. To analyse the impact of Tax Authorities’ client communication.
2. An overview of the factors affecting tax compliance.
3. To analyse the understanding of Estonian residents about professional terms the Tax Authority uses and attitude towards paying taxes.
4. To analyse the effect of use of professional terms on tax compliance and people’s attitude.

Tax and Customs Board has an important role to shape the attitude towards the institution and paying taxes. In order to shape a good of a taxpayer, the tax officer has to be respectful in direct communication and by letter, without using too many specialist terms that prevent form understanding. Building trust is also an important aspect in client based communication. In turn, it may result from the attitude of a tax officer towards taxpayers.

The negative effect on trust from a bad attitude of a tax officer is bigger than a positive effect on trust that comes from a good treatment. Moreover, the attitude of people can be shaped by mass media telling what is good or bad in society, displaying a picture of Tax and Customs Board and its' work.

Tax compliance can be defined as a taxpayer's willingness to pay taxes. There are many means to ensuring tax compliance. One can be the sanctions of a tax officer following the violation of tax laws. Though it is a significant fact that fear does not increase voluntary tax compliance. Thus it is important to create trust between the tax officer and taxpayer to increase voluntary tax compliance. Because of the aspect of the timely and accurate payment of taxes, it is important that the information provided by the tax officer focuses on the important and is simple in vocabulary.

The result of the analysis concluded that Estonian residents, contrary to Tax Authority's expectations, do not understand sufficiently the meaning of professional terms. If a tax officer uses too many professional terms, it can impede the understanding and therefore have a negative effect on tax compliance.

VIIDATUD ALLIKATE LOETELU

Aedmaa, A., Lopman, E., jt, 2004. Haldusmenetluse käsiraamat. Tartu Ülikooli Kirjastus, lk 302.

Alm, J., 2012. *Measuring, explaining, and controlling tax evasion: lessons from theory, experiments, and field studies*. International Tax Public Finance, lk 70, 72.

Bertlin, A., 2014. *What works best for the reader? A study on drafting and presenting legislation*. The Loophole, Issue No. 2 , p. 26

Eiser, J., R., 1983. *Social Psychology: Attitudes, Cognition and Social Behaviour*, Cambridge University Press, pp. 165

Emor, 2010. *Ametnike asjatundlikkuse ja usaldusvääruse uuring*. [Võrgumaterjal]

Leitav:

http://www.avalikteenistus.ee/public/2010_ATasjatundlikkus_ja_usaldusvaarsuse_aruann_e-fin.pdf [Kasutatud 23.05.2017]

Eurostat, 2012. *Individuals – internet activities*. [Võrgumaterjal] Leitav:

<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> [Kasutatud 5.05.2017].

Feld, L. P., Frey, B., S., *Tax Compliance as the Result of a Psychological Tax Contract: The Role of Incentives and Responsive Regulation*, Law & Policy (2007) Vol. 29, No. 1, pp. 102 – 120.

Frey, S., B, Jegen, R., 2000, Motivation Crowding Theory: a Survey of Empirical Evidence, p.7. [Võrgumaterjal] Leitav:

<https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=998105006000065122065105121099102121021040051018055094125100004125094121088066120101074122110125069076024008002117028124018083113088079081067087093024111108082123002001091102090127005000104&EXT=pdf> [Kasutatud 28.04.2017]

Fritz R. 1961. Hirmu põhivormid. Johannes Esto Ühing Tartu 1995, lk 5.

Gangi, K., Hofmann, E., Kirchler, E., *Tax authorities' interaction with taxpayers: A conception of compliance in social dilemmas by power and trust*, *New Ideas in Psychology* (2015) Vol. 37, pp. 13-23.

Gerbner, G., 1969, "Toward "Cultural Indicators": The analysis of mass mediated public message systems" *Educational Technology Research and Development*, Vol. 17, No. 2, pp. 137-148

Haldusmenetluse seadus, 20.02.2002, jõustunud 06.06.2001 - RT I 2001, 58, 354 ... RT I, 25.10.2016

<https://openresearch-repository.anu.edu.au/bitstream/1885/41635/2/WP18.pdf>

Karsten, K., 2017. Õigusselgusele pühendatud sümposium. Õiguskeel 2/2017.

[Võrgumaterjal] Leitav:

http://www.just.ee/sites/www.just.ee/files/katariina_karsten._oigusselgusele_puhendatud_sumposium_berliinis.pdf [Kasutatud 30.04.2017]

Kidron, A., 1986. Suhtlemispsühholoogia. rmt: Mosaiik. Tallinn: Valgus, 1986, lk 7–20.

Kirchler, E., 2007. *The Economic Psychology of Tax Behaviour*, New York: Cambridge University press, pp. 243

Kranich, H., 2017. Lihtsus, hea sõna ja siiras toon asjaajamiskeeles. Õiguskeel 1/2017.

[Võrgumaterjal] Leitav:

http://www.just.ee/files/lihtsus_sona_he_a_mote_ja_siiras_toon_oiguskeele_elitaarsusena_2.pdf [Kasutatud 30.04.2016]

Maksu- ja Tolliamet, "Maksu- ja Tolliameti arengukava 2013-2016", Tallinn 2013.

[Võrgumaterjal] Leitav: http://www.emta.ee/sites/default/files/kontaktid-ja-ametist/ameti-struktuur-ulesanded-strateegia/strateegia/arengukava_2015a_kokkuvote.pdf

Maksu- ja Tolliamet, "MTA: Maksude laekumise tagavad lihtsus ja selged reeglid", pressiteade (13.03.2013), <http://www.emta.ee/index.php?id=34025> (01.11.16).

Maksu- ja Tolliamet, 2016. *Soovitusindeksi kliendiküsitluse lõppraport nr 56*

- Maksu- ja Tolliamet, 2017. *Riigiinstitutsioonide usaldusväärsus 2017*. [Võrgumaterjal]
Leitav: <http://www.emta.ee/et/kontaktid-ja-ametist/uudised-pressiinfo/uuringud>
[Kasutatud 26.05.2017]
- McBarnet, D., 2001, *When Compliance is not the Solution but the Problem: From Changes in Law to Changes in Attitude*. Taxing Democracy, Aldershot: Ashgate Publishing Ltd, pp. 229–243.
- Mustapha, F. A., Palil, M. R. *The Evolution and Concept of Tax Compliance in Asia and Europe*, Australian Journal of Basic and Applied Sciences (2011), Vol. 5, pp 557–563.
- OECD information note, “Understanding and Influencing Taxpayers’ Compliance Behaviour”, (2010).
- Paet, T., Rehema, T., 2014. Ametniku soovitussonastik. Õiguskeel nr 2/2014, lk 1
- Rootsi maksuamet, 2005. “*Right from the start. Search and Strategies*“ . [Võrgumaterjal]
Leitav: <https://www.scribd.com/document/309967274/Sweden-Right-From-the-Start>
[Kasutatud 02.05.2017].
- Smith, K., W., Stalans, L., J., *Encouraging Tax Compliance With Positive Incentives: A Conceptual Framework and Research Directions* , Law and Policy (1991), Vol. 13.
- Sztompka, P. 1999. *Trust: A Sociological Theory*. Cambridge: Cambridge University Press, p 69
- Trudeau, C., R., 2012, *The public speaks: An Empirical Study of Legal Communication*, 14 Scribes Journal of Legal Writing 121, lk 137 [Võrgumaterjal]
https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2138407_code625617.pdf?abstractid=1843415&mirid=1 [Kasutatud 26.05.2017]
- Tyler, T., R., 2001, „*Trust and Law Abidingness: A Proactive Model of Social Regulation*“ 81 Boston University Law Review, pp. 362. [Võrgumaterjal] Leitav:
http://digitalcommons.law.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4033&context=fss_papers
[Kasutatud 12.04.2017]
- Wenzel, M., 2002, *Principles of procedural fairness in reminder letters: A field experiment*, 35 p. [Võrgumaterjal] Leitav:

<https://digitalcollections.anu.edu.au/bitstream/1885/42671/2/42.pdf> [Kasutatud
29.11.2016]

Vogel, J., 1974. "Taxation and Public Opinion in Sweden: An Interpretation Of Recent Survey Data", National Tax Journal Vol. 27, No. 4 p. 505.