

Sisekaitseakadeemia

Finantskolledž

Kristel Larin

**SOTSIAALMEEDIA KASUTAJATE
MAKSUTEADLIKKUS KRÜPTOVARADEGA
TEHINGUTE TEGEMISEL**

Lõputöö

Juhendajad:

Maret Güldenkoh MBA;

Liina Tamm MSc

Tallinn 2022

SISEKAITSEAKADEEMIA LÕPUTÖÖ ANNOTATSIOON

Kolledž/instituut: Finantskolledž	Kaitsmise kuu ja aasta: juuni 2022
Töö pealkiri eesti keeles: Sotsiaalmeedia kasutajate maksuteadlikkus krüptovaradega tehingute tegemisel	
Töö pealkiri võõrkeeles: <i>Social media users tax awareness while conducting crypto assets related transactions</i>	
<p>Lühikokkuvõte: Lõputöö on kirjutatud teemal “Sotsiaalmeedia kasutajate maksuteadlikkus krüptovaradega tehingute tegemisel”. Lõputöö eesmärk oli välja selgitada sotsiaalmeedia kasutajate teadmised Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide kasutamisel tekkivate maksukohustuste täitmiseks. Uurimisprobleemiks oli küsimus, kui teadlikud on sotsiaalmeedia tavakasutajad krüptovaradega tehingute tegemisel maksukohustuste tekkimisest. Lõputöö eesmärgi täitmiseks viidi läbi kvantitatiivne uuring. Andmekogumis meetodina kasutati ankeetküsitlust. Lõputöö tulemustest selgus, et uuritavate maksuteadlikkus krüptovaradega tehingute tegemisel oli madal. Lõputöös teeb autor järeldusi ja ettepanekuid Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide massikasutusel tekkivate maksuprobleemide lahendamiseks.</p>	
Võtmesõnad: sotsiaalmeedia, krüptovara, krüptoraha, virtuaalvääring, Web 3.0	
Võõrkeelsed võtmesõnad: <i>social media, cryptocurency, crypto</i>	
Säilitamise koht: Sisekaitseakadeemia raamatukogu	
<p>Töö autor: Kristel Larin</p> <p>Olen koostanud lõputöö iseseisvalt. Kõik lõputöö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, kirjalikest allikatest ja mujal allikates saadud info on nõuetekohaselt viidatud. Annan Sisekaitseakadeemia tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose reprodutseerimiseks säilitamise ja elektroonilise avaldamise eesmärgil, sealhulgas Sisekaitseakadeemia raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni. Annan loa teose üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Sisekaitseakadeemia veebikeskkonna kaudu sealhulgas Sisekaitseakadeemia raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni. Olen teadlik, et nimetatud õigused jäävad alles ka autorile. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.</p>	
Allkiri:	Kommentaar (soovi korral)
Vastab lõputöö nõuetele	
Juhendaja: Maret Guldenkoh	Allkiri:
Kaasjuhendaja: Liina Tamm	Allkiri:
Kaitsmisele lubatud	
Kolledži direktor: Kerly Randlane	Allkiri:

SISUKORD

MÕISTETE JA LÜHENDITE LOETELU.....	4
SISSEJUHATUS	5
1. VIRTUAALVÄÄRINGUD SOTSIAALMEEDIAS.....	8
1.1 Virtuaalväeringute olemus ja toimimine	8
1.2 Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide olemus ja toimimine.....	13
1.3 Virtuaalväeringutes saadud tulu ja tehingute maksustamine.....	18
2. UURINGU METOODIKA JA TULEMUSED	25
2.1 Uuringu eesmärk, metoodika ja valim.....	25
2.2 Uuringu tulemused	26
2.3 Analüüsi tulemused ja ettepanekud	37
KOKKUVÕTE	40
SUMMARY	43
VIIDATUD ALLIKATE LOETELU	44
Lisa. Küsitluse ankeet.....	54

MÕISTETE JA LÜHENDITE LOETELU

KMS – Käibemaksuseadus

TuMS – Tulumaksuseadus

peer-to-peer - detsentraliseeritud platvorm, kus kaks isikut suhtlevad üksteisega otse ilma kolmanda osapoole vahendusega (Glaser, *et al.*, 2014, p. 2).

non fungible tokens - omandiõigusega kaitstud digitaalsed failid või objektid (Nadini, *et al.*, 2021, p. 1).

virtuaalväering - elektrooniline finantsmehhanism, mis pakub funktsioone, mis on sarnased väljakujunenud valuutasüsteemiga, kuid millel on oma raha genereerimise ja tehingute režiim, kuid mis tugineb detsentraliseeritud organisatsiooni struktuurile (Glaser, *et al.*, 2014, p. 1).

plokiahel - detsentraliseeritud digitaalne andmebaas, mis erineb tsentraliseeritud digitaalsetest andmebaasidest ja pearaamatutest (Nartey, *et al.*, 2021, pp. 1-2).

metaverse - kollektiivselt jagatud, kolmedimensiooniliselt kehastatud võrguruumid (Ayter, 2019, p. 155).

Web 1.0 – esimene interneti generatsioon (WWW) ehk dokumentide veeb (Choudhury, 2014, p. 8096).

Web 2.0 – teine interneti generatsioon (WWW) ehk inimeste veeb (Choudhury, 2014, p. 8097).

Web 3.0 – kolmas interneti generatsioon (WWW) ehk andmete veeb (Choudhury, 2014, p. 8098).

sotsiaalmeedia - veebisaidid ja tehnoloogilised rakendused, mis võimaldavad selle kasutajatel sisu jagada ja/ või suhtlusvõrgustikus osaleda (Leyrer-Jackson & Wilson, 2017, p. 2).

SISSEJUHATUS

Inimeste igapäevaelus on suur roll interneti ja sotsiaalmeedia platvormide kasutamisel. Käesoleval ajal tarbivad väga paljud inimesed iga päev üle maailma sotsiaalmeedia platvormidel erinevaid teenuseid, näiteks suheldakse videokõnede ja kirjutamise teel vestluskanalites teiste kasutajatega, müüakse isiklikke kasutatud esemeid, postitatakse sisuloomet jälgijatele, mängitakse *online* mängu, peetakse üksteist meeles tähtpäevade puhul jne.

Möödunud aastal viis DataReportal läbi ülemaailmse turu-uuringu, milles uuriti inimeste igapäevast interneti kasutust ning sotsiaalmeedia osakaalu internetis viibitud ajast, sealhulgas erinevate sotsiaalmeedia platvormide kasutust. Läbiviidud uuringus kajastatakse, et maailma rahvaarv ulatus 2021. aasta oktoobri alguses 7,89 miljardini, mis tähendab ligikaudu 80 miljoni inimese (+1 protsendi) kasvu võrreldes eelmise aasta sama ajaga. 2021. aastal oli maailmas 4,88 miljardit interneti kasutajat, mis moodustas peaaegu 62 protsenti maailma elanikkonnast. Viimaste aastatega on interneti kasutajate arv kasvanud enam kui 220 miljoni kasutaja võrra. Sotsiaalmeedia kasutajate arv kasvas viimase 12 kuu jooksul enam kui 400 miljoni võrra, jõudes 2021. aasta oktoobris 4,55 miljardini. Kasutajate kasv on 2021. aastal veidi aeglustunud, kuid ülemaailmne koguarv kasvab jätkuvalt kiiremas tempos ehk rohkem kui 1 miljon uut kasutajat iga päev. Maailma enim kasutatavad sotsiaalmeedia platvormid on 2021. aastal Facebook, Youtube, Instagram ja Tiktok. (DataReportal, 2021) Interneti kasutamine areneb ajas pidevalt, samuti areneb ka interneti tehnoloogia. Tänapäevane internet on Web 2.0 generatsioonilt üle minemas Web 3.0 generatsioonile. Web 1.0 generatsioon oli dokumentide veeb, Web 2.0 generatsioon on inimeste veeb ja Web 3.0 generatsioon on andmete veeb. (Choudhury, 2014, pp. 8096-8098)

Interneti generatsioonide areng on tingitud tarbijate eelistuste muutumistest ning tehnoloogia arengust. Arengutrendidest tingituna muutuvad ka sotsiaalmeedia platvormid ning nende kasutusvõimalused. Tänapäeva tsentraliseeritud sotsiaalmeedia platvormidele on tekkinud konkurents Web 3.0 tehnoloogiatel põhinevate detsentraliseeritud sotsiaalmeedia platvormidena. Tegemist on kasutajate jaoks privaatsete ning hajustechnoloogial põhinevate sotsiaalmeedia platvormidega, millel on oma ökosüsteem, kus on kasutusel virtuaalväeringud. Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormid on täna juba turul olemas ning uusi projekte on arenduses palju, samuti tegelevad ka populaarsemad

sotsiaalmeedia platvormid virtuaalväeringute kasutusele võtmisega oma platvormidel. (Nasdaq, 2021)

Lõputöö teema on aktuaalne, sest sotsiaalmeedia kasutamine on üle maailma pidevas kasvutrendis ning käesoleval ajal on mitmed maailma juhtivamad sotsiaalmeedia platvormid töötamas välja tehnoloogiaid, et võtta kasutusele virtuaalväeringud (Cnet, 2021). Hetkel on arenduses mitmeid uusi Web 3.0 sotsiaalmeedia platvorme, mille toimise aluseks on ökosüsteem krüptorahadega (Forbes, 2021). Eestis käsitletakse krüptoraha tulumaksuseaduse tähenduses varana ning krüptoraha võõrandamist, sh vahendamist ja saadud kasu maksustatakse tulumaksuga (Tulumaksuseadus, 1999). Kui juhtivad sotsiaalmeedia platvormid võtavad kasutusele virtuaalväeringud, siis loob see eelduse, et eraisikud hakkavad massiliselt kasutama krüptorahasid. Olenevalt eraisikute maksuresidentsusest tekivad maksukohustused paljudele eraisikutele, kes selliseid sotsiaalmeedia platvorme kasutavad.

Lõputöö uudsus seisneb selles, et varasemalt ei ole uuritud Eestis sotsiaalmeedia platvormidel krüptorahade kasutamise korral kasutajate maksuteadlikkust. Varasemalt on uuritud Eestis virtuaalväeringutes saadud tulu ja tehingute maksustamist (Uue, 2020). Samuti on Hiinas uuritud sotsiaalmeedia mõju krüptorahade kasutusele võtu soodustamisel. (Anser, *et al.*, 2019) Lõputöö on uudne, sest autor uurib sotsiaalmeedia kasutajate teadmisi virtuaalväeringutega tehingute tegemisel maksukohustuse tekkimisest.

Uurimisprobleemiks on küsimus, kui teadlikud on sotsiaalmeedia kasutajad krüptovaradega tehingute tegemisel maksukohustuse tekkimisest?

Lõputöö eesmärk on välja selgitada sotsiaalmeedia kasutajate teadmised Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide kasutamisel tekkivate maksukohustuste täitmiseks.

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks püstitas autor järgmised uurimisülesanded:

1. Analüüsida interneti generatsioonide ning sotsiaalmeedia arengut teadusallikate alusel.
2. Analüüsida krüptovarade olemust ning maksukohustuste tekkimist Web 3.0 platvormide kasutamisel teadusallikate ja õigusaktide alusel.
3. Analüüsida sotsiaalmeedia kasutajate teadmisi maksukohustuste tekkimise kohta krüptovaradega tehingute tegemisel.

4. Hinnata teooriat ja uuringu tulemusi ning teha järeldusi ja ettepanekuid Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide massikasutusel võimalike maksuprobleemide lahendamiseks.

Lõputöö eesmärgi täitmiseks viiakse läbi kvantitatiivne uuring, et välja selgitada sotsiaalmeedia kasutajate teadlikkus krüptovaradega tehingute maksustamise suhtes. Andmekogumismeetodina kasutatakse ankeetküsitlust. Lõputöös on kasutatud mugavusvalimit.

Käesolev lõputöö koosneb kahest osast, teoreetilisest ja empiirilisest ehk tulemuste analüüsi osast. Esimeses peatükis antakse ülevaade virtuaalvääringute olemusest ja toimimisest ning Web 3.0 interneti generatsiooni sotsiaalmeedia platvormide olemusest ja toimimisest. Suurt rõhku pööratakse sotsiaalmeedia ja virtuaalvääringute koostoimimisele, sh maksukohustuste tekkimisele virtuaalvääringutega tehingute tegemisel sotsiaalmeedia platvormide kasutamisel. Lõputöö teises peatükis antakse ülevaade töös kasutatavatest uuringumeetoditest ning analüüsitakse läbiviidud uuringu tulemusi. Lõputöö autor toob välja ka ettepanekud Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide massikasutusel võimalike maksuprobleemide lahendamiseks.

Lõputöös on kasutatud mitmeid kirjandusallikaid, eesti- ja inglisekeelseid teadusartikleid ning erialaseid uurimistöid. Lõputöö empiirilises osas kasutab autor EBSCOHost litsentsandmebaasi ja Google Scholar tasuta otsingumootorit inglisekeelsete teadusartiklite läbitöötamiseks. Töö empiirilises osas analüüsitavaid andmeid kogutakse Google Docs'i ankeetküsitlusega ning saadud vastuste analüüsimiseks kasutatakse Excel programmi.

1. VIRTUAALVÄÄRINGUD SOTSIAALMEEDIAS

1.1 Virtuaalväeringute olemus ja toimimine

Aset leidev tehnoloogiline revolutsioon on toonud finantsvaldkonnas kasutusele krüptovaluutade kontseptsiooni ehk digitaalsed valuutad, mille puhul kasutatakse krüpteerimistehnikaid, et reguleerida valuutaühikute genereerimist ja kontrollida raha ülekandmist, toimides keskpangast sõltumatult (Hamza, 2020, p. 569). Virtuaalväering on täna globaalselt leviv fenomen, mida meedia, riskikapitalistid ning finants- kui ka valitsusasutused aktiivselt ja prioriteetselt adresseerivad. Virtuaalväering on elektrooniline finantsmehhanism, mis pakub funktsioone, mis on sarnased väljakujunenud valuutasüsteemiga, kuid millel on oma raha genereerimise ja tehingute režiim, kuid mis tugineb detsentraliseeritud organisatsiooni struktuurile. (Glaser, *et al.*, 2014, p. 1)

Krüptovaluuta on virtuaalne või digitaalne raha, mis on žetoonide või müntide kujul (Investopedia, 2022). Mõistet “krüptovaluuta” kasutatakse mistahes virtuaalse väärtuse tähistamiseks, mis tugineb krüptograafiale ja mida saab ühelt omanikult üle kanda teisele. Krüptovaluutad on digitaalsed varad, mis on registreeritud detsentraliseeritud avalikes pearaamatutes. Pearaamat, mis on tuntud kui ploki ahel, toimib varade omandiõiguse ja ülekandmise registrina, sarnaselt nagu kinnistusraamat. Krüptovaluuta omamisel omatakse ka konkreetse krüptoraha privaatsset võtit. Privaatne võti peab sobituma avaliku ploki ahelaga, mis võimaldab omanikule ligipääsu oma krüptorahadele ja võimaldab teha ülekandeid (Chu, 2019, p. 2326). Eestis käsitletakse krüptoraha tulumaksuseaduse § 15 lõike 1 tähenduses varana (Tulumaksuseadus, 1999).

2008. aastal lõi Satoshi Nakamoto esimese virtuaalväeringu nimega bitcoin (Brière, *et al.*, 2017, p. 3). Avalikkusel puudub tänaseni kindel teadmine, et kes tegelikult on bitcoini loomise taga. Satoshi Nakamoto puhul on tegemist jaapani päritolu nimega, mille puhul öeldakse perekonnanimi esimesena ehk korrektne nimekuju on Nakamoto Satoshi. Jaapani keelest tõlgituna tähendab see nimekuju inglise keeles “*Central Intelligence*”. (Sauga, 2021, lk 45)

Kui tuua võrdluseks keskpankade ja bitcoini rahaloome, siis keskpankade rahaloome ei ole avalik. Samas bitcoini süsteemis on raha loomine läbipaistvalt realiseeritud, kasutades hajutatud ja avatud algoritmi, mis hõlbustab tuleviku rahapakkumise ootuste

usaldusväärset. Samamoodi võimaldab infrastruktuur peaaegu reaalajas tehingute jälgimist avaliku *peer-to-peer* võrgu kaudu (Glaser, *et al.*, 2014, p. 1). *Peer-to-peer* (edaspidi P2P) teenus on detsentraliseeritud platvorm, kus kaks isikut suhtlevad üksteisega otse ilma kolmanda osapoole vahendusega. Selle asemel teevad ostja ja müüja omavahel otse tehinguid P2P teenuse kaudu. P2P platvorm võib pakkuda selliseid teenuseid nagu otsing, sõelumine, reiting, maksete töötlemine või tingdeponeerimine (Investopedia, 2021). Virtuaalväeringute tehingute kogu ajalugu salvestatakse tehingute ahelasse, mida nimetatakse ploki ahelaks (Glaser, *et al.*, 2014, p. 2). Ploki ahel on detsentraliseeritud digitaalne andmebaas, mis erineb tsentraliseeritud digitaalsetest andmebaasidest ja pearaamatutest, sest see kasutab kogukonna valideerimise kontseptsiooni pearaamatusse minevate kirjade sünkroonimiseks. (Nartey, *et al.*, 2021, pp. 1-2)

2022. aasta jaanuari kuus avalikustas rahvusvaheline turu-uuringute ettevõtte Statista uuringu, mille tulemustes kajastub, et maailmas on 2022. aasta 3. jaanuari seisuga üle 6000 kaubeldava erineva krüptoraha. Uuringust nähtub, et 2013. aastal oli maailmas alles 66 erinevat kaubeldavat krüptoraha, 2017. aastal oli erinevate kaubeldavate krüptorahade arv tõusnud juba 1335-ni. 2019. aasta novembris oli maailmas 2817 erinevat kaubeldavat krüptoraha, 2021. aasta novembris oli aga erinevaid kaubeldavaid krüptorahasid juba 7557, mis on kahe ja poole kordne tõus kahe aasta jooksul. (Statista, 2022) Uuringu tulemustest võib järeldada, et erinevaid krüptorahasid tekib ringlusesse igal aastal ka edaspidiselt juurde ning sellest tingituna tõusevad ka krüptorahade kasutajate ja sellesse investeerijate arv. Võib eeldada, et üha enam erinevaid interneti platvorme, *online* mängu ja mikrokeskkondasid võtavad lähiaastatel kasutusele krüptorahad. Krüptoraha ülevaadet koondaval veebilehel Coinmarketcap on lõputöö kirjutamise hetkel 9054 erinevat kaubeldavat krüptoraha. (Coinmarketcap, 2022)

Krüptovaluutasi on erineva suunitluse ja otstarbega ning mõeldud täitma erinevaid funktsioone. Peamiselt on krüptovaluutasid viite erinevat tüüpi, mis erinevad üksteisest kasutusotstarbe suunitluse poolest. Enim tuntud on maksevaluutad (*payment cryptocurrencies*). Nii nagu nimigi kajastab, on need varad mõeldud peamiselt makseteks ja seetõttu nimetatakse neid maksevaluutadeks. Kuigi teoreetiliselt saab asjade eest tasumiseks kasutada iga digitaalset vara, on maksevaluutade puhul levinum kaupade ja teenuste pakkujate omaksvõtt või aktsepteerimine. Kõige tuntum maksevaluuta on bitcoin. Teine enim levinud krüptovaluuta tüüp on ploki ahela krüptorahad (*blockchain economies*), nt. Solana ja Ethereum. Tegu on tarkvaraarenduse hajusplatvormidega, mida on kirjeldatud

ka kui internetivõrku. Konkreetsetel platvormil saab luua erinevaid krüptorahasid konkreetseesse võrku, samuti saab konkreetseesse võrku luua ka sellel võrgul toimiva uue võrgu. Kolmas enim levinud krüptoraha liik on stabiilsusrahad (*stablecoins*), nende väärtus on alati tagatud mõne teise varaga. Samuti on veel olemas privaatsuse rahad (*privacy coins*) ja kasulikkusfunktsiooni krüptorahad (*utility tokens*). (Exodus, 2022)

Krüptovaluuta viimase aja märkimisväärseid ning kasvavaid trende on NFT-d ehk *Non Fungible Tokens* (edaspidi NFT). Tegemist on omandiõigusega kaitstud digitaalsete failide või objektidega. Need võivad olla näiteks digitaalsed kunstiteosed, fotod, muusikapalad, kirjutised, 3D digitaalsed karakterid, raamatud, videod, lepingud jne. NFT on plokiahelasse salvestatud andmeühik, mis tõendab, et digitaalne vara on unikaalne ja igal NFT-l on ainulaadne digitaalne omandiõigus, mistõttu ei ole need kopeeritavad ega asendatavad (Nadini, *et al.*, 2021, p. 1). Teisisõnu on NFT lihtsat tüüpi fail, kuid erinevalt traditsioonilisest PDF-ist või JPEG-vormingust on NFT-d "vermitud" plokiahelas, mis on rikkumiskindel, detsentraliseeritud digitaalne avalik pearaamat, mis toetab krüptovaluutasid (Chow, 2021). 2020. aasta juulis hakkas NFT turg kasvama ning äratas suurt tähelepanu 2021. aasta märtsis, kui Mike Winkelmann, artist nimega Beeble, müüs oma kunstitöö NFT 69,3 miljoni euroga. Antud müük tõstis ta top kolme elusoleva kõige väärtuslikuma kunstniku hulka peale Jeff Koons'i ja David Hockney. (Nadini, *et al.*, 2021, p. 1)

NFT on ainult üks osa virtuaalväeringute tehnoloogiast, sest NFT-d on kui vahendid, mis vajavad ruumi ja platvormi. Sotsiaalmeedia üks suuremaid trende on praegu plokiahelal toimivad krüptoraha ökosüsteemidega virtuaalreaalsused, kus on kasutusel 3D NFT digitaalsed karakterid, kaubad ja vahendid. Metaversid on püsivad, kollektiivselt jagatud, kolmedimensiooniliselt kehastatud võrguruumid, kus on kasutusel virtuaalsed karakterid ehk avatarid, mis kasutavad reaalse maailma metafoori, kuid ilma selle paljude füüsiliste piiranguteta. Metaverse eristab mängude maailmatest see, et kasutajad kujundavad ise virtuaalmaailma ja seal toimuvat. (Ayter, 2019, p. 155) Nendes keskkondades loovad kasutajad tänavaid, ärisid, müüvad teenuseid ja virtuaalseid kaupu, mis on kõik plokiahelal ja NFT tehnoloogial põhinevad ning krüptorahas kaubeldavad. Metaversid on krüptoraha teenimise võimalus paljudele kasutajatele. (Binance Academy, 2021)

Interneti tehnoloogiate areng loob eeldused krüptovaluutaga kauplemise hüppeliseks kasvuks, mida tõendab selle turuga liitunud kasutajate arv, samuti on paljud investorid globaalselt aktsiaturult sisenenud krüptoraha ärisse. Kasutajad haldavad oma

virtuaalväeringuid ning ülekandeid krüptoraha rahakottide kaudu, mis on värav ostmisele, saatmisele, vastuvõtmisele ja kauplemisele. Uuringud ja statistika näitavad krüptovaluuta rahakoti kontode kuuekordset kasvu aastatel 2017–2020. Krüptoraha rahakott kujutab endast silda krüptovaluutade koostoimele ja kasutamisele, see on oluline tööriist, mida on kasutatud plokiahela ja krüptovaluutaga suhtlemiseks. On olemas palju erinevaid rahakotte, nagu riistvararahakotid, mobiilsed rahakotid ja veebirahakotid. (Albayati, *et al.*, 2021, p. 720) Krüptorahadega alustavate kauplejate seas on kõige populaarsemad veebipõhised platvormide rahakotid. Veebipõhine krüptovaluuta rahakott on teenus, mis salvestab ja kaitseb klientide eest krüptovaluutat. Rahakotiteenuse pakkujad hoiavad ja haldavad samuti ka klientide krüptorahade privaativõtmeid. Sisuliselt kontrollivad rahakotiteenuse osutajad klientide krüptoraha läbi privaativõtmete hoidmise täielikult. Üldjuhul pakuvad krüptoraha rahakotiteenuse osutajad vahetamise võimalusi teiste krüptorahade vastu, sealhulgas ostmine ja müümine platvormil. (Chu, 2019, pp. 2327-2328)

Eestis kuulub klientidele tasu eest rahakotiteenuste võimaldamine käibemaksuga maksustamisele. Kui platvormidel pakutakse lisaks rahakotiteenusele krüptovaradega kauplemist, siis on tegemist maksuvaba teenusega. (Maksu- ja Tolliamet, 2022) Paljudel erinevatel internetiplatvormidel, mille ökosüsteemi toimise aluseks on krüptorahad, on samuti kasutusel rahakotid, kus konkreetse platvormi kasutajad hoiustavad, võtavad vastu ning saadavad edasi platvormil konkreetsete tegevuste läbiviimise eest saadud krüptorahasid. Sellised platvormid on erinevad Web 3.0 generatsiooni mängud, sotsiaalmeedia platvormid, kasiinod, ennustusplatvormid jne. (Coinmarketcap, 2021)

Virtuaalväeringute suuremaid riske kasutajate jaoks on selle turvalisus ning krüptoraha turu volatiilsus. Hiinas 2019. aastal läbiviidud sotsiaalmeedia ja krüptoraha seotuse uuringust nähtub, et sotsiaalmeedial on tugev mõju krüptorahadesse investeerimisel. Sotsiaalmeedia kasutajate postituste sisust tulenevalt mõjutab sotsiaalmeedia teiste kasutajate kavatsusi krüptoraha osta või müüa (Anser, *et al.*, 2019, p. 4). Suunamudijad ning arvamusiidrid avaldavad suurt mõju veebikogukondadele, kuna neil on piisavalt mõjujõudu, et suunata avalikku arvamust. Nii aktsiate, kui ka krüptoraha turu hinnad on mõjutatud avalikust arvamusest, seega on arvamusiidritel võim virtuaalväeringute turu üle (Shakirullah, 2020, p. 571). 2021. aasta 13. mail postitas Elon Musk oma Twitteri kontole säutsu, milles andis märku, et Tesla ei aktsepteeri lähitulevikus enam bitcoini maksevahendina, kuna maailma keskkonnaprobleemid on seotud bitcoini suure energiakasutusega. Mitmete järjestikuste

säutsude järel kukkus krüptoraha turg kokku ning selle taastumine võttis aega üle poole aasta. (Vox, 2021)

Volatiilsuse kõrval on teine suur risk krüptorahade turvalisus selle detsentraliseeritud tehnoloogia tõttu. Virtuaalväeringute platvormid ja individuaalsed veebirahakotid on pidevalt häkkerite rünnakute all. 2021. aasta varastati üle 600 miljoni dollari väärtuses krüptoraha plokiahela veebiplatvormi Poly Network häkkimise tulemusena. Tegu oli õpetliku juhtumiga, sest häkkijad tagastasid varastatud vara, kuid andsid keskkonnale teada platvormi nõrkustest, mis hiljem parandati. (Loop Crypto Exchange & Gateway To Terra, 2021) Värskest krüptovaluutade kuritegevuse uuringust nähtub, et krüptovaluutadel põhinevate häkkimistega seotud kuritegude arv saavutas 2021. aastal uue kõigi aegade kõrgeima taseme – häkkimiste tulemusena varastati illegaalsesse rahakottidesse aasta jooksul üle 14 miljardit dollari, 2020. aastal oli sama näitaja 7,8 miljardi dollarit. (Chainalysis, 2022)

Lõputöö autor järeldeb eelpool väljatoodust, et krüptoraha hinnakujundus sõltub nõudluse ja pakkumise suhtest, mis on otseselt mõjutatud investeerijate spekulatsioonidest krüptoraha tuleviku väärtusesse. Seega on krüptorahad suuresti spekulatiivse väärtusega, seda eriti juhtudel, kui tegemist on krüptorahadega, millel puudub otsene kasutuseesmärk, näiteks *meme coin'id*. Teoriast tulenevalt järeldeb lõputöö autor, et bitcoin põhineb suuresti spekulatiivsel väärtusel ning seda ähvardab kokku kukkumine, kui see saavutab enamuse investorite jaoks turuväärtuse eesmärgi. Mida rohkem on investeerijatel usku krüptoraha tulevikus tõusvasse väärtusesse, seda enam krüptorahade kasutajaid konkreetsetesse krüptorahadesse investeerivad. Kui turul levivad negatiivsed kuulujutud või tekib paanika konkreetse krüptoraha populaarsuse võimalikust vähenemisest, siis kasutajad müüvad emotsioonidel põhinevalt oma vara. See kõik muudab krüptoraha turu väga volatiilseks ning ohtlikuks algajatele investoritele, kes võivad turul tehinguid tehes kaotada suure osa oma investeeringute väärtusest.

Teoriast tulenevalt järeldeb lõputöö autor, et NFT-del on suur potentsiaal lahendada tulevikus ära internetis levivate erinevate failide omandiõigust tõendavad probleemid. NFT tehnoloogia muudab igasuguse faili kopeerimise ja omavoliliselt jagamise internetis võimatuks ning NFT-d loovad eeldused piraatluse ja võltsimiste piiramiseks. Sealhulgas võib NFT tehnoloogia kasutuselevõtt pärssida ka küberkiusamist, sest omavoliliselt teise inimese NFT-de jagamist, ei ole võimalik teostada. NFT tehnoloogia on ideaalne uus tööriist näiteks sotsiaalmeedia platvormide paremaks toimimiseks. Kuid selleks, et NFT

tehnoloogiat saadaks massides edu ja see oleks täielikult toimiv usaldusväärne tööriist, peab NFT tehnoloogia oma arengufaasides lahendama ära NFT-de loomisel kehtiva omandiõiguse tõendamise küsimuse. Sisuliselt võib täna iga inimene võtta ükskõik millise faili või teose ning luua sellest NFT, millele temal on NFT-na omandiõigus, kuigi alusmaterjalidele tal omandiõigust ei pruukinud olla. NFT puhul on tegemist krüptovaraga, mis toovad selle omanikele kaasa maksukohustused sõltuvalt kasutaja maksuresidentsusest ning tehingute sisust. Tähtis on, et NFT-de omanikud, kasutajad ja nendega kauplejad mõistaksid, millal maksukohustused tekivad ning täidaksid neid kohustusi.

1.2 Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide olemus ja toimimine

Interneti kiire areng on tänapäeva ühiskonnas koos kaasaegsete uuenduslike tehnoloogiate integreeritud kasutamisega fenomenaalne, see määrab meie organiseerimise, suhtlemise ja üksikisikutega koostöö tegemise viisi, mis omakorda viib meid suurepärase õnnestumiseni ja ebaõnnestumiseni. Et mõista interneti rolli ja selle arengupotentsiaali kaasaegses ühiskonnas, tuleks vaadelda internetigeneratsioonide arenguid alates algusest. Internetti tutvustati esmakordselt Tim Burners-Lee poolt 1989. aastal. Tema tutvustus “*World Wide Web*” arenguvõimalustest väljendasid kolme arengufaasi, milleks olid Web 1.0 ehk dokumentide veeb, Web 2.0 ehk inimeste veeb ja Web 3.0 ehk andmete veeb. (Choudhury, 2014, p. 8096)

Alates 2010. aastast on internet Web 2.0 arengufaasis, mida mõistetakse selle järgi, millist rolli inimesed veebiruumi kujundamisel täidavad. Web 2.0 generatsiooni peetakse sotsiaalmeedia ajastuks. Selle pärast defineeritakse seda generatsiooni ka sotsiaalmeedia platvormide kasutusvõimaluste järgi. Suhtlusvõrgustik on võrku ühendatud interneti lehekülg, milles osalejatel on üheselt tuvastatavad profiilid, mis koosnevad kasutaja pakutavast sisust, teiste kasutajate pakutavast sisust ja/või süsteemi pakutavatest andmetest. Antud platvorm oskab avalikult luua seoseid, mis on kasutajatele nähtavad ja presenteeritavad. Suhtlusplatvormi kasutajad saavad tarbida, toota ja/või reageerida teiste kasutajate loodud sisu voogudega, mida pakuvad saidi algoritmid. (Ellison & Boyd, 2013, p. 158)

Tänapäeval osaleb enamjaolt iga interneti kasutaja interneti ruumi kujundamises. Web 2.0 on termin, mida kasutati esmakordselt 2004. aastal, et kirjeldada uut viisi, kuidas tarkvaraarendajad ja lõppkasutajad hakkasid kasutama “*World Wide Web'i*”. Tegu on

platvormidega, kus sisu ja rakendusi ei loo ega avalda enam üksikisikud, vaid kõik kasutajad muudavad neid pidevalt oma osalusel ja koostööl. (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 60) Selleks, et mõista Web 2.0 interneti generatsiooni kasutusvõimalusi ja kasutajate rolli veebiruumi kujundamisel, on tähtis mõista ka Web 1.0 interneti põlvkonda. Web 1.0 defineeritakse kui teaberuumi, kus huvipakkuvad üksused, mida nimetatakse ressursideks, identifitseeritakse globaalse identifikaatoriga, mida nimetatakse ühtseteks ressurside identifikaatoriteks. Esimese põlvkonna veebilehed olid peamiselt staatilised interneti leheküljed, millel oli interneti kasutajatele ainult lehe sisu edastamise eesmärk. Varajane veebiruum võimaldas interneti kasutajatel ainult teavet otsida ja seda lugeda. Kasutajate omavahelist suhtlemist ja sisu loomist veel ei eksisteerinud. (Choudhury, 2014, p. 8096)

Interneti kasutamine on hetkel üle minemas Web 2.0 põlvkonnalt Web 3.0 põlvkonnale. Web 3.0 kutsutakse ka semantiliseks veebiks, mille mõtles välja samuti Tim Berners-Lee, WWW, URI-de, HTTP ja HTML-i leiutaja. Semantilise veebi puhul on tegemist teabevõrguga, mis on üles seatud viisil, et masinad saavad hõlpsasti ülemaailmses mastaabis andmeid töödelda. Seda võib pidada tõhusaks viisiks andmete esitamiseks veebis või globaalselt lingitud andmebaasina. (Palmer, 2001) Web 3.0 on veebisaitidele ja rakendustele mõeldud internetiteenuste kolmas põlvkond, mis keskendub andmepõhise ja semantilise veebi pakkumiseks masinapõhisele andmete mõistmisele. Web 3.0 lõppeesmärk on luua intelligentsemaid, ühendatud ja avatud veebisaite. Veeb 3.0 saab luua tehisintellekti (AI), semantilist veebi ja üldlevinud omadusi silmas pidades. Web 2.0 ja 3.0 erinevus seisneb selles, et Web 3.0 on rohkem keskendunud selliste tehnoloogiate kasutamisele nagu masinõpe ja tehisintellekt, et pakkuda igale kasutajale asjakohast sisu, mitte ainult teiste lõppkasutajate pakutavat sisu. Veeb 2.0 võimaldab kasutajatel sisuliselt panustada ja mõnikord saidi sisu osas koostööd teha, samas kui Web 3.0 annab suure tõenäosusega need tööd üle semantilisele veebile ja AI-tehnoloogiatele. (Gillis, 2019)

Lõputöö on seotud sotsiaalmeediaga ning on oluline selle olemust kirjeldada. Mõistet "sotsiaalmeedia" kasutati esmakordselt Tokyo veebimeedia platvormil nimega Matisse. See oli kommerts- interneti algusaegadel, kui esimesed sotsiaalmeedia platvormid välja arendati ning kasutusele võeti. Sellest ajast alates on nii sotsiaalmeedia platvormide, kui ka aktiivsete kasutaja arv märkimisväärselt kasvanud. Käesolevaks ajaks on sotsiaalmeedia platvormid välja kujunenud üheks kõige tähtsamaks interneti rakenduseks. (Aichner, *et al.*, 2021, p. 215)

Sotsiaalmeedia väljakujunemise ajaks peetakse 1960 aastate algust, kui Bruce ja Susan Abelson löid Open Diary nimelise portaali, mis tõi omavahel ühte keskkonda kokku *online* päevikute pidajad. Selle järgselt võeti laialdasemalt kasutusele mõiste “*weblog*”, mis otsetõlkes tähendab, et me peame päevikut. Kiire interneti levik ja kättesaadavus suurendas veelgi antud kontseptsiooni populaarsust, mille tulemusena loodi uued suhtlusvõrgustikud nagu Myspace 2003. aastal ja Facebook 2004. aastal. Nende platvormide turule tulek kinnistas mõistet “sotsiaalmeedia” ja aitas kaasa selle esile tõusmisel tänapäeval. Sotsiaalmeedia viimane uus trend on niinimetatud "virtuaalsed maailmad", mis on arvutipõhised simuleeritud keskkonnad, kus on kasutusel kolmemõõtmelised avatarid. (Kaplan & Haenlein, 2010, pp. 60-61)

Sotsiaalmeedia definitsioon on ajas arenenud ja pidevalt muutunud. 1996. aastal defineeriti sotsiaalmeedia olemust selliselt, et kui arvutivõrgud ühendavad nii inimesi, kui ka masinaid, siis saavad neist sotsiaalsed võrgustikud, mida me nimetame arvutitoega sotsiaalseteks võrgustikeks (Wellman, *et al.*, 1996, p. 1). Käesoleval ajal defineeritakse sotsiaalmeediat kui veebisaitte ja tehnoloogilisi rakendusi, mis võimaldavad selle kasutajatel sisu jagada ja/ või suhtlusvõrgustikus osaleda (Leyrer-Jackson & Wilson, 2017, p. 2). Sotsiaalmeedia on kui kolonisatsioon traditsionaalse ülekande ja privaatse diaadilise suhtluse vahel, pakkudes teatud suurusega inimeste rühmale ja privaatsusastme skaalal privaatsust, mida nimetatakse skaleerivaks sotsiaalsuseks (Miller, *et al.*, 2016, p. 9). Sotsiaalmeedia on oma olemuselt interneti põhine pingevaba ja visa mass-personaalne suhtluskanal, mis hõlbustab kasutajate vahelise suhtluse tajumist, saades väärtust peamiselt kasutajate loodud sisust. Teisisõnu on sotsiaalmeedia puhul tegemist interneti põhiste kanalitega, mis võimaldavad kasutajatel oportunistlikult suhelda ja valikuliselt ennast kas reaajas või asünkroonselt esitleda, nii laia kui ka kitsa vaatajaskonnaga, kes saavad väärtust kasutajate loodud sisust ja teistega suhtlemise tajumisest. (Carr & Hayes, 2015, p. 8) Sotsiaalmeedia koosneb erinevatest kasutajapõhistest platvormidest, mis hõlbustavad köitva sisu levitamist, dialoogi loomist ning laiemale tarbijaskonnale edastamist. See on sisuliselt inimestelt inimestele loodud digitaalne ruum, mis pakub keskkonda, mis soodustab suhtlust ja võrgustike loomist erinevatel tasanditel, näiteks isiklikul, professionaalsel, ärilisel, turunduslikul, poliitilisel ja ühiskondlikul tasandil (Kapoor, *et al.*, 2017, p. 536).

Sotsiaalmeedia on internetitehnoloogia arengus suunanäitaja. Web 2.0 arengul võimaldasid suhtlusvõrgustikud ja sisuhaldussüsteemid kõigil kasutajatel sisu luua ning veebiruumi

kujundamises osaleda. Kuid sellega seoses on suur probleem, et sotsiaalmeedia platvormide kasutajad, kes platvormidele sisu loovad, ei oma õigusi loodud sisu üle. Kogu sisu kuulub platvormidele, mida kasutajad platvormile loovad. Samuti säilitatakse privaatsaid andmeid sageli ebaturvaliselt, kasutatakse ärielistel eesmärkidel või avaldatakse andmetega seotud rikkumiste korral. Enamik tsentraliseeritud sotsiaalmeedia platvorme omab kasutajate loodud sisu üle omandiõigust ning ei arvesta kasutajate privaatsusega. Web 3.0 deentraliseeritud infosüsteemid muudavad antud dünaamikat radikaalselt, muutes osalejad võrdseteks kaaslasteks, kes moodustavad isejuhtiva kogukonna. P2P struktuur võib pakkuda skaleeritavust ja jaotada arvutusressursside kasutamist. Koos avaliku võtme krüptograafiaga võimaldab see kasutajatel sõnumeid turvaliselt allkirjastada ja privaatsaid andmeid salvestada, pakkudes privaatsust ilma usaldusväärsele infrastruktuurile tuginemata. Plokiahela tehnoloogial on suur potentsiaal lahendada ära privaatsuse ja omandiõiguse puudused sotsiaalmeedia platvormidel. (Lange, *et al.*, 2019, pp. 1-4)

Facebook alustas 2019. aastal plokiahelal põhineva virtuaalvääringu projekti arendamist, et võtta oma sotsiaalmeedia platvormil kasutusele krüptorahad. Projekti esialgne nimi oli Libra, mis hiljem kandis nime Diem. Projekti põhitoode oli plokiahel ja sellel töötav stabiilne münt, eritüüpi reaalmaailma valuutadega seotud krüptovaluuta, mida saaks kasutada omamoodi universaalse valuutana. Antud projekt hüljati 2022. aasta alguses avalikkuse vastuolu tõttu, sest Facebooki peeti liiga mõjuvõimsaks platvormiks, millest oleks saanud üks suurimaid krüptoraha rahakotiteenust pakkuv sotsiaalmeedia platvorm maailmas. Loobumise järgselt säutsus endine projektijuht David Marcus Twitteris, et nende eesmärk projektiga oli kasutada krüptovaluutat, et demokratiseerida juurdepääs finantssüsteemile ning loodetavasti viib visiooni ellu keegi aktsepteeritavam eestvedaja, vihjates teistele arengujärgus olevatele projektidele. (Schroeder, 2022)

Facebook muutis hiljaaegu oma brändi nime Meta'ks, mis iseloomustab nende tuleviku suunda efektiivsemalt. Uus suund on virtuaalmaailma arendamine, kus 3D NFT karakterid liiguvad erinevates virtuaalruumides ringi ning suhtlevad teiste kasutajatega (Anderson, 2022). Metaversid põhinevad plokiahela tehnoloogial, samuti on Meta välja töötamas viise kasutajatele NFT-de loomiseks, kuvamiseks ja müümiseks Facebookis ja Instagramis (Fingas, 2022). Plokiahel on metaversumis toimimise aluseks. Digitaalsed varad, nagu NFT-d, määravad metaversumis omandiõigused ja krüptovaluutad annavad uuele digitaalsele majandusele jõudu. Seega on Facebooki üleminek Metale kaudselt

plokiahelatööstusele varjatud õnnistus (Tan, 2021). Hetkel on paljud ülemaailmselt tuntud riidebrändid välja töötamas 3D karakteritele mõeldud NFT riiete kollektsioone, mida 3D karakterid saavad kanda virtuaalmaailmas. Itaalia luksusmoemaja Prada ja spordirõivaste hiiglane Adidas on ühendanud jõud, et käivitada uus Polygoni võrgustikule ehitatud NFT-de projekt (Akhtar, 2022). Tehnoloogiafirma Sony asus hiljuti patenteerima tehnoloogiat, mis võimaldab päris maailmas eksisteerivaid asju skaneerida 3D's virtuaalmaailma (Szpytek, 2022).

Alates 2019. aastast on maailmas arenduses mitmeid erinevaid sotsiaalmeedia platvorme, mille toimise aluseks on plokiahel ja krüptorahad. Samuti on internetis ka juba toimivaid Web 3.0 generatsiooni sotsiaalmeedia platvorme. Plokiahela pearaamatu tehnoloogial on võime meedia- ja sotsiaalmeediatööstused täielikult ümber pöörata. Taolistel platvormidel kasutatakse plokiahelat muusika, filmide ja voogedastuse autoriõiguste ja tasude vahendina. Antud tehnoloogia loob eeldused võltsitud failide leviku piiramiseks sotsiaalmeedias tänu omandiõiguse lihtsale tuvastamise võimalusele. (Daley, 2019)

Plokiahelal põhinevad detsentraliseeritud sotsiaalmeedia platvormid koguvad aktiivselt populaarsust ning on jõuliselt turuosa lõikamas tugeva konkurentsiga sotsiaalmeedia tööstuses. Antud platvormide eelised hõlmavad paremat privaatsust, tsensuurikindlust ja kasutajate võimalust krüptoraha saata ja vastu võtta sotsiaalmeedia platvormi kaudu (Staff, 2022). Näitena saab esile tuua innovaatilise Web 3.0 sotsiaalmeedia projekti, nimega Omni. Tegemist on arenduses oleva sotsiaalmeedia platvormiga, mis põhineb plokiahelal ning millel on oma ökosüsteem krüptorahadega. Omni fookus on mängulisuse ja sotsiaalse tasuvuse süsteemil, mille eesmärk on kogukondade loomisel ja tugevdamise sõltumata kasutajate asukohast, vanusest ja soost. Missioon on luua kasumlikkusel põhinevaid uusi sidemeid sisuloojate ja sisutarbijate vahel. (Nashville, 2020) Tegemist on Polygoni võrgus toimiva platvormiga, mis annab sisutootjatele võimaluse teenida platvormil kvaliteetse sisu tootmise eest krüptoraha. Kasutajate loodud sisu genereeritakse plokiahelas NFT-deks ning kasutajale kuuluvad kõik autoriõigused oma sisu üle. Kasutaja loob oma loodud sisust sisutarbijatele võrgustiku, kus sisutarbijad premeerivad sisutootjat kvaliteetse sisu eest krüptorahas. See loob modernse võimaluse kõikide oskustega ja jälgijaskonnaga sisutootjatele teha tööd iseenda jaoks sotsiaalmeedias ning teenida seeläbi elatist. (Omni, 2022) Eestlased on samuti välja arendamas sarnast platvormi nimega Popspot, mis põhineb samuti detsentraliseeritud sotsiaalmeedia mehhanismidel ja millele on planeeritud ökosüsteem krüptorahadega (Popspot, 2021).

Interneti tehnoloogiad arenevad ajas pidevalt, samuti ka interneti kasutamise trendid. Selleks, et mõista paremini sotsiaalmeedia väljakujunemist ning tuleviku arengusuundasid, on tähtis mõista interneti generatsioone ja selle arenguid läbi aegade. Teooriast tulenevalt järeldeb lõputöö autor, et Web 3.0 interneti generatsioon võtab üsna peagi üle Web 2.0 generatsiooni platvormid ja toimimismehhanismid. Web 3.0 generatsiooni areng on vaid algus täiesti uuele interneti tehnoloogiale ja seni internetis kogetule. Sotsiaalmeedia kasutajad on tänaste sotsiaalmeedia platvormide kasutamisel erinevate ettevõtete sihikul, sest platvormidel korjatakse algoritmide alusel meie isiklikku sisutarbimise infot, mida müüakse erinevatele ettevõtetele, kes soovivad teostada sotsiaalmeedias sihtturundust. Vastavalt kasutaja sotsiaalmeedia tarbimisele suunatakse temani erinevaid reklaame, mille tarbimine on kohustusliku alatooniga. Teooriast tulenevalt võib järeldada, et tulevikus saavad kasutajad taolistel sotsiaalmeedia platvormidel reklaamide vabatahtliku vaatamise eest boonust krüptorahas. Sotsiaalmeedia kasutajad toodavad samuti tänastel platvormidel vabatahtlikult platvormidele sisuloomet oma enda isiklikust elust, andes sisu suhtes ära autoriõigused. Platvormid aga levitavad sisutootjate loodud sisu, kui uudisvoo väärtuseid, mis loovad platvormist uudiste ja meediakanali.

Teooriast tulenevalt järeldeb lõputöö autor, et plokiahelal toimiv NFT tehnoloogia ja krüptorahad on väga funktsionaalseks tööriistaks lahendamaks ära tänapäeva Web 2.0 sotsiaalmeedia platvormide puudusi ja probleeme ning sillutavad tee õiglase ja privaatselt sotsiaalmeedia toimimise väljakujunemiseks. Web 3.0 sotsiaalmeedia platvorme võib saata tulevikus turul suur edu ning just läbi sotsiaalmeedia kasutamise omandavad paljud eraisikud tulevikus oma esimesed krüptovarad. Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide kasutusele võtt võib suurendada märkimisväärselt kaubeldavate krüptorahade ning krüptorahade omanike arvu massiliselt. Olenevalt kasutajate maksuresidentsusest toovad Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormidel omandatud krüptorahad kasutajatele kaasa krüptorahadega tehingute tegemisel maksukohustused. See omakorda tõstab vajadust töötada välja õiglast ja kaasaegset maksusüsteemi, mis ei koormaks üle nii maksumaksjaid kui ka Maksu-ja Tolliametit.

1.3 Virtuaalväeringutes saadud tulu ja tehingute maksustamine

Lõputöö eesmärk on välja selgitada sotsiaalmeedia kasutajate teadmised Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide kasutamisel tekkivate maksukohustuste täitmiseks, sellest tulenevalt on tähtis kirjeldada ka maksuteadlikkuse olemust. Maksumaksja kohustused on

üks võtmeid, mis tagavad valitsuse edu maksutulude kogumisel, et seda saaks kasutada arengu rahastamise toetamiseks (Tono, 2021). Maksumaksja teadlikkus on seisund, mille korral maksumaksja teab, mõistab ja rakendab maksuregulatsioone nõuetekohaselt ja vabatahtlikult. Maksureeglite tundmine on alistuva käitumise kasvatamiseks oluline. Maksumaksja peab täitma maksukohustusi, kuid nad ei saa täita neid, kui nad ei tunne maksuseaduseid. Kui maksumaksja tunneb, et õigused ja kohustused on tasakaalus tema, kui maksumaksja kohustuste ja saadavate õiguste vahel, siis on maksumaksja valmis maksukohustusi kohusetundlikumalt täitma. (Lestari & Wicaksono, 2017, p. 13) Maksumaksja valmisolek maksukohustuste täitmiseks sõltub tema maksuteadlikkusest ning isiklikust arvamusest maksusüsteemi asjakohasusse ning selle jätkusuutlikusse. Sellest tulenevalt on tähtis luua lõputöös ülevaade maksusüsteemi võimalikest tuleviku suundadest ning sellest millal tekivad vastavalt seadusandlusele maksukohustused krüptovaradega tehingute tegemisel.

Valitsused, olenemata sellest, kas need on valitud rahvahääletusel või muul viisil, võtavad kohustuse riigi valitsemisel. Selle juhtimisfunktsiooni täitmiseks peavad valitsused kulutama raha riigi toimimiseks ja majandamiseks. Need võivad olla otsesed kulutused, nagu tsiviilisikute palkamine juhtimisfunktsioonide täitmiseks, kuid see hõlmab ka palju laiemaid majanduse kuluvaldkondi, näiteks kodanikele tugisüsteemi pakkumist, julgeoleku ja tervisesüsteemi tagamist. Samuti ka funktsioone, nagu majandusliku stabiilsuse tagamine ning reguleerimine. Valitsused peavad riigi funktsioneerimiseks koguma rahalisi ressursse, et tagada riigis avalikke teenuseid ja majanduse toimimist. Enamikes riikides on selle tulu kõige suurimaks allikaks riigilõivud ja maksud, mida valitsus kogub kodanikelt ning ettevõtetelt. Maksusüsteem on keerukas tegurite kombinatsioon ning üheski riigis ei ole maksusüsteem teise riigi maksusüsteemiga identne. Samuti ei jää maksusüsteemid muutumatuks ka riigisiselt, sest valitsus peab reageerima muutustele majanduses ning seda ka globaalses kontekstis. Valitsustel on suur roll otsustamisel, mida tulu saamiseks riigis maksustatakse. Need otsused on osaliselt poliitiliselt motiveeritud, kuid ideaalis võiksid järgida ka riigisiseseid ja riikidevahelisi majanduslikke situatsioone ehk trende. (Lymer & Hasseldine, 2002, p. 3)

Arenguseire Keskus on toonud välja ettepanekud tulevikukindla maksustruktuuri kujundamisel ettepanekutega digivaldkonna suhtes, mis näevad maksusüsteemi ümberkujundamist “digitaalse maailma” stsenaariumi puhul. Peamine mure antud stsenaariumi puhul on see, et digiplatvormid loovad eelise teenida eraisikutel pigem tulu

füüsilise isiku ettevõtlustuluna jättes kõrvale vajaduse maksta palgatulu. See loob omakorda olukorra, kus inimeste tulude struktuuris kahaneb teine tulu pidevalt ning muud tulud kasvavad, mille tagajärjel sotsiaalmaksu laekumine kahaneb oluliselt. Võimaliku lahendusena pakutakse välja, et viia sisse 2023. aastaks maksumuudatused kehtestades ettevõtetele traditsiooniline ettevõtete tulumaks maksumääraga 30%; tösta üksikisiku tulumaksumäär 30%-ni; kehtestada kinnisvaramaks ning langetada sotsiaalmaksumäär 13%-ni. (Arenguseire Keskus, 2021)

Euroopa Liit koosneb riikidest, mis on erineva majandusliku arengutasemega ja seetõttu on riikidel erinevate põhimõtetega maksusüsteemid. Riikidel on maksusüsteemide loomisel piisavate maksutulude tagamiseks vaja arvestada ka makromajanduslike teguritega. Lühiajalises perspektiivis kipuvad valitsused üldiselt tõstma makse, mis on halduslikult atraktiivne meede. Selle sammu tulemuseks on aga tavaliselt keeruline, ebaefektiivne ja mitte jätkusuutlik maksusüsteem, mis mitte ainult ei too eeldatavat tulu, vaid ärgitab maksumaksjaid kohustustest kõrvale hoidma ja säästma. Tulemuseks on majanduskasvu aeglustumine ja inflatsiooni kasv, mis tekitab kodanikes ebakindlust ja usalduse puudumist tuleviku suhtes. (Andrejovská & Hudáková, 2016, p. 1705)

Maksudest kõrvalehoidumine on enamiku riikide jaoks tõsine probleem. Elanikkonnal on suur ootus erinevatele avalikele hüvedele, kuid kui maksumaksja ei täida maksukohustusi, siis on riigil väike suutlikkus koguda vajalikke riiklikke tulusid. Olukorda ohustab ka madal usaldus riigi vastu, mis võib kaasa tuua sotsiaalse kapitali taseme languse ja vähese osaluse kodanikuühiskonnas. Üsna sageli on kodanike arvamusel ja arusaamad avalike hüvede kättesaadavusest, õiglusest ja kvaliteedist ebapiisavad. Maksusüsteemi aktsepteeritakse maksumaksjate poolt suurema tõenäosusega, kui maksustruktuuride ja maksukoormuse tasemete määramise protsessi peetakse õiglaseks. (Andrejovská & Hudáková, 2016, pp. 145-146)

Lõputöös on kolmas uurimisülesanne analüüsida krüptovarade olemust ning maksukohustuste tekkimist Web 3.0 platvormide kasutamisel teadusallikate ja õigusaktide alusel. Sellest tulenevalt on oluline kirjeldada krüptovaradega tehingute tegemisel maksukohustuste tekkimist vastavalt kehtivale seadusandlusele. Eestis ei ole krüptovarale eriregulatsiooni ning sellele ei kohaldata erireegleid. Vastavalt tulumaksuseaduse (edaspidi TuMS) § 17 lõike 2 alusel ei ole krüptovara puhul tegemist finantsvaraga, samuti ei ole üldjuhul tegemist ka väärtpaberitega. Eestis käsitletakse krüptoraha TuMS § 15 lõike 1 tähenduses varana. Vastavalt TuMS § 15 lõike 1 ja § 37 lg maksustatakse eraisikute puhul

krüptoraha võõrandamisest, sh vahetamisest saadud kasu tulumaksuga. (Tulumaksuseadus, 1999)

Vastavalt väärtpaberituru seaduse § 2 lõike 1 alusel on stabiilsusmündid ja investeerimislaadsed *tokenid* käsitletavad kui väärtpaber. Tegemist on *tokenditega*, mis näiteks annavad omanikele ökosüsteemis hääleõiguse ning kasumijaotamise õigusega *tokenid*, mida tavapäraselt seostatakse aktsia või osaühingu osa omamisega. Antud *tokenite* puhul, mis vastavad väärtpaberi tunnustule ja definitsioonile, kehtivad väärtpaberitele kehtestatud erireeglid, sealhulgas kahju arvestamise õigus. (Väärtpaberituru seadus, 2001)

Väärtpaber on iga dokument, millega on seotud mingi varaline õigus selliselt, et seda ei ole võimalik dokumendist eraldi teostada. Seadusega sätestatud juhtudel loetakse väärtpaberiks ka õigusi, mida väljendatakse ja antakse üle üksnes registrikande vahendusel. Kui käesolevas seaduses ei ole sätestatud teisiti, ei kohaldata sellistele õigustele käesolevas seaduses ega asjaõigusseaduses õiguste kohta sätestatud. (Võlaõigusseadus, 2001)

Eraisikutel tekib krüptorahasse investeerimisel kasu peamiselt kolmel juhul: krüptoraha vahetamine tavavaluuta vastu, krüptoraha vahetamine krüptoraha vastu või krüptoraha eest soetatakse kaupu või teenuseid. Eraisiku puhul on maksustamine tehingupõhine ning maksustatakse iga kasumlik tehing eraldi. Maksustamisel tuleb lähtuda tehingu ja krüptoraha sisust. Tehingutest saadud tulult ei saa maha arvata saadud kahju. Tulu leitakse, kui müüdüd krüptovara müügihinnast lahutatakse maha ostuhind. Tulust on õigus maha arvata krüptoraha võõrandamisega seotud dokumentaalselt tõendatud kulud. Tulu teenimise hetkeks loetakse kasumliku tehingu toimumist olenemata, millisel juhul kasu tekkis. Eraisik deklareerib oma kasumlikud tehingud tuludeklaratsioonil eurodes, arvestades tehingu päeval kehtinud krüptovara vahetuskurssi või selle keskkonna vahetuskurssi, kus tehing toimus. Eestis registreeritud platvormidel tehtud kasumlikud tehingud deklareeritakse eraldi välismaal registreeritud platvormidel tehtud tehingutest. (Maksu- ja Tolliamet, 2021)

Eraisikutel võib tulu tekkida ka krüptoraha kaevandamisest, arvuti andmemahu rentimisest ja saades töö eest tasu krüptorahas. Deklareerida tuleb kõik maksustatavad tulud, mis on saadud krüptorahas, näiteks üür, intress jne. Krüptoraha kaevandamisest saadud tulu on füüsilise isiku ettevõtlustulu. Kõiksugune krüptorahas saadud tulu maksustatakse sarnasel põhimõttel nagu traditsioonilises valuutas saadud tulu. Maksustatavat tulu ei teki, kui krüptorahas annetatakse, ostes tavavaluuta eest krüptoraha, kandes krüptoraha enda

elektrooniliste rahakottide vahel, kinkides krüptoraha jne. Eesti tööandja peab krüptorahas makstud töötasu turuhinna alusel eurodesse ümber arvutama ning tasuma töötasult tööjõumaksud. Kui eraisik saab töötasu krüptorahas, millelt ei ole kinni peetud makse, siis tuleb isikul see tulu deklareerida ettevõtlustuluna. Dividende võib samuti maksta krüptorahas, kuid siis peab äriühing sellelt tasuma tulumaksu. Kui ettevõtte seda ei ole teinud, lasub see kohustus eraisikul. Kui eraisik kasutab krüptoraha kaupade ja teenuste eest tasumiseks, tuleb saadud tulu deklareerida tuludeklaratsioonil. Kui eraisik kasutab krüptoraha kaupade ja teenuste eest tasumisel, mis saadi töötasuna, juhatuse liikme tasuna või dividendina ning, millelt on maksud juba maksustatud, siis see ei too kaasa täiendavat maksukohustust. (Maksu- ja Tolliamet, 2022)

Eraisikute puhul tuleb deklareerida vaid need müügi- või vahetustehingud, mille eest teeniti tulu, iga tehingut vaadatakse vara maksustamisel eraldi maksuobjektina. Krüptovara võõrandamisest ja vahetamisest saadud kasu maksustatakse tulumaksuga vastavalt TuMS § 15 lõike 1 alusel. Tehinguid, mille tulemusel saadi kahju, ei võeta maksustamisel arvesse ning neid tehinguid ei saa deklareerida. Krüptoraha ei ole käsitletav kui väärtpaber ning kahju saab maksustamisel arvesse võtta ainult TuMS §-i 39 alusel väärtpaberite võõrandamise puhul. (Maksu- ja Tolliamet, 2022)

Sarnaselt eraisikutele puuduvad äriühingute puhul erireeglid, mis puudutavad krüptoraha maksustamist. Kõik kulud, mis on seotud ettevõtlusega, saab krüptoraha puhul äriühingus arvesse võtta, sealhulgas kahju, mis on tekkinud krüptorahasse investeerimisel. Erinevalt eraisikutest ei pea äriühingus deklareerima eraldi igat kasumlikku tehingut, vaid maksukohustus tekib ettevõttel ainult dividendide väljamaksmisel. Samuti ei too krüptoraha hinnatõus ettevõttele kaasa maksukohustuse tekkimist. Äriühingu arvestuses olevad tehingud peavad olema tehtud üksnes äriühingu nimel. See tähendab, et kui ostuks on kasutatud äriühingu raha, kuid ost on tehtud läbi eraisiku konto mõnel krüptorahadega kauplemise platvormil, siis see toob kaasa maksukohustuse eraisikule. Juhatuse liige on antud juhul ainult seaduslik esindaja ja teeb tehinguid üksnes äriühingu nimel. (Maksu- ja Tolliamet, 2021)

Euroopa Liidu Nõukogu Direktiiv 2006/112/EÜ käsitleb käibemaksusüsteemi, mille artikli 135 lõike 1 punkt e sätestab, et liikmesriigid vabastavad käibemaksust seadusliku maksevahendina kasutatava valuuta, pangatähtede ja müntidega seotud tehingud (Euroopa Liidu Nõukogu, 2006). Euroopa Kohus on otsustanud 2006. aastal kohtuasjas C-264/14, et antud artikli 135 lõike 1 punkti e tuleb tõlgendada selliselt, et krüptoraha vahetamine

traditsioonilise valuuta vastu ja vastupidi on käibemaksust vabastatud nii, nagu seda on traditsiooniliste valuutade vahetustehingud. (Euroopa Kohtu otsus, 2015)

Eestis on nii eraisikute kui ka äriühingute puhul käibemaksust vabastatud makse- ja valuutavahetusteenus vastavalt käibemaksuseaduse (edaspidi KMS) §16 lõike 2¹ punktile 4. (Käibemaksuseadus, 2003) Vastavalt eeltoodule on krüptorahade rahakotiteenus käsitletav kui finantsteenuse, millele kohaldub KMS §16 lõike 2¹ alusel finantsteenuse käibemaksuvabastus. Samuti on ka krüptoraha kaevandamine käibemaksuvaba ning kaevandamise otstarbeks soetatud tehnikalt, kaupadelt ja teenustelt ei saa sisendkäibemaksu maha arvata. (Maksu- ja Tolliamet, 2022) Krüptoraha platvormide kasutamisteenuse müümisel on tegu teenusega, mis annab kliendile tasu eest ligipääsu tarkvaraarendusele ning mille eesmärk on võimaldada kliendil platvormi kasutamist, see teenus kuulub müüjale käibemaksuga maksustamisele tavakorras. Antud kasutamisteenuse puhul ei ole tegemist finantsteenusega ning seetõttu ei ole teenus käibemaksuseaduse alusel ka vabastatud käibemaksust. (Maksu- ja Tolliamet, 2021)

Eestis on virtuaalvääringute teenuse pakkujad rahapesu ja terrorismi rahastamise tõkestamise seaduse (edaspidiselt RahaPTS) suhtes kohustatud subjektid ehk peavad järgima RahaPTS nõudeid. Virtuaalvääringu teenuste pakkujatega seonduva suhtes nähakse kõrgendatud rahapesu riski, seetõttu on ebatraditsionaalsete maksevahendite pakkujad allutatud RahaPTS-is alternatiivsete teenuste pakkujate mõiste alla. (Rahapesu andmebüroo, 2020) Euroopa Liidu riikidest tõuseb esile maksusüsteemi kaasajastamisega Portugali riik. Nende lähenemine on olnud kriisidest välja tulemisel innovaatiline. Suurt rõhku pööratakse nooremaeliste ning varakate inimeste riiki meelitamisele, luues selleks soodsad maksusüsteemi tingimused välisriigi kodanikele. Portugalis on krüptoraha maksuvaba, kuigi riik järgib EL-i digitaalvaluuta reguleerimise suuniseid. 2016. aastal avaldas Portugali Rahandusministeerium teate, et krüptovaluutade jaekaubandus on mittemaksustatav ning maksustatakse ainult tehingud või kutsetegevusest saadud tulu. Selle teatise kohaselt ei sobi krüptovaluutast saadav tulu Portugali maksuseaduse alusel ühtegi sissetulekukategooriasse, nagu E-kategooria (kapitalitootlus), G-kategooria (kapitali juurdekasv) või B-kategooria (füüsilisest isikust ettevõtja). (Go Visa Free, 2022)

Maksusüsteemi efektiivsus on igale riigile suure tähtsusega. Efektiivsuse all mõistetakse maksusüsteemide puhul seda, et maksustamine takistab võimalikult vähe kodanike valikuid kulutuste tegemisel, see tähendab kulutamist vaba aja veetmisesse, tarbimisse ja puhkamisse. Maksukoormus ei tohiks samuti takistada ettevõtjatel investeerida

uurimustöösse ja arendustegevustesse. Efektiivse, õiglase ning jätkusuutliku arengu saavutamiseks riigis on vaja välja töötada toimiv maksusüsteem. Tähtis on selle väljatöötamisel arvesse võtta iga riigi konkreetseid olusid, sh maksuprobleeme, mis vajavad lahendusi. Samuti tuleb arvesse võtta riikide puhul majandusliku ja sotsiaalse arengu taset, riigi traditsioone, ajalugu, asukohta ebavõrdsuseid ning poliitilisi situatsioone. (Bejakovič, 2019, pp. 138-145)

Teoriast tulenevalt järeldab lõputöö autor, et Web 3.0 sotsiaalmeedia platvorme saadab tulevikus edu, sest platvormide kasutajad osalevad motiveeritult platvormi sisuloomes. Erasisikutel tekiks maksukohustused Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide kasutamisel juhul, kui antud platvormidel on kasutusel virtuaalvääringud, mida kasutajad saavad boonuseks viraalse sisu tootmise ja keskkonnas aktiivselt toimetamise eest. Antud juhul tekiks paljudele sotsiaalmeedia kasutajatele ja suunamudijatele motivatsioon luua võimalikult palju väärtuslikku sisu platvormidele, mis läheks keskkonnas viraalseks. Sellisel juhul saavad sotsiaalmeedia kasutajad antud platvormidel viraalse sisu tootmise eest krüptoraha. Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormidel on pildi- ja video materjal kasutusel samuti NFT-dena, mis on krüptovara. Web 3.0 platvormide kasutajatel võivad tekkida maksukohustused mitmel erineval moel olenevalt tehingute sisust. Peamine viis erasisikutel maksukohustuse tekkimiseks võib olla NFT-dega platvormidel kauplemine, samuti ka krüptoraha vahetamine mõne teise krüptoraha vastu ning krüptoraha müümine tavavaluuta vastu. Samuti võib tuua Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide turule tulek kaasa märkimisväärse halduskoormuse tõusu Maksu –ja Tolliametile.

2. UURINGU METOODIKA JA TULEMUSED

2.1 Uuringu eesmärk, metoodika ja valim

Lõputöö eesmärgi täitmiseks viidi läbi empiiriline uuring. Selleks analüüsiti vastavalt uurimusküsimustele põhjalikult, kellelt ja milleks andmeid koguda. Tähtis oli valida õige uurimisstrateegia ja andmekogumismeetod, et vastata uurimusküsimustele (Hirsjärvi, *et al.*, 2007, lk 178).

Lõputöös viidi läbi kirjeldav uurimus ning lõputöö uurimismeetodiks valiti kvantitatiivne uuring. Kvantitatiivses uuringus on rõhk muutujate täpsel mõõtmisel ja tulemuste analüüsimisel. (Neuman, 2011, p. 165) Lõputöö eesmärgi täitmiseks on valitud just kvantitatiivne uuring, et anda detailsem ülevaade sotsiaalmeedia kasutajate teadlikkusest krüptovaradega tehingute maksustamisest. Lõputöös uurimisstrateegia on ülevaate ehk *survey*-uurimus. Selleks koostatakse inimrühmast valim, millelt kogutakse andmeid standardiseeritud viisil. (Kidron, 2007, lk 37)

Andmekogumismeetodina kasutatakse ankeetküsitlust. Ankeet on antud lõputööks käepärane meetod, millega saab uurida katseisikute teadmisi. Ankeediga saadud andmestikku võib vaadelda uuritavate soo, vanuse, kodakondsuse, maksuresidentsuse jt objektiivsete näitajate lõikes (Kidron, 2007, lk 74). Ankeet koosneb 13-st küsimusest (vt lisa), milles uuritakse vastajate profiili, sotsiaalmeedia kasutust ning maksuteadlikkust krüptovaradega tehingute tegemisel. Küsimused ankeetküsitluse jaoks saadi, kui lõputöö autor analüüsis Maksu- ja Tolliameti kodulehel väljatootud informatsiooni krüptovarade tehingutest saadud tulu maksustamise kohta ning seostas info uurimisküsimustega. Küsimused ankeeti koostas töö autor isiklikult, analüüsid eelnevalt Maksu- ja Tolliameti tagasisidet krüptovara puudutavatele korduma kippuvatele küsimustele. (Maksu- ja Tolliamet, 2022)

Ankeedi analüüsitavaid andmeid koguti Google Docs'is ning saadud vastuste analüüsimiseks kasutati Excel programmi.

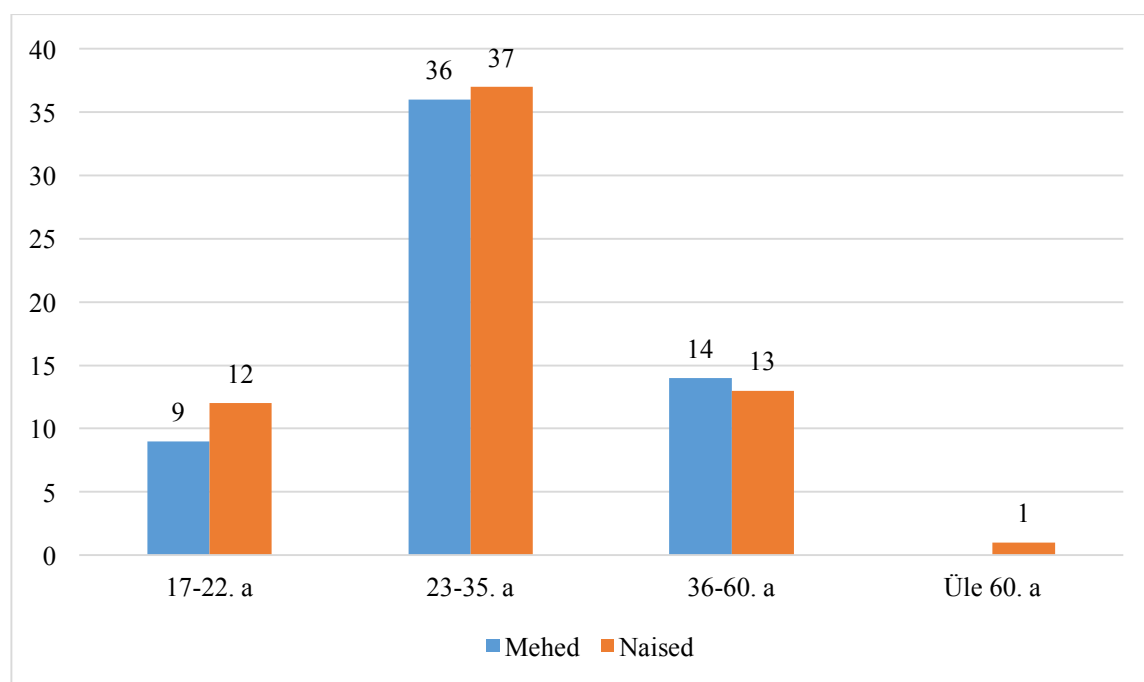
Uurimuse läbiviimiseks kasutati mugavusvalimit, et saada võimalikult lai ülevaade sotsiaalmeedia kasutajate teadmistest. Mugavusvalim (Õunapuu, 2014, lk 74) valiti seetõttu, et saaks mugavalt võimalikult palju uuritavaid uurimusse kaasata. Tähtis polnud uurida virtuaalväeringute omajate teadlikkust krüptorahade tehingute maksustamisest, vaid üleüldiselt kõikide sotsiaalmeedia kasutajate teadmiseid.

2.2 Uuringu tulemused

Lõputöö eesmärk oli välja selgitada sotsiaalmeedia kasutajate teadmised Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide kasutamisel tekkivate maksukohustuste täitmiseks. Eesmärgi saavutamiseks pidas töö autor tähtsaks uurida sotsiaalmeedia kasutajate suhtes krüptovarade omamist ning maksuteadlikkust krüptovaradega tehingute tegemisel.

Uuringu valim ehk vastajate hulk oli kokku 122 inimest. Vastajate profiili määratlemiseks uuriti vastajate sugu, vanust ning milline on nende haridustase ja elukutse. Samuti uuriti nende sotsiaalmeedia kasutamist, virtuaalväeringute omamist ning maksuteadlikkust virtuaalväeringutega tehingute tegemisel.

Valim saadi jagades avalikult ankeetküsitlust Facebooki grupis “Krüptoraha Eesti grupp”, milles on kakskümmendüks tuhat liiget ning “Krüptoraha investorite kogukond”, milles on kaheksatuhat kuussada liiget. Küsitlust jagas töö autor ka oma sõpradele ja tuttavatele läbi vestlusgruppide ja seinapostituse isiklikul Facebook’i kontol. Samuti kutsuti ankeetküsitlusele vastama läbi maili kõiki Sisekaitseakadeemia kadette. Eesmärk oli küsitlusele vastama saada nii krüptovara omavaid, kui ka mitte omavaid sotsiaalmeedia kasutajaid. Täpset arvu, kui paljude inimesteni ankeetküsitlus jõudis, ei ole võimalik määratleda.



Joonis 1. Ankeetküsitluse vastajate sooline jaotus vanusegruppide põhjal (autori koostatud)

Jooniselt 1 nähtub küsitlusele vastajate sooline jaotus vanusegruppide põhjal. Vastanutest oli naiste ja meeste osakaal peaaegu võrdne. Vastanutest 48% olid mehed (n= 59) ning 52% olid naised (n=63). Tulemustest saab järeldada, et naised võivad olla küll aktiivsemad küsimustikele vastajad, kuid naiste ja meeste huvi virtuaalväaringuid puudutavate teemade suhtes on peaaegu võrdne.

Kõige enam oli vastajaid vanusegrupis 23-35. eluaastat (n=73), mis moodustas kõikidest vastajatest 60%. Sellest võib järeldada, et antud vanusegrupis olevad inimesed huvituvad kõige enam virtuaalväaringutest. Kõige vähem vastajaid oli vanusegrupis üle 60. eluaasta (n=1), millest võib järeldada, et antud vanusegrupp ei ole sotsiaalmeedias aktiivne. Samuti olid märkimisväärne hulk vastajaid vanusegruppides 17-22. eluaastat ning 36-60. eluaastat (vt joonis 1). Antud tulemustest võib järeldada, et ka nendes vanusegruppides on aktiivne huvi virtuaalväaringuid puudutavate teemade suhtes.

Lõputöö autor soovis teada saada, kui paljud vastanutest igapäevaselt mõnda sotsiaalmeedia platvormi kasutavad. Selleks esitas autor ankeetküsitluses küsimuse: “Kas kasutate igapäevaselt mõnda sotsiaalmeedia platvormi (Instagram, Facebook, Tiktok jne)?”. Küsitlusele oli võimalik vastata vastusevariantidega “jah” või “ei”. Küsitlusele vastamine oli ankeedis kohustuslik. Küsitluse tulemustest nähtub, et vastajatest suur osa kasutab igapäevaselt sotsiaalmeedia platvorme, täpsemalt 95% (n=116) uuritavatest. Tulemustest võib järeldada, et sotsiaalmeedia kasutajad võivad tunda aktiivset huvi virtuaalväaringuid puudutavate teemade suhtes ning nad on alati võtnud aktiivselt osa antud teemat puudutavatest uuringutest. Samuti võib küsitluse tulemustest järeldada, et enamik inimesi kasutab tänapäeval sotsiaalmeediat igapäevaselt ja see võib olla paljude interneti kasutajate peamiseks suhtlusvahendiks ning info tarbimise platvormiks.

Ankeetküsitlusega uuriti, kui paljud vastajad omavad virtuaalväaringuid, et mõista laiemalt ühiskonnas krüptovarade populaarsust ja kasutust. Selleks esitas töö autor ankeetküsitluses küsimuse: “Kas omate krüptoravaraid (nt. Bitcoin, Litecoin, Ethereum, NFT’id jne)?”. Küsitlusele oli võimalik vastata vastusevariantidega “jah” või “ei”. Küsitlusele vastamine oli ankeedis kohustuslik. Töö autor pidas tähtsaks uurida just krüptovara omamist laiemalt, mitte seda, millised erinevad krüptorahad ja krüptovarad on praegu populaarsed. Küsitluste vastustest selgub, et kõikidest vastajatest omab krüptovaraid 45% (n=55) ning 55% (n=67) vastanutest ei oma üldse krüptovaraid. Ankeetküsitluse vastajatest kasutas igapäevaselt 95% sotsiaalmeediat, seega analüüsis töö autor, milline on küsitluses vastanute

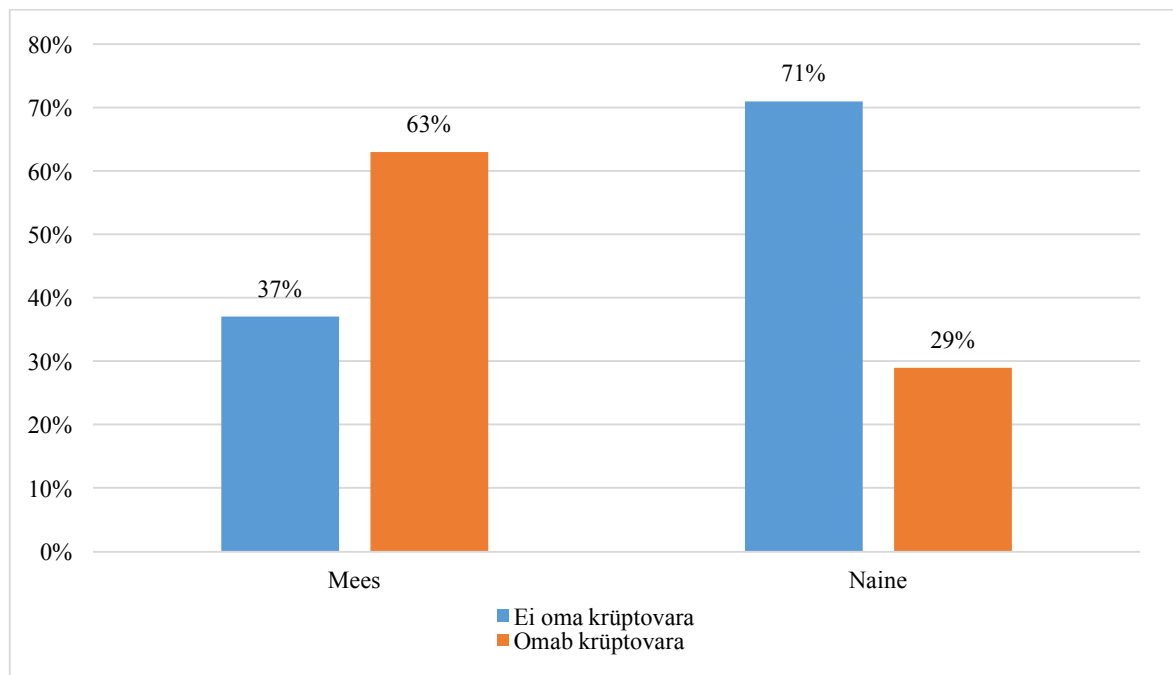
sotsiaalmeedia kasutajate ja virtuaalväeringute omanike suhe. Selleks kõrvutas autor ankeetküsitluse küsimused: “Kas omate krüptoravarasid (nt. Bitcoin, Litecoin, Ethereum, NFT’ d jne)?” ja “Kas kasutate igapäevaselt mõnda sotsiaalmeedia platvormi (Instagram, Facebook, Tiktok jne)?” ning kõrvutas nende vastused.

Tabel 1. Virtuaalväeringute omajate sotsiaalmeedia igapäevane kasutamine (autori koostatud)

Sotsiaalmeedia kasutajad	Ei oma krüptoravarasid	Jah omab krüptoravarasid	Kokku vastajaid
Ei kasuta sotsiaalmeediat	3	3	6
Jah, kasutab sotsiaalmeediat	64	52	116
Kokku	67	55	122

Kõrvutatud vastustest nähtub, et sotsiaalmeedia kasutajate seas on palju virtuaalväeringute omajaid. Tulemustest nähtub, et sotsiaalmeedia kasutajatest 64 vastanut ei oma krüptoravarasid ning 52 vastanut omab krüptoravarasid ehk sotsiaalmeedia kasutajatest omas 45% vastanutest krüptoravarasid. Uuringu tulemustest võib järeldada, et sotsiaalmeedia kasutajate seas on märkimisväärselt kasutajaid, kes hetkel omavad erinevaid krüptoravarasid. Tulemustest tingituna võib eeldada, et sotsiaalmeedia kasutajatel on aktiivne huvi krüptoravade vastu.

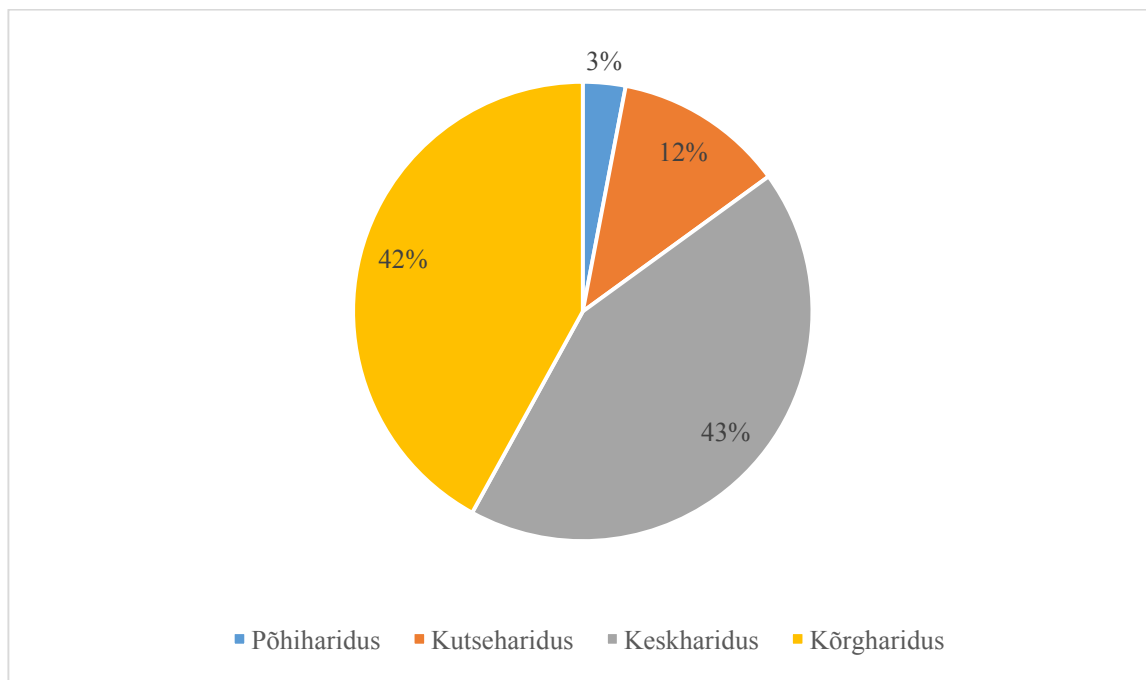
Lõputöö autor analüüsis, kas mehed või naised omavad peamiselt krüptoravarasid. Selleks võrdles töö autor ankeetküsitluse tulemusi, et teada saada, milline on vastajate sooline jaotus krüptoravade omamisel. Selleks kõrvutas autor küsimuse “Kas omate krüptoravarasid (nt. Bitcoin, Litecoin, Ethereum, NFT’ d jne)?” vastanute vastustega nende soolise kuuluvuse kohta.



Joonis 2. Uuritavate sooline jaotus krüptovääringute omamisel (autori koostatud)

Tulemustest nähtub (vt joonis 2), et meessoost vastajatest omasid krüptovarasid 63% (n=37) ning naissoost vastanutest 29% (n=18). Uuritavatest ei omanud krüptovarasid 37% (n=22) mehi ning 71% (n=22) naisi. Küsimustiku vastustest võib järeldada, et soolise võrdlusena on meeste huvi krüptovarade vastu kõrgem kui naistel. Kuigi, küsitlusele vastas rohkem naisi, on sellest olenemata meeste huvi krüptovarade vastu kõrgem kui naistel. Tulemustest tingituna võib eeldada, et naised on rohkem alid küsimustikele vastatama, kuid mehed huvituvad rohkem spetsiifilistest küsimustikest ning vastavad juhul, kui küsitluste teema pakub huvi.

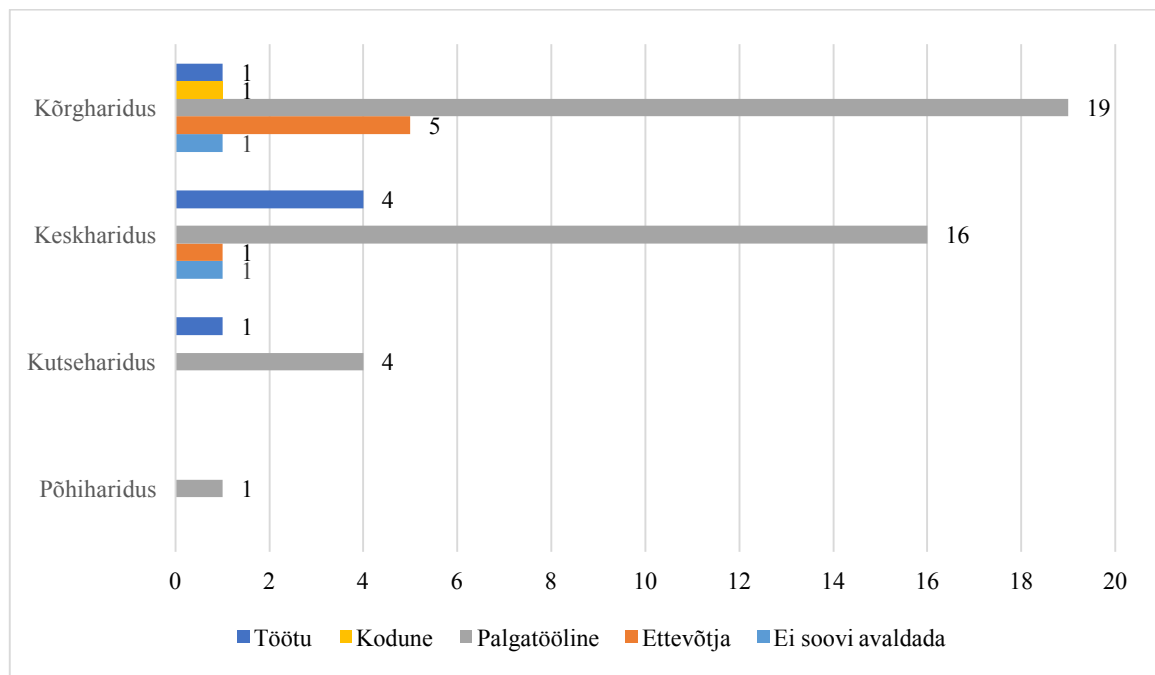
Lõputöö autor analüüsis samuti, milline on küsimustikule vastanute haridustase. Eesmärk oli teada saada, millise haridustasemega inimesed huvituvad peamiselt krüptovaradest ning on valmis virtuaalvääringutesse investeerima. Ankeetküsitluses osalejad said küsitlusele vastates märkida, kas nende haridustase on algharidus, põhiharidus, keskharidus, kutseharidus või kõrgharidus. Küsimusele vastamine oli ankeedis kohustuslik.



Joonis 3. Krüptovarasse investeerijate haridustase (autori koostatud)

Küsitluse tulemustest selgus (vt joonis 3), et ülekaalukalt omavad uuritavad põhiharidust ja kõrgharidust. Täpsemalt omab 43% uuritavatest keskharidust ning 42% omab kõrgharidust. Vastanutest 12% omab kutseharidust ning ainult 3% omab põhiharidust. Uuritavate seas ei olnud vastajaid, kes omaks algharidust. Küsitluse tulemustest võib järeldada, et põhiharidusega ja kõrgharidusega inimeste valmisolek virtuaalvääringutesse investeerida on kõige kõrgem. Uuritavate seas oli kõige rohkem vastanuid vanuseklassis 17-35. eluaastat, millest võib järeldada, et peamiselt investeerivad krüptovaradesse noored, kes alles omandavad kõrgharidust, nende haridustase on jäänud keskhariduse tasemele või on juba omandatud kõrgharidus.

Lõputöö autor soovis detailsemalt analüüsida, milline on uuritavate haridustaseme ning elukutse suhe. Selleks võrdles töö autor küsitluse vastuseid vastajate haridustaseme ja elukutse järgi. Ankeetküsitluses osalejad said küsitlusele vastates märkida, kas nende elukutse on olla töötu, palgatööline, ettevõtja või kodune. Vastusega oli võimalik ka märku anda, et elukutset ei soovita avaldada. Küsimusele vastamine oli ankeedis kohustuslik.

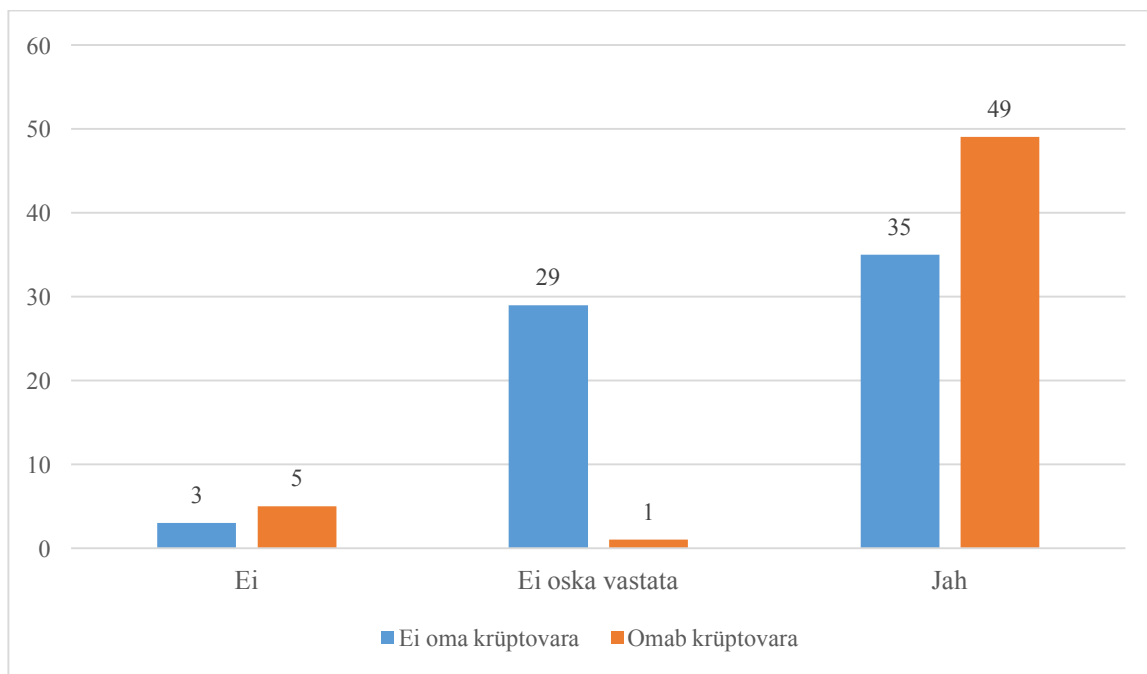


Joonis 4. Uuritavate hariduse ja elukutse suhe (autori koostatud)

Küsimustiku tulemustest nähtub (vt joonis 4), et kõikidest uuritavatest omab krüptovarasid 55 vastajat ning nende seas on kõige rohkem kõrgharidusega palgatöötajaid (n=19). Kõrgharidusega krüptovarade omanike seas on ka märkimisväärselt ettevõtjaid (n=5). Keskharidusega krüptovarade omanike seas on märkimisväärselt hetkel töötuid vastajaid (n=4). Samuti on krüptovarade omanike seas palju keskharidusega inimesi, kes on palgatöötajad (n=16). Algharidusega krüptovarade omanikke vastajate seas ei olnud.

Lõputöö üks eesmärkidest oli uurida sotsiaalmeedia kasutajate teadmisi maksukohustuste tekkimise kohta krüptorahadega tehingute tegemisel. Selleks esitas töö autor ankeetküsitluses mitmeid maksualaseid küsimusi, et analüüsida vastajate maksuteadlikkust. Küsimused sisaldasid erinevaid situatsioone, millisel juhul saab krüptovaraga tehinguid tehes tekkida tulu. Töö autori jaoks oli tähtis saada ülevaade, milline on uuritavate maksuteadlikkus krüptovaradega tehingute tegemisel. Töö autor analüüsis maksuteadlikkust puudutavate küsimuste vastuseid mitmeti, kõrvutades krüptovara mitte omajate ja omavate uuritavate vastuseid. Tähtis oli mõista, kas omanike ja mitte omanike maksuteadlikkus erineb üksteistest täielikult või on küsimuste lõikes nende teadlikkus sarnane.

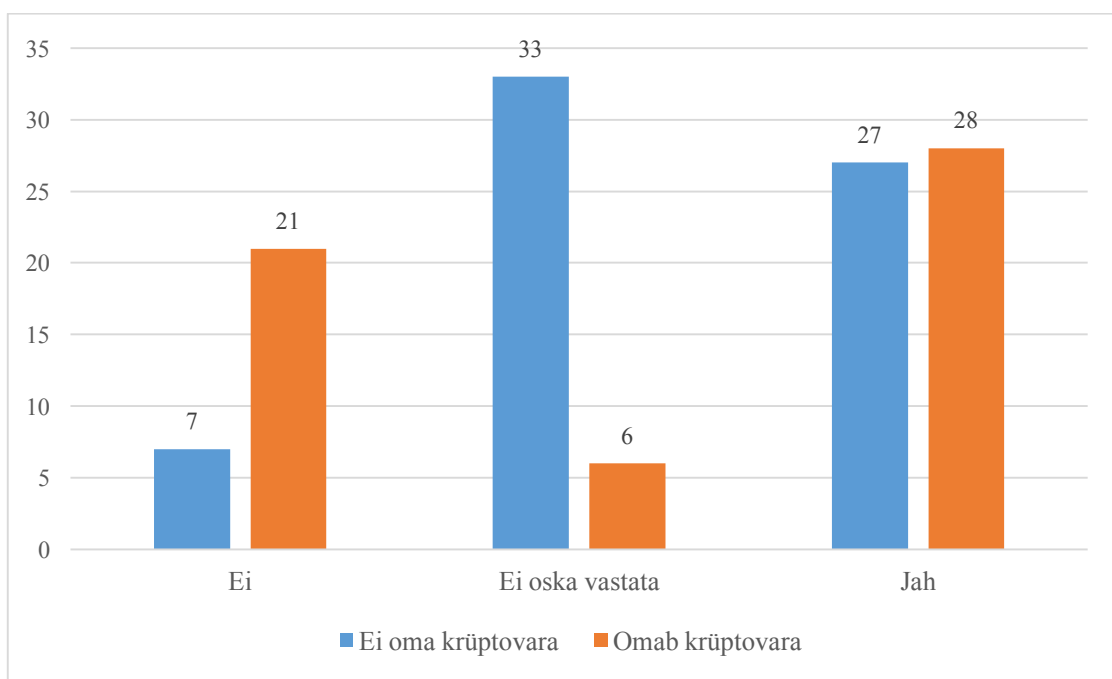
Lõputöö autor esitas ankeetküsitluses küsimuse: “Kas eraisikute krüptovaraga tehtud kasumlikke tehinguid maksustatakse Eestis tulumaksuga?”. Küsimusele oli võimalik vastata vastusevariantidega “jah” või “ei”. Õige vastus küsimusele on “jah”. Küsimusele vastamine oli ankeedis kohustuslik.



Joonis 5. Vastajate teadlikkus küsimusele: "Kas eraisikute krüptovaraha tehtud kasumlikke tehinguid maksustatakse Eestis tulumaksuga?" (autori koostatud)

Eraisikute krüptovaraga tehtud kasumlikke tehinguid maksustatakse Eestis tulumaksuga. Jooniselt 5 nähtub, et vastajad on üldjoontes teadlikud eraisikute krüptovaradega kasumlike tehingute maksustamisest tulumaksuga, kuna küsimusele vastas õigesti 84 uuritavat ehk 69% vastanutest. Uuringu tulemustest nähtub, et oluliselt ei erine krüptovarade omajate ja mitte omajate vastused. Tulemustest nähtub, et märkimisväärne osa uuritavatest ei osanud antud küsimusele vastata (n=39). Selgus, et küsimustele ei oska pigem vastata uuritavad, kes ei oma krüptovara (n=29). Tulemustest võib järeldada, uuritavate jaoks on igasuguse kasu teenimine tulumaksuga maksustatav ning üldine teadlikkus sellest on olemas. Antud küsimuse suhtes on krüptovarade omanike teadlikkus kõrgem.

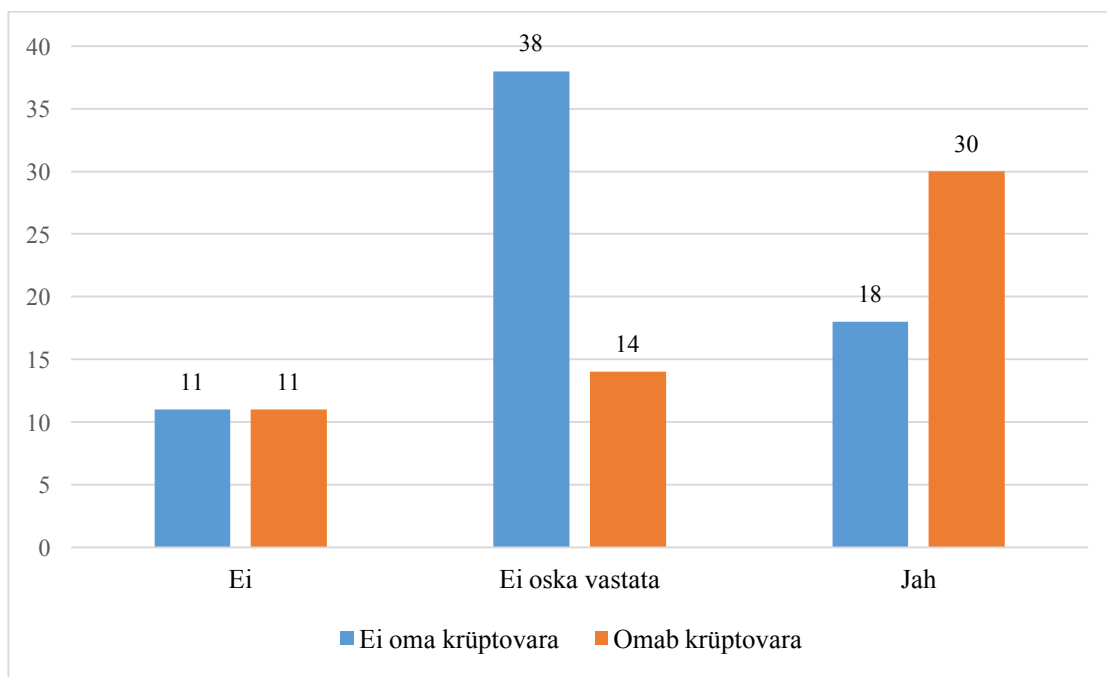
Lõputöö autor esitas ankeetküsitluses küsimuse: “Kas äriühingute krüptovaraga tehtud kasumlikke tehinguid maksustatakse Eestis tulumaksuga?”. Küsimusele oli võimalik vastata vastusevariantidega “jah” või “ei”. Õige vastus küsimusele on “ei”. Küsimusele vastamine oli ankeedis kohustuslik.



Joonis 6. Vastajate teadlikkus küsimusele: "Kas äriühingute krüptovaraga tehtud kasumlikke tehinguid maksustatakse Eestis tulumaksuga?" (autori koostatud)

Äriühingute krüptovaraga tehtud kasumlikke tehinguid ei maksustata Eestis tulumaksuga. Jooniselt 6 nähtub, et uuritavatest vastas küsimusele õigesti 28 vastanut. Märkimisväärne osa vastajatest ei osanud küsimusele vastata (n=39). Peaaegu pooled uuritavatest vastasid küsimusele valesti (n=55). Õigesti vastanute seas oli suur osakaal krüptovara omajaid (n=21). Küsimusele ei osanud vastata väike arv uuritavaid, kes omavad krüptovara. Valesti vastanute seas oli samuti märkimisväärne arv uuritavaid, kes omavad krüptovara. Küsitluse tulemustest nähtub, et uuritavate maksuteadlikkus oli antud küsimuse suhtes pigem madal. Antud tulemus võib olla tingitud ka sellest, et vastanute seas oli vähe ettevõtjaid (7%) ning enamus vastajaid olid palgatöölised (75%).

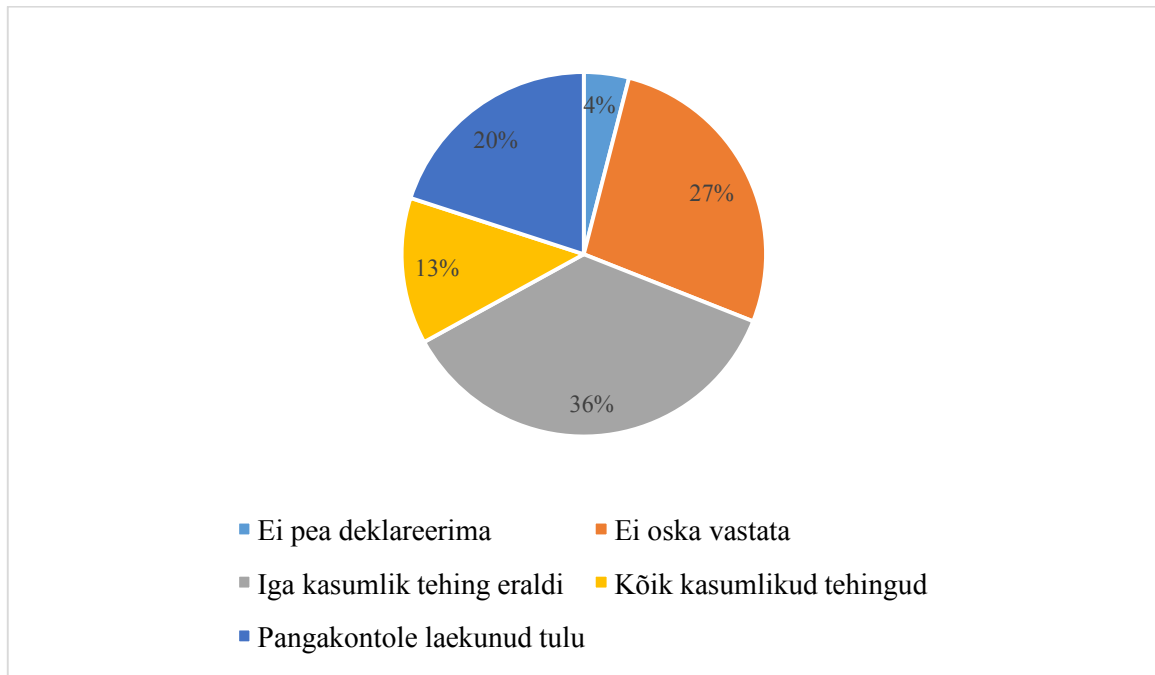
Lõputöö autor esitas ankeetküsitluses küsimuse: "Kas eraisikule on krüptoraha kaevandamisest saadud tulu füüsilise isiku ettevõtlustulu?". Küsimusele oli võimalik vastata vastusevariantidega "jah" või "ei". Õige vastus küsimusele on "jah". Küsimusele vastamine oli ankeedis kohustuslik.



Joonis 7. Vastajate teadlikkus küsimusele: "Kas eraisikule on krüptoraha kaevandamisest saadud tulu füüsilise isiku ettevõtlustulu?" (autori koostatud)

Eraisikutele on krüptovaraha kaevandamisest saadud tulu füüsilise isiku ettevõtlustulu. Jooniselt 7 nähtub, et küsimusele vastas õigesti 48 vastanut. Küsimusele ei osanud vastata 52 uuritavat. Küsimusele vastas valesti 22 vastanut. Õigesti vastanute seal oli suur arv uuritavaid, kes omavad krüptovara ($n=30$). Küsimusele ei osanud vastata märkimisväärne arv uuritavaid, kes omavad krüptovara ($n=14$). Valesti vastanute seas oli samuti märkimisväärselt uuritavaid, kes omasid krüptovara ($n=11$). Uuringu tulemustest võib järeldada, et uuritavatel on olemas üldine teadlikkus antud küsimuse suhtes. Samuti on krüptovara omajate teadlikkus antud küsimuse suhtes kõrgem, kui krüptovara mitte omavatest uuritavatel.

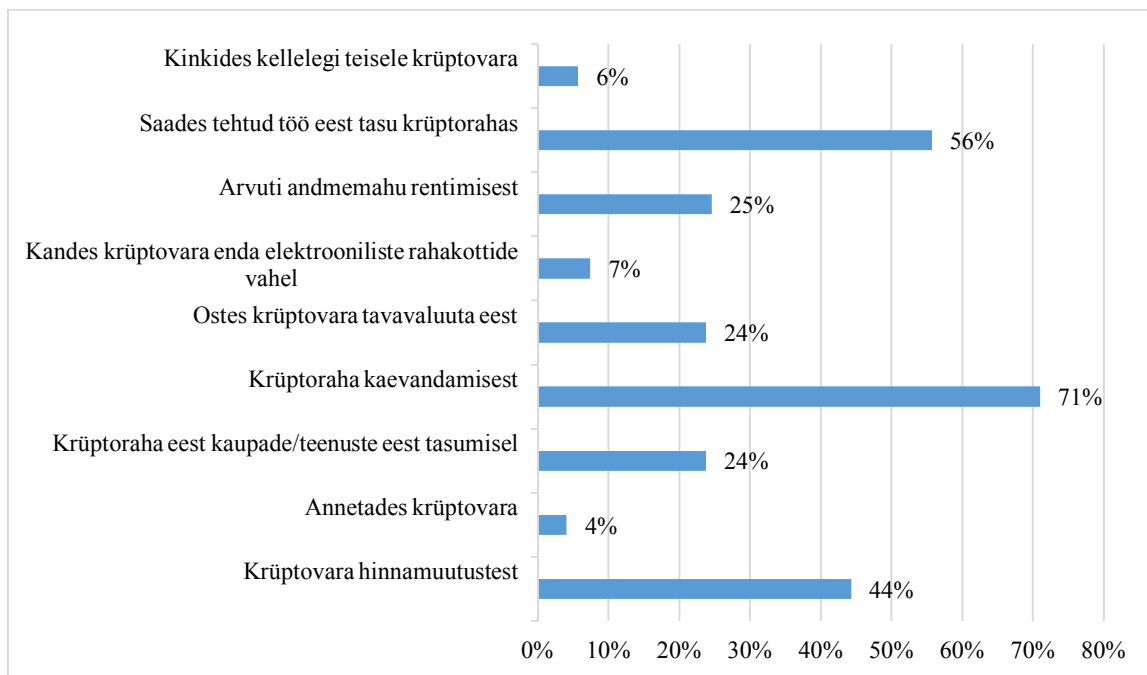
Töö autor esitas ankeetküsitluses küsimuse: "Kuidas tuleb eraisiku puhul krüptovaradega tehtud tehingutelt saadud tulu deklareerida?". Küsimusele oli võimalik vastata vastusevariantidega: "Iga kasumlik tehing tuleb eraldi tehinguna deklareerida 1x aastas tuludeklaratsioonil"; "Kõik kasumlikud tehingud deklareeritakse koondsummana ja vara liigiti 1x aastas tuludeklaratsioonil"; "Deklareerida tuleb ainult tulu, mis realselt pangakontole on laekunud 1x aastas tuludeklaratsioonil", "Krüptovaraga tehinguid tehes saadud tulu ei pea üldse deklareerima" või "Ei oska vastata". Õige vastus küsimusele on "Iga kasumlik tehing tuleb eraldi tehinguna deklareerida 1x aastas tuludeklaratsioonil". Küsimusele vastamine oli ankeedis kohustuslik.



Joonis 8. Krüptovara omanike teadlikkus küsimusele: "Kuidas tuleb eraisiku puhul krüptovaradega tehtud tehingutelt saadud tulu deklareerida?" (autori koostatud)

Jooniselt 8 nähtub, et 36% (n=44) uuritavatest vastas küsimusele õigesti, märkides vastuseks, et iga kasumlik tehing tuleb eraldi tehinguna deklareerida 1x aastas tuludeklaratsioonis. Uuritavatest 27% (n=33) ei osanud küsimusele vastata. Uuritavatest 20% (n=24) vastas valesti kui märkis, et deklareerida tuleb ainult tulu, mis realselt pangakontole on laekunud 1x aastas tuludeklaratsioonil. Uuritavatest 13% (n=16) vastas valesti märkides, et kõik kasumlikud tehingud deklareeritakse koondsummana ja vara liigiti 1x aastas tuludeklaratsioonil. Uuritavatest 4% (n=5) vastas valesti märkides, et krüptovaraga tehinguid tehes saadud tulu ei pea üldse deklareerima. Uuringu tulemustest selgub, et uuritavate üldine teadlikkus antud küsimuse suhtes on pigem madal.

Lõputöö autor esitas ankeetküsitluses küsimuse: "Millisel juhul saab krüptovaraga tehinguid tehes eraisikule tekkida tulu". Küsimuse esitamise eesmärk oli teada saada, kas uuritavad teavad, millal krüptovaradega tehingute tegemisel võivad tekkida maksukohustused. Küsimusele oli võimalik vastata mitme erineva valikuvariandiga ning küsimusele vastamine oli ankeedis kohustuslik.



Joonis 9. Uuritavate teadlikkus küsimusele “Millisel juhul saab krüptovaraga tehinguid tehes eraisikule tekkida tulu?” (autori koostatud)

Uuringu tulemustest nähtub (vt joonis 9), et uuritavatest 44% (n=54) vastajat on märkinud, et krüptovara hinnamuudatusest, mis tekkis müües/ostes/vahetades krüptovara tavavaluuta või teise virtuaalvääringu vastu, tekib eraisikule tulu. Antud juhul tõesti tekib eraisikule tulu. Uuritavatest 56% (n=68) märkis, et saades tehtud töö eest tasu krüptorahas, tekib eraisikule tulu, mis on õige. Uuritavatest 24% (n=29) märkis, et krüptoraha eest kaupade/teenuste eest tasumisel tekib eraisikule tulu, mis on õige. Uuritavatest 71% (n=58) märkis, et krüptoraha kaevandamisest tekib eraisikule tulu, mis on õige. Uuritavatest 25% (n=30) märkis, et arvutimahu rentimisest tekib eraisikule tulu, mis on õige. Uuritavatest 6% (n=7) märkis valesti, et kinkides kellelegi teisele krüptovara tekib eraisikule tulu. Uuritavatest 7% (n=9) märkis valesti, et kandes krüptovara enda elektrooniliste rahakottide vahel tekib eraisikule tulu. Uuritavatest 24% (n=29) märkis valesti, et ostes krüptovara tavavaluuta (nt euro, USA dollar) eest, tekib eraisikule tulu. Uuritavatest 4% (n=5) märkis valesti, et annetades kellelegi teisele krüptovara, tekib eraisikul tulu. Uuringu tulemusest nähtub, et uuritavad on tea täpselt, millal tekib eraisikule krüptovaradega tehingute tegemisel tulu.

Töö autor uuris, kui suur on uuritavate teadlikkus Eestis kehtiva tulumaksumäära suhtes. Selleks esitas töö autor ankeetküsitluses küsimuse “Kui suur on Eestis tulumaksumäär?”. Küsimusele oli võimalik vastata valikuvariantidega: “15%”, “20%”, “33%” ning “Ei oska

vastata”. Küsimusele vastamine oli ankeedis kohustuslik. Uuringu tulemustest selgus, et 97% (n=118) uuritavatest vastas küsimusele õigesti, märkides vastuseks 20%. Uuritavatest 2% (n=3) ei osanud antud küsimusele vastata ning alla 1% vastanutest (n=1) vastas, et Eestis on tulumaksumäär 15%. Uuringu tulemustest selgus, et uuritavad on antud küsimuses teadlikud.

Töö autor esitas ankeetküsitluses küsimuse: “Millal on Eestis 2021. aasta tuludeklaratsiooni esitamise tähtaeg?”. Küsimusele oli võimalik vastata valikuvariantidega: “2. mai 2022”; “16. mai 2022”; “30. mai 2022” ning “Ei oska vastata”. Uuringu tulemustest nähtub, et 39% (n=47) vastasid küsimusele õigesti, märkides vastuseks 2. mai 2022. Uuritavatest 27% ei osanud antud küsimusele vastata. Uuritavatest 29% (n=35) märkis vastuseks “30. mai 2022” ning uuritavatest 6% märkis vastuseks “16. mai 2022”. Uuringu tulemustest selgus, et uuritavate teadlikkus antud küsimuse suhtes on pigem madal.

2.3 Analüüsi tulemused ja ettepanekud

Saamaks teha ettepanekuid Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide massikasutusel tekkivate maksuprobleemide lahendamiseks, viis töö autor läbi ankeetküsitluse, et selgitada välja uuritavate profiil ning maksuteadlikkus krüptovaradega tehingute tegemisel. Uuritavatest oli kõige enam vastajaid vanuseklassis 23-35. eluaastat, mis moodustas kõikidest vastajatest 60%. Kõige rohkem oli vastajate seas naisi (30%), kes kuulusid samuti vanuseklassi 23-35. eluaastat. Tulemustest saab järeldada, et naised on aktiivsemad küsitlustele vastajad, samas on naiste ja meest huvi virtuaalväeringuid puudutavate teemade suhtes peaaegu võrdne. Tulemustest saab järeldada, et 23-35. eluaastased inimesed huvituvad praegu kõige enam virtuaalväeringutest ning nende valmidus ja huvi krüptovaradesse investeerimisel on suur. Uuritavatest oli kõige vähem vastajaid üle 60. eluaastaste grupis (n=1), millest tulenevalt ei ole konkreetsete järelduste tegemine selles vanusegrupis võimalik.

Uurimuse tulemustest selgus, et uuritavate seas oli äärmiselt palju igapäevaselt sotsiaalmeedia platvorme kasutavaid vastajaid (95%). Samuti oli uuritavate seas palju krüptovarasiid omavaid vastajaid (45%). Vastajatest 55% ei omanud krüptovarasiid. Tulemustest nähtub, et meessoost vastajate seast omasid krüptovarasiid 63% ning naissoost vastanutete seast 29%. Analüüsi tulemustest võib järeldada, et soolise võrdlusena on meeste huvi krüptovarade vastu kõrgem kui naistel. Küsitluse tulemustest selgub, et

ülekaalukalt omavad uuritavad keskharidust (43%) või kõrgharidust (42%). Peamiselt on uuritavad elukutselt palgatöölised (vt joonis3). Tulemuste põhjal saab järeldada, et üldiselt on krüptovaradest huvituv inimene vanuseklassis 23-35. eluaastat, meesterahvas, keskhariduse või kõrgharidusega ning palgatööline.

Analüüsi tulemustest selgus, et 95% vastanutest kasutavad aktiivselt erinevaid sotsiaalmeedia platvorme. Analüüsi tulemused on kooskõlas käesoleva töö lk 5 toodud teooriaga, mille kohaselt on üle maailma sotsiaalmeedia kasutajate arv pidevas kasvus. Analüüsi tulemuste põhjal saab järeldada, et sotsiaalmeedia kasutajate huvi virtuaalväeringute vastu on suur (vt tabel 1). Analüüsi tulemused ühtivad teooriaga, sest kõikidest vastanutest omab krüptovarasid 45%. Selline tulemus on kooskõlas teoorias väljatoodud turu-uuringuga, millest selgub, et kaubeldavate krüptovarade arv on maailmas pidevas kasvus (vt käesolev töö lk 9). Analüüsi tulemuste põhjal saab järeldada, et inimeste üldine huvi krüptovarade vastu on suur ning juba praegu omavad paljud inimesed erinevaid krüptovarasid.

Analüüsi tulemustest selgus, et vastanute seas on palju sotsiaalmeedia kasutajaid, kes juba omavad krüptovarasid (45%). Analüüsi tulemuste põhjal võib järeldada, et kasutajate arv, kes virtuaalväeringutesse investeerivad, suureneb. Selline järeldus on kooskõlas käesoleva töö lk 11 teooriaga, mille tulemustest selgus, et sotsiaalmeedial on tugev mõju krüptorahadesse investeerimisel. Sotsiaalmeedia kasutajate huvi ja vastavate sisupostituste genereerimine platvormidele tõstab sisutarbijate huvi krüptovaradesse investeerida. Mida rohkem sotsiaalmeedia kasutajaid omavad krüptovarasid, seda rohkem mõjutavad sisutootjad investeerima krüptovaradesse ka teisi sisutarbijaid, et tõsta krüptovarade väärtust, mida sisutootjad ise omavad (vt käesolev töö lk 11).

Analüüsi tulemustest selgus, et 97% vastanutest teadis, et Eestis on kehtiv tulumaksumäär 20%. Tulemustest nähtub, et enamus vastajad ei tea, millal tuleb 2021. aasta tulud deklareerida. Ainult 39% teadis, et 2021. aasta tuludeklaratsiooni esitamise tähtaeg on 2. mai 2022. Vastanutest teadis ainult 34%, kuidas tuleb eraisiku puhul krüptovaradega tehtud tehingutelt saadud tulu deklareerida. Vastuste analüüsist ilmneb, et uuritavad ei tea konkreetselt, millisel juhul võib krüptovaradega tehinguid tehes eraisikule tulu tekkida ning millised on maksustamise erisused eraisikute ja äriühingutele. Analüüsi tulemuste põhjal võib järeldada, et nii sotsiaalmeedia kasutajate, krüptovara omanike, kui ka üldiselt Eesti inimeste maksuteadlikkus krüptovaradega tehingute tegemisel on pigem madal. Põhjus võib olla selles, et enamuste inimeste jaoks on krüptovarad uus nähtus, kuigi juba praegu

omavad paljud sotsiaalmeedia kasutajad ja noorema poolsed inimesed krüptovarasid. Analüüsi tulemustest saab järeldada, et valmidus maksukohustusi täita krüptovaradega tulu teenimisel ei ole endale teadvustatud. Selline järeldus on kooskõlas käesoleva töö lk 19 välja toodud teooriaga, mille kohaselt saavad maksumaksjad täita vabatahtlikult maksukohustusi üksnes juhul, kui nad tunnevad maksuseaduseid.

Eelnevast tulenevalt teeb lõputöö autor võimalike maksukohustuste rikkumise minimaliseerimiseks ettepanekud kaasajastada maksusüsteemi, muuta maksuseaduseid ning teha teavitustööd maksukohustuste tekkimise ja deklareerimise suhtes. Autori poolt tehtud ettepanekud toetuvad lõputöö teoreetilisele peatükile. Tulenevalt käesoleva töö lk 20 toodud teooriast on tähtis, et maksumaksjad hindaksid maksusüsteemi õiglaseks, millest tulenevalt aktsepteerivad maksumaksjad maksukohustusi ning on valmis kohustusi kandma. Maksusüsteemi väljatöötamisel on tähtis, et valitsus võtaks arvesse maailmas levivaid innovaatilisi majanduslikke trende, et lahendada ära uuendustest tingitud maksuprobleeme. Samal seisukohal on ka teadlased, kes toovad välja, et valitsus võiks otsuseid tehes ideaalis järgida globaalseid majanduslikke situatsioone ja trende (vt käesolev töö lk 19).

Teooriast tulenevalt järeldab lõputöö autor, et töötava maksusüsteemi kaasajastamisel ei ole parim meede kehtivate maksude maksumäärade tõstmine. Eesti maksusüsteemis võiks eraisikute tulumaksu määr jääda 20% juurde, samuti võiks jääda samaks sotsiaalmaksu määr, milleks on täna 33%. Maksumäärade tõstmist ei pea samuti efektiivseks meetmeks teadlased (vt käesolev töö lk 20), kes toovad välja, et maksumäärade tõstmine loob vastupidise efekti ning ärgitab maksumaksjaid kohustustest kõrvale hoidma ja säästma. Tulemuseks on majanduskasvu aeglustamine ja see tekitab kodanikes ebakindlust ning usalduse puudumist valitsuse suhtes. Maksusüsteemi kaasajastamisel ja jätkusuutlikkuse tagamisel tuleks arvesse võtta virtuaalväeringute kasutamise kasvu. Virtuaalväeringute tehingute maksustamisel tuleks eraisikute tehinguid maksustada samade reeglitega nagu äriühingute puhul. Samuti võiks eraisikutele olla õigus arvata tuludest maha kahju, mis tekkis krüptovaradesse investeerimisel. Eraisikute puhul võiks kehtestada kohustuse deklareerida üks kord aastas krüptovaradega tehtud tehingutelt teenitud tulu kõikide tehingute suhtes kokku, õigusega arvestada maha kahju ning kasu maksustatakse tulumaksuga. Antud ettepanek on kooskõlas käesoleva töö lk 24 toodud teooriaga, mille kohaselt tuleb jätkusuutliku maksusüsteemi väljatöötamisel arvesse võtta konkreetse riigi maksuprobleeme, mis vajavad lahendusi.

KOKKUVÕTE

Kaasajal on inimeste igapäevaelus suur roll erinevatel sotsiaalmeedia platvormidel, mida inimesed kasutavad üksteisega suhtlemisel, sisuloome jagamisel ja tarbimisel, isiklike esemete müümisel, uudiste tarbimisel ja vahetamisel. Interneti kasutamine areneb ajas pidevalt ning sellega koos arenevad ka interneti tehnoloogiad. Praegu on interneti generatsioon minemas Web 2.0 generatsioonilt üle Web 3.0 generatsioonile, mille suunda juhib suuresti sotsiaalmeedia. Praegu aset leidev tehniline revolutsioon on meile toonud finantsvaldkonnas kasutusele hajustehnoloogiad, krüptograafia ja virtuaalväeringud. Hetkel on üle maailma arenduses palju erinevaid Web 3.0 sotsiaalmeedia platvorme, millel on oma ökosüsteem krüptovaradega. Praegu on esimesed taolised platvormid ka turule jõudnud. Taoliste digiplatvormide massikasutusele võtu korral tekivad kasutajatele maksukohustused virtuaalväeringutega tehingute tegemisel.

Antud lõputöö uuris lähemalt sotsiaalmeedia kasutajate maksuteadlikkust krüptovaradega tehingute tegemisel, mille tulemustest saab järeldada kasutajate valmisolekut täita tekkivaid maksukohustusi Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide kasutamisel. Lõputöö tulemustest järeldub, et sotsiaalmeedia kasutajate maksuteadlikkus krüptovaradega tehingute tegemisel on pigem madalal tasemel.

Uurimisprobleemiks oli küsimus, kui teadlikud on sotsiaalmeedia tavakasutajad krüptovaradega tehingute tegemisel maksukohustuste tekkimisest.

Lõputöö eesmärk oli välja selgitada sotsiaalmeedia kasutajate teadmised Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide kasutamisel tekkivate maksukohustuste täitmiseks. Eesmärgi saavutamiseks püstitati neli uurimusülesannet.

Esimene uurimusülesanne oli anda ülevaade interneti generatsioonide ning sotsiaalmeedia arengust teadusallikate alusel. Ülevaatest selgus, et internet on käesoleval ajal Web 2.0 generatsioonist üle minemas Web 3.0 generatsioonile. Samuti selgus, et interneti tehnoloogiate arengul on väga suurt rolli mänginud erinevad sotsiaalmeedia platvormid, mis on olnud suuna näitajaks interneti tehnoloogilistel väljakutsetel. Selgus, et paljud kaasaegsed sotsiaalmeedia platvormid on välja töötamas tehnoloogiaid, et võtta oma platvormidel kasutusele virtuaalväeringud. Samuti on hetkel arenduses palju uusi taolisi Web 3.0 sotsiaalmeedia platvorme, mille toimimise aluseks on ökosüsteem krüptorahadega.

Teine uurimisülesanne oli analüüsida krüptovarade olemust ning maksukohustuste tekkimist Web 3.0 platvormide kasutamisel teadusallikate ja õigusaktide alusel. Virtuaalvääring on mõiste, mis tähistab virtuaalset või digitaalset vara, millel on mistahes virtuaalne väärtus. Krüptovara on spekulatiivse väärtusega ning selle suur probleem on volatiilsus ning kohati ka ebaturvalisus. Virtuaalvääringud põhinevad hajustechnoloogial ning krüptograafial. Eestis on krüptovara tulumaksuseaduse tähenduses vara. Erasisikutele ning äriühingutele tekivad krüptovaradega tehingute tegemisel maksukohustused ja deklareerimise kohustused erinevalt. Võib järeldada, et äriühinguna on krüptovaradesse investeerimine investoritele kasumlikum ja mugavam lahendus vältimaks maksukohustuste tekkimist ning koormavat aruandlust. Web 3.0 platvormide eraisikust kasutajatel võivad tekkida maksukohustused mitmel erineval moel olenevalt tehingute sisust. Peamine viis maksukohustuse tekkimiseks võib olla NFT-dega platvormidel kauplemine, samuti ka krüptoraha vahetamine mõne teise krüptoraha vastu ning krüptoraha müümine tavavaluuta vastu. Tehingu liike võib olla erinevaid, mis toovad Eesti maksuresidentidele kaasa maksukohustuse tekkimise taoliste platvormide kasutamisel.

Kolmas uurimisülesanne oli analüüsida sotsiaalmeedia kasutajate teadmiseid maksukohustuste tekkimise kohta krüptovaradega tehingute tegemisel. Selleks viidi läbi ankeetküsitlus sotsiaalmeedia kasutajate seas. Analüüsi tulemusena selgus, et uuritavate maksuteadlikkus krüptovaradega tehingute tegemisel oli pigem madal. Tulemustest selgus, et enamus uuritavaid kasutab aktiivselt sotsiaalmeedia platvorme ning suur osa uuritavatest omavad juba ka erinevaid krüptovarasid. Tulemustest nähtus, et uuritavad teadsid hästi, et Eesti riigis on hetkel kehtiv tulumaksumäär 20%, samas ei teadnud uuritavad täpselt, millal tekib krüptovaradega tehingute tegemisel tulu ning mis juhtudel see maksustatakse tulumaksuga. Vastavalt uuringu tulemustele on võimalik eeldada, et nii sotsiaalmeedia kasutajad, krüptovara omanikud, kui ka üldiselt Eesti inimesed ei ole krüptovaradega tehingute tegemise mitmetest aspektidest teadlikud. Põhjus võib olla selles, et enamuste inimeste jaoks on krüptovarad küllaltki uus nähtus, kuigi juba praegu omavad paljud sotsiaalmeedia kasutajad ja nooremad inimesed krüptovarasid.

Neljas uurimisülesanne oli analüüsides uuringu tulemusi teha järeldused ja ettepanekud Web 3.0 sotsiaalmeedia platvormide massikasutusel tekkivate maksuprobleemide lahendamiseks. Lõputöö autori ettepanek on, et virtuaalvääringute tehingute puhul tuleks eraisikute tehinguid maksustada samadel alustel nagu äriühingute puhul. Praegu on virtuaalvääringutesse investeerimisel eraisikud motiveeritud kasutama selleks äriühinguid,

sest eraisikutel on kohustus deklareerida iga kasumlik tehing eraldi tehinguna ning see maksustada tehingu suhtes tulumaksuga. Samuti võiks eraisikutele olla õigus arvata tuludest maha kahju, mis tekkis krüptvaradesse investeerimisel. Eraisikute puhul võiks kehtestada kohustuse deklareerida üks kord aastas krüptovaradega tehtud tehingutelt teenitud tulu kõikide tehingute suhtes kokku, õigusega arvestada maha kahju ning kasu maksustatakse tulumaksuga. Lõputöö autor on arvamusel, et krüptoraha ei peaks olema meie riigis hetkel veel käibel kui ametlik maksevahend, selleks on liialt vara võttes arvesse kogu maailma suhtumist ja hoiakuid virtuaalväeringute suhtes. Riik võiks toimida kui ettevõtte ning käia kaasas innovaatiliste trendidega, et luua konkurentsieelised teiste riikide ja maksutulude suhtes. Maksusüsteemi kujundamisel ning kohendamisel virtuaalväeringutega tuleks läheneda samm-sammult ning seda järjekorras, mis võimaldaks riigil kõige rohkem tulu teenida etapiliselt, kuid alles jääks konkurentsieelis teiste riikide ees. Lõputöö autor on arvamusel, et krüptoraha, kui tehnoloogilist leiutist, ei tohiks keelata ja selle kasutust kuidagi piirata. Krüptovara ei ole ainult krüptoraha, selle taga on tehnoloogia, mis võib meile olla abiks kaasaegses maailmas ja erinevates eluvaldkondades. Tähtis on suurendada nii kasutajate, investorite ja ettevõtete koostööd riiklikul tasemel, et vahetada teadmiseid ning kujundada ühiselt krüptovara puudutavat seadusloomet. Samuti on tähtis kaasata dialoogi erinevad erialaliidud, et oleks edasi-tagasi sidestatus valdkonna esindajate ja riigi vahel.

Teemad on võimalik edasi uurida, analüüsides, milline oleks konkreetne seadusloome ja maksusüsteem virtuaalväeringute tehingute maksustamisel eraisikutele ja äriühingutele.

SUMMARY

The purpose of the thesis was to find out the knowledge of ordinary social media users to meet the tax obligations arising from the use of Web 3.0 social media platforms.

In order to achieve this goal, the following research tasks were set: 1. to analyze the development of Internet generations and social media on the basis of scientific sources; 2. to analyze the nature of cryptographic assets and the occurrence of tax liabilities when using Web 3.0 platforms on the basis of scientific sources and legislation; 3. to analyze the knowledge of ordinary users of social media about the occurrence of tax liabilities when making transactions with cryptographic assets; 4. evaluate the theory and results of the study and make conclusions and suggestions for solving the tax problems arising from the mass use of Web 3.0 social media platforms.

The results of the thesis showed that the tax awareness of social media users when making transactions with cryptographic assets is low, and the respondents are confused about the occurrence of tax liabilities. The results show that the readiness of social media users to comply with tax obligations in the case of income earned with cryptocurrencies is low. Based on the results, the author of the thesis made proposals to solve the tax problems arising from the mass use of Web 3.0 social media platforms.

The research tasks set were fulfilled and the goal was achieved. As this thesis provides an overview of the tax awareness of social media users when dealing with cryptocurrencies, it is a useful reading for anyone who wants to understand the level of tax awareness of cryptographic assets users.

VIIDATUD ALLIKATE LOETELU

Aichner, T., Grünfelder, M., Oswin, M. & Jegeni, D., 2021. Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 24 (4) pp. 215-222.

Akhtar, T., 2022. *Prada, Adidas Launch NFT Project on Polygon*. [Võrgumaterjal]
Leitav: <https://www.coindesk.com/business/2022/01/20/prada-adidas-launch-nft-project-on-polygon/?fbclid=IwAR3h5woGTPkDfg7yLkEUsjZvLa9AswBX-DcclgpKEfzJX1DJeMxah3SIZ2g>
[Kasutatud 27.02.2022].

Albayati, H., Kim, S. K. & Rho, J. J., 2021. A Study on the Use of Cryptocurrency Wallets From a User Experience Perspective. *Human Behaviour and Emerging Technology*, pp. 720-738.

Anderson, T., 2022. *What Is the Facebook Metaverse and How Does It Impact Your Small Business?*. [Võrgumaterjal]
Leitav at: https://www.bluehost.com/blog/facebook-metaverse-business-impact/?utm_source=google&utm_medium=genericsearch&gclid=Cj0KCCQiA3-yQBhD3ARIsAHuHT655QCHKaqs3GuARxoKEg7U1sBQEtg3iHueRVsZYZaMKxE4Tpoy0IZgaAmtEEALw_wcB&gclid=aw.ds
[Kasutatud 27.02.2022].

Andrejovska, A. & Hudakova, M., 2016. Classification of EU Countries in the Context of Corporate Income Tax. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 64 (5), pp. 1699-1708.

Anser, M. K., Zaigham, G. H. K., Rasheed, M. I., Pitafi, A. H., Iqbal, J. & Luqman, A., 2019. Social Media Usage and Individuals' Intentions Toward Adopting Bitcoin: The Role of the Theory of Planned Behavior and Perceived Risk. *International Journal of Communication Systems*, 33 (6), pp. 1-16.

Arenguseire Keskus, 2021. *Tulevikukindel maksustruktuur*. [Võrgumaterjal]
Leitav: https://arenguseire.ee/wp-content/uploads/2021/11/2021_tulevikukindel-maksustruktuur_raport_veeb.pdf
[Kasutatud 5.04.2022].

Athanassiou, P. L., 2020. New Forms of Money for the Twenty-first Century and the Legacy of France's Assignat Experiment. *Informa UK Limited, trading as Taylor & Francis Group*, 14(3), pp. 176-181.

Ayter, E., 2019. Spatial Poetics, Place, Non-place and Storyworlds: Intimate Spaces for Metaverse Avatars. *Technoetic Arts: A Journal of Speculative Research*, 17, pp. 155-169.

Bejakovic, P., 2019. How to Achieve Efficiency and Equity in the Tax System? *Institute of Public Finance*, 27 (2), pp. 137-150.

Binance Academy, 2021. *What Is the Metaverse?*. [Võrgumaterjal]
Leitav: https://academy.binance.com/en/articles/what-is-the-metaverse?utm_campaign=googleleadsxacademy&utm_source=googleleads&utm_medium=cpc&gclid=CjwKCAiA866PBhAYEiwANkIneCU2e8lOU3Ojt9eqopNOBlmTq7KsgYeh66UIdOI9kK1ZpWKi7wR2QRoCERMQAvD_BwE
[Kasutatud 20.01.2022].

Brière, M., Oosterlinck, K. & Szafarz, A., 2015. Virtual Currency, Tangible Return: Portfolio Diversification with Bitcoin. *Journal of Asset Management*, 16 (6), pp. 365–373.

Carr, C. T. & Hayes, R. A., 2015. Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23 (1), pp. 1-43.

Chainalysis, 2022. *Crypto Crime Trends for 2022: Illicit Transaction Activity Reaches All-Time High in Value, All-Time Low in Share of All Cryptocurrency Activity*. [Võrgumaterjal]
Available at: <https://blog.chainalysis.com/reports/2022-crypto-crime-report-introduction/>
[Kasutatud 20 1 2022].

Choudhury, N., 2014. World Wide Web and Its Journey from Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, 5 (6), pp. 8096-8098.

Chow, A. R., 2021. *As the NFT Market Explodes Again, Artists Fend Off Old Art-World Power Structures*. [Võrgumaterjal]
Leitav: <https://time.com/6106679/nft-art-rise/>
[Kasutatud 6.04.2022].

Chu, D., 2019. Broker-dealers for Virtual Currency: Regulating Cryptocurrency Wallets and Exchanges. *Columbia Law Review*, 118, pp. 2327-2328.

Cnet, 2021. *Executive behind Facebook-backed Novi crypto wallet to leave company*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.cnet.com/personal-finance/crypto/executive-behind-facebook-backed-novi-crypto-wallet-to-leave-company/>

[Kasutatud 13.01.2022].

Coinmarketcap, 2021. *What Is Web 3.0?*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://coinmarketcap.com/alexandria/article/what-is-web-3-0>

[Kasutatud 17.01.2022].

Coinmarketcap, 2022. *Today's Cryptocurrency Prices by Market Cap*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://coinmarketcap.com/?page=91>

[Kasutatud 13.01.2022].

Daley, S., 2019. *From Stopping Fake News to Producing Movies, Blockchain in the Media Industry Is Creating Bold Possibilities*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://builtin.com/blockchain/media-social-media-entertainment-uses>

[Kasutatud 28.02.2022].

DataReportal, 2021. *Digital 2021 October Global Statshot Report*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-october-global-statshot>

[Kasutatud 17.01.2022].

Ellison, N. B. & Boyd, D., 2013. Chapter 8. Sociality through Social Network Sites. *The Oxford Handbook of Internet Studies*, pp. 151-172.

Euroopa Kohtu otsus (2015), C-264/14.

Euroopa Liidu Nõukogu, 2006. *Nõukogu Direktiiv 2006/112/EÜ*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:347:0001:0118:ET:PDF>

[Kasutatud 8.03.2022].

Exodus, 2022. *What are the different types of cryptocurrencies?*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://support.exodus.com/article/1084-what-are-the-different-types-of->

cryptocurrency

[Kasutatud 10.01.2022].

Fingas, J., 2022. *Facebook and Instagram may help you create and sell NFTs.*

[Vörgumaterjal]

Leitav: <https://techcrunch.com/2022/01/20/facebook-and-instagram-may-help-you-create-and-sell->

[nfts/?tpcc=teplusfacebook&fbclid=IwAR3hh0n7M4T_N3CkTJmaJsJGDi5TdJ3GwJzu4ySQEyK1DZ8Vol-](https://techcrunch.com/2022/01/20/facebook-and-instagram-may-help-you-create-and-sell-nfts/?tpcc=teplusfacebook&fbclid=IwAR3hh0n7M4T_N3CkTJmaJsJGDi5TdJ3GwJzu4ySQEyK1DZ8Vol-)

[KBg3qjEE&guce_referrer=aHR0cDovL20uZmFjZWJvb2suY29t&guce_referrer_sig=AQAAAKiS79K6LveIIfhjHyeTHI1D0sN33FiSsiX1BYkzKWPEJ0R01tA_opmHaDb_0Ji](https://techcrunch.com/2022/01/20/facebook-and-instagram-may-help-you-create-and-sell-nfts/?tpcc=teplusfacebook&fbclid=IwAR3hh0n7M4T_N3CkTJmaJsJGDi5TdJ3GwJzu4ySQEyK1DZ8Vol-KBg3qjEE&guce_referrer=aHR0cDovL20uZmFjZWJvb2suY29t&guce_referrer_sig=AQAAAKiS79K6LveIIfhjHyeTHI1D0sN33FiSsiX1BYkzKWPEJ0R01tA_opmHaDb_0Ji)

[qfVWgirHqkjAVEccbjLVp96O0aI4oQu6yf3FsFVMsEoKWHcl5pgcLkMYTYaSlgzu3n7](https://techcrunch.com/2022/01/20/facebook-and-instagram-may-help-you-create-and-sell-nfts/?tpcc=teplusfacebook&fbclid=IwAR3hh0n7M4T_N3CkTJmaJsJGDi5TdJ3GwJzu4ySQEyK1DZ8Vol-KBg3qjEE&guce_referrer=aHR0cDovL20uZmFjZWJvb2suY29t&guce_referrer_sig=AQAAAKiS79K6LveIIfhjHyeTHI1D0sN33FiSsiX1BYkzKWPEJ0R01tA_opmHaDb_0JiqfVWgirHqkjAVEccbjLVp96O0aI4oQu6yf3FsFVMsEoKWHcl5pgcLkMYTYaSlgzu3n7)

[9uEztRh0olAkZapHmjtdWsc-9w9a7Q3s2PoALhqs&guccounter=2](https://techcrunch.com/2022/01/20/facebook-and-instagram-may-help-you-create-and-sell-nfts/?tpcc=teplusfacebook&fbclid=IwAR3hh0n7M4T_N3CkTJmaJsJGDi5TdJ3GwJzu4ySQEyK1DZ8Vol-KBg3qjEE&guce_referrer=aHR0cDovL20uZmFjZWJvb2suY29t&guce_referrer_sig=AQAAAKiS79K6LveIIfhjHyeTHI1D0sN33FiSsiX1BYkzKWPEJ0R01tA_opmHaDb_0Ji9uEztRh0olAkZapHmjtdWsc-9w9a7Q3s2PoALhqs&guccounter=2)

[Kasutatud 27.02.2022].

Forbes, 2021. *Social Tokens: A Web 3.0 Playbook For Monetizing Yourself.*

[Vörgumaterjal]

Leitav: <https://www.forbes.com/sites/forbesfinancecouncil/2021/09/20/social-tokens-a-web-30-playbook-for-monetizing-yourself/?sh=6dba50ca2e44>

[Kasutatud 13.11.2021].

Gillis, A. S., 2019. *Web 3.0.* [Vörgumaterjal]

Available at: [https://whatis.techtarget.com/definition/Web-](https://whatis.techtarget.com/definition/Web-30#:~:text=Web%203.0%20is%20the%20third,intelligent%2C%20connected%20and%20open%20websites.)

[30#:~:text=Web%203.0%20is%20the%20third,intelligent%2C%20connected%20and%20open%20websites.](https://whatis.techtarget.com/definition/Web-30#:~:text=Web%203.0%20is%20the%20third,intelligent%2C%20connected%20and%20open%20websites.)

[Kasutatud 27 02 2022].

Glaser, F., Zimmermann, K., Haferkorn, M., Weber, M. C. & Siering, M., 2014. Bitcoin - Asset or Currency? Revealing Users' Hidden Intentions. *Twenty Second European Conference on Information Systems*, pp. 1-14.

Go Visa Free, 2022. [Vörgumaterjal]

Leitav: [https://govisafree.com/crypto-](https://govisafree.com/crypto-portugal/#:~:text=Cryptocurrency%20Is%20Tax%2DFree%20in%20Portugal,-)

[portugal/#:~:text=Cryptocurrency%20Is%20Tax%2DFree%20in%20Portugal,-Portugal%20has%20always&text=While%20it%20follows%20the%20EU,currency%2C%20not%20just%20an%20asset.](https://govisafree.com/crypto-portugal/#:~:text=Cryptocurrency%20Is%20Tax%2DFree%20in%20Portugal,-Portugal%20has%20always&text=While%20it%20follows%20the%20EU,currency%2C%20not%20just%20an%20asset.)

[Kasutatud 5.04.2022].

Hamza, S., 2020. The Effect of Tweets Made by Cryptocurrency Opinion Leaders on Bitcoin Prices. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 13.12. pp. 569-589.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P., 2007. *Uuri ja kirjuta*. Tallinn: Kirjastus Medicina.

Investopedia, 2021. *Peer-to-Peer (P2P) Service*. [Võrgumaterjal]
Leitav: <https://www.investopedia.com/terms/p/peertopeer-p2p-service.asp>
[Kasutatud 17.01.2022].

Investopedia, 2022. *10 Important Cryptocurrencies Other Than Bitcoin*. [Võrgumaterjal]
Leitav: <https://www.investopedia.com/tech/most-important-cryptocurrencies-other-than-bitcoin/>
[Kasutatud 17.01.2022].

Käibemaksuseadus, 2003. *Riigi Teataja*. [Võrgumaterjal]
[Kasutatud 6.03.2022].

Kaplan, A. M. & Haenlein, M., 2010. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizon*, 53, pp. 59-68.

Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K. & Nerur, S., 2017. Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *International Systems Frontiers*, 20 (4), pp. 531-558.

Kidron, A., 2007. *Uurija käsiraamat*. s.l.:Erko trükk.

Lange, P. d., Tom, J. & Klamma, R., 2019. Decentralized Service Registry and Discovery in P2P Networks Using Blockchain Technology. In: Bakaev, M., Frasincar, F., Ko, IY. (eds) *Web Engineering. ICWE 2019. Lecture Notes in Computer Science*, 11496. Springer, Cham, pp. 1-14.

Lestari, T. & Wicaksono, M., 2017. Effect of awareness, knowledge and attitude of taxpayers tax compliance for taxpayers in tax service office Boyolali. *International Journal of Economics Business and Accounting Research*, 1 (1), pp. 12-25.

Leyrer-Jackson, J. M. & Wilson, A. K., 2017. The Associations Between Social-Media Use and Academic Performance Among Undergraduate Students in Biology. *Journal Of Biological Education*, 52 (2), pp. 1-10.

LooP Crypto Exchange & Gateway To Terra, 2021. *The Poly Network Hack On Polygon Network – 10 August, 2021*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.loop.markets/polygon-network-hack-10-august-2021/>

[Kasutatud 22.01.2022].

Lymer, A. & Hasseldine, J, 2002. *The International Taxation System*. [Võrgumaterjal]

Leitav:

https://books.google.ee/books?id=czPrBwAAQBAJ&pg=PA19&lpg=PA19&dq=History+of+Taxation+William+D.+Samson&source=bl&ots=kQArSYYneA&sig=ACfU3U2C9wzkfl_BfiPC4QYsA6rDlMFpBA&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjwlbmbi7b3AhUPyosKHdr7DwEQ6AF6BAgYEAM#v=onepage&q=History%20of%20Taxation%20William%20D.%20Samson&f=false

[Kasutatud 06.05.2022].

Maksu- ja Tolliamet, 2021. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.emta.ee/ariklient/maksud-ja-tasumine/kaibemaks/erisatted-ja-kinnisasja-maksustamine/kruptoraha-maksustamine>

[Kasutatud 8.03.2022].

Maksu- ja Tolliamet, 2021. *Krüptovara maksustamine*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.youtube.com/watch?v=9Re-RXaNhpo&t=3351s>

[Kasutatud 6.03.2022].

Maksu- ja Tolliamet, 2021. *Platvormi kasutamisteenuse käibemaksukäsitlus*.

[Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.emta.ee/ariklient/maksud-ja-tasumine/kaibemaks/erisatted-ja-kinnisasja-maksustamine/platvormi-kasutamisteenuse-kaibemaksukäsitlus>

[Kasutatud 5.04.2022].

Maksu- ja Tolliamet, 2022. *Erisätted ja kinnisasja maksustamine*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.emta.ee/ariklient/maksud-ja-tasumine/kaibemaks/erisatted-ja-kinnisasja-maksustamine/rahakotiteenus-ja-virtuaalse-valuuta-kaevandamine#rahakotiteenus>

[Kasutatud 10.01.2022].

Maksu- ja Tolliamet, 2022. *Erisätted ja kinnisasja maksustamine*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.emta.ee/ariklient/maksud-ja-tasumine/kaibemaks/erisatted-ja->

kinnisasja-maksustamine/rahakotiteenus-ja-virtuaalse-valuuta-kaevandamine
[Kasutatud 5.04.2022].

Maksu- ja Tolliamet, 2022. *Krüptoraha*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.emta.ee/eraklient/maksud-ja-tasumine/maksustatavad-tulud/kruptoraha#kaubad>
[Kasutatud 6.03.2022].

Maksu- ja Tolliamet, 2022. *Krüptoraha*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.emta.ee/eraklient/maksud-ja-tasumine/maksustatavad-tulud/kruptoraha>
[Kasutatud 3.04.2022].

Maksu- ja Tolliamet, 2021. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.emta.ee/ariklient/maksud-ja-tasumine/kaibemaks/erisatted-ja-kinnisasja-maksustamine/kruptoraha-maksustamine>
[Kasutatud 8.03.2022].

Maksu- ja Tolliamet, 2021. *Krüptovara maksustamine*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.youtube.com/watch?v=9Re-RXaNhpo&t=3351s>
[Kasutatud 6.03.2022].

Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S. & Wang, X., 2016. *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press.

Nadini, M., Alessandretti, L., Giacino, F. D., Martino, M., Aiello, L. M. & Baronchelli, A., 2021. Mapping the NFT Revolution: Market Trends, Trade Networks, and Visual Features. *Scientific Reports*, 11 (20902), pp. 1-11.

Nartey, C., Tchao, E. T., Gadze, J. D., Yaboah-Akouwah, B., Nunoo-Mensah, H., Welte, D. & Sikora, A., 2021. Blockchain-IoT Peer Device Storage Optimization Using an Advanced Time-Variant Multi-Objective Particle Swarm Optimization Algorithm. *EURASIP Journal on Wireless Communications and Networking*, 5 (1), pp. 1-27.

Nasdaq, 2021. *Social Tokens: Get Ready for the Next Massive Crypto Trend*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.nasdaq.com/articles/social-tokens%3A-get-ready-for-the-next->

massive-crypto-trend-2021-04-29

[Kasutatud 13.01.2022].

Nashville, T., 2020. *Introducing Omni, the Next-Gen Social Platform Which Shares Its Profits With Users.* [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.prnewswire.com/news-releases/introducing-omni-the-next-gen-social-platform-which-shares-its-profits-with-users-301139430.html>

[Kasutatud 28.02.2022].

Neuman, W. L., 2011. *Social Research Methods.* 7 toim. s.l.:Pearson Education.

Omni, 2022. *Omni Whitepaper.* [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://omni.ai/omni-whitepaper.pdf>

[Kasutatud 28.02.2022].

Palmer, S. B., 2001. *The Semantic Web: An Introduction.* [Võrgumaterjal]

Leitav: <http://infomesh.net/2001/swintro/>

[Kasutatud 27.02.2022].

Popspot, 2021. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.popspot.com/> [Kasutatud 31.04.2022].

Rahapesu andmebüroo, 2020. [Võrgumaterjal]

Leitav: https://www.politsei.ee/files/Rahapesu/virtuaalvaeaeringu-teenuse-pakkujate-uuring.pdf?9fd7e5611b&fbclid=IwAR2AIFGt0f2JVuMLJ5C06wvej_5wrZcmk30NwZR-CsHrSLXRIFKjMV_6tz3s

[Kasutatud 6.04.2022].

Sauga, A., 2021. *Kõik sai alguse bitcoinist.* s.l.:Kirjastus Paradiis.

Schroeder, S., 2022. *Facebook-backed Diem sells assets after scrapping its cryptocurrency project.* [Võrgumaterjal]

Leitav: https://mashable.com/article/meta-diem-asset-sale?utm_campaign=trueanthem&utm_medium=trueanthem&utm_source=facebook&fbclid=IwAR3EX4TLbPB_UOV7Ee9S_x9O2IL7FiqnGE4Ba9H--yjLAJSwWiqdjZ67POo

[Kasutatud 27.02.2022].

Shakirullah, H., 2020. The Effect of Tweets Made by Cryptocurrency Opinion Leaders on Bitcoin Prices. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 4 (12), pp. 569-589.

Staff, C., 2022. *An Overview of the Blockchain Social Media Landscape*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.gemini.com/cryptopedia/blockchain-social-media-decentralized-social-media>

[Kasutatud 28.02.2022].

Statista, 2022. *Number of cryptocurrencies worldwide from 2013 to January 2022*.

[Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.statista.com/statistics/863917/number-crypto-coins-tokens/>

[Kasutatud 5.01.2022].

Szpytek, P. H., 2022. *Sony is Working on a 3D Scanner that will Allow Users to Put Real-World Items Into Video Games*. [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://gamerant.com/sony-3d-scanner/>

[Kasutatud 28.02.2022].

Tan, J., 2021. *Social Media on the Blockchain (SocialFi) Could Be Key to Mass Adoption*.

[Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.nasdaq.com/articles/social-media-on-the-blockchain-socialfi-could-be-key-to-mass-adoption>

[Kasutatud 28.02.2022].

Hantono, 2021. The impact tax knowledge, tax awairness, tax morale toward tax complianxe boarding house tax. *International Journal of Research*, 9, pp. 49-65.

Tulumaksuseadus, 1999. *Riigi Teataja*. [Võrgumaterjal]

[Kasutatud 17.01.2022].

Uue, K., 2020. *Virtuaalväeringutes saadud tulu ja tehtud tehingute maksustamine Eestis*. Magistritöö. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikool.

Väärtpaberituru seadus, 2001. *Riigi Teataja*. [Võrgumaterjal]

[Kasutatud 6.03.2022].

Võlaõigusseadus, 2001. *Riigi Teataja*. [Võrgumaterjal]

[Kasutatud 6.03.2022].

Vox, 2021. *When Elon Musk tweets, crypto prices move. How Elon Musk affects bitcoin prices, in one chart..* [Võrgumaterjal]

Leitav: <https://www.vox.com/recode/2021/5/18/22441831/elon-musk-bitcoin-dogecoin-crypto-prices-tesla>

[Kasutatud 20.01.2022].

Wellman, B. et al., 1996. Computer Networks as Social Networks: Collaborative Work, Telework and Virtual Community. *Prepared for Annual Review of Sociology* 22, pp. 1-28.

Õunapuu, L., 2014. *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes*. s.l.:Tartu Ülikool.

Lisa
Küsitluse ankeet

1. Sugu
 - a. Naine
 - b. Mees

2. Vanus
 - a. Alla 12
 - b. 12-16
 - c. 17-22
 - d. 23-35
 - e. 36-60
 - f. Üle 60

3. Haridustase
 - a. Algharidus
 - b. Põhiharidus
 - c. Keskhariidus
 - d. Kõrgharidus

4. Elukutse
 - a. Tõõtu
 - b. Palgatõõline
 - c. Ettevõtja
 - d. Kodune
 - e. Ei soovi avaldada

5. Kas kasutate igapäevaselt mõnda sotsiaalmeedia platvormi (Instagram, Facebook, Tiktok jne)?
 - a. Jah
 - b. Ei

6. Kas omate krüptoravarasid (nt. Bitcoin, Litecoin, Ethereum, NFT'd jne) ?
 - a. Jah
 - b. Ei

7. Kas eraisikute krüptovaraga tehtud kasumlike tehinguid maksustatakse Eestis tulumaksuga?
 - a. Jah
 - b. Ei
 - c. Ei oska vastata

8. Kas äriühingute krüptovaraga tehtud kasumlike tehinguid maksustatakse Eestis tulumaksuga?
 - a. Jah

- b. Ei
 - c. Ei oska vastata
9. Kas eraisikule on krüptoraha kaevandamisest saadud tulu füüsilise isiku ettevõtlustulu?
- a. Jah
 - b. Ei
 - c. Ei oska vastata
10. Millisel juhul saab krüptovaraga tehinguid tehes eraisikule tekkida tulu:
- a. Krüptoraha hinnamuudatusest, mis tekkis müües/ostes/vahetades krüptovara tavavaluuta või teise virtuaalvääringu vastu
 - b. Annetades kellelegi teisele krüptovara
 - c. Krüptoraha eest kaupade/teenuste eest tasumisel
 - d. Krüptoraha kaevandamisest
 - e. Ostes krüptovara tavavaluuta (nt euro, USA dollar) eest
 - f. Kandes krüptovara enda elektrooniliste rahakottide vahel
 - g. Arvuti andmemahu rentimisest
 - h. Saades tehtud töö eest tasu krüptorahas
 - i. Kinkides kellelegi teisele krüptovara
 - j. Krüptovaraga tehinguid tehes ei teki eraisikule üldse tulu
 - k. Ei oska öelda
11. Kuidas tuleb eraisiku puhul krüptovaradega tehtud tehingutelt saadud tulu deklareerida?
- a. Iga kasumlik tehing tuleb eraldi tehinguna deklareerida 1x aastas tuludeklaratsioonil
 - b. Kõik kasumlikud tehingud deklareeritakse koondsummana ja vara liigiti 1x aastas tuludeklaratsioonil
 - c. Deklareerida tuleb ainult tulu, mis reaalselt pangakontole on laekunud 1x aastas tuludeklaratsioonil
 - d. Krüptovaraga tehinguid tehes saadud tulu ei pea üldse deklareerima
12. Kui suur on Eestis tulumaksumäär?
- a. 15%
 - b. 20%
 - c. 33%
13. Millal on Eestis 2021. aasta tuludeklaratsiooni esitamise tähtaeg?
- a. 2. mai 2022
 - b. 16. mai 2022
 - c. 30. mai 2022