

Sisekaitseakadeemia
Finantskolledž

Liis Grauberg

**ETTEVÕTJATE KOGEMUSED MAKSUKÄITUMISE
HINNANGUTE E-TEENUSE KASUTAMISEL
NÜGIMISTEORIA VAATENURGAST**

Lõputöö

Juhendaja:
Indrek Saar, PhD

Kaasjuhendaja:
Janus Paurman, MA

Tallinn 2023

SISEKAITSEAKADEEMIA LÕPUTÖÖ ANNOTATSIOON

Finantskolledž	Juuni 2023
<p>Töö pealkiri eesti keeles: Ettevõtjate kogemused maksukäitumise hinnangute e-teenuse kasutamisel nügimisteooria vaatenurgast</p> <p>Töö pealkiri võõrkeeles: <i>Experiences of entrepreneurs in using the e-service of tax behavior assessments from the point of view of nudge theory</i></p> <p>Lühikokkuvõte: Lõputöö on kirjutatud eesti keeles ja sisaldab inglisekeelset resümeeid. Töö maht on 38 lehekülge ja sisaldab seitset tabelit.</p> <p>Lõputöö eesmärk on välja selgitada ettevõtjate kogemused maksukäitumise hinnangute e-teenuse kasutamisel ning teha ettepanekuid e-teenuse parendamiseks ja arendamiseks.</p> <p>Eesmärgi saavutamiseks oli püstitatud neli uurimisülesannet: analüüsida teaduskirjandust maksumaksjate käitumist läbi nügimisteooria; analüüsida teoreetiliste allikate kaudu maksumaksjate nügimise võimalusi läbi avalike teenuste; analüüsida ettevõtjate hinnanguid maksukäitumise hinnangute teenuse mõju ja rahulolu kohta; teha järeldused maksukäitumise hinnangute e-teenuse kohta ning pakkuda välja võimalused e-teenuse parendamiseks.</p> <p>Lõputöö uurimisülesannete täitmiseks ja eesmärgi saavutamiseks viidi läbi kvalitatiivne empiiriline uuring, valimina rakendati lumepalli valimit. Andmeid koguti poolstruktureeritud intervjuuga. Uuringu tulemustest lähtuvalt tehti ettepanekuid, mille tulemusena oleks maksukäitumise hinnangute e-teenuse mõju suurem maksumaksjate seadusekuulekamale käitumisele.</p>	
Võtmesõnad: maksukäitumine, maksudistsipliin, maksumoraal, nügimisteooria, digitaalne nügimine, avalikud teenused, e-teenused	
Võõrkeelsed võtmesõnad: tax behavior, tax discipline, tax morale, nudge theory, digital nudging, public services, e-services	
Säilitamise koht: Sisekaitseakadeemia raamatukogu	
<p>Töö autor: Liis Grauberg</p> <p>Olen koostanud lõputöö iseseisvalt. Kõik lõputöö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, seisukohad, kirjalikest allikatest ja mujal allikates saadud info on nõuetekohaselt viidatud. Annan Sisekaitseakadeemiale 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> <p>Allkiri: Kommentaar (soovi korral):</p>	
Vastab lõputöö nõuetele	
Juhendaja: Indrek Saar	allkirjastatud digitaalselt
Vastab lõputöö nõuetele	
Kaasjuhendaja: Janus Paurman	allkirjastatud digitaalselt
Kaitsmisele lubatud	
Kolledži direktor: Kerly Randlane	allkirjastatud digitaalselt

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. MAKSUMAKSJATE KÄITUMISE MÕJUTAMINE.....	7
1.1. Maksukäitumise mõjutegurid.....	7
1.2. Nügimine avalike teenuste kaudu	10
1.3. Avalike teenuste mõju ja areng.....	15
2. MAKSUKÄITUMISE HINNANGUTE E-TEENUS.....	20
2.1. Uurimismetoodika kirjeldus.....	20
2.2. Intervjuu tulemuste analüüs	23
2.2.1. Seadusest tulenevate kohustuste täitmine	23
2.2.2. Suhtumine avalikke teenustesse.....	29
2.3. Järeldused ja ettepanekud	35
KOKKUVÕTE.....	40
SUMMARY	42
VIIDATUD ALLIKATE LOETELU	43
Lisa 1. Poolstruktureeritud intervjuude küsimused	48
Lisa 2. Kategooriate ja koodide tabel	49

SISSEJUHATUS

Maksu – ja Tolliameti (edaspidi MTA) peamiseks ülesandeks on maksutulude kogumine. Kogutud tulud võimaldavad riigil majanduslikult toimida ning edasi areneda ja pakkuda inimestele avalikke hüvesid ja teenuseid. (Maksu – ja Tolliamet, 2022a, lk 3-5) MTA 2022.a arengukavas on välja toodud neli strateegilist suunda. Üks neist on lihtsad ja mugavad avalikud teenused, mille eesmärk on vähendada inimeste tahet maksudest kõrvale hoiduda. (Maksu – ja Tolliamet, 2022a, lk 13-15)

MTA-s on kokku 18 avalikku teenust, mis on jagatud kolme suuremasse gruppi: maksukohustuse, tollikohustuse ja aruandluskohustuse teenused (Maksu – ja Tolliamet, 2022a, lk 13). Üks neist teenustest on maksukäitumise hinnangute e-teenus, mis on loodud, et abistada ettevõtjaid maksuasjade korrashoidmisel. Teenuse osutamise raames antakse igale ettevõttele maksukuulekuse ja maksuasjade korrasoleku hinnang. Igat näitajat hinnatakse arvskaalal 1-3 ja värvide skaalal punane, kollane, roheline. Automaatselt on hinnangud nähtavad ettevõtte seaduslikule esindajale nagu juhatuse liikmed. Alates 2021.a augustist on võimalik ettevõtetel läbi maksukäitumise hinnangute teenuse jagada oma hinnanguid teistega. (Maksu - ja Tolliamet, 2022c) Sellest tulenevalt on lõputöö teema aktuaalne.

Lõputöö teema on uudne, kuna varasemalt ei ole uuritud maksukäitumise hinnangute e-teenust läbi ettevõtjate kogemuse ja arvamuse. Lisaks uuritakse ka töö käigus teenuse mõju maksumaksjate maksukäitumisele. Varasemalt on uuritud maksumaksjate maksukuulekuse mõjutamist läbi eeltäidetud deklaratsioonide. Kui maksuhaldur lisab maksuvormile konkreetse kande, nagu töötulu või maksustatavad kulud, on see tõhus maksumaksjate mõjutamine. Sedasi tehakse maksumaksjate töö lihtsamaks, neil puudub vajadus ise midagi teha ning see on nende jaoks mugav. Taolised teenused, mis lihtsustavad maksumaksjate tulude deklareerimist, tehes seda automaatselt on näidanud uuringutes positiivseid tulemusi suurema maksutulu laekumise osas. Sarnane uuring viidi läbi Ameerika Ühendriikides. Uuringu käigus sooviti teada, kas eeltäidetud deklaratsioonid tõstavad maksumaksjate maksukuulekust. (Fonseca & Grimshaw, 2017) Lisaks on veel uuritud, kuidas nügida inimesi maksma riikliku kasutusmaksu Nebraska osariigi näitel. Uuringus saadeti nügimiskiri tuhandele inimesele, et hinnata nügimiskirjade mõju maksumaksjate maksukäitumisele. (Anderson, 2017)

Riik ei toimiks ilma maksude tasumiseta, sellepärast on seatud inimestele ja tegutsevatele ettevõtetele mitmeid kohustusi, mille täitmist ka oodatakse tulenevalt seadustest ka oodatakse. Teatavasti pürgib Eesti riik kõrgeima maksukuulekusega riigi poole ning seetõttu üritatakse läbi avalikke teenuste teha maksude tasumine lihtsaks ja mugavaks, et see eesmärk ka saavutada. Tänapäevane arenenud tehnoloogia võimaldab pakkuda maksumaksjatele kasutajasõbralikke teenuseid, mis teevad maksudest hoidumise raskemaks, kuna kõik on automatiseeritud. (Maksu – ja Tolliamet, 2022a, lk 5) Tänu mitmetele läbi viidud uuringutele, on hakatud paremini mõistma maksukäitumist mõjutavaid tegureid ning nende rakendamist, et tõsta vabatahtlikku maksude tasumist (OECD, 2010, pp. 6-7).

Eelnevast tulenevalt püstitasin lõputöö uurimisprobleemina järgmise küsimuse: kuidas on maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenus ettevõtjate maksukäitumist mõjutanud?

Uurimisprobleemi lahendamiseks püstitasin järgmised uurimisküsimused:

1. Kuidas on maksukäitumise hinnangute e-teenuse mõjutanud ettevõtjate käitumist seadusest tulenevate kohustuste täitmisel?
2. Kuidas on mõjutanud maksukäitumise hinnangute e-teenus ettevõtjate suhtumist maksude tasumisse?
3. Kuidas on hinnangud mõjutanud ettevõtjate suhtumist avalikesse teenustesse?

Lõputöö eesmärk on välja selgitada ettevõtjate kogemused maksukäitumise hinnangute e-teenuse kasutamisel ning teha ettepanekuid e-teenuse parendamiseks ja arendamiseks.

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgmised uurimisülesanded:

1. Analüüsida teaduskirjandust maksumaksjate käitumisest läbi nügimisteooria.
2. Analüüsida teoreetiliste allikate kaudu maksumaksjate nügimise võimalusi läbi avalike teenuste.
3. Analüüsida ettevõtjate hinnanguid maksukäitumise hinnangute teenuse mõju ja rahulolu kohta.

4. Teha järeldused maksukäitumise hinnangute e-teenuse kohta ning pakkuda välja võimalused e-teenuse parendamiseks.

Lõputöö eesmärgi täitmiseks viib töö autor läbi kvalitatiivse empiirilise uuringu (Laherand, 2008, lk 24), mis võimaldab kirjeldada läbi ettevõtjate kogemuse avalike teenuste mõju ja kvaliteeti ning annab võimaluse paremini mõista ettevõtjate ootuseid avalikke teenuste osas. Lisaks võimaldab kvalitatiivse uuringu kasutamine analüüsida ettevõtjate kasutaja kogemuse põhjal maksukäitumise hinnangute e-teenust.

Kvalitatiivse andmekogumise meetodina kasutatakse poolstruktureeritud intervjuud (Õunapuu, 2014, p. 170). Intervjuu on kvalitatiivses uurimistöös üks kõige rohkem kasutatud andmekogumismeetodeid. Selle põhjuseks võib olla see, et intervjuud võimaldavad paremini inimest vahetult mõista ning inimese mõttest paremini aru saada kui küsimustikud. Intervjuud on paindlikumad ning on võimalik reguleerida andmekogumist vastavalt olukorrale ja vastajale. (Creswell, 2013, pp. 172 -173) Andmeanalüüsimeetodina rakendatakse kvalitatiivset sisuanalüüsi. Valim on mittetöenäosuslik lumepallivalim ehk läbi esmaste intervjueeritavate kaasati uuringusse järgnevad inimesed (Creswell, 2012, p. 158). Lõputöö valimi moodustavad ettevõtjad ja raamatupidajad, kes kasutavad maksukäitumise hinnangute e-teenust.

Lõputöö koosneb kahest peatükist ja alapeatükkidest. Esimeses peatükis analüüsitakse, millised on teoreetilised probleemid maksude mittetasumise osas. Antakse ka ülevaade maksukäitumise mõjuteguritest, maksumaksjate nügimisest ja nügimisest avalike teenustega. Selleks analüüsitakse erialast teaduskirjandust ning uuringuid, et välja selgitada avalikke teenuste mõju maksumaksjate maksukäitumisele.

Teises peatükis tuuakse välja maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse mõju ettevõtjate maksukäitumisele ning üldine rahulolu teenusega, kasutades poolstruktureeritud intervjuusid ettevõtjatega, kes seda kasutavad. Poolstruktureeritud intervjuude kaudu analüüsitakse maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse kohta läbi ettevõtjate kogemuse. Sünteesides kogu tööd, tehakse järeldused ja ettepanekud maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse parendamiseks, et selle mõju maksumaksjate maksukäitumisele oleks suurem.

1. MAKSUMAKSJATE KÄITUMISE MÕJUTAMINE

1.1. Maksukäitumise mõjutegurid

Maksudel on väga tähtis roll ühiskonnas ning sellepärast on maksumaksjate käitumist uuritud väga põhjalikult. Maksukäitumine näitab maksumaksja maksudesse suhtumist ehk maksude maksmisega seotud otsuste tegemist. (OECD, 2010 pp. 39-40) Maksutulude kogumisel on oluline võtta arvesse maksumaksjatele pakutavaid hüvesid. Maksumaksjatele peavad olema vastu saadavad hüved piisavad, et maksude maksmine poleks inimeste jaoks ainult seadusega määratud kohustus. (Eaton, 2008, pp. 748-750)

Maksudest kõrvalehoidumine on maksukuulekuse kõrval üks uuritumaid tegevusi. Selleks, et vähendada maksudest kõrvale hoidumist, on olulisel kohal audiitorite töö ning selle raames hea suhtlus maksumaksjatega. Oluline on ka, kuidas pöörduakse maksumaksjate poole, näiteks massteavituste edastamisel. Kuna massteavituskiri on mõeldud mitmete sadade maksumaksjate mõjutamiseks, siis on oluline, et see oleks piisavalt neutraalne, et ei tekitaks osades näiteks vastumeelsust, vaid toimiks kõigi suhtes samamoodi. Maksumaksjate maksukuulekuse tõstmine ning maksukäitumise mõjutamine toimib kõige paremini, kui maksuhaldurid teevad koostööd ka teiste organisatsioonidega, kes mõjutavad maksumaksjate arusaama maksude tasumise tähtsusest. Seetõttu on olulisel kohal avalike organisatsioonide ja teenuste hea koostöö. (OECD, 2010, pp. 39-40)

Maksupettused ja maksudest kõrvale hoidumine tekitab riigi majandusele väga suurt kahju. Lisaks seab see ebaõiglase olukorda seadusekuulekad inimesed, kes saavad aru maksude tasumise vajadusest ja kohustusest. Selleks, et suurendada maksude laekumist ehk tõsta maksukuulekust ning inimeste maksumoraali, peab võtma kasutusele meetmed, mis ka viivad selle tulemuseni. Hetkel võib pidada maksupettuste ja maksudest kõrvale hoidumise põhjuseks liiga leebeid karistusi, mida tuleks karmistada, et maksumaksjad hakkaksid kaaluma, kas võetud risk on seda väärt. Muidugi karistused varieeruvad ja olenevad ka maksukahju suurusest. Maksumaksjaid tuleks ka rohkem informeerida ning erinevate avalike organisatsioonide asutused ja ka teenused

peaksid andma rohkem teavet maksudest kõrvale hoidumisega kaasnevatest riskidest. Seeläbi on võimalik mõjutada maksumaksjate maksukäitumist. (Rodriguez & Gabriela, 2022, pp. 70 – 72)

Maksukäitumise uuringutes on välja tulnud väga palju erinevaid harusid, üks nendest on maksumaksjate maksudistsipliin (Cristofferson, 2009). „Maksudistsipliin koondab endas kahte vastandlikku distsipliini – moraalidistsipliin ja finantsdistsipliin. Psühholoogid käsitlevad distsipliini ja valikute tegemist sagedasti vaatenurgast, kus isiklik kasu vastandub moraalsele käitumisele” (Christofferson, 2009 tsit Viin, 2015, lk 11). Moraalidistsipliini saab defineerida kui moraalistandarditel põhinevat enesedistsipliini. Moraalidistsipliin on indiviidi järjekindel harjumus teha õige valik, sellepärast et see on õige, isegi kui seda on raske teha (Lillemets, 2010, pp. 234-236). Finantsdistsipliini saab defineerida kui materialistlikest väärtustest koosnevat käitumisnormi, kus on oluline hoiduda impulsiivsest käitumisest. Hea finantsdistsipliin tähendab seda, et inimene hoiab kulud väiksena ning selle võrra on järele jäänud igapäevakulutuste järele jäänud summa suurem. (Stanciu, 2013, p. 264)

Majanduspoliitika kriitiline aspekt on see, kuidas riigid saavad parandada oma tulude kogumist ja motiveerida kodanikke oma makse tasuma. See on huvipakkuv nii teadlastele kui ka poliitikakujundajatele, et uurida, kuidas kultuur kujundab maksumaksjate kohustuste täitmist või maksude tasumise vältimist. Maksumoraal sõltub palju välistest teguritest nagu ühiskond, poliitilised vaated, kodaniku huvid ning isiku sissetulekud. Välistest tegurid, nagu ühiskond ja poliitilised vaated, on mõjutatavad ning sõltuvad ümbritsevast keskkonnast. Inimese enda huvi ja sissetulek on aga individuaalne aspekt ning otsused võetakse vastu enda seisukohast lähtuvalt. Maksumaksjatel on ka, lähtuvalt ühiskonnast ja keskkonnast, oma seisukoht tuluasutuste vastu. Sellepärast on tähtsal kohal on ka tuluasutuste väline kuvand, see kujundab maksumaksjate maksukäitumise ja maksumoraali. Audiitorite suhtlus maksumaksjatega omab väga tähtsat rolli inimeste maksumoraali kujundamises ning maksukäitumise mõjutamises. (Fonseca-Corona, 2023. pp. 3-11)

„Inimeste käitumist on palju uuritud käitumisökonomika valdkonnas, mis kasutab teooriate väljatöötamiseks psühholoogilisi eksperimente inimeste otsuste tegemisel ja on tuvastanud hulga inimeste käitumisest tulenevaid eelarvamusi mõelda ja tunda” (Samson, 2014, p. 9). „The

Behavioral Economics Guide 2014” püüab muuta seda, kuidas kirjeldatakse inimeste käitumist nende arusaamade ja väljendatud eelistuste järgi. Raamatus on selgitatud, et inimeste otsuste tegemist mõjutavad ebapiisavad teadmised, ebakindlus ja saadav tagasiside olenevalt kontekstist, mille osas otsus tehakse. Enamik inimeste tehtud valikuid on kiired ning läbimõtlemata. Inimesed on väga kergesti mõjutavad ning harjumustes kinni, tehes valikuid, mis tunduvad neile turvalised, lihtsad ning automaatsed. (Samson, 2014, pp. 9-10)

Maksumaksja käitumine tuleneb tema isiklikest normidest ja sellega seotud kogemustest. Maksuhalduri tegevus ning suhtlus maksmaksjaga tuleneb ühiskonna sotsiaalsest ja majanduslikust keskkonnast. (Stanislavovna, *et al.*, 2017, p. 1073) Ümbruskonna muutumine võib muuta nii käitumist kui ka norme ning nendest tulenevalt kogemusi. Seega, kui avalikud asutused saavad rohkem teadmisi nõuetele vastava käitumise kohta ning muudavad seeläbi oma käitumist ja tegevust, siis selle tulemusena on tõenäosus, et muutub inimeste käitumine. (OECD, 2010, p. 10)

Maksuhaldur võib otseselt või kaudselt mõjutada maksumaksja käitumist. Kas otseste sekkumiste kaudu, mis on suunatud konkreetsetele maksumaksjate rühmadele või kaudselt, muutes keskkonda, kus maksumaksja tegutseb. (Stanislavovna, *et al.*, 2017, p. 1075) Veel on maksuhalduril võimalik mõjutada maksumaksjaid, omades häid suhteid kolmandate osapooltega nagu teised avalikud asutused. Selline mõjutamine annab maksumaksjale tunde, et kogu riigi avalik sektor on ühtne meeskond, kes tegutseb ühtsete eesmärkide nimel. Seega tundub maksumaksjale, et õigesti käitumine on ainuõige, kuna ebaseaduslik käitumine või maksudest kõrvale hoidumine oleks riskantsem. (OECD, 2010, p. 10) Siiski on keeruline öelda, et just see üks mõjutamisvahend on kõige parem ja edukam, kuna iga inimene on erinev. Seetõttu sõltuvad edukad käitumise mõjutamise strateegiad maksumaksjate konkreetsetest asjaoludest. (Mitu, 2016, pp. 80-81)

Inimestel on igapäevaelus palju kohustusi. Vahel aga tundub kohustus tüütu ning seda lükatakse edasi või ei täideta üldse. Samamoodi on maksukohustustega. Need on kohustused, mis osade inimeste jaoks on loomulikud aga osad maksumaksjad näevad neid kui tühist kohustust, mis neid ei puuduta. Maksumaksjad on valmis võtma suuri riske, et optimeerida maksude tasumist. Pannes

kaalule oma ettevõtte, elutöö ja võimalik, et ainukese sissetuleku allika. Alati on ka võimalik, et maksumaksjal on rahaliselt raske ning tal polegi võimalust ega vahendeid makse tasuda, sel juhul aga tuleks võtta ühendust maksuasutusega mitte proovida maksude tasumisest kõrvale hoiduda. (OECD, 2010, p. 10)

Parem maksuteadlikkus tõstaks maksude laekumist, kuna maksumaksjad mõistaksid paremini, mille jaoks nad makse maksavad ning, mis on nende vastu saadav hüve. Kuna vastu saadav hüve ei puuduta otseselt maksumaksjat ennast, vaid on vajalik ühiskonna arendamiseks ja hoidmiseks, siis on oluline inimeste maksuteadlikkuse parandamine. See mõjutab maksumaksjate suhtumist maksude tasumisse ning maksumaksjad mõistavad paremini vastu saadavat hüve. (Vogel, 1974, pp. 512-513)

Kokkuvõtvalt võib öelda, et maksumaksjate maksukäitumist on võimalik mõjutada erinevate lähenemiste ja viisidega. Näiteks kõige lihtsam mõjutamisvahend on maksuhalduri hea suhtlus maksumaksjaga, mis mõjutab maksumaksjate üldist suhtumist maksude tasumisse ja kogu organisatsiooni. Inimeste hoiakud ja suhtumine avalikesse organisatsioonides on erinev, aga tänu maksuhalduri uutele lähenemistele, on see kindlasti paranenud. Maksuhalduri töö ja eesmärk on ikka samad, aga muutunud on eesmärkide saavutamiseks tehtavad tegevused. Teistes riikides on samuti muudetud inimestega suhtlust ja nii öelda pehmentatud seda, mis on toonud kaasa parema töötulemuste saavutamise ja suurema klientide rahulolu. Riigiasutustel on väga tähtis, milline on nende väline kuvand. See aitab samuti saavutada paremini ja kiiremini soovitud tulemusi ning tõsta maksukuulekust ja ettevõtjate huvi, hoida oma maksuasjad korras. Kui ettevõtjad saavad vastu inimliku käitumise jääb neile sisse hea emotsioon ning nad mõistavad, et maksuhaldur täidab lihtsalt oma tööülesandeid ning teeb seda ka maksumaksjate hüvanguks.

1.2. Nüginine avalike teenuste kaudu

Igapäevaelus võidakse meid tõugata otsuse tegemise poole, olenemata sellest, kas me teame seda või mitte (Thaler & Sunstein, 2008, p. 4). Nüginisteooria kohaselt rühmade või üksikisikute käitumist ja otsustusprotsessi saab mõjutada, kui teave ja valikud on kujundatud ja esitatud erinevalt. Varasem lähenemine käitumisökonomikas eeldas, et inimene on otsuste tegemisel

täiesti ratsionaalne. Raamatus „Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness” väidetakse, et inimesed suunatakse parimate valikute poole läbi leebete, vabatahtlike ning kuluefektiivsete viiside, mida nügimine pakkuda aitab. (Cai, 2020, p. 3350)

Nügimise eesmärk on suunata inimesed tegema õiget valikut ning saavutada see nii, et inimene tunneb, et see valik on talle just kõige parem. Nügimisteooria hõlmab vaikimisi valikuid, millega proovitakse inimesi mõjutada ning suunata õige valiku tegemisele. Näiteks võib koolikohvik, mis soovib aidata õpilastel tervislikumaid toite tarbida ja rämpstoitu vältida, paigutada rämpstoidu kõrgematele, raskesti ligipääsetavatele riiulitele, asetades tervislikumad valikud silmade kõrgusele ja käeulatuses olevatele riiulitele. Nügimisstrateegia ei sunni õpilasi konkreetset tegevussuunda tegema, vaid mõjutab käitumist, muutes seda, kuidas keskkonnas valikuid esitatakse. Kohviku puhul sõltub nügimisstrateegia inimeste instinktiivsest kalduvusest pöörata tähelepanu sellele, mis on käepärast. (Shirley & Brian, 2016, pp. 70-72)

Maksumaksjate maksukäitumist on võimalik mõjutada ka nügimiskirjadega (Gillitzer & Sinning, 2018, p. 2). Maksuhaldurid kasutavad erinevaid e-kirju või kirjasid, et suunata inimesed käituma korrektselt ja õiguskuulekalt. Näiteks saadetakse meeldetuletuskirju, kui inimesel on tähtjaks midagi tasumata ning on tekkinud maksuvõlg. Meeldetuletuse eesmärk on maksumaksjale meelde tuletada, et tal on täitmata kohustus ning tänu saadetud meeldetuletusele, kõrvaldab maksumaksja oma puuduse. Maksumaksjaid saaks mõjutada ka varajaste meeldetuletustega, kui maksetähtaeg on alles saabumas. See vähendaks maksumaksjate hilinemist maksete tegemisel ning vähendaks maksuvõlgade tekkimist. Seega on meeldetuletuskirjad hea vahend maksumaksjate nügimiseks, et nad hoiaks oma maksuasjad korras. (Gillitzer & Sinning, 2018, p. 21)

Samas saab tuua siia paralleeli, et näiteks trahv, maksud ja karistused ei ole inimeste nügimised, kuigi samuti mõjutavad inimeste käitumist. Nügimise peamine eesmärk on säilitada valikuvabadus. Kui sekkumine paneb valijatele märkimisväärsed materiaalseid kulusid isegi siis, kui see võib olla õigustatud, ei ole see nügimine, sest see pole inimese jaoks vabatahtlik ja tema enda soov pole seda teha. (Sunstein, 2014, p. 417)

Inimeste käitumise muutmiseks on oluline mõista, mis seda käitumist ajendab. Üks laialdasemalt kasutatavaid ja aktsepteeritud käitumise selgitamise mudeleid on planeeritud käitumise teooria, mis üritab näha ette inimeste hoiakuid, subjektiivset normi ja tajutud käitumiskontrolli. Euroopa transpordi uurimistöös prooviti nügida inimesi kasutama ühistransporti auto asemel. Selle uuringu eesmärk oli nügida inimesi, kes käivad esmaspäevast reedeni kontoris tööl, kasutama ühistransporti ning ostma kuupiletit. Esmalt uuriti, kas planeeritud käitumise teooria suudab tõugata inimesi ostma ühistranspordi kuupiletit. Teiseks testiti vaikimisi nügimist ja sotsiaalset nügimist, et teha kindlaks nende tõhusus. Vaikimisi nügimine on inimeste mõjutamine alateadlikult ning sotsiaalne nügimine on inimese mõjutamine sotsiaalsete normidega ja ümbritseva keskkonnaga. Uuringu tulemusi analüüsisid, tuli välja, et planeeritud käitumisteooria ei mõjutanud otseselt reisijate valikuid. Kokkuvõttes tuuakse ka välja, et transpordi osas on nügimine raskem, kuna inimesed on harjunud kasutama juba omale sobivat transpordivahendit, mis on mugav ning oluline on ka, et transpordikulu jääb ikka alles. Seega, kui inimesi nügides pole nügimiselt saadav heaolu piisav inimeste jaoks, ei ole nügimine efektiivne. (Hauslbauer, *et al.*, 2022, p. 5-10)

Nügimisteooriat saab kasutada erinevates valdkondades. Tähtis on aga see, et see jääks nügimiseks ehk annaks inimesele ikkagi valikuvabaduse teha oma otsus ise ning see ei oleks liigselt peale surutud. Nügimist kasutatakse ka maksumoraali loomisel. „Nudging for Tax Compliance: A Meta - Analysis” raamatus on uuritud maksumoraaliga seotud nügimisi (Antinyan & Asatryan, 2020, pp. 2-3). Raamatus võeti kokku 45 erinevat sekkumist ning hinnati nügimise mõju. Mainiti ka, et inimeste maksumoraali on keeruline muuta ning üleüldse maksude tasumist on raske nügida, kuna maksud on inimeste jaoks rahaline kohustus. Seetõttu on raske nügida maksumaksjaid tegema vabatahtlik valik tasuda makse. Kuigi maksude tasumisel annab riik vastu hüvesid, ei ole see siiski iga maksumaksja jaoks piisav. Uuringus toodi välja, et nügimised, mis ähvardavad maksumaksjaid kontrolli sattumisega ja samuti meeldetuletuskirjad võivad olla küll tõhusad, aga nende mõju on lühiajaline. Veel on välja toodud, et vaid vähesed testivad, kas nügimised toimivad ka pikemas perspektiivis ja milline on mõju sellise juhul, kui nügimisi korduvalt rakendatakse (Antinyan & Asatryan, 2020, pp. 30-31)

Avalikes teenustes, nagu e-teenused kasutatakse ka nügimise teooriat. Riigi üldine suund avalike teenuste osas on luua erinevaid e-teenuseid, et lihtsustada kasutajate elu. Siiski on oluline ka mitte ära kaotada võimalust teenuste osutamiseks kohapeal ehk kontoris või büroos, sest on inimesi, kes eelistavad e-teenuste kasutamisele, käia kohapeal või helistada. (Riigikantselei, 2014, lk 2) Eesti on seadnud eesmärgiks avalike teenuste arendamisel, osutada loodud teenuseid võimalikult väikese halduskoormusega ja teha seda võimalikult väikese ajakuluga. Arendades avalikke e-teenuseid on oluline hea teenuse kvaliteet ning selle pidev arendamine. Lisaks on ka olulisel kohal e-teenust osutava asutuse mõju ja tõhusus. (Balti Uuringute Instituut ja Poliitikauuringute Keskus Praxis, 2013, lk 12) Kasutades nügimisteooriat, mis annab inimestele valikuvabaduse, samas aga nügides neid tegema valikuid, mis täidaksid avalike teenuste eesmärki. Näiteks võib tuua eeltäidetud deklaratsioonid, mis on maksumaksjate jaoks väga mugavad ning inimesed ei näe vajadust sealseid andmeid muuta valeks. (Fronseca & Grimshaw, 2017, p. 214)

Maris Vainre, Laura Aaben ja teised uurisid läbi nügimise Eesti ehitussektori maksukuulekust palgamaksude osas. Palga maksmisel tasutavad maksud ja sissemaksed maksab tööandja või peetakse kinni tööandja nimel. Uuringu raames tehti 16 süvaintervjuud. (Vainre, *et al.*, 2020, p. 2) Lisaks saadeti ka teatud gruppidele nügimiskirjad, et hinnata nende mõju. Intervjuudest koorus välja neli peamist teemat:

- Esimene teema oli, et mittemaksmine tasub end ära. Tööandjad iseloomustasid maksukuulekust tasuvusanalüüsi kaudu. Konkurentsiturul ellujäämiseks, eelkõige alltöövõtulepingute puhul, tundsid tööandjad, et nad on sunnitud seda tegema eriti selliste projektide puhul, mille kasumimarginaalid on väikesed või puuduvad. Tööandjad selgitasid, et maksudest kõrvale hoidumine on meetod raha säästmiseks, kuigi on oht, et jäetakse vahele, aga seda ohtu hinnati minimaalseks.
- Teisena toodi välja, et mittemaksmine on norm. Uuringus leiti, et alltöövõtjad pidasid normiks deklareerimata töötasu. Alltöövõtjad selgitasid, et ei tea ühtegi firmat, kus kogu palk makstakse ametlikult. Paar vastajat arvas ka, et varimajandus on languses.
- Kolmandana toodi välja ebaõiglane valitsus. Mitu intervjuueeritavat leidis, et valitsus kontrollib liigselt ettevõtjaid, lubades samal ajal poliitikutel kulutada irratsionaalselt. Teistel oli kas negatiivne kogemus valitsusasutusega või ei arvanud, et saavad piisavalt

avalikke teenuseid (nt pikad tervishoiuteenuste ootejärjekorrad). See tekitas vastajates ebaõigluse tunde, nähti maksude maksmist kui raha jagamist. Vainre, *et al.*, 2020, p. 3)

Saadetud e-kirjade eesmärk oli nügida ehitussektori tööandjaid ja alltöövõtjaid deklareerima töötasusid. E-kirjad saadeti juhatusele, tervitades neid täisnimedega ja kasutades e-kirja sisu ettevõtte nime. Kirja sisu oli, et ausa konkurentsi tagamine on MTA prioriteet ning, et üldine saamata jäänud tulu mõjutab avalikke teenuste heaolu, näiteks arstiabi. (Vainre, *et al.*, 2020, p. 4)

Uuringus tuli välja, et nügimiskirjad suurendasid palgafondi suurust tööandjate poolt deklareeritud palgamaksu summat, võrreldes olukorraga, kus maksuhaldurilt teadet ei saadud. Deklaratsioone parandati täiskohaga töötaja kohta keskmiselt 5,1–6,1% ehk suurenes maksutulude laekumine võrreldes nende ettevõtetega, kes kirja ei saanud. Seega võib järeldada, et nügimiskirjad tõstavad palgafondi suurust ning suunavad tööandjaid õiguskuulekamale teele, sõltumata nende seisukohtadest. (Vainre, *et al.*, 2020, p. 8)

Nügimisteoorias on ka eraldi välja toodud suund „digital nudging” ehk digitaalne nügimine, mille eesmärk on suunata kasutaja käitumist digitaalses keskkonnas, piiramata seejuures inimese valikuvabadust. Digitaalsed nügimised võivad paljudel nügimiste arendamise protsessis aidata, näiteks tuvastades, kus nügimist kõige rohkem vaja on või veebisaidi kogemuse isikupärastamise kaudu. (Gregor & Lee-Archer, 2016, p. 69) Digitaalse nügimisega aga kaasnevad avalikus sektoris andmete töötlemise ja privaatsusprobleemid. Lisaks ei tohi ära unustada digitaalse nügimisega, et inimestele tuleb siiski jätta valikuvabadus ning inimesed ei tohiks tunda ennast lõksus. (Gregor & Lee-Archer, 2016, pp. 18 -19)

Kokkuvõtvalt saab öelda, et erinevatest mõjuvahenditest, millega proovitakse mõjutada maksumaksjate käitumist, on nügimine kõige parem valik. Nügimine annab vabaduse valikute tegemisel ega sunni maksumaksjaid vastumeelselt olema seadusekuulekad. Nagu ka kahes uuringus, mida töö autor analüüsis, tuli välja, et inimesi saab nügida igas olukorras, aga alati ei täida see eesmärki, kuna ei ole inimeste jaoks piisavalt mugav või ei tundu, et nende heaolu paraneks kuidagi selle tulemusena. Siiski on uuringutes välja tulnud, et maksumaksjate nügimine läbi teenuste ja nügimiskirjade on saavutanud positiivseid tulemusi ning tõstnud maksukuulekust.

1.3. Avalike teenuste mõju ja areng

E-teenuste kasutamise aktiivsus Eesti elanike seas ning rahulolu teenustega võib sõltuda paljudest erinevatest asjaoludest. Näiteks on olulisel kohal, mis teenusega on tegemist, kas see on isiku jaoks vajalik, nagu Maksu- ja Tolliameti e-keskkond, kus saab esitada tuludeklaratsiooni, mis on paljude inimeste jaoks palju mugavam lahendus, kui minna kohaliku teenindusbüroosse kohapeale. (Balti Uuringute Instituut ja Poliitikauuringute Keskus Praxis, 2013, lk 15) Kindlasti mängib rolli ka isiku asukoht, kas e-teenuse kasutaja asub linnas või maapiirkonnas. Asukoht võib tegelikult mõjutada maksumaksjate käitumist kahtepidi. Linnas elades on vahemaad väiksemad ning inimese jaoks võib tunduda lihtsam minna büroosse kohapeale, kui hakata ise e-teenust kasutama. Samas on linnas elavatel inimestel tihti kiirem elutempo ehk ajaliselt kuluks vähem aega, kui kasutada e-teenust. Maapiirkonnas elades on vahemaad suuremad ning sõita linna ainult sellepärast, et mingi paber täita, mida saaks ka teha e-keskkonnas, tundub ebaotstarbekas. (Inkinen, *et al.*, 2018, pp. 962-963) E-teenuse aktiivse kasutamise puhul mängib ka rolli kasutaja vanus. Vanemad inimesed on harjunud käima pigem kohapeal, samuti ei oska nad eriti hästi kasutada arvutit, mis teeb keeruliseks e-teenuse kasutamise. (Lissitsa & Chachashvili-Bolotin, 2021, pp. 936-937) Nooremad vastupidiselt on harjunud kõike tegema elektrooniliselt ning eelistavad pigem kasutada e-teenuseid. Seetõttu on raske hinnata e-teenuse kasutajate rahulolu ning aktiivsust, kuna rolli mängivad erinevad faktorid. (Balti Uuringute Instituut ja Poliitikauuringute Keskus Praxis, 2013, lk 15)

Eesti avaliku sektori e-teenuste kasutajate uuringus, mille viis läbi Balti Uuringute Instituut ja Poliitikauuringute Keskus Praxis 2011. aastal, leiti, et kõige sagedamini kasutatakse e-teenustest Maksu- ja Tolliameti e-keskkonda (64,7%), digiresepti (49,3%), avalike teenuste eest maksmise võimalust ja riigilõivu tasumist internetipanga kaudu (46,9%) ning külastati veebilehte www.eesti.ee (43,2%). (Balti Uuringute Instituut ja Poliitikauuringute Keskus Praxis, 2013, lk 16)

Peale geograafiliste näitajate, erinevad kasutamise mustrid e-teenuste osas ka erinevate ettevõtte valdkondade puhul. Balti Uuringute Instituut ja Poliitikauuringute Keskus Praxis uuringus tuli välja, et kõige rohkem on avalike teenuseid kasutanud, näiteks täitnud deklaratsioone, kasutanud e-teenust ning suhelnud teenusepakkujaga, finantssektor ning energia- ja veevarustusettevõtete sektor. Kõige vähem olid avalike e-teenuseid kasutanud meelelahutus ja vaba aja teenuseid

osutavad ning kinnisvaraalse tegevusega seotud ettevõtted. Lisaks oli ka vähem kasutamise aktiivsust teenindusvaldkonnas, töötlevas tööstuses, veonduses ja laonduses. Sellest võime järeldada, et finantssektor soovib rohkem hoida kontakti avaliku sektoriga ning hoida oma maksuasju korras, kui näiteks teenindusvaldkond. (Balti Uuringute Instituut ja Poliitikauuringute Keskus Praxis, 2013, lk 16)

Avalike e-teenuste kvaliteedi parandamisel, et e-teenuse mõju oleks suurem, tuleks arendada kõiki e-teenuseid ühetaoliselt ning võtta arvesse kõige tulemuslikumaid viise ja teenuse mõju. E-teenuse loomisel tuleks keskenduda avaliku teenusele seatud eesmärkide täitmisele ning parima tulemuse saavutamisele. Lisaks on oluline, et loodud avalik teenus oleks kättesaadav erinevates kanalites, olevalt loodud teenuses eesmärgist ehk nii elektroonilistes kui ka füüsilistes kanalites. Luues erinevaid avalikke e-teenuseid ühtsel viisil, on parem hinnata arenduste mõjusid. Nii välditakse samasuguste teenuste loomist ehk dubleerimist ning luuakse teenuseid, mis täidavad mitut eesmärki ja on kasulikud mitmele asutusele. Selline koordineeritud ja läbimõeldud teenuste arendamine ja analüüsimine võimaldab kokku hoida nii ajalisi kui ka rahalisi ressursse. (Riigikantselei, 2014, lk 3)

Selleks, et muuta loodud avalikud teenused kliendisõbralikuks, on vajalik teenuste ühtne koordineerimine asutuste üleselt Eesti avaliku sektori osutavatest otsestest avalikest teenustest saadud info põhjal (Majandus-ja kommunikatsiooniministeerium, 2020, lk 2). Kliendisõbralikud teenused luuakse kasutajate heolust lähtudes, samuti on olulisel kohal erinevate teenuste komplekteerimine ja sidumine, et kasutaja leiaks teenuse sisust lähtuvalt kõik vajalikud asjad ühest kohast. Kui kasutajal on võimalik leida mitmetele küsimustele ühest kohast vastus, parandab see loodud teenuse kasutajakogemust ning tõstab teenusega rahulolu. Lisaks on ka olulisel kohal avaliku e-teenuse lihtsus ja arusaadavus kliendile, see tähendab, kust mida leida. Selleks, et hinnata teenuse kvaliteeti, on vaja arvesse võtta kasutajate rahulolu, teenuse eesmärgi täitmist ja mõju. (Mina-Raiu & Melenciuc, 2022, pp. 24-26) Teenuse kvaliteeti mõõtes on oluline kasutada ühtset meetodika, kuna siis on võimalik hinnata teenuse kvaliteeti, võrreldes seda teiste teenuste kvaliteedinäitajatega. Teenuse kvaliteedi hindamise eesmärk on anda ülevaade teenuse mõjust ja otstarbekusest. Kvaliteedinäitajate tulemusega saab asutus mõelda edasisi tegevusi ja planeerida eeldatavat eelarvet. Teenuste hindamine on oluline ja püsiv tegevus, et kaardistada iga aasta

teenuse muudatuste tegelik tulemus. (Majandus-ja Kommunikatsiooniministeerium, 2020, lk 3, 6)

Isikute probleemid või murekohad avalike teenuste kasutamisel on erinevad ja nende lõplik rahulolu võib sõltuda erinevatest teguritest. Isikud hindavad avalikku teenust kvaliteedi järgi, aga isikute jaoks on kvaliteeti näitavad tegurid erinevad ja erineva osakaaluga. Näiteks võib olla üks teguritest vähene teadmine pakutavatest avalike asutuste e-teenustest. Veel võib olla üks mõjutegur puudulik juurdepääs pakutavale teenusele, näiteks asukohta, tehnoloogiliste vahendite või muude takistavate asjaolude tõttu. Samuti võib olla asi isiku enda harjumustes või ebapiisavas kasutajamugavuses, mis väljendub, et isiku jaoks pole e-teenus piisavalt arusaadav ning tema jaoks on lihtsam minna füüsilisest kohapeale teenindusbüroosse. (Majandus-ja Kommunikatsiooniministeerium, 2013, lk 6-7)

Hinnatud on ka ettevõtjate teadlikkust riigi poolt pakutavate erinevate ettevõtlast lihtsustavate e-teenuste rahulolu. Selle tulemus oli, et 34% ettevõtjatest hindas pakutavad avalikud e-teenused heaks. Ettevõtjate antud hinnang avalikele e-teenustele polnud kõige kõrgem, kuna avalike e-teenuste puhul on oluline nende lihtsus ja mugavus. Tulemusi vaadates võib järeldada, et ettevõtjad ei leidnud, et teenus on lihtne ja mugav. Lisaks võis tulemust mõjutada asjaolu, et informatsioon, kuidas või kuhu midagi esitada, on segane ning puudub selgitus. Veel võib olla informatsioon paigutada erinevatesse kohtadesse või puuduvad viited juhenditele. Madala rahulolu põhjus võib ka olla, et erinevate asutuste avalikud e-teenused on erinevad ning pakutav informatsioon võib erineda. Ettevõtjate jaoks on ka oluline konkreetsus ehk kui dokumente üles laadides või esitades, on palju erinevaid dokumendivormi variante või dokumendiliike, ei ole see isiku huvides ja takistab elektroonilist dokumendivahetust. „Näiteks olid e-teenusel eesti.ee 2012. aasta novembris isikutele kättesaadavad 611 erinevat dokumendivormi” (Majandus-ja Kommunikatsiooniministeerium, 2013, lk 7). Avalike e-teenuste heaolu hindamisel oli üks mõjutegureid arvutikasutamise oskus ja kogemus. „Näiteks 2012. aastal ei kasutanud 21% füüsilistest isikutest interneti” (Majandus-ja Kommunikatsiooniministeerium, 2013, lk 7). Üks rahulolematuse põhjus oli ka see, et isikud on kohustatud esitama samu andmeid mitu korda erinevatele asutustele. Lisaks oli madala rahulolu põhjus ka avalikes e-teenustes teiste keelte

puudumine, nagu inglise- ja vene keel, mis tekitas kasutajates segadust ja tohutut ajakulu, et aru saada, mida kuhu tuleb esitada. (Majandus-ja Kommunikatsiooniministeerium, 2013, lk 7)

Hetkel on jõutud avalike e-teenuste arendamisel sinnamaani, kus 2013.aasta uuringus välja toodud mõjutegurid, mis mõjutasid klientide tagasisidet kasutavatest e-teenustest, on kõrvaldatud või mängivad rolli kogu teenuse heaolu hindamisel vähesel määral. Inimesed on ka ise teadlikumad ja õppinud paremini kasutama erinevaid tehnoloogiaid ning süsteeme, kuna võrreldes tänapäeva 2013. aastaga on tehnoloogia vahepeal arenenud väga kiire. E-teenuste areng on toimunud tänu klientide tagasisidele, mida teenuste turundajad on kuulda võtnud ning selle põhjal parandanud oma teenuseid. Tagasiside hindamine pole aga nii, et lihtsalt loed, mis kasutaja on tagasisidestanud ja muudad selle võrra teenus kvaliteeti. Tuleb mõista, kuidas või mille põhjal on klient tagasiside andnud ning, mis on olnud mõjutegurid. Teenusepakkuja seisukohalt annab iga teenusega kokku puutunud tarbija hinnangut analüüsid, parandada olemasolevat teenusekvaliteeti. Veel on ka teenusepakkujad lisanud, et tarbija rahulolu mõistmine on palju lihtsam, kui nende mitterahuolu põhjustest aru saamine. Seetõttu on turundajad keskendunud tarbijate negatiivsele kogemusele seoses e-teenustega. Kasutajate kaebused ja pahameel teenustega on tugevaks indikaatoriks, mis aitab organisatsioonidel ära tunda teenuse tõrkekohti ja annab seeläbi võimaluse lünki parandada. (Kaur & Sharma, 2015, pp. 38-39)

Praegu mõjutavad sotsiaalsed, majanduslikud, tehnoloogilised ja organisatsioonilised muutused meie maailma ja sellega seoses avaliku sektori digitaliseerimist ja e-riigi arendamist. Kasvavad stiimulid avaliku halduse tegevuse tulemuslikumaks muutmiseks vastavalt inimeste nõudmistele, IT-arengule ja majanduste kasvavale konkurentsivõimele ja see nõuab riigilt tõhusaid meetmeid. (Gebczynsk & Brajer-Marczak, 2020, pp. 1-2)

Selleks, et mõista maksumaksjate mõjutamise tegureid on tehtud palju uuringuid, näiteks „Eesti elanikke maksutahte uuring“. Eesti elanike maksutahte uuringus uuriti inimeste teadmisi maksusüsteemi kohta, hoiakuid maksude suhtes, norme, kus käsitleti maksuasjade korrasolekut ja maksukäitumist. Uuringus hindasid inimesed kõrgeks oma maksukuulekuse ja maksuasjade korrashoidmise ning väitsid, et maksude maksmine on nende kui kodanike tähtis kohustus. Seega

võib öelda, et inimestele on oluline, et nende maksukäitumise hinnangud oleksid korras ning sealt saadud hinnang oleks kõige parem. (Maksu- ja Tolliamet, 2022b)

2. MAKSUKÄITUMISE HINNANGUTE E-TEENUS

2.1. Uurimismetoodika kirjeldus

Alapeatükis antakse ülevaade lõputöös kasutatud andmekogumise ja andmeanalüüsi metoodikast. Uurimismeetodina kasutatakse lõputöö eesmärgi saavutamiseks kvalitatiivset uurimismetoodikat, mis võimaldab uurida e-teenuse mõju läbi ettevõtjate kogemuse. Lisaks annab kvalitatiivne uurimismeetod võimaluse paremini tõlgendada vahetult ettevõtjate hinnangut teenuse kohta.

Kvalitatiivse andmekogumismeetodina rakendatakse poolstruktureeritud intervjuud. Poolstruktureeritud intervjuu võimaldab isikutega vesteldes, koguda andmeid, läbides teemasid vastavalt intervjuu käigus ning küsida küsimusi vabas järjestuses (Creswell, 2013, pp. 172-173). Intervjuude tegemiseks moodustati küsimused, mis lähtuvad lõputöö eesmärgist, milleks oli välja selgitada ettevõtjate kogemused maksukäitumise hinnangute e-teenuse kasutamisel ning ettepanekuid e-teenuse parendamiseks ja arendamiseks ning uurimisprobleemist, milleks oli välja selgitada, kuidas on maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenus ettevõtjate maksukäitumist mõjutanud. Vajadusel küsiti täiendavaid küsimusi. Esimeses tabelis on välja toodud 15 intervjuu küsimust, mis on koostatud kolme uurimisküsimuse põhjal. Intervjuu küsimuste raames sooviti saada vastuseid sissejuhatuses püstitatud uurimisküsimustele ja eesmärkidele (vt tabel 1).

Valimiks on mittetõenäosuslik lumepallivalim, mis tuvastab huvipakkuvaid juhtumeid inimestelt, kes teavad inimesi, kellel on sarnased juhtumid (Creswell, 2012, p. 158). Poolstruktureeritud intervjuud viiakse läbi ettevõtjate ja raamatupidajatega, kes kasutavad maksukäitumise hinnangute e-teenust ning oskavad anda teenuse kohta tagasisidet ja hinnata, kas avalikud teenused on tulevikus piisavad, et nügida maksmaksjaid olema õigusekuulekad. Mittetõenäosusliku lumepallivalimi eesmärk on saada teavet läbi ettevõtjate kogemuse, kas loodud e-teenus on abiks neile töö tegemisel või neile on oluline saadav hinnang, kuna soovivad seda jagada teiste tehingupartneritega. Intervjueeritavate valiku kriteerium on: ettevõtja või raamatupidaja, kes kasutab maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenust.

Tabel 1. Uurimisküsimuste seos intervjuu küsimusega (autori koostatud)

Uurimusküsimus	Intervjuu küsimus
Kuidas on maksukäitumise hinnangute e- teenus mõjutanud ettevõtjate käitumist seadusest tulenevate kohustuste täitmisel?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kas te esitate deklaratsioone õigeaegselt? Kui ei, miks olete hilinenud? 2. Kas ettevõttes on teenuse/hinnangu tulemusel hakatud midagi teistmoodi tegema? 3. Kas teenus on ka teie jaoks teinud lihtsamaks deklaratsioonide ja dokumentide esitamise? Miks? 4. Kas hinnang annab piisava tagasiside, mida on vaja parandada ja kus seda teha? Miks arvate nii?
Kuidas on mõjutanud maksukäitumise hinnangute e-teenus ettevõtjate suhtumist maksude tasumisse?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mis hinnangu on teie ettevõtte saanud? Tekitas see teie ka mingit emotsiooni? 2. Kas maksukäitumise kuvamis e-teenus on muutnud või mõjutanud Teie seisukohti või arusaama maksude tasumisest? 3. Kas Teie arvates hindab teenus Teie maksukäitumist õiglaselt? Miks arvate nii? 4. Kas teenuse loodud süsteem, mis näitab Teie esitatud andmete põhjal kolme värvi ja 1-3 punkti skaalat on Teie arvates piisav, andmaks hinnangu Teie maksukuulekusele ja maksuasjade korrashoiule?
Kuidas on hinnangud mõjutanud ettevõtjate suhtumist avalikkesse teenustesse?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuidas või millal hakkasite kasutama maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenust? Miks? 2. Milline oli esmamulje teenusest? Miks 3. Tihti te teenust kasutate? 4. Kas teenuselt tuleb ka mingisuguseid teateid? 5. Kuidas hindate teenuse mugavust ja arusaadavust? Miks pole teenus mugav või arusaadav? 6. Kas Teie arvates saaks teenust muuta kuidagi kasutajasõbralikumaks? 7. Kas Teie arvates on teenus üldse vajalik? Miks pole või on?

Töö autor teadis oma tutvusringkonnast paar inimest, kes kasutavad e-teenust ning kes oleksid nõus osalema intervjuus. Esimesed intervjuueeritavad omakorda soovitasid edasi inimesi, kellele oleks huvi ja aega osaleda intervjuudes. Intervjuueeritavatele saadeti intervjuus osalemise kutse e-kirjana. Vastavalt intervjuueeritava soovile toimus kaheksast intervjuust kolm füüsiliselt nende

enda valitud asukohas ning kuus intervjuud toimusid Skype või Teamsi rakenduse vahendusel. Kokku intervjueriti 8 valitud ettevõtjat ja raamatupidajat, intervjuud kestsid 20 kuni 36 minutit. Üldjuhul peetakse optimaalseks intervjueritavate arvuks 12, mil hakkab tekkima saturatsioon (Bryman, 2012, p. 426). Töö autor saatis lisaks ka kirjad 12 ettevõttele, kelle kontaktandmed saadi E-krediidiinfost, et suurendada valimi suurust. Kaheteistkümnest ettevõttest vastas 5, et ei soovi osaleda või ei kasuta e-teenust, ülejäänud ettevõtetest vastust ei saanud. Seetõttu jäi valimi suurus samaks.

Lõputöös ei avaldata isikuandmeid, sest uuringus osalejad soovisid jääda anonüümseks, kuna avaldasid informatsiooni, mis on nende ettevõtte sisene ning pole avalik informatsioon. Töö autor võttis arvesse intervjueritavate soovi jääda anonüümseks, kuna see on nende õigus (Creswell, 2011, pp. 169 – 170). See tähendab, et intervjueritava nimi on asendatud läbiviidud intervjuu järjekorra numbriga (vt tabel 2).

Tabel 2. Intervjuu parameetrid (autori koostatud)

Intervjueritav	Läbiviimise kuupäev	Intervjuu kestvus	Intervjueritava töövaldkond
Intervjuu 1	09.03.2023	23:06	Raamatupidamisteenus
Intervjuu 2	15.03.2023	35:39	Raamatupidaja (suuremas ettevõttes)
Intervjuu 3	17.03.2023	20:08	Elektritööd
Intervjuu 4	21.03.2023	34:08	Raamatupidaja (suuremas ettevõttes)
Intervjuu 5	22.03.2023	20:54	Transpordi teenuse pakkumine
Intervjuu 6	27.03.2023	23:47	Ehitusobjektid
Intervjuu 7	05.04.2023	29:01	Ehitusobjektid
Intervjuu 8	06.04.2023	28:12	Raamatupidaja (suuremas ettevõttes)

Andmeanalüüsimetodina kasutatakse kvalitatiivset sisuanalüüsi (Laherand, 2008, lk 45), mille raames analüüsitakse poolstruktureeritud intervjuude sisu, mille tulemused kodeeritakse ning moodustatakse vastavad kategooriad (Elo, *et al.*, 2014, pp. 1-2). Valitud uurimismeetod aitab jõuda lõputöö eesmärgi saavutamiseni, analüüsides intervjuu tulemusi, mille pinnalt tehakse ettepanekuid teenuse parendamiseks läbi ettevõtjate kogemuse maksukäitumise hinnangute e-teenuse kasutamisel.

Intervjuude tulemused transkribeeriti ja neid hoiustatakse autori valduses (Elo, *et al.*, 2014, pp. 1-2). Sisuanalüüsi käigus koostati kategooriate ja koodide tabel selleks, et saada vastused uurimisküsimustele (vt käesoleva töö lisa 2). Kokku moodustati 5 kategooriat, mis jaotusid järgmiselt: e-teenus kui abivahend deklaratsioonide esitamisel ja parandamisel (3 koodi), arvamus saadud hinnangust (5 koodi), maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse saadud hinnangute mõju (2 koodi), ettevõtjate teadlikkus maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse kohta (5 koodi) ja üldine ettevõtjate arvamus loodud teenusest (3 koodi) (vt lisa 2).

2.2. Intervjuu tulemuste analüüs

Käesolevas alapeatükis on kirjeldatud poolstruktureeritud intervjuude analüüsimisel saadud tulemusi. Tulemused tuginevad intervjuueeritavate vastustel, milles kujunesid välja kategooriad ja koodid. Alapeatükk annab ülevaate kategooriatest ja koodidest. Kodeerimise käigus moodustati 5 olulist kategooriat

2.2.1. Seadusest tulenevate kohustuste täitmine

Alapeatükis on analüüsitud esimest, teist ja kolmandat kategooriat. Kategooriad annavad vastuse kahele püstitatud uurimisküsimusele: kuidas on maksukäitumise hinnangute e-teenus mõjutanud ettevõtjate käitumist seadusest tulenevate kohustuste täitmisel ning, kuidas on mõjutanud maksukäitumise hinnangute e-teenus ettevõtjate suhtumist maksude tasumisse.

Esimese kategooria „**E-teenus kui abivahend deklaratsioonide esitamisel ja parandamisel**“ raames tekkis 3 koodi (vt tabel 3). Analüüsides selgus, et ettevõtjate ja raamatupidajate hoolsuskohustus on väga kõrge ning e-teenus kuvab vigadena ka mitte hoolsuskohustusest tulenevaid vigu.

Tabel 3. E-teenus kui abivahend deklaratsioonide esitamisel ja parandamisel (autori koostatud)

<p>Kategooria 1</p> <p>„E-teenus kui abivahend deklaratsioonide esitamisel ja parandamisel“</p>	<p>Kood 1 „Deklaratsioonide õigeaegne esitamine“</p> <p>Kood 2 „Deklaratsioonide esitamisel esinevad veateated“</p> <p>Kood 3 „Deklaratsioonil esinevate vigade parandamine“</p>
--	--

Intervjuus uuriti ettevõtjate hoolsuskohuse kohta ning uuriti, kas **deklaratsioonid esitatakse õigeaegselt** (kood 1). Kõik intervjueeritavad kinnitasid, et esitavad deklaratsioone õigeaegselt ehk täidavad korrektsel oma hoolsuskohustust, kuna ei taha Maksu- ja Tolliameti huviorbiiti sattuda. Üks intervjueeritav tõi välja, et esitab isegi üks päev varem deklaratsioone, kuna vanasti oli maksuameti leht aeglane, kui oli deklaratsioonide esitamise päev, siis jäi harjumus sisse esitada igaks juhuks varem. Lisaks lisas ta, et esitab ettevõtte juhtidele samuti deklaratsioone üks päev varem, et neil oleks aega deklaratsioon vajadusel üle vaadata ning maksud tasuda.

Intervjuus selgus, et maksukäitumise hinnangute e-teenuse näitab osade **deklaratsioonide esitamisel esinevaid veateateid** (kood 2). Intervjueeritavad selgitasid, et osad vead, mida hinnang näitab ning ei ole nende esitatud deklaratsioonidest tulenevad. Näiteks toodi välja, et antakse veateade deklareeritud kütusemüüja arve kohta, kuna kütusemüüja on vahetanud nime ning deklareeritud nimi on vale.

„Näiteks käibedeklaratsioon annab veateate sellepärast, et kütusemüüja on oma nime muutnud ja mul vist deklareeritud vale nimega ja kohe on sellepärast hinnang 2, et poleks arvanud, et see hinnangute süsteem kohe nii karm on.“ (Intervjuu 5, 2023)

Intervjuus sooviti ka teada, kas ettevõtjad on muutnud oma maksukäitumist seoses deklaratsioonide esitamisega ehk kas **deklaratsioonil esinevaid vigu parandatakse** (kood 3). Ettevõtjad selgitasid, et kuna neile on oluline saadud hinnang, siis muidugi nad üritavad vältida vigu, mis maksukäitumise hinnangute e-teenuse hinnet võiks mõjutada.

Teise kategooria „**Arvamus saadud hinnangust**“ raames tekkis 5 koodi (vt tabel 4). Analüüsis selgus, et saadud hinnangud on mõjutanud ettevõtjate käitumist ning samas tekitanud ka rahulolematust, kuna saadud hinnanguga pole oldud rahul.

Tabel 4. Arvamus saadud hinnangust (autori koostatud)

<p>Kategooria 2</p> <p>„Arvamus saadud hinnangust“</p>	<p>Kood 1 „Rahulolu saadud hinnanguga“</p> <p>Kood 2 „Nõustumine saadud hinnanguga“</p> <p>Kood 3 „Saadud hinnang on ebaõiglane“</p> <p>Kood 4 „Üldine hinnangusse suhtumine on positiivne“</p> <p>Kood 5 „Üldine hinnangusse suhtumine on negatiivne“</p>
---	--

Intervjuus selgus, et ettevõtjate ja raamatupidajate **rahulolu saadud hinnanguga** (kood 1) on kolmel intervjueeritaval positiivne, kuna saadud hinnang on roheline ning number 3. Intervjueeritavad selgitasid, et nad on rahul saadud hinnanguga.

„Kui see on roheline, siis mu hing rahul, mul on heameel ja ma tean, et kõik on tehtud korralikult ja ma ei pea sellega tegelema ega süüvima sinna.“ (Intervjuu 1, 2023)

Intervjuus kommenteerisid kaks intervjueeritavat, et **nõustutakse saadud hinnanguga** (kood 2), kuna nad teavad, et nende maksuasjad pole ideaalsed ning seetõttu nõustusid nad ka e-teenuse hinnanguga, mis oli number 2 ehk kollast värvi. Nad selgitasid, et arvamus saadud hinnangust üldiselt puudub, et nad teavad ise oma äriasju paremini ning neid see hinnang ei puuduta. Näiteks toodi välja, et ehitussektoris tasutakse objektide eest siis, kui need on valmis ning osade suuremate objektidega läheb aega mitmeid kuid, mis siis sellises olukorras tehakse, kui 20. on käibedeklaratsiooni esitamise tähtaeg ning tuleb ka tasuda käibemaksu tehtud kulude eest.

„ Näiteks, mis puudutab käibemaksu, kui ma teen kuu lõpus arve, siis järgmise kuu 20ndal ma pean tasuma käibemaksu, kui see plussiga tuleb siis pean selle nagu ära maksma, aga raha ma saan alles 30ndal aprillil või 15 mail. Mis on siis minu käitumine? Minu käitumine on see, et peale 20ndat minul on käibemaks tasumata, 5 päeva pärast ta saadab meeldetuletuskirja siis on juba 25 kuupäev, 30ndal on laekumise aeg, 28 saadab veel ühe kirja ja 30ndal ma maksan ära ja maksan

viivise 25 eurot, et see on tavaline maksekäitumine ja see toob kaasa nüüd, kui me hinnangu jõuame toob, ühe kollase hinnangu. “ (Intervjuu 3, 2023)

Seega on ka nemad rahul saadud hinnanguga, kuna nad teavad, et maksetega viivitamine pole hea nii Maksu – ja Tolliameti ees kui ka hinnangute puhul, aga see on paratamatu nende töövaldkonna puhul ning tuleb leppida saadud hinnanguga.

Pooled intervjuueeritavad aga leidsid, et nende **saadud hinnang on ebaõiglane** (kood 3). Nad selgitasid, et nende saadud hinnang on number 2 ehk kollane ning nad pole sellega rahul. Ettevõtjad ja raamatupidajad selgitasid, et e-teenus hindab nende esitatud deklaratsioone ebaõiglaselt ning see tekitab neis väga suurt pahameelt. Näiteks toodi välja, et juba esitatud deklaratsioone parandades, langeb kohe hinnang number kolmelt kahele. Selgitati, et vahel on deklaratsioonidesse sisse tulnud väikesed vead või tuleb kuu lõpus näiteks veel mingi uus arve, siis on vaja muuta esitatud käibedeklaratsiooni, et sealsed andmed oleksid ikkagi õiged ja korrektsed, see aga langetab kohe hinnangut.

„Ma olen mitmed korrad parandanud ja mitu deklaratsiooni, mis iseenesest on õige, kuna ma ei saa jätta deklaratsiooni valeks, aga kuna teda on parandatud, siis on kohe number 2, et ei ole see ideaalne variant.“ (Intervjuu 2, 2023)

Neljas Intervjuueeritav tõi välja, et e-teenus annab müükide hinnanguks number 2, kuna käibedeklaratsiooni inf A osal ei deklareeritud kõiki tehingupartnereid. *„Mina vaatan nüüd üle ja meil polegi sellist klienti“ (Intervjuu 4, 2023).* Edasine intervjuueeritava käitumine on, et otsitakse üles klient, keda nad pole väidetavalt deklareerinud ning võetakse ühendust. *„Siis ma tavaliselt internetist guugeldan, otsin selle ettevõtte üles, mõnikord mul kulub nädal aega, helistan ja uurin“ (Intervjuu 4, 2023).* Lõpuks kliendiga kontakti saades, selgub, et klient on ostnud ettevõtte jaemüügipoest kaupa ning deklareerinud arve oma käibedeklaratsioonil, saades kokku üle tuhande euro, mis tähendab, et ka nende ettevõtte peab seda kajastama oma deklaratsioonil. Intervjuueeritav selgitas, et on ka selle probleemi osas pöördunud Maksu – ja Tolliameti poole, kuid pole sealt probleemile lahendust saanud. Seega on hetkel olnud lahendus, et ostu deklareerinud klient tehakse

kliendiks, et taoline probleem ei korduks. Selline lahendus, aga pole ideaalne, kuna iga kuu tuleb taoliseid juhtumeid paar tükki ning see tõmbab kohe ettevõtte hinnangu alla.

Sama intervjuueritav tõi ka välja, et sama probleem on neil ka käibedeklaratsioonide müükide osas. Intervjuueritav selgitas, et neil on ettevõttes selline kord, et kõik arved tuleb ära esitada seitsmendal kuupäeval, et saaksime kaheksandal kuupäeval saaks sisestada kõik arved. Kõik arved, mis on esitatud hiljem lähevad järgmisesse kuusse. See aga tekitab periodiseerimise osas probleeme. Üks ettevõtte deklareerib oma müügid näiteks veebruaris ja teine märtsis, kuna arve hilines ning seda ei esitatud õigeaegselt, siis näitab jällegi e-teenuse hinnang veateadet ning selle tulemusena on hinnang number 2 ehk kollast värvi.

„Et meil on näiteks üle 1200 arve kuus, et juhtub jälle samasugune periodiseerimise viga, et ühel läheb 2 arvet samasse kuusse jne, et mina leian kui hinnang on 2/3, siis on suhteliselt vilets hinnang. Tundub nagu on vilets, aga samas omaarust püüame alati väga korralikult teha kõiki asju ja tahame, et meie raamatupidamine korras oleks, aga selle hinnangu järgi on seda praktiliselt võimatu saada.“ (Intervjuu 4, 2023)

Lisaks tõi intervjuueritav 1 välja, et tema arvates pole ka tema hinnang õiglane, kuna tema tuludeklaratsioonil deklareeritud täiskohaga palk annab hinnanguks number 2 ehk kollase värvi ning kommentaariks on, et Teie palk on madalam, kui samale kohale makstav Eesti keskmine palk. Intervjuueritav tõi välja, et kuna ettevõtte pole viimastel aastatel olnud nii edukas on ka töö vähesuse tõttu makstav palk väiksem.

„Kõik firmad on nii erinevad ja ühe inimese ettevõtted või väiksed OÜ-d, siis sa ei saa võtta Eesti keskmist palka ja võrrelda, kui sa näed et selle OÜ käive on väga väike näiteks 600 eurot, siis ta ei saa endale maksta keskmist palka see ei ole loogiline, aga sa lähed kollaseks, sest see on lihtsalt pandud statistiliselt paika ta ei ole nagu selles mõttes personaalne.“ (Intervjuu 1, 2023)

Veel sooviti intervjuus teada, kas ettevõtjate ja raamatupidajate **üldine suhtumine e-teenuse hinnangutesse on positiivne** (kood 4). Intervjuueritavad, kes ka eelnevalt ei tundnud end saadud hinnangutest ärritatuna nõustusid, et hinnangutesse suhtumine on positiivne ning, et e-teenuselt

saadav tagasiside on piisav, et teha vajadusel vajalikud parandused. Toodi aga välja, et MTA võiks rakendada karmimaid karistusi nendele, kes hilinevad oma maksetega, kuna see on ebaaus teiste seadusekuulekate ettevõtete osas.

Intervjuudes selgitati ka, et üldine suhtumine **e-teenuse hinnangutesse on negatiivne** (kood 5), kuna tuntakse just ebaõiglust deklaratsioonide hindamise osas. Teisi hinnangu aspekte välja ei toodud.

„Just täpselt selline tunne on, et ei hinda õiglaselt. Tahan olla korralik ja hea, aga ükskõik kui palju püüame seda, me ei saa seda.“ (Intervjuu 4, 2023)

Kolmas kategooria „**Maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse saadud hinnangud ja nende mõju**“ raames tekkisid 2 koodi (vt tabel 5). Analüüsisid hinnangute maksukäitumise muutumist saadud hinnangute tulemusel, tuli välja erinevaid seisukohti ja arvamusi.

Tabel 5. Maksukäitumise hinnangute e-teenuse saadud hinnangute mõju (autori koostatud)

Kategooria 3 „Maksukäitumise hinnangute e-teenuse saadud hinnangute mõju“	Kood 1 „Hinnangu tulemusel maksukäitumise muutmine“ Kood 2 „Hinnangu tulemusel oma seisukohtade muutmine“
--	--

Intervjuus sooviti teada, kas ettevõtjad on hinnangu tulemusel maksukäitumist muutnud (kood 1). Enamus intervjuueeritavad vastasid, et pole muutnud oma maksukäitumist, et see on endiselt korrektne ja maksud tasutakse õigeaegselt. Intervjuueeritav 3 selgitas, et kuigi tema hinnang pole ideaalne ning seda saaks paremaks muuta, kuid tal ei ole selleks võimalust.

„Ei ole endiselt, kui on mingi suuremad objektid ja raha pole maksta, siis paraku pean ajatama seni kuni tehingupartnerid tasuvad tööde eest.“ (Intervjuu 3, 2023)

Mõned intervjuueeritavad, aga tõid välja, et on küll muutnud oma maksukäitumist seoses saadud hinnangutega. Näiteks tõid nad välja, et nüüd oodatakse käibedeklaratsioonide esitamisega

viimase minutini, et ei oleks vajadust hiljem deklaratsiooni parandada, kuna saadud hinnang ei tekita ainult pahameelt, see langeb kui deklaratsiooni parandada, vaid suures ettevõttes jääb omanikele ja audiitoritele vale mulje hinnangust ning tekitab küsimust, kas raamatupidaja on ikka piisavalt pädev tegema oma tööd. Lisaks toodi välja, et arveid sisestades kontrollitakse väga täpselt üle, mis perioodi arve läheb, et ei tekiks periodiseerimisega seoses vigu.

„Aga ütleme, et võibolla on selles suhtes mõjutanud, et raamatupidaja kes arveid sisestab, siis tihti puuduvad arvel kuupäevad, siis me ei saa aru, kas see on selle kuu või eelmise kuu arve või kus perioodis see on. Siis helistame hankijale ja uurime, kus perioodis see arve on jne. Et ütleme selliseid helistamisi ja päringuid me teeme küll nüüd rohkem selle hinnangu pärast, et meil läheksid need ikka ühte perioodi sellega, kes väljastas.“ (Intervjuu 4, 2023)

Intervjuus uuriti, kas ettevõtjad ja raamatupidajad **on hinnangu tulemusel oma seisukohtasid muutnud** (kood 2). Ettevõtjad ja raamatupidajad vastasid enamjaolt, et ei ole. Ollakse endiselt korrektsed ja saadakse aru, miks on oluline makse tasuda. Maksude tasumist, aga mõjutab näiteks ehitusvaldkonnas suurte objektide puhul see, et kliendid maksavad tihti peale sulle alles siis, kui töö on valmis ning selle tõttu võivad maksumaksjate maksed hilineda. Toodi, aga välja maksuameti mõistev suhtumine selles osas, et maksuametile selgitades on nad mõistavad ning tahavad pigem maksumaksjatega teha head koostööd.

„Arusaama vastu ei ole, et mul on see arusaam alati olnud, aga just hinge teeb rõõmsaks see et me saame aru, et makse peab maksma ning, kui ettevõtte selgitab, miks on hilinenud ja maksuamet saab aru, et see inimlik faktor on tulnud.“ (Intervjuu 2, 2023)

2.2.2. Suhtumine avalikke teenustesse

Alapeatükis on analüüsitud neljandat ja viiendat kategooriat. Kategooriad annavad vastuse püstitatud uurimisküsimusele: kuidas on hinnangud mõjutanud ettevõtjate suhtumist avalikke teenustesse?

Neljas kategooria „**Ettevõtjate teadlikkus maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse kohta**“ raames tekkisid 5 koodi (vt tabel 6). Analüüsidest ettevõtjate teadlikkust teenusest selgus,

et ettevõtjad, kes seda ka kasutavad on nõus, et teenus on vajalik, kuid tõid välja mõningaid puudujääke.

Tabel 6. Ettevõtjate teadlikkus maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse kohta (autori koostatud)

Kategooria 4 „Ettevõtjate teadlikkus maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse kohta“	Kood 1 „Teave e-teenuse olemasolust “ Kood 2 „Ligipääs teenusele“ Kood 3 „Erinev sagedus teenuse kasutamisel“ Kood 4 „Hea teenuse arusaadavus“ Kood 5 „Teenusega rahulolematus“
--	---

Intervjuust selgus, et ettevõtjad on saanud **teave e-teenuse olemasolust** (kood 1) e-teenuse olemasolust ning seda hinnati positiivseks. Intervjueeritavad selgitasid, et said teada teenuse olemasolust maksuameti kodulehelt ning e- maksuametis deklaratsioone esitades. Mõned intervjueeritavad hakkasid e-teenust kasutama alles eelmise aasta lõpus või selle aasta alguses ning polnud teadlikud teenuse olemasolust. Lisati, aga et on saadud eraldi Maksu – ja Tolliametilt kirju, kui midagi on tegemata või tasumata.

„Kui oleks tulnud, siis teaksin sellest teenusest ka varem, et ei ole sealt midagi tulnud, aga Maksu – ja Tolliametilt olen küll kirju saanud eraldi, kui miskit on puudu või vajab parandamist.“
(Intervjuu 5, 2023)

Intervjueeritavad kommenteerisid ka **ligipääsu teenusele** (kood 2) ning mainisid, et ligipääs on ainult ettevõtte omanikel ja juhatuse liikmetel, lisades, et nende arvates võiks olla ka raamatupidajatele automaatne ligipääs, kui nad muidu saavad toimetada e-maksuametis ning pääsevad kõikidele andmetele ligi.

„Teenus võiks olla seotud e- MTA lehega, kuhu pääseb ka raamatupidaja ilma igasugu eriõiguste jagamiseta. Et siis võibolla jälgiks ka rohkem neid hinnanguid, praegu ta kuidagi eraldiseisev minu arust.“ (Intervjuu 5, 2023)

„Mina leian, et kui seda näeksid raamatupidajad, kes teevad deklaratsioone ja kes seal toimetavad, siis oleks sellest rohkem kasu. Ma tõesti leian seda, sest siis ma saaksin kohe firma juhile öelda, kui midagi on puudu, et suurte firmadel on kindlasti võibolla teistmoodi, aga väike firmajuhid ei kasuta ise seda e-teenust.“ (Intervjuu 1, 2023)

Intervjuus uuriti ka ettevõtjate ja raamatupidajate **teenuse kasutamise sageduse erinevust** (kood 3). Selgus, et raamatupidajad kasutasid vähemalt kord kuus, kui kõik eelnevate kuude deklaratsioonid on esitatud, siis kontrollitakse ja vaadatakse üle saadud hinnang. Ettevõtjad lisasid, et käivad enda hinnanguid vaatamas harva, kuna sageli kuvatud veateated, mis hinnangut alla tõmbavad, on nende arvates vead, mida nemad parandada ei saa ning need on alati nii olnud ja jäävad ka. Näiteks tuludeklaratsioonil deklareeritud palk, mis on madalam kui keskmine Eesti palk, mille tulemusena on ka deklaratsiooni hinnang kohe number 2 ning kollane või siis pole võimalik õigel ajal tasuda riigile käibemaksu, siis hilinevad makse korral on samuti hinnang 2 ehk kollane.

Intervjueeritavad kommenteerisid kas **teenuse arusaadavus on hea** (kood 4). Toodi välja, et teenus on hästi mõistetav, valgusfooride värvide kombinatsioon hakkab kohe silma. Lisaks toodi välja positiivsena teenuse lihtsus. Selgitati, et kõik on lihtsasti mõistetav ja mugav. Veel oli väga positiivne, et üldse kõik on elektrooniline, et ei pea kuskile mitmete kaustadega jooksma. Mainiti ka, et teenuse puhul ei teki vajadust ka midagi üle täpsustada ega helistada abi saamiseks. Seega hindasid kasutajad, et sealsed instruksioonid on täiesti piisavad. Intervjueeritavatele meeldis ka, et kõik hinnangud on lahti seletatud, et kuidas need kujunevad.

„Ta on visuaalselt hästi mõistetav, värvide valgusfoor on hästi mõistetav.“ (Intervjuu 1, 2023)

Intervjuudes selgus ka, et teenuse arusaadavust ei soovitudki hinnata, kuna **esines rahulolematust hinnanguga** (kood 5) ning see tekitas väga suurt pahameelt, et veaks loetakse midagi, mida muuta ei saa. Raamatupidaja ei nõustu sellega, et kui talle esitatakse arve liiga hilja ning tal pole enam võimalik seda arve kuupäeval olevasse perioodi panna, vaid ainult järgmisse, siis selle tulemusena on kogu ettevõtte hinnang halvem.

„Ei hindagi, sest selles mõttes ma näen, et nad viskavad neid vigasid, aga need vead pole arusaadavad, kui 7000 arvest on üks vales perioodis, siis ei ma ei hinda seda hästi.“ (Intervjuu 4, 2023)

„Ei ole. Noo näiteks selles mõttes ei ole, et siin öeldud, et kui teie deklareeritud andmed on õiged, siis võtke palun ühendust oma tehingupartneriga. Et mina pean nüüd hakkama otsima seda taga, kes on nüüd valesti deklareerinud.“ (Intervjuu 4, 2023)

Viies kategooria „**Üldine ettevõtjate arvamus loodud teenusest**“ raames tekkisid 3 koodi (vt tabel 7). Analüüsisid üldist ettevõtjate arvamust loodud teenusest, selgus, et teenus on vajalik, aga teenuselt saadav tagasiside pole alati piisav või korrektne.

Tabel 7. Üldine ettevõtjate arvamus loodud teenusest (autori koostatud)

Kategooria 5 „Üldine ettevõtjate arvamus loodud teenusest“	Kood 1 „Teenuse vajalikkus“ Kood 2 „Teenuselt saadav tagasiside“ Kood 3 „Abi saamine Maksu – ja Tolliametilt“
--	---

Intervjueerijatelt küsiti ka arvamust **teenuse vajalikkusest** (kood 1), seda hindasid intervjueeritavad positiivselt. Kõik leidsid, et kindlasti on selline e-teenus vajalik. Toodi välja näiteks ettevõtjate ja MTA koostöö, et sellised teenused justkui peegeldavad omavahelist koostööd.

„Ma saan aru, et umbes sellise eesmärgiga tehtud, et me teeme head koostööd ettevõtte ja maksuamet, et maksuamet annab oma tagasiside ettevõtjale, et kuule sul on hinnang punases viimased kuud, et mis juhtus, et kui eelnevalt oli ainult roheline, et mis juhtus, et selles mõttes ma arvan, et ta isegi on vajalik.“ (Intervjuu 3, 2023)

Toodi ka välja, et loodud teenus on hea ülevaate andmiseks firmaasjadest omanikule, kui ta ise ei esita deklaratsioone ega tegele ettevõtte raamatupidamisega. Teenus annab hea üldise pildi ettevõtte asjade korrasolekust.

„Omanikuna saan kiire ülevaate firma seisust Maksuametis, sest kõik deklaratsioonid teeb muidu raamatupidaja ning nüüd on mul võimalik puudustest kohe teada saada.“ (Intervjuu 6, 2023)

Intervjueeritavad tõid ka välja, et on hea abivahend raamatupidajatele ja et neil võiks olla ka automaatne ligipääs teenusele.

Intervjueeritav 3 tõi välja, et tema arvates on maksuamet liiga leebe, et peaks olema jõulisem just nende ettevõtte suhtes, kellel on näha, et hinnang on näiteks juba punane ja on ümbrikupalga risk. Raamatupidaja selgitab, et saadetakse küll meeldetuletuskirju, aga need pole tema jaoks piisavad mõjutusvahendid, et mitte seadusekuulekad ettevõtted hakkaksid makse korrektselt tasuma.

„Kui nad ise toovad välja, kui mitmed miljonid selle väikse protsendiga saamata jäävad, aga see on kõik teiste arvelt, et samas teenuseid tahavad kõik inimesed ja arsti abi, aga ikkagi mõned kasutavad selliseid alatuid võtteid, et sellepärast ma eeldaksin, et maksuamet jõulisemalt sekkuks mõningatesse asjadesse ja tekitaks nii, et ettevõtte ei saa teistmoodi tegutseda et ta peab maksma makse nagu kõik teised ettevõtted ja midagi oleks nii määrav, et ei oleks selline toimetamine võimalik.“ (Intervjuu 3, 2023)

Intervjueeritav 4 tõi ka välja, et näeb, et teenus on vajalik, aga hetkel nende hinnangute põhjal, mis tema ettevõtte on saanud, ei näe ta, kuidas seda vajalikkust täidetakse. Ettevõtja arust raisatakse praegu ressursse valede vigade otsimisel ning teenus vajaks täiendamist, et täidaks paremini oma eesmärgi.

„Kui seda teenust täiustatakse, et ei tuleks selliseid ebaõigeid vigu, siis miks mitte, aga kui oleks tõesti nii, et ta leiaks õiged vead üles. Hetkel on nii, et me raiskame aega nende väikeste vigade leidmisele, et väga palju kasu me sellest teenusest ei ole saanud. Et kui meie juht seda näeks, siis jääks talle vale mulje ja vale hinnang.“ (Intervjuu 4, 2023)

Intervjuudes selgus ka ettevõtjate ja raamatupidajate arvamus **teenuselt saadud tagasisidest** (kood 2) oli positiivselt hinnatud. Intervjueeritavad tõid välja, et teenus annab hea ja sisuka tagasiside hinnatavate tegurite kohta ning kõik on arusaadav. Toodi ka välja, et antud tagasiside

annab ettevõtjatele tõuke parandada vajadusel enda maksukäitumist, kuna ettevõtjatel tekib tunne, et see on justkui ettevõtja ja MTA omavaheline koostöö, kuhu mõlemad panustades, jäävad rahule ning ei vaja eraldi lähenemist, mis on positiivne. Samas toodi jällegi välja, et saadav tagasiside pole ettevõtja probleem, vaid MTA peaks ise tegema vastavad korrektuurid, et hetkel esitatud vead ei oleks enam tulevikus vead, kuna MTA-l jääb ka nii hinnangutes vale arusaam.

„See on nende hinnangute põhjal, mida me aasta lõpus näeme ja mida ka audiitor tahab näha, talle annab see samamoodi informatsiooni, kui seadusekuulekas tema klient on, et sealt need nüansid välja tulidki, et konkreetselt see käibedeklaratsiooni parandamise kohta, et infot ta annab nii ettevõttele kui ka maksu – ja tolliametile, et see on mõlema poolne.“ (Intervjuu 2, 2023)

Intervjueeritavad kommenteerisid **abi saamist Maksu-ja Tolliametilt** (kood 3). Enamus intervjueeritavad tõid välja, et väga on muutunud MTA üldine pilt võrreldes varasemate aastakümnetega. Seda hinnati väga positiivselt, lisati ka, et muidu ka ei võetaks uusi tehnoloogiaid vastu, mis luuakse ju tegelikult parema koostöö saavutamiseks. Lisati ka, et palju ettevõtjad, aga arvatavasti ei kasutagi e-teenust, kuna üldine suhtumine maksude tasumisse ja üldse MTA-sse on negatiivne. Töö autori intervjueeritavad, aga suhtusid hästi MTA-sse ning lisisid ka, et saavad aru maksude tasumise vajalikkusest.

„Ja absoluutselt minul isiklikult, kui ma alustasin 90ndateal et sellega võrreldes on nagu öö ja päev, et eks ta ühiskonnaga koos on muidugi muutunud, et Maksu – ja Tolliamet on ilusti sellega kaasas käinud ja see suhtumine on pigem, et riigiametnikud on nüüd abistavad mitte ei taha sulle halba ega sinu ettevõtlusele, eks erandeid juhtub aga üldises plaanis on väga muutunud.“ (Intervjuu 3, 2023)

Üks intervjueeritav tõi, aga välja, et kuna tema ei saanud abi seoses teenuse ebaõiglase hinnanguga, siis tema on pettunud, et MTA ei võta midagi ette ning MTA antud soovitusel olid ka vähe abistavad.

2.3. Järelduse ja ettepanekud

Käesolevas lõputöös oli püstitatud kolm uurimisküsimust, millele otsiti vastuseid. Esimene uurimisküsimus puudutab maksukäitumise hinnangute e-teenuse mõju ettevõtjate käitumisele seadusest tulenevate kohustuste täitmisel. Maksukäitumise hinnangute e-teenus, mis hindab eraldi maksukuulekust ja maksuasjade korrashoidmist, on ettevõtjatele motivaatoriks hoida oma maksuasjad korras ning olla maksukuulekad. Analüüsi tulemuste põhjal saab öelda, et maksumaksjatele oli tähtis nende saadud hinnang ning tekitas negatiivseid emotsioone, kui tunti, et antud hinnang on ebaõiglane. Seda peegeldas ka see, et suurem osa intervjueeritavaid hoidis kinni deklaratsioonide esitamise tähtaegadest ehk esitas deklaratsioone õigeaegselt. Seda tulemust kinnitab ka teooria osas käsitletud nügimisteooria, et sellised avalikud teenused nügivad maksumaksjaid täitma seadusest tulenevaid kohustusi ning deklareerima kõik andmed korrektselt, andes inimestele samas valiku ka muuta juba eeltäidetud andmeid. (vt käesolev töö lk 14)

Loodud teenus aga hindas osade ettevõtjate deklareeritud andmeid ebaõiglaselt, näiteks esitatud deklaratsioone parandades hinnang langeb, mis on tegelikult vale, kuna deklareeritud andmeid ei saa jätta valeks, kui tuleb peale deklaratsiooni esitamist muudatust. Sellises olukorras pidasid ettevõtjad ja raamatupidajad hinnangust tähtsamaks seadusest tulenevate kohustuste täitmisel andmete õigsust, kui saadud hinnangut. See on kooskõlas ka teoorias välja toodud selgitusega, et arendades avalike e-teenuseid on oluline hea teenuse kvaliteet ning selle pidev arendamine. Lisaks on ka olulisel kohal e-teenust osutava asutuse mõju ja tõhusus (vt käesolev töö lk 14). Seetõttu on oluline, et teenuse antav hinnang on korrektne, kuna hinnang ei saa olla vastuolus seadusega, mis kohustab ettevõtjaid esitama ja deklareerima korrektseid andmeid.

Lisaks võiks täiendada hinnangut käibedeklaratsioonide ostu ja müügi osa ning tuludeklaratsioonide osa. Käibedeklaratsioonil kajastuvate ostude ja müükide puhul tuli välja, et esineb erisusi perioodiseerimisega ehk tehingupartnerid deklareerivad esitatud arved erineval perioodil, mis tekitas samuti hinnangu langemist, kui arved kanti erinevatesse kuudesse. Tuludeklaratsioonide puhul langes hinnang, kui deklareeritud palgasumma ei läinud kokku Eesti keskmise palgaga, kuna palk oleneb töökoormusest. Lisaks ei nõustunud madalama hinnanguga, kui üks tehingupartner deklareerib jaemüügipoest ostetud arveid, mille üle puudub arvestus

ettevõtjal, kuna tehingupartner pole nende klient ning jaemüügipoest ostetakse kaupa edasimüügi eesmärgil.

Teoorias on välja toodud, et taoliste ebakõlade tõttu kaob ka ära avalikke teenuste eesmärk, milleks on kasu nii kasutajal kui ka riigiasutustel. Sellised e-teenused on loodud eesmärgiga, et muuta kohustuste täitmine ettevõtjate jaoks lihtsaks ja mugavaks, et ei tekiks tahtmist ettevõtjatel maksudest kõrvale hoiduda (vt käesolev töö lk 14). Seega saab esimesele uurimisküsimusele vastates järeldada, et selline teenus suunab ettevõtjaid täitma seadusest tulenevaid kohustusi, aga samas ei kohusta seda tegema. Teenus näitab ettevõtjate esitatu pinnalt, kuidas ollakse rahul ettevõtte maksuasjadega. Seda näeb nii MTA, kui ka ettevõtja ning, kui kõik pole ideaalne, annab teenus tagasiside, mida oleks vaja parandada. Paranduste ja täienduste tegemine on vabatahtlik, aga teenuse loodud hindamiskaala, mis kuvab numbreid ja värve, suunab inimesi parandama või täiendama oma maksuasju.

Teine uurimisküsimus puudutab seda, kuidas on mõjutanud maksukäitumise hinnangute e-teenus ettevõtjate suhtumist maksude tasumisse. Läbi viidud intervjuudes tuli välja, et ettevõtjad saavad aru maksude tasumise olulisusest ning vastu saadavatest hüvedest. Intervjueeritavad leidsid, et teenuse poolt saadav tagasiside on justkui ajend hoidmaks korras oma maksuasjad. Sellepärast, et teenuselt saadav negatiivne tagasiside suurendas osadel intervjueeritavatel tahet oma ettevõtte asjad vajadusel korda saada ning näitas seda, et ettevõtjad hindasid oluliseks maksude tasumist. Intervjuu tulemust toetab ka teoorias selgitatud seos maksukäitumise ja maksude maksmisega seotud otsuste tegemisel. Teoorias on välja toodud, et kui maksumaksja jaoks on maksude tasumisel vastu saadav hüve piisav ning saadakse aru maksude tasumise olulisest ning väheneb ka maksudest kõrvale hoidumine (vt käesolev töö lk 8).

Hea hinnangu saanud ettevõtjad küll olid küll rahul oma maksukäitumisega, kuid tõid välja, et nad tahavad ka, et see hinnang nii jääks ehk pidasid ka edasiselt oluliseks maksude korrektset tasumist. See on ka kooskõlas töö teooriaga, kus on välja toodud erinevad tegurid, mis mõjutavad maksumaksjate maksukäitumist, nagu arusaam, erinevad seisukohad, tuluasutused ja ametnikud (vt käesolev töö lk 8). Intervjuu tulemusi kinnitab ka teoorias osas käsitletud varasemad uuringud

maksumaksjate maksukäitumise osas, nagu maksudistsipliin, moraalidistsipliin, finantsdistsipliin ja käitumisökonomika. (vt käesolev töö lk 9)

Analüüsid teoorias erinevaid uuringuid ettevõtjate nügimisest läbi avalikke teenuste, tuli välja, et avalikke teenuste mõju ettevõtjate maksukäitumisele on positiivne (vt käesolev töö lk 13-15). Seega saab vastata teisele uurimisküsimusele, et teenus on mõjunud suhtumist maksude tasumisse, kuna saadud hinnang annab tagasiside maksude tasumise osas. Hinnangu numbrite ja värvide skaala on ettevõtjatel visuaalselt silme ees ning saadud hinnang on ettevõtjate jaoks oluline.

Kolmanda uurimisküsimusega uuriti, kuidas on hinnangud mõjutanud suhtumist avalikke teenustesse. Intervjuusid läbi viies uuriti ka ettevõtjate suhtumist avalikke teenustesse. Seda tehti maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse näitel. Ettevõtjaid hindasid e-teenust üldjuhul positiivselt. Tuues välja, et taolised teenused on kindlasti vajalikud ning abistavad MTA tööd ja loovad MTA ja maksumaksjate vahel koostöö, kus kumbki pool saab anda oma panuse. Lisaks töid intervjueeritavad välja, et teenused on väga mugavad ja teevad lihtsamaks hoida silma peal oma ettevõtte maksuasjadel. Välja toodud tulemus on ka kooskõlas teoorias analüüsituga, kus kirjeldatud, et olulisel kohal on teenuste hea kvaliteet, mis ka väljendub selles, et teenused oleksid võimalikult ühetaolised ja kliendisõbralikud, et nende mõju oleks võimalikult suur (vt käesolev töö lk 17).

Intervjuu tulemustest saab ka järeldada, et kasutajasõbralikud e-teenused, on ühe tugeva e-riigi tulevik, kuna teevad mugavamaks ja lihtsamaks nii maksude tasumise kui ka MTA töö. Luues hea koostöö maksumaksjate ja MTA vahel, kus kumbki pool saab anda oma panuse. Tulemustest selgus, et oluliseks on ka teenuselt saadav tagasiside. Teoorias välja toodud erinevate teenuste rahulolu uuringutest selgub ka, et teenuste loomisel lähtutakse kasutaja heaolust, luues taolised teenused, kust leiab vastuse mitmele erinevale küsimusele. Alati tuleb ka võtta arvesse kasutajate poolt saadavat tagasisidet, kuna selliselt saab suurendada kasutajate arvu ja seeläbi suureneb ka teenuse mõju (vt käesolev töö lk 18).

Üldistatult saab lõputöös püstitatud uurimisprobleemile kuidas on maksukäitumise hinnangute e-teenus ettevõtjate maksukäitumist mõjutanud, vastata, et teenus on mõjutanud, läbi antud

hinnangute, ettevõtjate maksukäitumist, pöörates nende tähelepanu esitamata või täiendamist vajavatele hinnangutele. Maksukäitumise hinnangute e-teenuse eesmärk on lihtsustada ettevõtjate tööd. Tehes seda läbi ettevõtjate mõjutamise olla rohkem maksukuulekam ning hoida oma maksuasjad korras. Teenus hindab ettevõtjate maksukuulekust, mis omakorda koosneb järgmistest osahinnangutest: võlg, deklaratsioonid, süüteod, maksumenetlused, vastutava isiku taust ja keskmine töötasu. Lisaks hindab ka teenus ka ettevõtjate maksuasjade korrasolekut, mis koosneb järgmistest osahinnangutest: maksustavad kulud, väljamaksed, töötamine, ost, müük ja muud tähelepanekud. Teooriale toetudes on loodud teenus eesmärgiga nügida kasutajaid tegema paremaid valikuid, tänu teenuses kuvatud hinnangutele. Ettevõtjatel pole kohustus muuta oma käitumist, aga pole ka keeruline seda teha, kuna teenus näitab kohe, mis vajaks parandamist või muutmist. Sedasi üritatakse nügida ettevõtjaid hoidma oma maksuasjad korras, pakkudes neile selleks abistavat ja suunavat teenust (vt käesolev töö lk 12). Lisaks kui ettevõtja soovib jagada oma hinnanguid teiste ettevõtete, FIE ja eraisikutega on oluline, et saadud hinnang oleks positiivne, kuna see peegeldab ettevõtte maksukuulekust ning maksuasjade korrasolekut.

Inimese maksukäitumist saab ka mõjutada nügimisega psühholoogiliselt. Seda teeb ideaalselt maksukäitumise hinnangute teenuse loodud värvide ja numbrite süsteem. Kui ettevõtte hinnang on number 3 ja roheline värv tähendab, et ettevõttel on korras nii maksukuulekus kui ka maksuasjade korrasolek. Kui ettevõtte hinnang on Number 2 ja kollane värv, tähendab, et ettevõttel on mõned puudused oma maksuasjades. Hinnang, mis on aga Number 1 ja punane värv tähendab, et ettevõttel on olulised puudused, mida ta peaks üle vaatama. Vaadates oma maksukäitumise hinnanguid, mille värv on roheline ehk kõik maksuasjad on korras, tekitab see inimeses rahulolu, et MTA on tema esitatud deklaratsioonide ning tema üldise maksukäitumisega rahul.

Järeldusest tulenevalt teen ettepaneku, et suurendada avalikke teenuste kasutamist maksumaksjate seas, on vajalik rohkem reklaamida loodud teenuseid ning just sellest võtmest, et need on kasutajatele suunatud ning abistavad ettevõtjaid ja loovad tervikliku pildi ettevõtte maksuasjadest. Samuti aitaks kaasa teenusest teadlikkuse suurendamine, kui teenuselt tuleks teateid, kui ettevõtte hinnang on langenud või veel aitaks, kui ettevõtte hinnang oleks nähtaval e-maksuameti esilehel ning hinnangule vajutades viiks see automaatselt teenuse juurde. Selline automatiseerimine suurendaks kindlasti kasutajate arvu, kuna hakkaks kohe silma ja tekitaks huvi.

Kindlasti tuleks ka lisada, et maksukäitumise hinnangute e-teenus on loodud, et hõlbustada ja parandada maksumaksjate ja MTA koostööd. Veel oleks vajalik laiendada teenuse kättesaadavust ka raamatupidajatele, et raamatupidajal oleksid automaatselt õigused teenuse kasutamiseks, kuna loodud teenus on ka väga kasulik raamatupidajatele. Raamatupidajatel on võimalus kontrollida enda esitatud andmeid ning teavitada ka vajadusel ettevõtte juhatuse liiget. Teenus on ka hea abivahend juhatuse liikmetele, aga enam–jaolt toimetavad raamatupidajad tihemini e-maksuametis kui juhatuse liikmed.

Olulisel kohal on avalike teenuste kohta saadav tagasiside. Tagasiside andmise võimalus võiks olla kohe teenuse juures, et teha seda võimalikult lihtsaks kasutajate jaoks ning samas ka koguda võimalikult palju tagasisidet, et parandada teenust, muutes seda kasutajasõbralikumaks ja mugavamaks. Lisaks tuleks ka tagasiside juures arvestada maksumaksjate rahulolematust teenuse osas ja teha parandused, et teenus hindlaks ettevõtjate maksukuulekust ja maksuasjade korrasolekut õiglaselt. Selliselt on ka võimalus tulevikus parandada avalike teenuste kvaliteeti.

KOKKUVÕTE

Lõputöö uurimisprobleemiks oli küsimus: „Kuidas on maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenus ettevõtjate maksukäitumist mõjutanud?“ Lõputöö eesmärk oli välja selgitada ettevõtjate kogemused maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse kasutamisel ja siis selle põhjal teha ettepanekuid e-teenuse parendamiseks. Lõputöö eesmärgi saavutamiseks kasutati kvalitatiivset uurimismetoodikat.

Töö esimeses osas analüüsiti erialast teaduskirjandust leidmaks viise, kuidas on varasemate uuringute põhjal mõjutatud maksumaksjate käitumist ning kui suur on olnud nende mõju. Lisaks analüüsiti erinevaid maksukäitumise mõju tegureid ning leiti, et avalikud teenused koos maksuhalduri hea koostööga on väga suur maksukuulekuse mõjutaja. Lõputöö autor viis läbi poolstruktureeritud intervjuud 8 erineva valdkonna ettevõtjaga, kelle hulgas oli ka raamatupidajaid, mille tulemused ja järeldused toodi lõputöö teises osas. Intervjueeritavad soovisid jääda anonüümseks. Intervjuude eesmärk oli uurida avalikke teenuste mõju ettevõtjate maksukäitumisele ning arvamust MTA loodud maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse kohta.

Esimeseks uurimisküsimuseks oli: „Kuidas on maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse mõjutanud ettevõtjate käitumist seadusest tulenevate kohustuste täitmisel?“ Sünteesides teooriat ja poolstruktureeritud intervjuude tulemusi, selgus, et maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenus on mõjutanud maksumaksjate seadusest tulenevate kohustuste täitmist positiivselt, kuna loodud teenus juhib tähelepanu esitatud deklaratsioonide vigade peale ning annab informatsiooni, millest tulenevalt ei ole deklareeritud andmed täiesti õiged. Teenuse ülevaatlik pilt ja sisukad kommentaarid suunavad ettevõtjaid parandama vajadusel oma deklareeritud andmeid ning MTA -l puudub vajadus suunata oma ressursi sellele, kuna ettevõtjad muudavad ise oma maksukäitumist tulenevalt teenuselt saadud tagasisidest.

Teiseks uurimisküsimuseks oli: „Kuidas on mõjutanud maksukäitumise hinnangute e-teenus ettevõtjate suhtumist maksude tasumisse?“ Autor sai intervjueeritavate arvamust ja maksukäitumise mõju tegureid analüüsides teadmise, et ettevõtjate maksude tasumist mõjutavad

avalikud teenused pigem positiivselt, kuna näiteks maksukäitumise hinnangute e-teenuse kasutamine on vabatahtlik, aga see abistab ettevõtjatel tasuta makse ning ettevõtjad, kes on otsustanud kasutada e-teenust nõustusid kõik, et loodud teenus mõjub pigem vähendab maksude tasumisest kõrvale hoidumist, kuna kõik soovivad MTA silmis olla seadusekuulekad ja tublid ettevõtteid ning saadud hinnang justkui näitab, milline on ettevõtja maksekäitumine MTA seisukohast.

Kolmandaks uurimisküsimuseks oli: „Kuidas on hinnangud mõjutanud ettevõtjate suhtumist avalikke teenustesse?“ Ettevõtjad tõid välja, et avalike teenuste kvaliteet on järjest parem ning püütakse suunata teenuseid pigem maksumaksja heaoluks saavutamiseks kui avaliku sektori heaoluks. Avalikesse teenustesse suhtuti positiivselt ning nähti nende vajalikkust. E-teenuse hea kvaliteet ning vajalikkus on töö autori arvates positiivselt tagasisidestatud nii maksumaksjate kui ka MTA poolt, et taolised teenused aitavad tõsta maksumaksjate maksude tasumist. Teenuste parendamise ja järjest parema kvaliteedi pakkumiseks on oluline, et teenust kasutatakse ning kogutaks ka selle kohta tagasisidet.

Uuringu põhjal saab töö uurimisprobleemile anda üldistatud vastuse, et teenuselt saadavad tagasiside mõjutab ettevõtjate maksukuulekust ja maksuasjade korrasolekut. Suunates nad üle vaatama oma hinnangut ning hinnangu parandamiseks olema hoolsamad oma ettevõtte maksuasjades.

Töös leiti, et ettevõtjate kogemused maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse kasutamisel on enamjaolt positiivsed. Küll aga vajaks e-teenus parendamist teatud aspektide kohapealt. Lisaks tuleks kasuks e-teenuse suurem reklaamimine, et suurendada kasutajate arvu. Ettevõtjate kogemuste ja teooria põhjal saab, aga öelda, et maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenus on vajalik ning mõjutab ettevõtjate maksude tasumist positiivselt. Seega hindab töö autor lõputöö eesmärgi täidetuks.

SUMMARY

The research problem of the thesis was "How has the e-service for displaying tax behavior assessments affected the tax behavior of entrepreneurs?" The objective of the thesis was to determine the experiences of entrepreneurs in using the e-service for displaying tax behavior assessments and to make suggestions for improving the e-service based on these experiences. The author used a qualitative research methodology to achieve this objective.

The first part of the thesis analyzed professional literature to find ways in which taxpayers' behavior has been influenced by previous studies and the extent of their impact. Additionally, various factors influencing tax behavior were analyzed, and it was found that public services, along with good cooperation with the tax authority, are very significant influences on tax compliance. The author conducted semi-structured interviews with eight entrepreneurs from different sectors, including accountants, and the results and conclusions were presented in the second part of the thesis. The interviewees wished to remain anonymous. The aim of the interviews was to investigate the impact of public services on entrepreneurs' tax behavior and to gather opinions on the tax behavior assessment e-service created by the Estonian Tax and Customs Board (MTA).

The work found that the experiences of entrepreneurs in using the e-service for displaying tax behavior assessments are mostly positive. Yes, but the e-service would need to improve certain aspects on the spot. In addition, more advertising of the e-service would also be beneficial in order to increase the number of users. However, based on the experience and theory of entrepreneurs, it can be said that the e-service for displaying tax behavior assessments is necessary and positively affects the payment of taxes by entrepreneurs. Therefore, the author of the work considers the aim of the thesis fulfilled.

VIIDATUD ALLIKATE LOETELU

Anderson, J. E., 2017. Paying the State Use Tax: Is a „nudge” enough? *Public Finance Review*, 45 (2), pp. 260 – 282.

Balti Uuringute Instituut ja Poliitikauuringute Keskus Praxis, 2013. E-teenuste kasutamise tulemuslikkus ja mõju. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.praxis.ee/wp-content/uploads/2014/03/2013-E-teenuste-kasutamise-tulemuslikkus-ja-moju1.pdf> [Kasutatud 01.04.2023].

Bryman, A., 2012. *Social Research Methods. 4th edition*. Oxford: Oxford University Press.

Cai, Cynthia., 2020. Nudging the financial market? A review of the nudge theory. *Accounting & Finance*, 60(4), pp. 3341-3365.

Creswell., J. W., 2011. *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. United States of America: Sage Publication.

Creswell., J. W., 2012. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among five Approaches*. Bostin: Pearson Education.

Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K. & Kyngäs, H., 2014. *Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness*. [Võrgumaterjal] Leitav: https://www.researchgate.net/publication/260675843_Qualitative_Content_Analysis_A_Focus_on_Trustworthiness/link/643c1aade881690c4bdb7c50/download [Kasutatud 01.03.2023].

Eaton, D. H., 2008. Do Payroll Taxes Matter in Estimating Taxable Income Elasticities? *Public Finance Review*, 36 (6), pp. 748-762.

Fonseca - Corona, F. J., 2023. Tax Morale: A Global Scoping Review from the Cultural Approach to Economics. *Research Square*. [Võrgumaterjal] Leitav:

<https://assets.researchsquare.com/files/rs-2719992/v1/9e5c22a5-ae96-4db8-836a-1fd4bccc4d68.pdf?c=1680522280> [Kasutatud 04.03.2023].

Fonseca, M. A. & Grimshaw, S. B., 2017. Do Behavioral Nudges in Prepopulated Tax Forms Affect Compliance? Experimental Evidence with Real taxpayers. *Journal of Public Policy & Marketing*, 36 (2), pp. 213-226.

Gębczyńska, A. & Brajer-Marczak, R., 2020. Review of Selected Performance Measurement Models Used in Public Administration. *Administrative Sciences* (2076- 3387), 10 (4), pp.1–21.

Gillitzer, C. & Sinning, M., 2018. Nudging Businesses to Pay Their Taxes: Does Timing Matter? *IZA Institute of Labor Economics*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://docs.iza.org/dp11599.pdf> [Kasutatud 27.02.2023].

Hauslbauer, A, L., Schade, J., Drexler, C, E. & Petzoldt, T., 2022. Extending the theory of planned behaviour to predict and nudge toward the subscription to a public transport ticket. *European Transport Research Review*, 14 (1), pp. 1-14.

Inkinen, T., Merisalu, M. & Makkonen, T., 2018. Variations in the adoption and willingness to use e-services in three differentiated urban areas. *European Planning Studies*, 26 (5), pp. 950–968.

Kaur., P. & Sharma., S. K., 2015. *A Measure of Consumer Complaining Behaviour in Service Industry: Scale Validation. Paradigm*, 19 (1), pp. 37–51.

Laherand, M.-L., 2008. Kvalitatiivne uurimisviis. Tallinn: Sulesepp.

Lillemets, K., 2010. Discussions on Estonian Economic Policy. *Tax Morale, Influencing Factors, Evaluation Opportunities and Problems: The Case of Estonia*, pp. 233-252.

Lissitsa, S. & Chachashvili-Bolotin, S., 2021. E-government services use among single Israeli mothers. *Israel Affairs*. 27 (5), pp. 936 -947.

Maksu – ja Tolliamet, 2022a. *Maksu – ja Tolliameti arengukava 2022*. [Võrgumaterjal] Leitav: file:///C:/Users/Dell/Downloads/mta_arengukava_2022.pdf [Kasutatud 02.02.2023].

Maksu – ja Tolliameti, 2022b. Eesti elanike maksutahte uuring. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://ncfailid.emta.ee/s/WGfeXzdQjq94J8Z> [Kasutatud 20.03.2023].

Maksu – ja Tolliamet, 2022c. *Mida näitavad maksukäitumise hinnangud*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.emta.ee/ariklient/e-teenused-koolitused/nouanded/mida-naitavad-maksukaitumise-hinnangud> [Kasutatud 20.10.2022].

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, 2013. Avalike teenuste korraldamise roheline raamat. [Võrgumaterjal] Leitav: https://www.mkm.ee/sites/default/files/avalike_teenuste_korraldamise_roheline_raamat.pdf [Kasutatud 15.01.2023].

Mina-Raiu, L. & Melenciuc, M., 2022. The role of digitalisation in the process of improving the quality of urban Public services. *Theoretical & Empirical Researches in Urban Management*, 17 (4), pp. 22 -35.

Mitu, N, E., 2016. Taxpayer Behaviour: Typologies and Influence Factors. *Revista de Stiinte Politice*, 49, pp. 77-87.

OECD, 2010. *Understanding and Influencing Taxpayers' Compliance Behaviour. Information Note*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.oecd.org/tax/administration/46274793.pdf> [Kasutatud 17.02.2023].

Samson, A., 2014. *The Behavioral Economics Guide 2014*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://fehradvice.com/wp-content/uploads/2014/07/BEGuide2014.pdf> [Kasutatud 11.02.2023].

Shirley, G. & Brian, L. A., 2016. The digital nudge in social security administration. *International social security review*, 69 (3-4), pp. 63-83.

Stanciu, D., 2013. The Financial discipline a factor of economic growth. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 22 (2), pp. 263–271.

Stanislavovna, B, N., Anatolyevich, M, V., Aleksandrovich, R, A., Borisovich, S, V. & Valeriyevna, K, E., 2017. Tax Law Observance and the Optimum Strategy Choice for the Taxpayer Behavior in the Decentralized Systems. *International Journal of Economic Perspectives*, 11 (3), pp. 1070-1077.

Sunstein, C, R., 2014. The Ethics of Nudging. *Yale Journal on Regulation*, 32, pp. 414-450.

Thaler, R. H. & Sunstein, C. R., 2008. *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*. New York : Penguin Books.

Rodriguez, L. & Gabriela, M., 2022. Factors explaining tax compliance. *Journal of Finance & Financial Law*, Special Issue, pp. 69-79.

Riigikantselei, 2014. *Kokkuvõte avalike teenuste ühtne portfelli juhtimine*. [Võrgumaterjal]
Leitav:[file:///C:/Users/Dell/Downloads/Avalike%20teenuste%20%C3%BChitse%20portfelli juhti
mise%20kokkuv%C3%B5te.pdf](file:///C:/Users/Dell/Downloads/Avalike%20teenuste%20%C3%BChitse%20portfelli%20juhtimise%20kokkuv%C3%B5te.pdf) [Kasutatud 23.03.2023].

Vainre, M., Aaben, L., Paulus, A., Koppel, H., Tammsaar, H., Telve, K., Koppel, K., Beilmann, K. & Uusberg, A., 2020. Nudging towards tax compliance: A fieldwork - informed randomised controlled trial. *Journal of Behavioral Public Administration*, 3 (1), pp. 1-10.

Vogel, J., 1974. Taxation and Public Opinion in Sweden: An Interpretation of Recent Survey Data. *National Tax Journal*, 27 (4), pp. 499-513.

Õunapuu, L., 2012. *Valimid kvantitatiivsetes ja kvalitatiivsetes uurimustes*. Tartu Ülikool.

[Võrgumaterjal] Leitav: <https://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/27764/index.html>

[Kasutatud 02.02.2023]

Lisa 1. Poolstruktureeritud intervjuude küsimused

1. Kuidas või millal hakkasite kasutama maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenust? Miks?
2. Milline oli esmamulje teenusest? Miks
3. Tihti te teenust kasutate?
4. Kas teenuselt tuleb ka mingisuguseid teateid?
5. Kas te esitate deklaratsioone õigeaegselt? Kui ei, miks olete hilinenud?
6. Mis hinnangu on teie ettevõtte saanud? Tekitas see teie ka mingit emotsiooni?
7. kas ettevõttes on teenuse/hinnangu tulemusel hakatud midagi teistmoodi tegema?
8. Kas maksukäitumise kuvamis e-teenus on muutnud Teie seisukohti või arusaama maksude tasumisest või mõjutanud?
9. Kuidas hindate teenuse mugavust ja arusaadavust? Miks pole teenus mugav või arusaadav?
10. Kas Teie arvates saaks teenust muuta kuidagi kasutajasõbralikumaks?
11. Kas Teie arvates on teenus üldse vajalik? Miks pole või on?
12. Kas Teie arvates hindab teenus Teie maksukäitumist õiglaselt? Miks arvate nii?
13. Kas teenuse loodud süsteem, mis näitab Teie esitatud andmete põhjal kolme värvi ja 1-3 punkti skaalat on Teie arvates piisav, andmaks hinnangu Teie maksukuulekusele ja maksuasjade korrashoiule?
14. Kas teenus on ka teie jaoks teinud lihtsamaks deklaratsioonide ja dokumentide esitamise? Miks?
15. Kas hinnang annab piisava tagasiside, mida on vaja parandada ja kus seda teha? Miks arvate nii?

Lisa 2. Kategooriate ja koodide tabel

<p>Kategooria 1</p> <p>„E- teenus kui abivahend deklaratsioonide esitamisel ja parandamisel“</p>	<p>Kood 1 „Deklaratsioonide õigeaegne esitamine“</p> <p>Kood 2 „Deklaratsioonide esitamisel esinevad veateated“</p> <p>Kood 3 „Deklaratsioonil esinevate vigade parandamine“</p>
<p>Kategooria 2</p> <p>„Arvamus saadud hinnangust“</p>	<p>Kood 1 „Rahulolu saadud hinnanguga“</p> <p>Kood 2 „Nõustumine saadud hinnanguga“</p> <p>Kood 3 „Saadud hinnang on ebaõiglane“</p> <p>Kood 4 „Üldine hinnangusse suhtumine on positiivne“</p> <p>Kood 5 „Üldine hinnangusse suhtumine on negatiivne“</p>
<p>Kategooria 3</p> <p>„Maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse saadud hinnangute mõju“</p>	<p>Kood 1 „Hinnangu tulemusel maksukäitumise muutmine“</p> <p>Kood 2 „Hinnangu tulemusel oma seisukohtasid muutnud“</p>
<p>Kategooria 4</p> <p>„Ettevõtjate teadlikkus maksukäitumise hinnangute kuvamise e-teenuse kohta“</p>	<p>Kood 1 „Teade e-teenuse olemasolust“</p> <p>Kood 2 „Ligipääs teenusele“</p> <p>Kood 3 „Erinev sagedus teenuse kasutamisel“</p> <p>Kood 4 „Hea teenuse arusaadavus“</p> <p>Kood 5 „Teenusega rahulolematus“</p>
<p>Kategooria 5</p> <p>„Üldine ettevõtjate arvamus loodud teenusest“</p>	<p>Kood 1 „Teenuse vajalikus“</p> <p>Kood 2 „Teenuselt saadav tagasiside“</p> <p>Kood 3 „Abi saamine Maksu – ja Tolliametilt“</p>