

MAKSU- JA TOLLIAMETI KAMPAANIA

RED FLAGS



PÕHI- PROBLEEM

Ümbrikupalk on Eestis suurim maksuprobleem – Maksu ja Tolliameti (edaspidi MTA) hinnangul on ümbrikupalgast tekkiv maksukahju umbes 99,8 miljonit eurot ja suure osa (84%) moodustab osaliselt makstav ümbrikupalk. Enamasti tähendab see, et ametlikult maksab ettevõtte töötajatele tasu näiteks miinimumpalga ulatuses, ülejäänu aga mustalt. See on üks põhjuseid, mis viib ettevõtte töötajate töötasu Eesti keskmisega võrreldes alla ning jätab töötajad osaliselt või täielikult sotsiaalsetest tagatistest ilma.

Hooajatööde tipp-ajal kasvab ka ümbrikupalga saajate arv. MTA kontrollid näitavad, et just suvekuudel suureneb ümbrikupalga maksmisega seotud rikkumiste hulk. Kuna teadlikkus maksudest ja keskmisest suurem valmisolek ümbrikupalka vastu võtta on just noorte seas, siis oli oluline sellele sihtrühmale rohkem tähelepanu juhtida.

SIHTRÜHM

Eesti ja vene keelt kõnelevad 15–24-aastased noored (alustavad tööturul või teevad hooajalist tööd).

KAMPAANIA EESMÄRGID

Mõjutada sihtrühma käitumist, et nad ei võtaks vastu ümbrikupalka.

Tõsta sihtrühma maksualaseid teadmisi, hoiakuid ja norme.

Juhtida sihtrühma tähelepanu plussidele, mis kaasnevad maksude korrektse tasumisega.

Toetada Maksu- ja Tolliameti kui institutsiooni usaldusväarsust sihtrühmade silmis.

STRATEEGIA

Teame, et noored on oma olemuselt pigem mässajad ning öeldes neile, et nad midagi teha ei tohi, võib see tuua hoopis vastupidise tulemuse.

Seega, juhatasime kevad/suvel hooajatöödele või esimesele töökohale asuvatele 15–24-aastased noored siirduma tööle korrektselt käituvate tööandjate juurde, esitledes nende jaoks rahanduse- ja töösuhete teemal autentsete mõjuisikute vahendusel ohumärke, mis võivad viidata tööandja poolt ümbrikupalga maksmisele.

Oluline oli ka ajastus, mil noored töökohta valivad – meil oli tegevusteks aega vaid neli nädalat.

Kampaania eelarve 16 500 €



Pakkumine on liiga hea, et tõsi olla

Uskumatult suur töötasu, tasuta elamine, erinevad soodustused? Uuri, kas kusagil on konks. Kontrolli tööandja tausta guugeldades ja teatmik.ee.



MAKSU- JA TOLLIAMET



Tööandja pakub ümbrikupalka

Ümbrikupalgaga nõustudes on tööandjal sinu üle võim. Ta ei pea andma sulle puhkust, maksuma puhkuserahasid või tasuma hüvitist, kui sa haigeks jääd. Ta võib seda teha, aga ei pea.



MAKSU- JA TOLLIAMET

LOOV- LAHENDUS

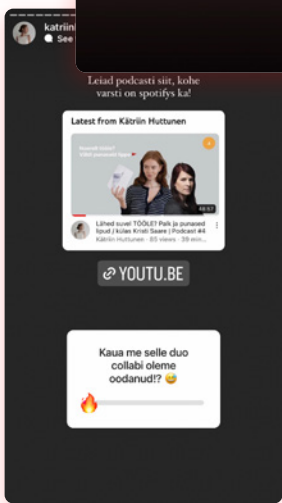
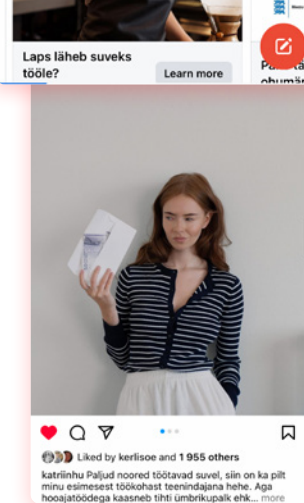
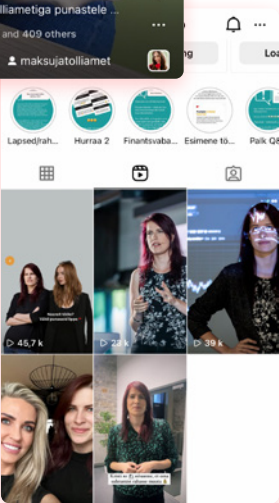
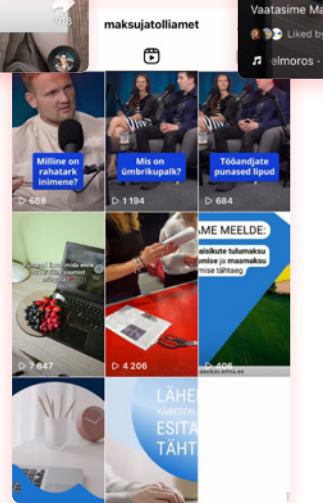
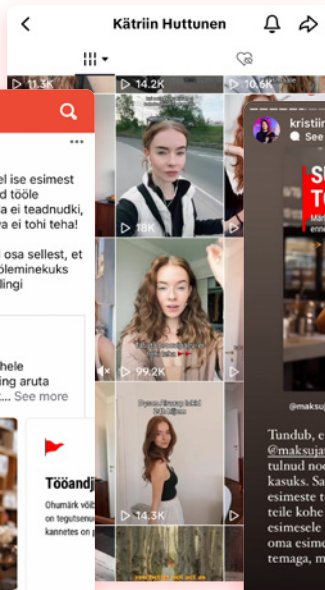
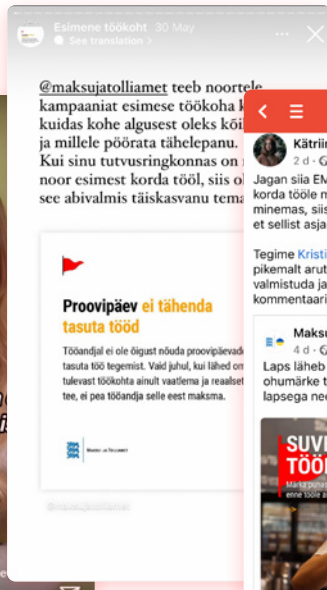
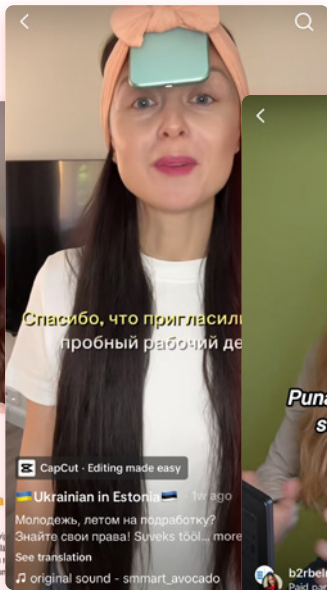
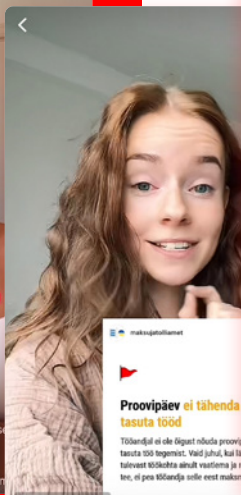
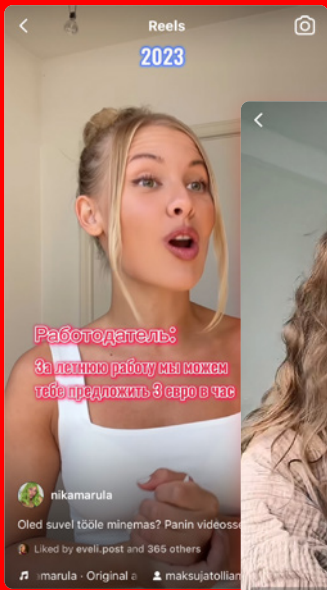


- ▶ Pöörasime tavapärase “ära tee!” sõnumi ümber ning tõime välja hoopis ohukohad ning noorte õigused ehk rääkisime punastest lippudest.
- ▶ Lähenesime noortele noorte keeles – kasutasime terminit “red flags” ning tõime esile nii ohukohad.
- ▶ Ohumärkidest rääkimine võimaldas käsitleda mitmeid probleeme, mis ümbrikupalgaga seonduvad, sh nii maksud, tervisekindlustus, pangalaen kui ka üldisemalt ühiskonnas kokku lepitud reeglid.
- ▶ Kaasasime kampaaniasse mõjusikud, kes on sotsiaalselt tundlikud, ausad, edendavad rahatarkust ning kõnetavad noori.
- ▶ Tegutsesime platvormidel, kus noored on (nt TikTok, YouTube, Spotify).
- ▶ Tegime koostööd Eesti suurima värbamisportaali CV.ee tööportaaliga, mis on oluline platvorm tööleidjatele.

Meie jaoks olid olulised sihtgrupina ka lapsevanemad, kes samuti kujundavad laste hoiakuid ja käitumist. Nendeni jõudsim peamiselt läbi teenitud meediakajastuste rõhudes meedias sellele, kuidas enda last tööturul kaitsta.

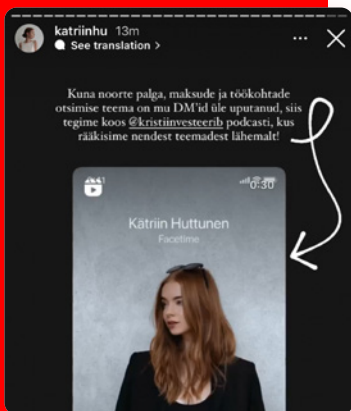


NÄITEID POSTITUSTEST SOTSIAALMEEDIAS



TEGEVUSED

- ▶ Lisaks pressiteadetele kirjutasime artikleid erinevate teemanurkade alt, kuid peamine rõhk oli nõuandvatel ja harivatel kajastustel, mis andsid nii noortele kui lapsevanematele teadmisi ohukohtadest tööandja juures. Sh tõime ka elulisi näiteid erinevatest juhtumistest seoses ümbrikupalgaga.
- ▶ Tegime koostööd viie mõjuisikuga (sh **Kristi Saare, Kätriin Huttuneni, Bärbel Morose** ning **Nika Marula** (venekeelne sisu) ja **Darya Pastak** (venekeelne sisu).



- ▶ Kätriin Huttunen ning Kristi Saare jagasid teadmisi nii eraldiseisvalt kui tandemina. Postitustes jagati eelkõige enda kogemusi. Kätriini ja Kristi koostöös ilmus **podcast**, kus pöörati tähelepanu just punastele lippudele.



- ▶ Kristi Saare jagas Instagramis lugusid esimeste töökohtade punastest lippudest, mida inimesed olid temaga Story üleskutse peale jaganud. **See oli nii populaarne, et Kristi pidi paari tunni möödudes Story maha võtma**, sest inimesed jagasid nii lühikese aja jooksul juba sadu lugusid.
- ▶ Mõjuisikud Bärbel, Nika ning Darya tegid TikToki ja Instagrami lõbusad sketsid ilmestamaks ohumärke.
- ▶ Kuna suur osa tööpakkumistest on üleval töövahendusportaalides, võimaldas **koostöö CVOonline**'ga kampaania sõnumeid võimendada. Juhtisime noorte tähelepanu bännerite ja artiklitega portaalil ning sotsiaalmeedias nii taskuhäälingu kui postituste näol.
- ▶ Nika Marula ja Kristi Saare olid kaasatud ka meediategevustes – Nika andis intervjuu **Kofe+** saates ning Kristi kirjutas kolumni ajakirja **Pere ja Kodu**.

TULEMUSED

- ▶ Kampania edukust märgib MTA maksutahte uuring: 15–24-aastaste puhul hindasid 45% vastajatest, et on saanud kõige rohkem teavet maksude kohta meediast (2022. aastal oli see 26%). See tähendab, et kampania abiga **jõudsime erinevaid meediume kasutades kaks korda suurema auditooriumini konkreetses vanusegrupis!**
- ▶ MTA maksutahte uuringust selgus lisaks, et võrreldes 2022. aastaga hindas 2023. aastal rohkem noori (15–24) oma teadmisi Eesti maksusüsteemist heaks (vastavalt 47% ja 51%).
- ▶ 2023. aastal teadsid 71% vastanud noortest, mille pealt peab makse tasuma ja kuidas makse maksta (aastal 2022. oli see 69%).
- ▶ Nelja nädala jooksul **29 teenitud meediakajastust**, nende hulgas **5 prime-time raadiointervjuud** ja **2 teleintervjuud**.
- ▶ Aktiivse arutelu algatamine nii sotsiaalmeedias kui meedias – **ühel juhul oli raadiointervjuu MTA kõneisikuga nii menukas, et inimesed helistasid saatesse ja tahtsid maksuteemadel edasi arutleda**. Lisaks sajad lugejakirjad, mis Kristi Saare üleskutse peale Instagrami laekusid.
- ▶ Reach sotsiaalmeedias orgaaniliselt **300 000+**



VALIK MEEDIAKAJASTUSI

Spetsialist soovib, mida jälgida, kui laps asub suvel tööle

Spetsialist soovib, mida jälgida, kui laps asub suvel tööle. Artikkel keskendub vanemate ja tööandjate vastutusele lapse suvel töötamise ajal. Artiklil on kaasas foto, mis näitab inimest, kes vaatab tööandjate loetelut, mille pealkirjaks on 'SUVEKS TÖÖLE'.

Maksuamet selgitab: kolm soovitud, mida jälgida, kui laps läheb suvel tööle (6)

Artikkel annab ülevaate sellest, mida vanemad peaksid jälgima, kui nende laps hakkab suvel töötama. Artiklil on kaasas foto, mis näitab käsi, mis hoiavad 50-euroset raha ja kirjutavad dokumenti, mille pealkirjaks on 'TÖÖLEPING'.

Три рекомендации, которым нужно следовать, если ребенок решит подработать летом

Artikkel pakub vanematele kolme soovitusi, mida jälgida, kui nende laps otsustab suvel töötada. Artiklil on kaasas foto, mis näitab kolme noort, kes seisavad välimüügi ees.

PROBLEEM) "Mustalt" töötavad noored on tööandja lükata-tõugata

Artikkel räägib probleemidest, mis võivad tekkida, kui noored otsustavad "mustalt" töötada. Artiklil on kaasas foto, mis näitab käsi, mis hoiavad raha ja kirjutavad dokumenti.

Nastuulilo leto, ja dla mnogih shkolnikov i studentov eto vremya, kogda možno zarabotat'. Kohe-kohe on algamas koolivaheaeg, kuhu suveks tööle minna. „Kui sind ei huvita, millist tööd teed, siis on lihtne koht leida,“ arvab gümnasist Ais Leiger Raidaru. Kive ja kände leidub aga noorte töötähtsustel üksjagu ning ka paljude lapsevanemate närvirakud põlevad heleda leelgiga.

Ребенок решил подзаработать летом: что делать, чтобы первый опыт работы оставил только хорошие впечатления?

Artikkel annab vanematele nõuandeid, kuidas aidata lapsel suvel töötamise esimest kogemust võimalikult heaks muuta. Artiklil on kaasas foto, mis näitab inimest, kes vaatab tööandjate loetelut.

NÄRVIRAKUD PLAHVATAVAD! Kui lihtne on koolinoortel suveks tööd leida?

Artikkel räägib sellest, kuidas koolinoortel on lihtne leida suvel tööd. Artiklil on kaasas foto, mis näitab noort, kes seisavad välimüügi ees.