



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sami Kiviharju

VEROVAPAA MATKAILIJAMYYN
TI
ERIKOISLIIKKEEN NÄKÖKULMA
STA

Liiketalous
2015

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Sami Kiviharju
Opinnäytetyön nimi	Verovapaa matkailijamyynänti erikoisliikkeen näkökulmasta
Vuosi	2016
Kieli	suomi
Sivumäärä	48 + 1 liitettä
Ohjaaja	Leena Pommelin-Andrejeff

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää toimeksiantajayrityksen myyjien kokemuksia verovapaan matkailijamyynnin tekemisestä, siihen liittyvästä osaamisestaan ja kehittämismahdollisuuksista. Tutkimus on rajattu koskemaan neljää myymälää Länsi-Suomen alueella, joka ei yleisesti ottaen ole perinteisesti verovapaan matkailijamyynnin kärkialuetta.

Opinnäytetyö koostuu kahdesta teoriaosioista ja empiirisestä osiosta. Ensimmäisessä teorialuvussa käydään läpi yleisesti kansainvälisen kaupan verottomuuden perusteita sekä verovapaan matkailijamyynnin muotoja. Toisessa teorialuvussa paneudutaan tarkemmin verovapaan matkailijamyynnin tax free- ja invoice-menettelyihin ja näiden myyntiprosesseihin. Työn empiriaosuus toteutettiin verkkokyselyinä alueen myyjille. Saadut vastaukset kartoittavat neljää osa-aluetta verovapaan matkailijamyynnin kokemuksista. Ensimmäinen kuvaa sitä, missä määrin myyntiä tehdään, toinen myyjien arvioita prosessien vaiheiden osaamisestaan, kolmas kokemuksia myyntiosaamisen merkityksestä ja mahdollisten puutteiden seurauksista ja neljäs saatua ohjeistusta ja lisäkoulutuksen tarvetta.

Tutkimuksen tuloksista selviää, että verovapaa matkailijamyynänti ei kuulu tutkimusalueen myymälöissä jokapäiväisiin työtehtäviin. Vastaajista vähän yli puolet on tehnyt tax free -ja reilu neljäsosa invoice-myyntiä. Myyjien verovapaan matkailijamyynnin hallinnan arvioissa on eroja. Matkailijamyynnin myyntimenetelmästä ja prosessin vaiheesta riippuen myyjistä 46 % - 88 % kokee hallinnan tuottavan vaikeuksia tai sen puuttuvan kokonaan. Suurin osa myyjistä ottaisi mielellään vastaan lisäperehdytystä verovapaasta matkailijamyynnistä.

ABSTRACT

Author	Sami Kiviharju
Title	Tax Free Sales to Travellers in a Specialized Store
Year	2016
Language	Finnish
Pages	48 + 1 Appendices
Name of Supervisor	Leena Pommelin-Andrejeff

The aim of this thesis was to research how the sales personnel in the case company experience tax free sales to travelers in their work and how they estimate their knowledge of and need for improvement in the area. The study focused on four stores in Western Finland, which generally are not among the top areas for tax free shoppers.

The thesis consists of two theoretical sections and the empirical study. The first theory chapter studies the principles of tax free sales in international business as well as the forms of tax free sales to travelers. The other theory chapter concentrates on the two sales methods of tax free sales, called tax free and invoice, and the stages of both sales processes. The empirical study was conducted as an online survey for the sales personnel in the area. The responses obtained depict four aspects concerning tax free sales to travelers. The first one describes the extent to which sales are carried out by the responders and the second their evaluations of their competences in the process. The third handles their views on the importance of mastering this area of expertise and the consequences of potential shortcomings. The fourth one portrays the instructions given and need for further training on the matter.

According to the results, tax free sales to travelers are not part of the everyday routine in the studied stores. A little over half of the respondents have had experience in the tax free method and about a quarter in the invoice method. The estimations on the levels of competence varied. Depending on the method and the stage of the process 46 to 88 percent of the sales personnel experienced difficulties or lack of managing the process. The majority of the respondents would willingly receive more training on tax free sales.

Keywords value added tax, international business, tax free sales

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1. JOHDANTO	5
1.1 Tutkimuksen tausta.....	5
1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset	6
1.3 Tutkimuksen rakenne	7
2. KANSAINVÄLISEN KAUPAN VEROTUS	8
2.1 Arvonlisävero Suomessa	9
2.1.1 Tavarán ja palvelun määritelmä.....	9
2.1.2 Verokannat Suomessa.....	10
2.2 Yhteisömyynti	11
2.3 Myynti yhteisön ulkopuolelle.....	13
2.4 Veroton matkailijamyynti.....	14
2.4.1 Vientimenettelyyn perustuva matkailijamyynti	15
2.4.2 Matkailijamyynti Ahvenanmaalla.....	16
2.4.3 Matkailijamyynti Norjassa asuvalle.....	17
2.4.4 Veroton myynti Nato-joukoille.....	17
2.5 Verottoman matkailijamyynnin nykytilanne Suomessa	17
3. MYYNTIPROSESSI VEROTTOMASSA MATKAILIJAMYYNISSÄ.....	20
3.1 Myynnin ehtojen tarkistaminen	20
3.2 Asiakirjojen laatiminen	21
3.3 Tuotteiden pakkaaminen	22
3.4 Palautuksen maksaminen matkailijalle.....	23
3.5 Yhteenveto.....	24
3.6 Global Bluen tax free -palvelut yrityksille	26
4. EMPIIRINEN TUTKIMUS	28
4.1 Tutkimusmenetelmät	28
4.2 Suunnittelu ja toteutus	29
4.3 Tutkimustulokset	30
4.3.1 Myyntitottumukset.....	30

4.3.2 Myyntiosaaminen prosessien eri vaiheissa	31
4.3.3 Myyntiosaamisen ja osaamisen puutteiden merkitys.....	35
4.3.4 Saatu ohjeistus ja lisäkoulutuksen tarve	37
4.4 Yhteenveto tuloksista	40
5. JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	42
5.1 Johtopäätökset	42
5.2 Tutkimuksen luotettavuus	44
5.3 Mitä opin	45
5.4 Jatkotutkimusehdotuksia	46
LÄHTEET.....	47
LIITTEET	

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

Kuvio 1. Veroton matkailijamyyni Suomessa s 16

Kuvio 2. Global Bluen tax free –myynnit kesäkuu 2015 s. 17

Kuvio 3. Tax free -prosessi s. 24

Kuvio 4. Invoice-prosessi s. 25

Kuvio 5. Tax free myyntiprosessin hallinta s. 31

Kuvio 6. Invoice-myyntiprosessin hallinta s. 33

Kuvio 7. Verovapaan myynnin ohjaaminen toiselle myyjälle s. 36

Kuvio 8. Osaamisen kehittäminen s. 39

Taulukko 1. Arvonlisäverokannat Suomessa s. 8

LIITELUETTELO

LIITE 1. Kyselylomake

1. JOHDANTO

Verottomasta matkailijamyynnistä ja tax freestä tulee monelle mieleen ensimmäisenä risteilyaluksilla ja lentokentillä tehtävät verovapaat ostokset. Tällaisia ostoksia voi esimerkiksi suomalainen tehdä EU:n ja Norjan ulkopuolelle matkustaessaan lentokentän ulkomaan terminaalissa sekä Ruotsin laivamatkalla kuljettaessa EU:n veroalueen ulkopuolelle kuuluvan Ahvenanmaan kautta. (Äärilä & Nyrhinen 2010. 302-303.) Tässä opinnäytetyössä keskitytään kuitenkin sellaiseen verottomaan matkailijamyyntiin, jossa EU:n ulkopuolelta tuleva matkailija tekee verovapaita ostoksia EU:n alueella oleskellessaan. Tämän yleisesti ehkä tuntemattomamman verovapaan matkailijamyynnin muodon puitteissa esimerkiksi Venäjältä Suomeen joululomalle saapuva tai Kiinasta liikematkalla vieraileva matkailija voi ostaa tuotteita verottomasti kotiin viemisiksi. Verovapaa matkailijamyynti on yrityksille yksi tapa harjoittaa ulkomaan kauppaa ja saavuttaa kilpailuetua sekä kansainvälistä näkyvyyttä.

1.1 Tutkimuksen tausta

Suoritin ammattiharjoittelujaksoni kodinelektroniikan myymiseen erikoistuneen ketjun liikkeessä Pohjanmaalla. Idean tutkimustyölleni sain ammattiharjoittelujaksollani, jolloin kiinnostuin yrityksen myyjien osaamisesta verottomassa matkailijamyynnissä. Ammattiharjoitteluni aikana havaitsin erikoisliikkeen myyjien verovapaan matkailijamyynnin taidontasossa isoja eroja myyjien välillä, sillä osa myyjistä ei osannut tehdä verovapaata myyntiä ollenkaan. Hyvän asiakaspalvelun takaamiseksi on kuitenkin tärkeää, että myyjä hallitsee kokonaisvaltaisesti myyntityön eri osa-alueet. Keskustelin esimieheni kanssa kyseisen myynnin osa-alueen hallinnasta ja tulimme yhdessä siihen tulokseen, että asiaa olisi tarpeen kartoittaa, jotta osaamisen puutteisiin voitaisiin etsiä ratkaisuja. Näin ollen sovimme ammattiharjoittelupaikan esimiehen kanssa toimeksiannosta opinnäytetyöhöni. Aiheeksi muodostui verovapaa matkailijamyynti erikoisliikkeen näkökulmasta sekä valmiudet ja kehittämistarve toimeksiantajayrityksen liikkeissä Länsi-Suomen alueella.

1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää toimeksiantajayrityksessä toimivien työntekijöiden tietämystä ja valmiuksia toteuttaa verovapaata matkailijamyyntiä Länsi-Suomen alueella. Opinnäytetyössäni vastaan seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä verovapaalla matkailijamyynnillä tarkoitetaan?
- Miten veroton matkailijamyynti toimii käytännössä?
- Miten erikoisliikkeen myyjät arvioivat käytännön osaamistaan verottomassa matkailijamyynnissä?
- Miten erikoisliikkeen myyjien käytännön osaamista voitaisiin parantaa?

Tutkimuksesta saatavien tulosten on tarkoitus toimia informatiivisena tietolähteenä työnantajalle yrityksen nykytilanteesta verovapaan matkailijamyynnin myyntiosaamisessa sekä apuna osaamisen kehittämisessä.

Tutkimus rajataan koskemaan neljää Länsi-Suomessa sijaitsevaa toimeksiantajan myymälää. Kysely tehdään neljän myymälän työntekijöille. Oman työpaikan aiheita koskevan kiinnostuksen lisäksi aluevalintaani vaikutti arvonlisäveron palautustoimintaa harjoittavan *Global Bluen* tilastoista (kuvio 2, s.16) ilmenevä yleinen tax free -myynnin vähyys Länsi-Suomessa. Kesäkuussa 2015 julkaistussa tilastossa 15 kärjessä olevaa kaupunkia muodostivat 92,5 prosenttia kaikesta Suomen tax free -myynnistä, eikä yksikään kaupungeista sijaitse Länsi-Suomen alueella. Voi siis olettaa, että tax free -myynti ei ole länsisuomalaisille yrityksille osa jokapäiväistä rutinia, jolloin osaamisessakin voi olla vaihtelua. Neljästä myymälästä saataneen opinnäytetyön laajuuteen nähden riittävä määrä vastauksia niin, että vastausten käsittely on hallittavissa. Lisäksi nämä myymälät ovat henkilöstömääriltään samaa suuruusluokkaa, jolloin niitä on mielekästä tutkia yhdessä.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Tutkimustyöni johdantoluvussa keskitytään aiheen valintaan johtaneisiin tekijöihin ja tutkimusongelmaan. Johdannon jälkeen tulee ensimmäinen teorialuku, jossa perehdytään tavaran myyntiin ja arvonlisäverotukseen kansainvälisessä kaupassa. Verovapaa matkailijamyynä on kansainvälistä ulkokauppaa, joten kansainvälisen kaupan ymmärtäminen on hyväksi. Pohjustan aihetta Suomen arvonlisäverokäytännöillä. Sitten käsittelen yhteisömyynnin eli Euroopan unionin sisäkaupan ominaisuuksia ja vaatimukset, sekä kerron ulkokaupan määritelmästä ja ulkokaupan verottomuuden perusteista. Painopisteenä ovat verottomuuden edellytykset ja erityisrajoitukset kansainvälisessä kaupassa.

Tutkimustyön kolmannessa luvussa kerrotaan tarkemmin kahdesta eri tavasta tehdä verovapaata matkailijamyynä (tax free ja invoice). Lisäksi luvussa avataan verottoman matkailijamyynnin prosessit myyjän näkökulmasta vaihe vaiheelta asiakkaan henkilöllisyyden tarkistamisesta aina palautuksen maksuun.

Teorian jälkeen keskitytään itse tutkimukseen eli empiriaosioon, jossa kerron tutkimuskyselyn toteuttamisesta ja saaduista tuloksista. Teen myös johtopäätöksiä saatujen tulosten pohjalta. Lopuksi esittelen mahdollisia jatkotutkimusideoita ja pohdin tutkimuksen luotettavuutta.

2. KANSAINVÄLISEN KAUPAN VEROTUS

Tässä luvussa käsitellään ensin yritysten välistä verotonta myyntiä kansainvälisessä kaupassa. Alaluvussa 2.4 *Veroton matkailijamyyni* käsitellään yksityisen henkilön mahdollisuutta tehdä verovapaita ostoksia. Jotta voitaisiin ymmärtää verovapaan matkailijamyynnin asemaa kansainvälisessä kaupassa, on syytä käydä läpi kansainvälisen kaupan käytänteitä ja verotusta. Seuraavissa alaluvuissa käsitellään yritysten ulkomaankauppaa ja sen verottomuuden edellytyksiä.

Arvonlisävero on ominaisuuksiltaan *kulutusvero*. Tavaroiden kansainvälisessä kaupassa on säädetty, että vero maksetaan siihen maahan, jossa sijaitsee tavarantoimittajan lopullinen käyttäjä. Tämän päämäärän mukaan tavaroiden myynti ulkomaille on verotonta ja vastaavasti tavaroiden ostaminen ulkomailta on verollista liiketoimintaa. Suomi tuli osaksi Euroopan yhteisön sisämarkkinajärjestelmää liittyessään EU:n jäseneksi vuonna 1995. EU:n sisällä harjoitettavaan tavarantoimintaan sovelletaan kuitenkin erilaista menettelyä, kuin *ulkokauppaan*, eli tavarakauppaan EU:n yhteisön ulkopuolisille maille. (Äärilä & Nyrhinen 2010, 272-273)

Verovelvollisten yritysten tavaroiden myynti voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään, joita ovat *kotimaan myynti*, *veroton yhteisömyynti* (sisäkauppa) ja *veroton myynti yhteisön ulkopuolelle* (ulkokauppa). On olemassa kuitenkin ehtoja myynnin verottomuudelle sekä yhteisön sisäisessä yhteisömyynnissä että yhteisön ulkopuolelle suuntautuvassa myynnissä. Mikäli ehdot jäävät täyttymättä tavarantoiminnan myynnissä, sovelletaan myyntiin kotimaan arvonlisäverollista myyntiä. (Äärilä & Nyrhinen 2010, 272-273)

2.1 Arvonlisävero Suomessa

Arvonlisävero on yleinen *kulutusvero*, jota maksetaan kaikista palveluiden ja tavaroiden kulutuksesta. Kulutusveron omaisesti veron lopullisia maksajia ovat tavaroiden ja palveluiden lopulliset käyttäjät eli kuluttajat. Yritykset sisällyttävät myyntihintoihin arvonlisäveron ja myynnin yhteydessä yritys perii kuluttajalta arvonlisäveron jokaisesta palvelusta ja tavarasta ja tilittää sen valtiolle. Verovelvollisia Suomessa ovat kaikki liiketoiminnanharjoittajat, jotka harjoittavat tavaroiden ja/tai palveluiden myyntiä. (Äärilä & Nyrhinen 2010, 28-29).

Kaikki yritykset eivät kuitenkaan ole arvonlisäverovelvollisia. Mikäli yrityksen tilikauden liikevaihto on alle 8500 euroa, ei yrityksen tarvitse ilmoittautua arvonlisäverovelvollisten rekisteriin. Halutessaan yritys voi kuitenkin rekisteröidä itsensä verovelvollisten rekisteriin, jos yritys harjoittaa liiketoimintaa. (Verohallinto 2015)

2.1.1 Tavarain ja palvelun määritelmä

Tavaraa pidetään arvonlisäverolain määritelmien mukaan aineellisena esineenä. Tämä määritelmä kattaa kiinteät ja irtaimet esineet sekä kiinteistöt. Erilaisia energiahyödykkeitä kuten kaasu, lämpö, sähkö, kylmyys ja muita niihin verrattavia hyödykkeitä luokitellaan myös tavaraksi. (Verohallinto 2010)

Palvelulla tarkoitetaan kaikkia niitä muita liiketoiminnan muodossa myytäviä hyödykkeitä, joita ei luokitella tavaraksi. Palveluksi katsotaan rakennustyö, tavaroiden vuokraustoiminta ja tavaroiden välitystoiminta. Palveluksi katsotaan myös esineen kokoaminen ja suunnittelu, kun materiaalit esineen valmistukseen toimittaa ostaja. Mikäli vain osa materiaaleista tulee ostajalta, ratkaistaan tilanne tapauskohtaisesti. Myös korjaustyöt luokitellaan palvelun myynniksi, mutta mikäli korjaustyö on niin laajaa, että korjauksesta aiheutuva kustannus ylittää tavarain entisen arvon, kysymys on useimmiten tavarain myynnistä. (Verohallinto 2010)

2.1.2 Verokannat Suomessa

Euroopan yhteisön jäsenmaissa on säädetty tavaroiden ja palveluiden veron minimiprosenttisuudesta, jonka on oltava yhtenäinen sekä palveluille että tavaroille. Veron minimiosuuden tulee olla vähintään 15 prosenttiyksikköä. Suomessa palveluiden ja tavaroiden yleisestä verokannasta on sovittu arvonlisäverolain 84 – pykälässä, jossa arvonlisäverokannaksi määritellään 24 prosenttia. Sallittua on myös pitää kahta alemmaa verokantaa yleisen verokannan lisäksi. (Äärilä & Nyrhinen 2010. 189). Pääsäännön mukaan Suomessa tapahtuvasta verollisten tavaroiden ja palveluiden myynnistä suoritetaan yleisen verokannan mukainen *arvonlisävero*, mutta tietyissä tilanteissa voidaan soveltaa alempia verokantoja (Kallio, Nielsen, Ojala, Saukko & Sääskilahti 2008).

Yleinen verokanta	24 %
Elintarvikkeet, rehu, ravintola- ja ateriapalvelut	14 %
Henkilökuljetus, majoituspalvelut, liikuntapalvelut, teatteri, sirkus-, musiikki- ja tanssiesitysten, elokuvanäytösten, näyttelyjen, urheilutapahtumien, museoiden ja muiden vastaavien kulttuuri- ja viihdetilaisuuksien pääsymaksut, lääkkeet, kirjat, sanoma- ja aikakauslehdet vähintään kuukauden ajaksi tilattuna.	10 %

Taulukko 1. Suomessa käytettävät verokannat (Yrittäjät 2013)

Taulukko 1 havainnollistaa Suomessa käytössä olevia verokantoja. Ihmisten ruokana ja juomana sekä eläinten rehuna käytettyjen aineiden sekä tietyin edellytyksin näiden tavaroiden valmistamiseen ja säilömiseen käytettävien aineiden myyntiin sovelletaan alennettua 14 prosentin verokantaa. Erilaisia henkilökuljetuksen, majoituksen, kulttuuri- ja urheilupalveluiden sekä lääkkeiden, kirjojen ja lehtien verotuksessa puolestaan käytetään 10 prosentin verokantaa.

Suomessa yrityksellä on myös tietyissä olosuhteissa oikeus *nollaverokannan* alaisiin myynteihin ja vähentää toimintaa varten tekemiinsä hankintoihin sisällyneet

verot. Mikäli nollaverokannan alaista myyntiä tekevällä yrityksellä ei ole muuta yleisen tai alennetun verokannan alaista toimintaa, veroviranomainen palauttaa yritykselle tavarain tai palvelun tuottamisesta syntyneisiin hankintoihin sisältyvät verot. Palautukseen oikeuttavan liiketoiminnan lisäehtona on, että myyjä on rekisteröitynyt verovelvolliseksi. Nollaverokannan alaista myyntiä on muun muassa kansainvälisen kaupan veroton tavaroiden myynti, kunnan myynti keskuspankille, painetun sanoma- ja aikakauslehden tilausmyynti ja ulkomailla tapahtuva myynti, joka olisi aiheuttanut verovelvollisuuden tai oikeuttanut palautukseen, jos toimintaa olisi harjoitettu Suomessa. (Ääriälä & Nyrhinen. 2010, 142-143)

Yrityksen omaan käyttöön tulevat hankinnat yritys voi halutessaan laittaa *arvonlisäverovähennyksiin*. Yrityksellä on oikeus vähentää arvonlisävero, mikäli arvonlisävero sisältyy sellaisen tavarain tai palvelun hintaan jonka yritys on ostanut liiketoimintaa varten toiselta arvonlisäverolliselta. (arvonlisävero 2013)

2.2 Yhteisömyynti

Myynti voi tietyissä tilanteissa jäädä verotuksen ulkopuolelle (Kallio ym. 2008). *Yhteisömyynnillä* tarkoitetaan tavarain myyntiä EU:n jäsenvaltiosta toiseen arvonlisäverolliselle elinkeinoharjoittajalle. Yhteisömyynnin edellytyksenä on myös, että myyjä, ostaja tai joku muu heidän puolestaan toimeksiantona kuljettaa ostetut tavarat ostajalle toiseen EU jäsenvaltioon. Myös tavarain yhteisöasema tulee voida selvittää tarvittaessa. Yhteisömyynti katsotaan ehtojen täytyessä verottomaksi myynniksi, joten tavarain myyjä ei tilitä myynnistä veroa valtiolle. (Ääriälä & Nyrhinen 2010, 294-301) Määrämaaperiaatteen mukaisesti ostaja on vastuussa veron maksamisesta oman maansa arvonlisäverokannan mukaisesti. (Melin 2011, 248-250)

Myyjän on myyntihetkellä pystyttävä osoittamaan, että ostaja on toisessa EU-maassa verovelvollinen. Osoittaakseen ostajan verovelvollisuuden myyjä merkitsee ostajan jäsenvaltiossa saaman ALV-tunnuksen sekä suomalaisen ALV-tunnuksen myyntilaskuunsa. Ostajan antaman ALV-tunnuksen oikeellisuuden ja viimeisen voimassaoloajan voi myyjä tarkistuttaa verohallituksen *CLO-yksiköstä*. Ostajan tulee voida antaa näyttö siitä, että hän kuljettaa verovapaasti yhteisömyynnillä hankimansa tuotteet toiseen EU:n jäsenvaltioon. Tavara voidaan luovuttaa ostajalle

heti, mikäli ostaja aikoo kuljettaa tavaran itse omalla autollaan. Tästä itsenäisestä kuljetuksesta ostajan tulee antaa todistus myyjälle myyntihetkellä tai jälkikäteen toimitettuna. Todistuksessa tulee verohallinnon ohjeiden mukaisesti ilmoittaa tavaran kuljettaja, milloin tavara on kuljetettu maasta, kuljetuksen päättymispaikka ja millä kuljetusvälineellä tavara kuljetetaan sekä kulkuneuvon rekisterinumero. Kuljetuksen voi hoitaa myös myyjän hankkima kuljetusliike. Tällöin näyttönä tavaran poistumisesta suomesta toimii rahtikirja tai rahtilasku. Mikäli ostaja hoitaa kuljetuksen käyttäen itsenäistä kuljetusliikettä, näyttönä toimii ostajan myyjälle lähettämä rahtikirjajäljennös. (Ääriälä & Nyrhinen 2010, 294-301)

Pääsäännön mukaan Euroopan yhteisön alueella tavara liikkuu vapaasti maasta toiseen, eikä tavaran tullioikeudellista asemaa tarvitse erikseen selvittää. Tavaran *yhteisöstatus* tulee kuitenkin voida selvittää, mikäli tavara liikkuu jäsenmaasta toiseen kolmannen maan tai kansainvälisten alueiden kautta. Jotta yhteisötavaralla olisi tullioikeudellinen asema, on tavaran oltava kokonaan tuotettu yhteisön tullialueella. Tavara voi olla myös tuotettu yhteisön ulkopuolella, ja näin ollen tuotu yhteisön ulkopuolelta. Tällöin yhteisön ulkopuolelta tuotu tavara on pitänyt luovuttaa vapaaseen liikkeeseen, jotta sille voitaisiin antaa yhteisöstatus. Mikäli tavara on statukseltaan yhteisötavaraa, voidaan se todistaa T2L tai T2LF-asiakirjoilla. (Melin 2011, 248-250)

Myyjäliike kantaa vastuun siitä, täyttyvätkö myynnin verottomuuden edellytykset kokonaisuudessaan. Mikäli verottomuuden edellytykset eivät lopulta täyty, on myyjätaho aina vastuussa tapahtuneesta ja väärinkäytöksissä se joutuu suorittamaan veron myynnistään valtiolle. (Hyttinen & Klemola 2014, 26-27.)

EU:n yhteisökaupassa ei suoriteta tullaustoimenpiteitä maiden rajajoille, mutta sisäkaupasta kerätään tilastoa yritysten hankinnoista ja myynneistä erilliseen *Intrastat-järjestelmään*. Suomessa Intrastat-tilastointia pitää yllä tullilaitos, joka ilmoittaa tilastoinnit eteenpäin EU:n tulliviranomaisten käyttöön. Intrastat-järjestelmään tiedonantovelvollisia ovat arvonlisäverolliseksi rekisteröityneet suomalaiset yritykset, jotka tekevät yhteisökauppaa muihin EU-maihin. (Melin 2011, 94-97) Intrastat-ilmoituksen tarvitsee tehdä vain siinä tilanteessa, jos yrityksen vuosittainen tuonti tai

vientimäärä ylittää 500 000 euron rajan. Tämän säännön mukaan pienemmät yritykset joilla määrät eivät täyty, ovat vapautettuja ilmoitusvelvollisuudesta. (Suomen tulli 2015)

2.3 Myynti yhteisön ulkopuolelle

Tavaran myynti EU:n ulkopuolelle katsotaan olevan verotonta myyntiä ehtojen täytyessä. Tavaran kuljetus voi tapahtua myyjän tai ostajan toimesta tai näiden toimeksiannosta. (Äärilä & Nyrhinen 2010, 273-279)

Mikäli myyjä hoitaa ulkokaupassa kuljetusjärjestelyt, voi se tapahtua myyjän omalla kuljetuskalustolla, tai jokin muu yritys voi myyjän toimeksiannosta kuljettaa ostetut tavarat pois EU:n alueelta. Mikäli kuljetuksesta vastaa myyjän toimeksiannosta toinen kuljetusliike, laskuttaa tämä kuljetusliike myyjää tavarankuljettamisesta. Tässä tapauksessa ostajana voi toimia esimerkiksi yhteisön ulkopuolinen yritys tai yksityishenkilö, yhteisömaasta oleva yritys tai yksityishenkilö tai suomalainen yritys tai yksityishenkilö. (Äärilä & Nyrhinen 2010, 274)

Mikäli kuljetus tapahtuu ostajan toimeksiannosta, katsotaan tavaran myynti verottomaksi tietyin ehdoin. Itsenäisen kuljetusyrittäjän tulee kuljettaa tavara ja toimia ostajan toimeksiannosta. Tavara tulee myös kuljettaa suoraan myyjän toimipaikasta yhteisön ulkopuolelle. Tässä tilanteessa ostajana voi toimia suomalainen tai ulkomainen yksityishenkilö tai yritys. Vientiasiakirjoihin tulee merkitä yhteisön alueelta oleva yritys tavaran maastaviejäksi, jos vienti tapahtuu käyttäen suomalaista kuljetusyrittäjästä. Mikäli tavaran viejä on yhteisön ulkopuolinen yritys, merkitään tavaran maastaviejäksi tavaran viimeinen yhteisön alueelta oleva myyjä. (Äärilä & Nyrhinen 2010, 272-276.)

Yhteisön ulkopuolella oleva elinkeinoharjoittaja voi myös tietyin ehdoin noutaa itse tavaran yhteisön alueelta. Verottomuuden edellytyksenä on, että ulkomaalainen elinkeinoharjoittaja noutaa tavaran itse ja vie tavaran heti yhteisön ulkopuolelle käyttämättömänä. Ostaja ei saa olla verovelvollinen Suomessa, ja ostajan tulee olla

rekisteröitynyt elinkeinoharjoittaja kotimaassaan. Myyjän tulee varmistaa ostohetkellä, että ostaja on yhteisön ulkopuolella elinkeinoharjoittaja. Todisteeksi verovollisuudesta käy ostajan maan asianomaisen rekisteriviranomaisen antama todistus, josta käy ilmi elinkeinotoiminta maassa. Jotta myynti voidaan oikeuttaa verottomaksi, myyjätaho tarvitsee jäljennöksen tullin sähköisesti poistumisvahvistetusta luovutus päätöksestä. (Äärilä & Nyrhinen 2010, 272-276.)

Aina kun tavaraa viedään Suomesta yhteisön ulkopuolelle, on tavara asetettava tullin vientimenettelyyn. Sähköisesti tehtävän vienti-ilmoituksen tekemisestä on vastuussa tavaran viejä. Tässä tullille tehtävässä ilmoituksessa tulee olla mainittuina muun muassa tavaran myyjä ja vastaanottajan tiedot, lomakkeiden määrä, kollien määrä, vaarattomuusilmoitus, MRN-numero, lähetys- ja määrärahan koodit, kuljetuksen maksutavan koodi, tiedot mahdollisista asiamiehistä, kuljetusvälineen tunnus ja kansallisuus lähtiessä, kuljetusmuotokoodi rajalla, tavaran sijainti ja poistumispaikka, tavaran brutto ja nettopainot. Muita tarvittavia liiteasiakirjoja ovat kauppalasku, mahdolliset vientiluvat ja lisenssit sekä vientitukeen liittyvät asiakirjat. Vientimenettely päättyy *poistumiskuittauksen*, jonka jälkeen ilmoittajalle lähetetään poistumisvahvistettu luovutus päätös, jota viejä tarvitsee niin tullin kuin arvonlisäveroviranomaisen vaatimaan vientiarkistoon. (Melin 2011, 93-94.)

2.4 Veroton matkailijamyynti

EU:n ulkopuolelta tulevat matkailijat, joiden kotimaa ei ole myöskään Norjassa, ovat oikeutettuja hankkimaan tavaroita ilman arvonlisäveroa EU:n alueella. Ehtona verottomuudelle on että matkailija vie ostetut tavarat käyttämättöminä EU:n ulkopuolelle kolmen kuukauden kuluessa myyntitapahtumasta. Myös matkailijan miinistoksen summan tulee olla vähintään 40 euroa. (Hytinen & Klemola 2008, 256). Verovapaita ostoksia tehdessään, matkailija maksaa tuotteista EU:n yhteisön alueella normaalin arvonlisäverollisen hinnan myyjälle. Poistuessaan EU:n yhteisön alueelta ja verottomuuden ehtojen täytyessä, matkailija saa takaisin joko osittain tai kokonaan maksamansa arvonlisäveron. (Verohallinto 2010)

Henkilön kansalaisuudella ei kuitenkaan ole merkitystä siinä, voiko hän ostaa verovapaasti tuotteita. EU:n jäsenvaltiosta tai Suomesta kotoisin oleva matkailija on

oikeutettu tekemään verovapaita ostoksia, mikäli matkailija ei asu EU:n alueella tai Norjassa. Mikäli suomalainen tai EU:n kansalainen muuttaa vähintään kuudeksi kuukaudeksi Norjan tai EU:n ulkopuolelle, on henkilö oikeutettu tekemään verovapaita ostoshankintoja viimeisen kahden viikon aikana ennen muuttoa. Edellytyksenä verottomuudelle on, että henkilö esittää työ- tai oleskeluluvan myyjätaholle. (Kallio ym. 2008, 338-339)

Myyjäliikkeet voivat harjoittaa verotonta matkailijamyyntiä kahdella eri tavalla, joita ovat *tax free ja invoice*. Tax free -myynnillä tarkoitetaan palautusliikkeen välityksellä tapahtuvaa verovapaata myyntiä. Tällöin arvonlisäveron palautuksesta asiakkaalle huolehtii erillinen palautustoimintaa harjoittava liike myyjäliikkeen toimeksiannosta. Suoraan myyjäliikkeeltä asiakkaalle tapahtuvalla palautusmenettelyllä tehtävästä verovapaasta myynnistä käytetään termiä invoice-myynti.

Verottoman matkailijamyynnin käytännön menettelytavat esittelen luvussa 3 *Verovapaan matkailijamyynnin prosessi*. Seuraavissa alaluvuissa käsitelen verottoman matkailijamyynnin erityistapauksia, joissa ehtoja sovelletaan eri tilanteisiin.

2.4.1 Vientimenettelyyn perustuva matkailijamyynti

Vientimenettelyn perustuvassa myynnissä tavarahan myyjä tekee tavarasta vientiselvityksen omalla nimellä ja kuljettaa itse tai tilaa itsenäisen kuljetusyhtiön tavarahan kuljetusta varten. Kuljetusliike voi toimia ostajan tai myyjän toimeksiannosta ja kuljettaa tavarahan ostajan vastaanotettavaksi EU:n tullirajan ulkopuolella. Tässä myynnissä ostaja ei saa ostoksiaan mukaansa ostohetkellä, vaan ne luovutetaan ostajalle EU:n ulkopuolella. Tästä johtuen myynti on verotonta. Ostajan kansalaisuus ei vaikuta myöskään myynnin verottomuuteen. Kun myynti on veroton, ostaja ei maksa tavarasta ostohetkellä veroa. (Verohallinto 2013a)

Tulli vaatii matkailijalta kaupallisiin tarkoituksiin vietävistä tavaroista aina *sähköisen vienti-ilmoituksen*. Tai mikäli matkailija selkeästi yrittää naamioimalla viedä verovapaata tavaraa kaupalliseen tarkoitukseen rajan yli. Mikäli on havaittavissa, että matkailija vie useita samanlaisia tuotteita esittämättä niistä vienti-ilmoitusta,

voidaan matkailijalta pyytää selvitystä tavarankäytöstä. Tulli voi myös vaatia matkailijalta vienti-ilmoitusta, jos on ilmeistä että matkailijan tavarat on tarkoitettu myytäväksi. (Suomen tulli 2012)

2.4.2 Matkailijamyyni Ahvenanmaalla

Ahvenanmaan maakunta kuuluu osana Suomea Euroopan unionin tullialueeseen. Tästä johtuen niitä yhteisötavaroita Ahvenanmaalla, jotka ovat vapaassa liikenteessä, ei tarvitse tulliselvittää kuljetettaessa niitä Ahvenanmaan maakuntarajan yli. Vapaassa liikenteessä olevista tavaroista ei myöskään kanneta tullia eikä sovelleta yhteisön kauppapoliittisia toimenpiteistä. (Logistiikan maailma 2015)

Ahvenanmaa ei kuitenkaan kuulu Suomen ohella EU:n arvonlisävero- ja valmisteveroalueeseen. Ahvenanmaan maakunnan ja muiden EU:n jäsenvaltioiden (Suomi mukaan lukien) välillä on erillinen veroraja. *Veroraja* tarkoittaa sitä, että Ahvenanmaan maakunnan ja muiden jäsenvaltioiden välisiin myynteihin ja siirtoihin sovelletaan vienti- ja maahantulosäännöksiä, mikäli veroraja ylittyy. Arvonlisäveroa ei kuitenkaan kanneta, mikäli laskun arvonlisäveron määrä on alle 5 euroa. (Suomen tulli 2015a)

Ahvenanmaan maakunnassa matkailija, jonka kotipaikka ei ole Suomi, Ruotsi, Norja tai Tanska, saa tehdä verovapaita ostoksia tietyin lisäehdoin. Matkailija maksaa ostoksistaan Ahvenanmaan maakunnassa normaalin arvonlisäverollisen hinnan ja tekee ostoksia vähintään 40 eurolla. Matkailijan tulee viedä ostokset käyttämättöminä myyntitapahtumasta seuraavien kolmen kuukauden aikana EU:n ulkopuolelle. Poistuessaan EU:n alueelta, matkailija leimauttaa laskunsa tullissa. Leimatun alkuperäisen laskun matkailija palauttaa myyntitalolle, joka palauttaa arvonlisäveron matkailijalle. (Hyttinen & Klemola. 2014, 242)

Veroton matkailijamyyni myös Suomessa asuvalle on Ahvenanmaan maakunnassa mahdollista. Ahvenanmaan maakunnassa voidaan myydä verottomasti matkailijalle, jonka kotipaikka on muualla Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa tai Norjassa. Verottomuuden edellytyksen on kuitenkin, että tavaroiden myyntihinta ilman veroa

on vähintään 170 euroa. Matkailijan tulee viedä tavarat myynnin jälkeen välittömästi kotimaahansa ja maksaa maahantuonnin yhteydessä arvonlisävero kotimaahansa. Suomalainen matkailija maksaa Ahvenanmaan maakunnasta takaisin Suomeen tullessa 24 prosentin arvonlisäveron tulliin. (Verohallinto 2010)

2.4.3 Matkailijamyynti Norjassa asuvalle

Vaikka Norja ei ole Euroopan unionin jäsen, on Norjan kansalaisille olemassa rajoituksia tax free -myynnissä. Mikäli Norjan kansalainen haluaa hankkia tavaraa Suomesta verovapaasti, on se mahdollista vain silloin, kun henkilö vie tavarat välittömästi oston jälkeen matkavarana Norjaan. Norjassa maahantuonnin yhteydessä henkilön tulee suorittaa ostoksistaan arvonlisävero Norjaan. Myynnin katsotaan olevan verollista siihen asti, kunnes henkilö esittää norjalaisen tullauspäätöksen myyjätaholle siitä, että vero on maksettu Norjaan. Myyjä Suomessa kirjaa tämän jälkeen myynnin verottomaksi, ja maksaa arvonlisäveron veron takaisin henkilölle. Verovapaamyynti edellyttää Norjan kansalaiselta kuitenkin vähintään 170 euron (alv 0 %) kokonaisostosta. (Verohallinto 2014a)

2.4.4 Veroton myynti Nato-joukoille

Myynti toisessa EU-maassa sijaitsevien Pohjois-Atlantin liittoon (NATO) kuuluvien puolustusvoimien tai puolustusvoimien siviilihenkilöstön käyttöön tai niiden messien tai kanttiinien tarpeisiin on verotonta. Samankaltainen verovapaus ei kuitenkaan vapauta määränpäävaltion puolustusvoimia verojen maksusta. Verottomuuden edellytyksenä on myös, että ostoksia tekevä esittää verottoman laskutuksen tueksi määränpäävaltion viranomaisten kirjallisen vahvistuksen verovapautuksesta tai mahdollisesta veron palautuksesta. (Hyttinen & Klemola 2008, 254).

2.5 Verottoman matkailijamyynnin nykytilanne Suomessa

Tullin ja Rajavartiolaitoksen yhteisestä tilastosta (kuvio 1) ilmenee, että veroton matkailijamyynti on Suomessa vähentynyt huomattavasti muutaman viime vuoden aikana. Erityisen suuri lasku on tapahtunut vuosien 2014 ja 2015 välillä. Tullin ja rajavartiolaitoksen tilastoissa invoice-menettelyä käytetään nimitystä matkailija-

myynti. Tilastossa tax free -myynnistä on huomioitu vain tullin käsittelemät myynnit. Tilaston luvut ovat kappalemääriä eli kuvaavat hyväksytyjen palautuksiin oikeuttavien myyntien lukumäärää. Tulli ei julkaise euromääräisiä tilastoja.

Tax-free ja matkailijamyynni yhteensä

	2013	2014	2015	Muutos % 2014
tam, jan, Jan, ян	139 142	127 874	58 384	-54,3 %
hel, feb, Feb, фев	106 385	76 633	52 196	-31,9 %
maa, mars, Mar, мар	110 805	83 924	69 369	-17,3 %
huh, apr, Apr, апр	113 364	83 932	79 059	-5,8 %
tou, maj, May, май	112 778	89 355	74 686	-16,4 %
kes, juni, June, июнь	105 320	89 993	82 940	-7,8 %
hei, juli, July, июль	119 169	99 658	88 688	-11,0 %
elo, aug, Aug, авг	116 301	105 737	78 783	-25,5 %
syu, sept, Sept сен	123 730	102 633		
lok, okt, Oct, окт	137 943	114 640		
mar, nov, Nov, ноя	145 998	109 157		
jou, dec, Dec, дек	155 051	74 495		
yhteensä, total, total, итого	1 485 986	1 158 031	584 105	

Kuvio 1. Tullin tilasto verottoman matkailijamyynnistä 2013-2015 (kpl) (Suomen tulli, 2015b)

Kuviosta (kuvio 1) käy ilmi, että elokuuhun 2015 mennessä verottoman matkailijamyynnin kehitys on ollut negatiivista joka kuussa verrattuna edellisvuoteen. Tammi-kuussa pudotusta on peräti 54,3 % vuoden takaisesta. (Suomen tulli, 2015b)

Global Bluen kautta tehty tax free -myynti on kokonaisuudessaan laskenut voimakkaasti Suomessa vuosien 2014 ja 2015 välillä. Koko vuoden osalta laskua on tapahtunut yhteensä 35 %. Maittain tarkasteltuna tax free -myynnin kehityksessä on kuitenkin suuria eroja, kuten taulukosta (kuvio 2) ilmenee.

Myyntitilastot, kesäkuu 2015

Tax free -myynti maittain:

Asuinmaa	Muutos % Koko vuosi 2015/2014	Osuus % Koko vuosi 2015	Muutos % Kesäkuu 2015/2014	Osuus % Kesäkuu 2015
Venäjä	-50%	66,8%	-21%	52,0%
Kiina	140%	20,8%	140%	36,2%
Japani	9%	3,6%	23%	3,2%
Thaimaa	25%	1,0%	-47%	0,4%
Taiwan	199%	0,7%	163%	0,8%
Sveitsi	35%	0,7%	36%	0,6%
USA	24%	0,7%	59%	1,2%
Korea	55%	0,7%	36%	0,7%
Hong Kong	97%	0,6%	42%	0,5%
Singapore	107%	0,6%	8%	0,4%
Australia	15%	0,2%	120%	0,3%
Ukraina	-42%	0,2%	-11%	0,1%
Vaiko-Venäjä	-13%	0,2%	-4%	0,2%
Kanada	43%	0,2%	74%	0,3%
Indonesia	59%	0,2%	108%	0,2%
Muut	28%	2,6%	31%	2,9%
Total	-35%	100,0%	12%	100,0%

Tax free -myynti paikkakunnittain:

Paikkakunta	Muutos % Koko vuosi 2015/2014	Osuus % Koko vuosi 2015	Muutos % Kesäkuu 2015/2014	Osuus % Kesäkuu 2015
Helsinki	1%	46,0%	57%	56,6%
Lappeenranta	-43%	22,4%	-14%	19,6%
Imatra	-51%	6,3%	-27%	5,5%
Vantaa	-42%	2,9%	-3%	2,4%
Kotka	-52%	2,6%	-25%	2,2%
Joensuu	-57%	2,4%	-22%	1,8%
Rovaniemi	-58%	2,4%	-28%	1,1%
Hamina	5%	1,5%	65%	1,3%
Kouvola	-54%	1,3%	-28%	1,1%
Kajaani	-70%	0,9%	-38%	0,6%
Kuusamo	-62%	0,9%	-45%	0,4%
Lahti	-61%	0,9%	-28%	0,6%
Savonlinna	-55%	0,8%	-35%	0,6%
Kuopio	-66%	0,6%	-35%	0,3%
Mikkeli	-58%	0,6%	-30%	0,5%
Muut	-55%	7,5%	-23%	5,2%
Total	-35%	100,0%	12%	100,0%

Kuvio 2 Myyntitilastot kesäkuu 2015. (Global Blue 2015a)

Venäläiset matkailijat tekevät maailmanlaajuisesti toiseksi eniten kaikista tax free -ostoksista noin 17 %. Euroopan Unionin ja Yhdysvaltojen määräämät taloudelliset pakotteet Venäjälle, johtuen 2014 alkaneesta Ukrainan kriisistä ovat kuitenkin vaikuttaneet venäläisten matkailijoiden tax free -ostosinnokkuuteen negatiivisesti. Venäläisten tax free -ostosten laskua edesauttaa myös ennen kaikkea Venäjän valuutan raju lasku, pelko sodan syttymisestä Venäjän ja EU:n välillä ja Venäjän talouden tulevaisuuden alhaiset näkymät. Vähittäiskaupat pitävät ruplan heikkenemistä kuitenkin suurimpana yksittäisenä vaikuttajana tax free -ostosten pienentymiselle, sillä ruplan heikko arvo verrattaessa matkustusmaan valuuttaan, vaikuttaa suuresti tax free -ostosten perässä matkustavien matkailijoiden kulutusinnokkuuteen. (Global Blue, O'Connell 2014)

Vaikka venäläisten tekemät ostosmatkailut Suomeen ovatkin puolittuneet, on kiinalaisten matkailijoiden osalta havaittavissa todella suurta kasvua. Kiinalaiset ovat kasvattaneet ulkomaanmatkailua voimakkaasti viime vuosina. On arvioitu, että jopa seitsemän miljoonaa kiinalaista vieraili Euroopassa vuonna 2014 ja vuoteen 2020 arvioidaan kiinalaisten matkaajien määräksi jopa sata miljoonaa. Kiinalaisten kasvanut matkailu näkyy Pohjoismaissa ja erityisesti Suomessa. Suomi on avannut uusia viisumikeskuksia Kiinaan toukokuun aikana Pekingiin, ja Shanghaihin ja samalla kiinalaiset lentoyhtiöt ovat aikomassa lisätä Euroopan lentoreittejä. (Suomen ulkoasiainministeriö 2015)

3. MYYNTIPROSESSI VEROTTOMASSA MATKAILIJAMYYNISSÄ

Matkailijamyyntiä kuluttajalle voidaan harjoittaa kahdella tavalla, palautustoimintaa harjoittavan yrityksen välityksellä eli tax-free tai invoice-menettelyllä, jossa palautuksen tekee myyjä itse. *Palautusliikettä* käytettäessä matkailija hakee arvonlisäveron palautusta palautusliikkeeltä poistuessaan EU:n alueelta. Invoice-menettelyssä matkailija saa palautuksen myyntitalolta EU-alueelta poistumisen jälkeen, joko käteisellä vieraillessaan uudelleen yrityksessä tai tilisiirtona tullin hyväksymää lähetettä vastaan. Molemmissa tapauksissa palautuksen saamisen ehtona on, että tavarat viedään EU:n ulkopuolelle käyttämättöminä ja sinetöityinä. Tässä luvussa käsitellään verovapaan matkailijamyynnin prosessia tarkemmin vaihe vaiheelta. Lopussa esitellään palautustoimintaa harjoittava yritys Global blue.

3.1 Myynnin ehtojen tarkistaminen

Verotonta matkailijamyyntiä tehtäessä tulee alkuun varmistaa, että ostaja on oikeutettu tekemään verovapaita ostoksia. Näiden myynnin ehtojen tarkistamisessa noudatetaan samoja periaatteita niin tax free -myynnissä kuin invoice myynnissä. Kun matkailija ilmoittaa halukkuutensa ostaa tuotteita verovapaasti, tulee myyjän ostohetkellä varmistaa matkailijan kotimaansa hänen passistaan tai siihen merkitystä oleskelu- tai työluvasta tai muista asiakirjoista. Matkailijan kotipaikaksi todetaan olevan EU:n tai Norjan ulkopuolella, jos matkailija ei asu EU-maassa tai Norjassa eikä oleskele näissä maissa jatkuvasti. Mikäli matkailija on oleskeluluvalla Suomessa, rinnastetaan hänet Suomessa asuvaksi, vaikka hänen kotimaansa olisi EU:n ulkopuolella. Oleskelun luonne voidaan todeta viisumin tai oleskeluluvan muodosta. (Verohallinto 2014b)

Myyjän tulee ennen verovapaan matkailijamyyntiasiakirjojen täyttämistä varmistaa myös matkailijan passista tarra. Tarra kertoo myyjälle matkailijan matkan todellisen luonteen. Mikäli matkailijalla on passissaan *viisumi* eli vihreä tarra, katsotaan matkailijalla olevan oikeus tehdä verovapaita ostoksia. Mikäli matkailijalla todetaan olevan punainen tarra eli *oleskelulupa*, matkailija saa tehdä ostoksia ainoastaan kahden viikon aikana ennen oleskelulupansa päättymistä. Mikäli matkailija tässä tilanteessa poistuu Suomesta aikaisemmin, voidaan hänelle myydä verovapaasti

tuotteita työnantajan todistuksella, jossa kerrotaan työsuhteen päättymisestä merkittyä aikaisemmin. (Verohallinto 2014c)

Ostoksia kirjatessa on myyjän tiedostettava, että asiakkaan tulee tehdä ostoksia vähintään 40 eurolla tai invoice-myyntissä myymäläkohtaisesti määritetyllä summalla. Myynti voi koostua *elintarvikkeista sekä kulutustavaroista*. Verottomasti ostamistaan tuotteista asiakas maksaa aina täyden verollisen hinnan myymälään ja maksuvälineenä voidaan käyttää kaikkia maksutapoja, joita myymälässä on käytössä. Mikäli yrityksellä on käytössä lahjakortit, voidaan ostotapahtuma suorittaa myös lahjakortilla. (Näin teet tax free -kauppaa Global blue 2015a)

3.2 Asiakirjojen laatiminen

Verottomassa matkailijamyynnissä asiakkaalle laaditaan erillinen asiakirja, joka yhdessä kuitin kanssa muodostaa dokumentin ostosten verottomuudesta. Asiakirjojen perusteella asiakas voi hakea arvonlisäveron palautusta noudatettuaan tavaran maastavientiin liittyviä ohjeita. (Näin teet tax free -kauppaa Global blue 2015b)

Tax free -asiakirjat

Palautusliikkeen kautta tehtävässä tax free -myynnissä asiakas maksaa ensin täyden hinnan ostoksistaan myyjälle. Maksun jälkeen myyjä täyttää tax free -lomakkeen joko sähköisesti internetpohjaisessa ohjelmistossa tai paperiselle lomakkeelle. Molemmissa tapauksissa dokumenteista tulee selvittää:

- ostetut tuotteet hintoineen
- ostosten kokonaissumma
- palautuksen määrä (tarkistetaan palautustaulukosta)
- kuittien numerot
- pakettien lukumäärä
- asiakkaan asuinmaa, passin numero ja henkilötiedot
- varmennusnumero
- päiväys sekä myyjän ja asiakkaan allekirjoitukset

Paperisesta lomakkeesta annetaan asiakkaan oma kopio mukaan palautusta varten ja sähköisestä kaavakkeesta tulostetaan asiakkaalle kopio. Lomakkeeseen liitetään ostotapahtuman kuitti. Lomakkeet voi tarvittaessa täyttää myös jälkikäteen korkeintaan viikon vanhoista käyttämättömistä ostoksista, joiden tulee olla asiakkaalla mukana asianmukaista paketointia ja sinetöintiä varten. (Näin teet tax free -kauppaa Global Blue)

Invoice-asiakirjat

Invoice-menettelyssä asiakas maksaa myös täyden hinnan ostoksistaan myymälään. Laadittaviin invoice-asiakirjoihin kuuluu ostotapahtuman kuitti, josta käy ilmi myyjän nimi, osoite ja y-tunnus, tavaroiden määrä ja luonne, verokanta ja veron määrä euroissa sekä tavaroiden toimituspäivä. Lisäksi laaditaan erillinen matkailijamyyntitosite, johon merkitään ostajan henkilötiedot ja passinumero, ostajalta mahdollisesti perittävät kulut ja ostajalle palautettava veromäärä. Yhdessä kassakuitti ja tosite muodostavat sen asiakirjan, jonka matkailija esittää tulliviranomaiselle poistuessaan EU:sta. (Verohallinto, vero-ohje 2014)

3.3 Tuotteiden pakkaaminen

Sekä tax free- että invoice-myyynnissä matkailijan verovapaat ostokset tulee ostajalle luovutettaessa sinetöidä, jotta tulliviranomainen tai palautusliikkeen työntekijä voi matkailijan EU:sta poistumisen yhteydessä todeta tavaroiden käyttämättömyyden. Molemmissa tapauksissa myyjän tulee tehdä sinetöinti niin, ettei pakkausta voi avata ilman, että avaamisesta jää jälkiä. Näin varmistetaan ostajan oikeus arvonlisäveron palautukseen. Palautusliikettä käytettäessä (tax free) ostokset sinetöidään palautusliikkeen nimellä tai logoilla varustetulla teipillä tai sinetillä. Global Blue (näin teet tax free -kauppaa) ohjeistaa myös kirjaamaan sinettiin asiakkaalle annettun tax free -lomakkeen numeron. Paketointitarpeita ei saa missään tapauksessa antaa asiakkaalle mukaan. Invoice-myyynnissä tuotteiden sinetöimiseen käytetään teippiä tai pakkausta, jossa on myyjäyrityksen oma logo tai nimi. (Verohallinto 2014, ohje myyjälle)

3.4 Palautuksen maksaminen matkailijalle

Myynnin verottomuuden edellytykset ovat samat niin tax free kuin invoice-myyntissä. Veron palauttamisen edellytyksenä on, että tavarat on viety EU:n alueelta kolmen kuukauden sisällä ostokuukaudesta. Myyntitapojen palauttamismenettelyt kuitenkin eroavat toisistaan jonkin verran.

Palautus tax free -myynnissä

Jos kaupanteossa käytetään palautusliikkeen palvelua, matkailija hakee arvonlisäveron palautusta sen maan palautusliikkeen toimipisteeltä, jonka kautta hän poistuu EU-alueelta. Hän esittää esimerkiksi lentoaseman lähtöhallissa sijaitsevassa palautusliikkeen toimipisteessä tavarat, tax-free -lomakkeen ja passinsa. Palautusliike kirjaa lomakkeeseen vakuutuksen siitä, että tavara on viety maasta käyttämättömänä, ja maksaa matkailijalle takaisin ostohintaan sisältyneen vero-osuuden, josta on vähennetty liikkeen perimä palkkio. Mikäli poistumispaikassa ei ole palautusliikkeen toimipistettä tai toimipiste ei ole auki, matkailijan tulee leimauttaa lomake tullissa ja tämän jälkeen lähettää palautusliikkeelle leimattu lomake, kopio passistaan ja viisumistaan sekä yhteystietonsa, jotka saatuaan liike palauttaa veron ilmoitetulle tilille. Vaihtoehtoisesti ostaja voi lunastaa palautuksen myös esittämällä leimatun lomakkeen valitsemansa maan palautusliikkeen konttorissa viiden kuukauden kuluessa ostopäivästä. (Verohallinto 2013b)

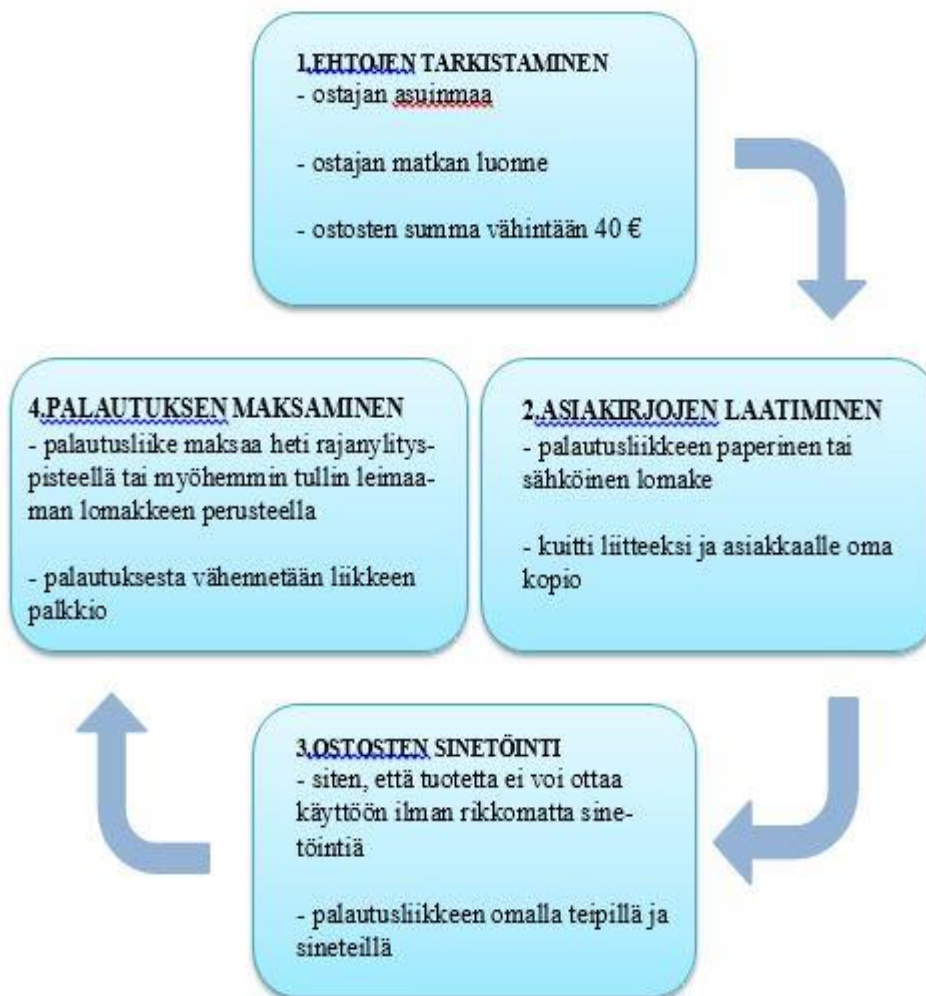
Palautus invoice-myyntissä

Invoice-menettelyssä matkailija leimauttaa myyjältä saamansa asiakirjan sen maan tullissa, jonka kautta hän poistuu EU:n alueelta. Tällöin tulliviranomainen tarkastaa matkailijan passin, myyntiasiakirjat sekä ostosten käyttämättömyyden. Edellytysten täytyessä asiakas saa asiakirjojihinsa hyväksytyin leiman ja voi palauttaa tositteen myyjälle joko postitse tai henkilökohtaisesti vieraillessaan yrityksessä uudelleen. Myyjä kirjaa myynnin verottomaan myyntiin ja palauttaa asiakkaalle arvonlisäveron joko tilisiirrolla tai käteisellä. Myyntitosite on säilytettävä myyjän kirjanpidossa. Myyjä voi periä palautuksesta halutessaan palkkion, josta myyjäliikkeen täytyy suorittaa arvonlisävero. (Verohallinto 2013c)

3.5 Yhteenveto

Verottoman matkailijamyynnin kaksi tapaa, tax free ja invoice, ovat verottomuuden edellytyksiltään hyvin samanlaisia. Molemmista tapauksissa arvonlisäveron palautuksen saamiseen vaikuttaa ostajan asuinmaa ja matkan luonne, ostosten summa sekä maastaviennin määräysten noudattaminen eli tuotteiden vieminen maasta kolmen kuukauden sisällä käyttämättöminä ja sinetöityinä.

Tax free- ja invoice-myyntiprosessien käytänteissä on jonkin verran eroavaisuuksia. Tax free -myynnissä asiakirjojen laadinnassa käytetään palautusliikkeen sähköisiä tai paperisia lomakkeita, kun taas invoice-myyynnissä käytetään myyjäliikkeen omaa matkailijamyyntitositetta. Asiakirjoista tulee kummassakin tapauksessa ilmetä kaikki oleelliset arvonlisäveron palautukseen vaadittavat tiedot. Tuotteet sinetöidään tax free -myynnissä palautusliikkeen ja invoice-myyynnissä myyjäliikkeen paketoitintarvikkeilla. Suurin ero prosessien välillä on palautuksen maksamisessa. Tax free -myynnissä palautuksen maksaa palautusliike heti EU:n alueelta poistumisen yhteydessä edellytysten täytyessä ja palautuksen määrästä vähennetään palautusliikkeen palkkio. Invoice-myyynnissä asiakas saa arvonlisäveropalautuksen myyjäliikkeeltä joko tilille tai käteisellä toimitettuaan tälle alkuperäisen tulilin leimaaman myyntitositteen. Myös myyjäliike voi periä palautuksesta palkkion, mutta yleisesti ottaen asiakkaan saama palautus on invoice-kaupassa suurempi kuin palautusliikettä käytettäessä. Kuvio 3 havainnollistaa myyntiprosessia tax free -myynnissä ja kuvio 4 invoice-myyynnissä.



Kuvio 3 Tax free -prosessi.



Kuvio 4. Invoice-prosessi

3.6 Global Bluen tax free -palvelut yrityksille

Global Blue on kansainväliseen ostosmatkailuun keskittyvä yritys, joka harjoittaa arvonlisäveron palautustoimintaa matkailijoilleen. Se on perustettu vuonna 1980 ja se on toiminut Suomessa vuodesta 1985. Tax free -palveluitaan yritys tarjoaa yli 270 000 myymälässä ympäri maailmaa, ja 25 miljoonaa matkailijaa käyttää yrityksen palveluita joka vuosi. Tax free -palveluiden lisäksi Global Blue tarjoaa myös yrityksille kattavan verkoston turistimarkkinointiin. (Global Blue 2015 a)

Global Bluen tax free -logo on maailmalla erittäin tunnettu Euroopan ulkopuolelta matkaavien turistien keskuudessa. Kun turistit valitsevat ostospaikkoja ulkomaanmatkallaan, tunnistavat he Global Bluen logon myymälöistä ja katukuvasta. Logo

kertoo turisteille, että he saavat ostettua tuotteita halvemmalla. (Global blue – edut matkailijoille)

Global Bluella on käytössä kanta-asiakaskorttijärjestelmä, jossa rekisteröityneen asiakkaan tiedot tallennetaan henkilökohtaiselle kortille. Rekisteröitynyt asiakas voi ostoksia tehdessään luetuttaa korttinsa kassalla, jolloin asiakkaan tiedot tulostuvat automaattisesti sähköiselle tax free -lomakkeelle. Tämä nopeuttaa asiakkaan tunnistamista ja lomakkeen laatimista. (Global Blue 2015b)

4. EMPIIRINEN TUTKIMUS

4.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät jaetaan yleisesti kahteen ryhmään, joita ovat *kvalitatiivinen* eli laadulliseen ja *kvantitatiiviseen* eli määrälliseen tutkimukseen. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoitus on pystyä tutkimaan todellista elämää. Tutkimusmenetelmässä tutkittavaa asiaa tai ilmiötä pyritään tutkimaan kokonaisvaltaisesti ja niitä pyritään ymmärtämään. Kvalitatiivisessa tutkimusmenetelmässä tiedon hankintamenetelmänä suositetaan ihmistä ja tyypillistä on, että tutkittava kohdejoukkoa ei valita satunnaisesti, vaan se valikoidaan tarkoituksenmukaisesti. Tutkimusmenetelmässä aineiston hankintaan käytetään laadullisia metodeita, kuten teemahaastattelu, osallistuva havainnointi ja ryhmähaastattelu. Tutkimusmenetelmällä ei pyritä vahvistamaan jo olemassa olevia väittämiä vaan paljastamaan tosiasioita. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2007, 157,160)

Kvantitatiiviselle tutkimusmenetelmässä keskeisestä on, että havaintoaineisto soveltuu mittaamaan määrällisiä ja numeraalisia asioita. Tutkimuksessa käytetään suurempaa kohderyhmää kuin kvalitatiivisessa tutkimusmenetelmässä. Tyypillistä kvantitatiivisessa tutkimuksessa, on käyttää aiempia teorioita avuksi. Tutkimuksella saatu aineisto tulee voida koota tilastollisesti käsiteltävään muotoon. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2007, 136)

Käytän tutkimuksessani kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, sillä tavoitteenani on selvittää myyjien kokemuksia ja toiveita. Täydennän laadullista tutkimustani kvantitatiivisella menetelmällä laskiessani eri mielipiteiden osuuksia myyjien keskuudessa. Kyselylomakkeessa oli kysymyksiä, joissa myyjien tuli arvioida omaa osaamistaan asteikolla, sekä väittämiä ja tarkentavia avoimia kysymyksiä. Lisäksi lomakkeella oli muutamia taustoittavia numeraalisia kysymyksiä, koskien työkokemuksen pituutta ja verovapaan matkailijamyynnin useutta.

4.2 Suunnittelu ja toteutus

Koska tutkimustyölläni oli toimeksiantaja, tuli tutkimuskysymysten laatimisen aikana olla yhteydessä myös toimeksiantajan yhteyshenkilöön säännöllisesti. Aluksi olimme miettineet toimeksiantajani kanssa, että tekisin haastatteluja kaikissa myymälöissä autolla kiertäen, mutta kiireellisen aikataulun vuoksi päätimme, että toteutan kyselyn netin kautta e-lomakkeella, jolloin aikaa jäisi opinnäytetyöni työstämiseen enemmän. Kyselyn kysymykset kehitin tutkimuskysymysteni pohjalta käyttäen apuna teoreettista viitekehystäni erityisesti tax free ja invoice-menetelmiä koskien. Toimeksiantajan yhteyshenkilö antoi kysymyksistä keskusteltaessa muuttaman lisäysehdotuksen.

Tutkimustyöni oli rajattu koskemaan Länsi-Suomen alueen neljää myymälää. Rajaus Länsi-Suomen alueelle oli tullut toimeksiantajalta, sillä alueen myymälät ovat suhteellisen lähellä toisiaan ja ne tekevät keskinäistä yhteistyötä. Tutkimuskysely lähetettiin 51 myyjälle, joista kyselyyn vastasi 26. Kyselyn vastausprosentiksi saatiin näin ollen noin 51 prosenttia. Vastauksia tuli Vaasan myymälästä kahdeksan, Kokkolasta neljä, Porista yksitoista ja Seinäjoelta kolme

Tavoitteeni oli saada kyselylomake vastaajille ennen joulua 2015 ja antaa vastausaikaa vuoden 2016 ensimmäiselle viikolle asti. Vastauksia oli tullut uuden vuoden jälkeen vain 18. Selvää oli, että joulun ja uudenvuoden pyhät vähensivät myyjien innokkuutta vastata tutkimuskyselyyn. Viisi päivää ennen kyselyn päättymistä, toimeksiantajani yhteyshenkilö soitti tutkimusalueen myymälöiden myymäläpäälliköille, ja pyysi, että myyjiä pyydetäisiin vastaamaan tutkimuskyselyyn, sillä yritys saisi tutkimuksesta tärkeää tietoa alueen verottoman matkailijamyynnin osaamisesta. Olin itse myös henkilökohtaisesti yhteydessä myyjiin, ja kävin joulun jälkeen kahdessa tutkimusalueen myymälässä esittäytymässä ja kertomassa opinnäytetyöstäni, jotta tutkimuskyselyn otanta saataisiin suuremmaksi.

Tutkimuskyselyssä jokainen vastaajan tuli kertoa oma myymälänsä, jotta tuloksia voitaisiin tarkastella mahdollisesti myymäläkohtaisesti. Sovimme toimeksiantajani

kanssa, ettei tutkimuksen tuloksissa eritellä myymälöitä erikseen. Tuloksissa vastauksia käsitellään yhtenä kokonaisuutena eikä myymälöitä aseteta paremmuusjärjestykseen. Jokaisella myymälällä on kuitenkin mahdollisuus saada oman myymälänsä tulokset halutessaan ilman vastaajien henkilötietoja, jolloin yksittäisiä vastauksia ei voida kohdistaa työntekijään.

4.3 Tutkimustulokset

Tutkimuskysymykset on jaoteltu neljään osioon. Ensimmäisessä osiossa käsitellään sitä, missä määrin vastaajat ovat tehneet verovapaata matkailijamyyntiä. Toisessa osiossa keskitytään vastaajien myyntiosaamiseen verovapaan matkailijamyynnin prosessin eri vaiheissa. Kolmannessa osiossa perehdytään vastaajien arvioihin myyntiosaamisen merkityksestä ja mahdollisten osaamisen puutteiden seurauksista. Neljännessä osiossa kartoitetaan vastaajien verovapaasta matkailijamyynnistä saaman ohjeistuksen muotoja ja sitä koskevia kokemuksia sekä lisäkoulutuksen tarvetta. Numeeriset osuudet tuloksissa on pyöristetty prosentin tarkkuudelle. Tämän vuoksi ilmoitettujen osuuksien summa voi olla yli sata prosenttia.

4.3.1 Myyntitottumukset

Oletko tehnyt verovapaata matkailijamyyntiä?

Vastaajista 69 % on tehnyt verovapaata matkailijamyyntiä. Selkeästi käytetympi verovapaan matkailijamyynnin menetelmistä on Global Bluen tax free -menetelmä. Sitä ilmoittaa käyttäneensä 88 % verovapaata matkailijamyyntiä tehneistä vastaajista (62 % kaikista vastaajista). Invoice-kuittileimausmenetelmää kertoo käyttäneensä 39 % verotonta matkailijamyyntiä tehneistä (27 % kaikista vastaajista). Sekä tax free - että invoice-menetelmää ilmoittaa käyttäneensä 5 myyjää eli 28 % verovapaata myyntiä tehneistä (19 % kaikista vastaajista). Reilu kaksi kolmasosaa vastanneista on siis tehnyt verotonta matkailijamyyntiä ja menetelmien käytön välillä on suuri ero tax freen hyväksi.

Verrattaessa vastaajien työkokemuksen pituutta yrityksessä siihen, ovatko vastaajat tehneet verovapaata matkailijamyyntiä käy ilmi, että pidempään yrityksessä työskennelleistä useampi on myös tehnyt verotonta matkailijamyyntiä kuin vähemmän

aikaa yrityksessä työskennelleistä työntekijöistä. Alle vuoden työssä olleista myyjistä vain yksi kahdeksasta on tehnyt tax free -myyntiä ja kaksi invoice-myyntiä. Kumpaakaan matkailijamyynnin muotoa ei ole tehnyt kuusi alle vuoden työskennellyttä myyjää. Yli kuusi vuotta yrityksessä työskennelleistä myyjistä kaikki ovat tehneet tax free -myyntiä ja 1 – 6 vuotta työskennelleistä kaksi kolmasosaa (6/9). Invoice-myyntissä kokemusta on vähemmän myös pidempään työskennelleiden keskuudessa. Sitä on tehnyt 1 – 6 vuotta työskennelleistä kolmasosa ja yli kuusi vuotta työskennelleistä alle kolmasosa (2/9).

Kuinka usein arvioisit keskimäärin tekeväsi verotonta matkailijamyyntiä?

Vastaajista, jotka ovat tehneet verotonta matkailijamyyntiä, 39 % arvioi tekevänsä sitä kerran 2 - 3 kuukaudessa, 33 % kerran puolessa vuodessa ja 28 % kerran vuodessa tai harvemmin. Yksikään vastaajista ei ilmoita tehneensä verotonta matkailijamyyntiä kerran kuukaudessa tai useammin. Tuloksista voidaan todeta, että verovapaa matkailijamyynti kuuluu tutkittavissa myymälöissä harvemmin suoritettaviin työtehtäviin. Tulos on linjassa Global Bluen tilastojen kanssa, joiden mukaan Länsi-Suomen kaupungit eivät ole vilkkaimpien tax free-myyntikaupunkien joukossa.

4.3.2 Myyntiosaaminen prosessien eri vaiheissa

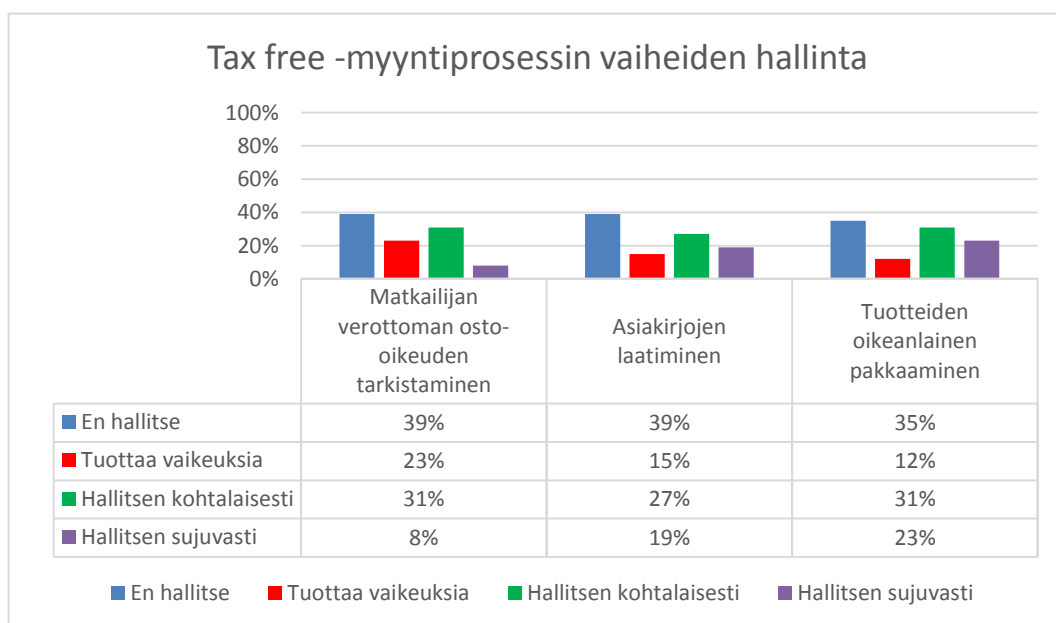
Käytän tax free -myynissä sähköisiä vai käsinkirjoitettuja lomakkeita?

Kaikilla myymälöillä on käytössä käsin kirjoitettavien tax free -lomakkeiden lisäksi myös tunnukset sähköisten lomakkeiden tekemiseen. Kysymyksellä haluttiin saada toimeksiantajan pyynnöstä selville, ovatko myyjät siirtyneet jo nopeampaan sähköiseen tapaan tehdä tax free -myyntiä, vai käytetäänkö käsinkirjoitettuja lomakkeita enemmän. Tuloksista selviää, että kaikista 16 tax free -myyntiä tehneestä myyjästä yhtä lukuun ottamatta kaikki käyttävät käsin kirjoitettuja Global Bluen tax free -lomakkeita. Heistä kolme käyttää lisäksi Global Bluen sähköisiä lomakkeita. Yksi myyjä ilmoittaa käyttävänsä vain sähköisiä lomakkeita. Sähköisiä lomakkeita käyttää siis vain neljäsosa tax free -myyntiä tekikevistä myyjistä, ja näin

ollen yleisempää on edelleen käsinkirjoitettujen lomakkeiden käyttö, joka voi olla aikaa vievämpää.

Kuinka hyvin tunnet hallitsevasi seuraavat tax free -myyntiprosessin vaiheet?

Vastaajia pyydettiin arvioimaan omaa tax free -myyntiprosessiosaamistaan kolmessa eri vaiheessa, joita ovat *matkailijan verottoman osto-oikeuden tarkistaminen*, *asiakirjojen laatiminen ja tuotteiden oikeanlainen pakkaaminen*. Kuvio 5 havainnollistaa vastaajien vaiheiden hallinnasta esittämien arvioiden jakautumista. Valittavina vaihtoehtoina kysymyksiin oli ”en hallitse”, ”tuottaa vaikeuksia”, ”hallitsen kohtalaisesti” ja ”hallitsen sujuvasti”. Kysymyksessä osaamistaan arvioivat kaikki kyselyn vastaajat. Näin päästään käsiksi myymälöiden kokonaistilanteeseen prosessien hallinnassa, ja vastauksista saada selville yhteyksiä muissa kysymyksissä ilmeneviin muuttujiin. Kuvio 5 havainnollistaa saatuja vastauksia.

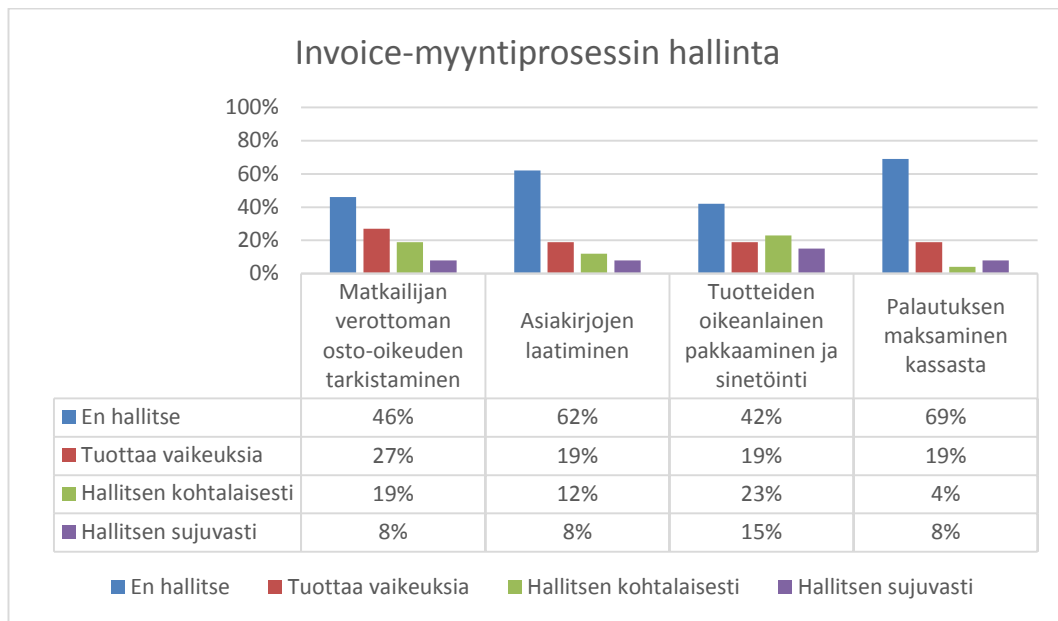


Kuvio 5 tax free -myyntiprosessin hallinta

Vastauksista selviää, että matkailijan verottoman osto-oikeuden tarkistamisen arvioi hallitsevansa sujuvasti 8 % ja kohtalaisesti 31 % vastaajista. Vastaajista 23 %:lle osto-oikeuden tarkistaminen tuottaa vaikeuksia, ja 39 % ilmoittaa että ei hallitse kyseistä vaihetta. Asiakirjojen laatimisen hallinta arvioidaan hieman positiivisemmin, sen kokee hallitsevansa sujuvasti 19 % ja kohtalaisesti 27 % vastanneista. Vastaajista 15 % kokee asiakirjojen laadinnan tuottavan vaikeuksia ja 39 % kertoo, ettei hallitse vaihetta. Tuotteiden oikeanlainen pakkaaminen koettiin vaiheista helpoimmaksi. Myyjistä 23 % arvioi hallitsevansa tuotteiden oikeanlaisen pakkaamisen sujuvasti ja kohtalaisesti kertoi osaavansa 31 % vastaajista. Vastaajista 12 % kertoi vaiheen tuovan vaikeuksia ja 35 % kertoi, ettei hallitse prosessia ollenkaan.

Kuinka hyvin tunnet hallitsevasi seuraavat invoice-myyntiprosessin vaiheet?

Tässä kysymyksessä vastaajia pyydettiin arvioimaan Invoice-myyntiprosessin vaiheita neljässä vaiheessa, joista kolme on hyvin samanlaisia kuin tax free -myyntiprosessin vaiheiden hallinta-kysymyksissä. Vaiheet ovat *matkailijan verottoman osto-oikeuden tarkistaminen, asiakirjojen laatiminen, tuotteiden oikeanlainen pakkaaminen ja lisäksi palautuksen maksaminen kassasta*. Vastaajia pyydettiin arvioimaan osaamistaan samalla asteikolla, kuin edellisessä tehtävässä. Kuvio 6 havainnollistaa vastausten jakauman. Vastaukset käsittävät kaikkien vastaajien osaamisen arviot.



Kuvio 6 Invoice-myyntiprosessin hallinta

Vastauksista voidaan heti havaita, että invoice-myyntiprosessin hallinta koetaan epävarmemmaksi verrattuna tax free -myyntiprosessin hallintaan. Vastaajista 27 % kokee matkailijan verottoman osto-oikeuden tarkistamisen vaikeaksi ja 46 % ilmoittaa, että ei hallitse vaihetta. Prosessin vaiheen sujuvasti arvio hallitsevansa 8 % ja kohtalaisesti 19 %. Vastaajista 19 % ilmoittaa asiakirjojen laatimisen tuottavan vaikeuksia ja 61 % arvioi, ettei hallitse vaihetta. Tuotteiden paketoinnin voidaan tuloksista havaita olevan helpoin vaihe prosessissa, sen ilmoittaa hallitsevansa sujuvasti 15 % ja kohtalaisesti 23 % vastaajista. Vastaajista kuitenkin 19 % arvioi vaiheen tuottavan vaikeuksia ja 42 % arvioi, ettei hallitse sitä. Invoice-myyntiprosessin vaiheista huonoiten arvioidaan hallittavan palautuksen maksaminen kassasta. Vastaajista vain 8 % kertoo hallitsevansa vaiheen sujuvasti ja 4 % kohtalaisesti. Enemmistö vastaajista, 69 % arvioi, ettei hallitse vaihetta ollenkaan, ja 19 % arvioi sen tuottavan vaikeuksia.

Kun myyjien tax free- ja invoice-myyntiprosessien hallinnan arvioita verrataan siihen, ovatko he tehneet tax free- ja invoice-myyntiä, havaitaan, ettei kokemus myynnistä takaa, että myyjä kokee hallitsevansa prosessin. Tax free -myyntiä tehneistä

myyjistä lähes puolet (7/16) kertoi verottoman osto-oikeuden tarkistamisen tuottavan vaikeuksia tai koki, ettei hallitse sitä. Asiakirjojen laadinnassa hallinnan puutteista tai vaikeuksista ilmoitti lähes kolmasosa (5/16) tax free -myyntiä tehneistä. Tuotteiden pakkaamisen koki tuottavan hankaluuksia kolme tax free -myyntiä tehnyttä. Myyjistä, jotka eivät ole tehneet tax free -myyntiä yksi koki hallitsevansa prosessin vaiheet kohtalaisesti ja loput (9/10) kertoivat, etteivät hallitse vaiheita ollenkaan.

Invoice-myyntiprosessin kohdalla seitsemästä myyntiä tehneestä kolme arvio, että verottoman osto-oikeuden tarkistaminen tuottaa vaikeuksia tai he eivät hallitse vaihetta lainkaan. Sama määrä (3/7) ilmoittaa hallinnan puutteista asiakirjojen laadinnassa. Tuotteiden pakkaamisen hallintansa puutteelliseksi kokee kaksi invoice-myyntikokemusta omaavaa myyjää. Neljä myyjää koki, että invoice-palautuksen maksaminen asiakkaalle tuottaa vaikeuksia tai vaihetta ei hallitse lainkaan. Niistä myyjistä, jotka eivät ole tehneet invoice-myyntiä (19), suurimmalla osalla on vaikeuksia invoice-myyntiprosessin vaiheiden hallinnan kanssa. Hallinnan vaikeuksista tai puutteesta kertoo verottoman osto-oikeuden tarkistamisessa kuusitoista, asiakirjojen laadinnassa kahdeksantoista, tuotteiden pakkaamisessa neljätoista ja palautuksen maksamisessa jokainen yhdeksästätoista myyjästä.

4.3.3 Myyntiosaamisen ja osaamisen puutteiden merkitys

Kuinka tärkeäksi koet verottoman matkailijamyynnin osaamisen työssäsi?

Vastaajista jopa puolet oli sitä mieltä, että verovapaan matkailijamyynnin osaaminen on vain vähän tärkeää osaamista heidän työtehtävistään. Vastaajista noin 15 % ei pitänyt verottoman matkailijamyynnin osaamista ollenkaan tärkeänä. Vastaajista 27 % oli sitä mieltä, että verovapaan matkailijamyynnin osaaminen on melko tärkeää ja 8 % piti sitä erittäin tärkeänä osaamisena työssään.

Miksi?

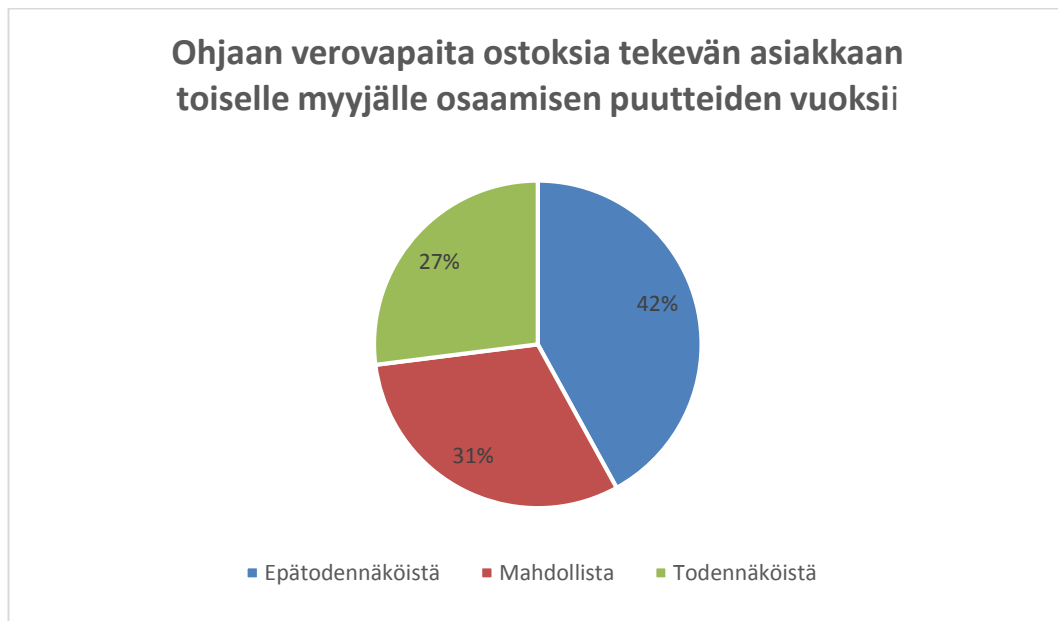
Kysymyksellä vastaajia pyydettiin perustelemaan vastaustaan edelliseen kysymykseen ” Kuinka tärkeäksi koet verottoman matkailijamyynnin osaamisen työssäsi?”. Vastaajat, jotka sanoivat verottoman matkailijamyynnin osaamisen olevan ”vain

vähän tärkeää” tai ”ei ollenkaan tärkeää”, perustelivat vastauksiaan muun muassa sillä, että verovapaan matkailijamyynnin tilanteita tulee vastaan todella harvoin jos ollenkaan. Eräs vastaaja tarkensi tämän johtuvan siitä, että alueella on vähän matkailijoita. Yksi vastaaja piti osaamista vain vähän tärkeänä, koska kassalta löytyy muita sen hallitsevia myyjiä. Verovapaan matkailijamyynnin osaamisen melko tärkeänä tai erittäin tärkeänä pitämistä puolestaan perusteltiin esimerkiksi sillä, että verovapaa matkailijamyynti on kasvanut viimevuosina. Myös jokaisen myyjän vastuuta osata verotonta matkailijamyyntiä peräänkuulutettiin. Sen todettiin helpottavan kaikkien työskentelyä ja kuuluvan myyjän ammattitaitoon. Yksi vastaaja painotti myös osaamisen tuovan lisää asiakaskuntaa.

Miten seuraavat väittämät kuvaavat kokemuksiasi?

a) Ohjaan verovapaita ostoksia tekevän asiakkaan toiselle myyjälle osaamisen puutteiden vuoksi.

Kysymyksellä haluttiin saada selville, että mikäli myyjän tietotaito ja osaaminen eivät riitä verottoman matkailijamyynnin tekemiseen, joutuuko myyjä ohjaamaan asiakkaan toiselle myyjälle. Tällöin asiakas voi joutua odottamaan osaavaa myyjää pitkäänkin. Kysymyksellä ei haluttu tutkia kielitaidon puutteista johtuvaa ongelmaa, vaan keskittyä verovapaan matkailijamyynnin prosessin hallintaan. Vastaukset jakoivat porukkaa kolmeen osaan sillä, 42 % vastaajista piti tapahtumaan epätodennäköisenä, 31 % mahdollisena ja 27 % todennäköisenä. Kuvio 7 havainnollistaa tuloksia.



Kuvio 7. Verovapaan myynnin ohjaaminen toiselle myyjälle

b) Myyntiä jää saamatta osaamispuutteiden vuoksi. (ei kielitaito)

Selkeä enemmistö vastaajista, 73 %, oli sitä mieltä, että tilanne, jossa verovapaata matkailijamyyntiä jää saamatta myyjän osaamispuutteiden vuoksi on epätodennäköistä. Vastaajista 23 % piti tapahtumaan mahdollisena ja ainoastaan yksi henkilö (4 %) piti tapahtumaa todennäköisenä.

4.3.4 Saatu ohjeistus ja lisäkoulutuksen tarve

Mistä tai miten olet saanut ohjeistusta verottoman matkailijamyynnin tekemisestä?

Kysymyksellä pyrittiin selvittämään, mistä myyjä on saanut tietonsa verottomaan matkailijamyynnin tekemiseen. Vastaaja pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon ja halutessaan lisäämään vaihtoehdon tai antamaan lisätietoa.

Yleisin verottoman matkailijamyynnin ohjeistuksen lähde oli työtoveri. Vaihtoehdon oli valinnut 69 % kaikista vastaajista. Toiseksi yleisimmiksi nousivat vastausten perusteella työpaikan intranet-portaalin tax free -kaupan ohjeet ja myymälän kirjallisen ohjeistuksen, joita kertoivat käyttäneensä 42 % vastaajista. Kolmanneksi yleisin ohjeistuksen muoto oli suullinen perehdytys, jonka valitsi 35 % vastaajista.

Vastaajista 19 % eli lähes viidesosa kertoi, ettei ole saanut mitään perehdytystä verottomaan matkailijamyyniin. Yksi vastaaja kertoi, ettei ollut tiennytkään yrityksen mahdollisuudesta tehdä verovapaata matkailijamyyntiä, kunnes tapaus sattui hänelle. Silloinkaan myyjä ei ollut saanut ohjeistusta, vaan toinen myyjä oli hoitanut tapauksen.

Saamani ohjeistus koskien verotonta matkailijamyyntiä on ollut riittävä?

Vastaajista peräti 31 % ilmoitti vastauksissaan, ettei saatu ohjeistus koskien verovapaata matkailijamyyntiä ole ollut heidän mielestään riittävä. Vastaajista 42 % kertoi olevansa jokseenkin eri mieltä nykyisen ohjeistuksen riittävydestä. Vastaajista kuitenkin 23 % piti ohjeistusta osittain riittävänä ja yksi vastaaja oli sitä mieltä, että nykyinen ohjeistus on riittävä.

Tiedän mistä löydän tarvittaessa ohjeistuksen verottomaan matkailijamyyniin.

Kysymyksellä haluttiin selvittää tietävätkö myyjät, mistä verovapaan matkailijamyynnin ohjeistus löytyisi. Tilanne voi olla sellainen, että muita apuja ei ole saatavilla ja myyjän tulee itse ohjeistuksen kanssa suorittaa asiakkaalle verovapaa matkailijamyynnin prosessi.

Vaikka verovapaan matkailijamyynnin ohjeistus jakoi mielipiteitä, koettiin ole-massa olevan ohjeistuksen löytäminen tarvittaessa helpoksi. Vastaajista 31 % oli täysin samaa mieltä siitä, että tietää, mistä ohjeistus tarvittaessa löytyy ja 35 % jokseenkin samaa mieltä. Vastaajista 12 % oli väitteestä jokseenkin eri mieltä ja toiset 12 % täysin eri mieltä. Vastaajista 12 % ei osannut sanoa mielipidettä. Suurin osa vastaajista siis tietää täysin tai osittain, mistä saa tarpeen tullen ohjeistuksen verottoman matkailijamyynnin tekemiseen.

Saatavilla oleva (kirjallinen) ohjeistus on mielestäsi selkeä?

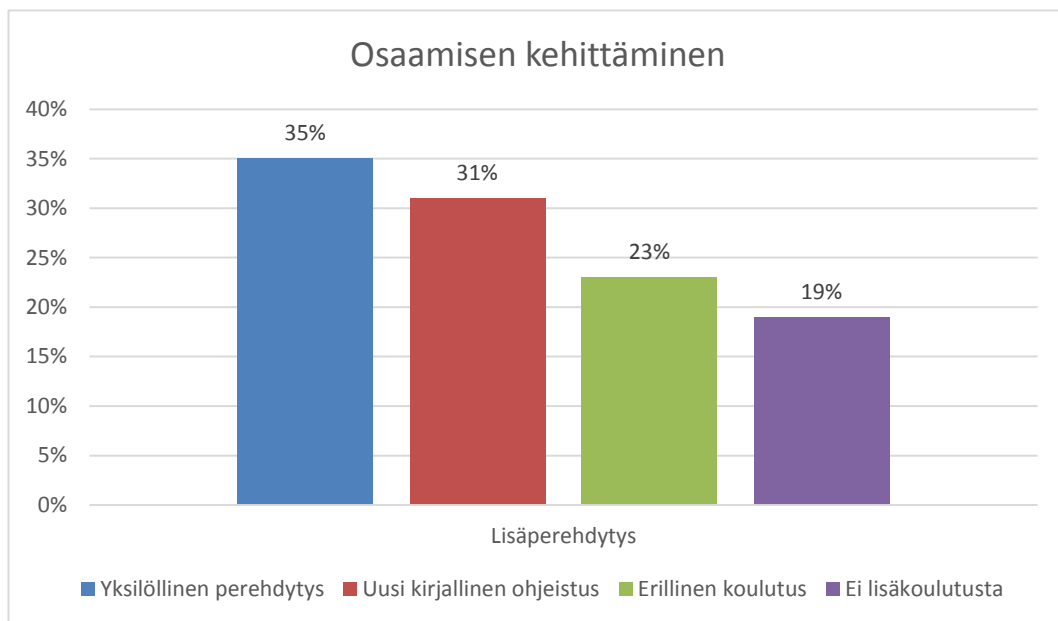
Toimeksiantajalla on työpaikan nettipohjaisessa portaalissa saatavilla ohjeistus verovapaaseen matkailijamyyntiin. Tämän lisäksi työpaikalla saattaa olla erillisiä lisäohjeistuksia saatavilla. Ohjeistuksen selkeys jakoi vastaajat kahtia. Vastaajista 35 % kertoi olevansa jokseenkin eri mieltä saatavilla olevan kirjallisen ohjeistuksen selkeydestä. Myös 35 % kertoi olevansa jokseenkin samaa mieltä siitä, että nykyinen ohjeistus on selkeä. Vastausten ääripään vaihtoehdot menivät myös tasan, sillä 8 % vastaajista täysin samaa mieltä, että saatavilla oleva ohjeistus on selkeä ja 8 % täysin eri mieltä ohjeistuksen selkeydestä. Vastaajista noin 15 % vastasi ”en osaa sanoa”.

Kaipaisin verottomaan matkailijamyyntiin lisää perehdytystä?

Verottomaan matkailijamyyniin lisäperehdytystä kaipasi 65 % kaikista vastaajista. Ainoastaan 12 % vastaajista ilmoitti, ettei perehdytystä välttämättä tarvitse. Yksikään vastaajista ei vastustanut täysin lisäperehdytystä verottomasta matkailijamyynistä. Vastaajista 23 % ei osannut sanoa, tarvitsisivatko he lisäkoulutusta.

Millaista osaamisen kehittämistä kaipaisit verottomasta matkailijamyynistä?

Vastaajista jopa neljä viidesosaa oli sitä mieltä, että osaamisen kehittämistä tulisi järjestää myyjille. Vastauksista selviää, että 35 % haluaisi yksilöllisen perehdytyksen, 31 % haluaa uuden kirjallisen ohjeistuksen, 23 % erillisen koulutuksen ja 19 % ei kaipaa lisäkoulutusta. Vastaaja pystyi halutessaan lisäämään myös oman vastausvaihtoehdon ja näin oli tehnyt kolme vastaajaa. Yksi heistä oli sitä mieltä, että koulutus ei tarvitse erillistä tilaisuutta, vaan verottoman matkailijamyynnin myyntiprosessit ja niiden vaiheet voitaisiin kerrata myymälässä pikaisesti. Toinen vastaaja oli sitä mieltä, että koulutusta voitaisiin järjestää vain muutamalle myyjälle. Kolmas vastaaja toivoi, että henkilökunta kävisi yhdessä verottoman matkailijamyynnin prosesseja läpi. Kuvio 8 havainnollistaa kehittämisen tarpeita.



Kuvio 8. Osaamisen kehittäminen

Lisäkoulutuksen tarve koskee?

Kysymyksellä haluttiin saada tietoon myyjien mielipide siitä haluaisivatko myyjät saada lisäkoulutusta tax free -myyntiprosessiin vai invoice-myyntiprosessiin. Vaihtoehtoina olivat myös molempiin myyntiprosesseihin tai vaihtoehto, en tarvitse lisäkoulutusta.

Vastaajista peräti 73 % oli sitä mieltä, että lisäkoulutusta tulisi järjestää sekä tax free että invoice-myyntistä. Vastaajista 8 % oli sitä mieltä, että koulutusta tulisi järjestää koskien tax free -myyntiprosessia ja vain invoice-myyntiprosessiin lisäkoulutusta halusi 4 % vastaajista. Sitä mieltä, että lisäkoulutusta ei kaivata, oli 15 % kysymykseen vastanneista. Tuloksista voidaan päätellä, että suurin osa vastaajista kaipaa lisäkoulutusta molemmista verottoman matkailijamyynnin prosesseista.

4.4 Yhteenveto tuloksista

Verovapaata matkailijamyyntiä oli tehnyt yli puolet kyselyyn vastanneista. Selkeästi suosituimpi verovapaan matkailijamyynnin muodoista oli tax free -myyntiprosessi ja vähemmän käytetty oli invoice-myyntiprosessi. Myyjien arviot verovapaan matkailijamyynnin frekvenssistä omalla kohdallaan vaihtelivat muutaman kuukauden välein tapahtuvasta harvemmin kuin kerran vuodessa tapahtuvaan. Myynnin

tekemisen suhteellinen harvinaisuus heijastui myös siihen, että myyjistä yli puolet ei kokenut verottoman matkailijamyynnin osaamista kovin tärkeäksi työssään. Kuitenkin vastaajien keskuudessa myös painotettiin verovapaan matkailijamyynnin osaamisen olevan osa myyjän ammattitaitoa sekä helpottavan kaikkien työskentelyä.

Koskien verottoman matkailijamyynnin osaamisesta tuloksista käy ilmi, että myyntimenetelmästä ja prosessin vaiheesta riippuen myyjistä 46 % - 88 % kokee hallinnan tuottavan vaikeuksia tai puuttuvan kokonaan. Vaikka tax free- ja invoice-myyntiprosessi ovat vaiheiltaan lähestulkoon samanlaisia, arvioidaan invoice-myyntiprosessi hallinta huomattavasti heikommaksi. Osaamisen puutteiden takia alle kolmasosa myyjistä ohjaa verovapaan matkailijamyynnin asiakkaat toiselle myyjälle ja sama määrä myyjistä kokee, että myyntiä on mahdollista jäädä saamatta.

Suurin osa myyjistä on tutkimuksen mukaan saanut ohjeistusta verottoman matkailijamyynnin tekemiseen. Yleisimmäksi verottoman matkailijamyynnin ohjeistuslähteeksi nousee vastausten perusteella työtoveri. Toiseksi yleisimpiä vastaajien keskuudessa ovat työpaikan internet-portaalin taxfree-kaupan ohjeet ja myymälän kirjallinen ohjeistus. Saatua ohjeistusta ei kuitenkaan koeta riittäväksi: Yli 70 % vastaajista oli jokseenkin tai täysin eri mieltä ohjeistuksen riittävydestä. Reilu kolmasosa on myös epävarma siitä, mistä löytää tarvittaessa ohjeistuksen myyntiin, ja alle puolet piti saatavilla olevaa kirjallista ohjeistusta selkeänä.

Lisää perehdytystä kaipaa reilu 65 % vastanneista ja suurin osa toivoo sitä sekä tax free, että invoice-myyntiin. Eniten toivottiin yksilöllistä perehdyttämistä ja uutta kirjallista ohjeistusta. Myös erillistä koulutusta toivottiin. Pieni osa myyjistä ei kaivannut lisäkoulutusta.

5. JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Viimeisessä luvussa käydään läpi tutkimuksen johtopäätökset, pohdinta ja annan toimeksiantajalle suosituksia tulosten ja johtopäätösten pohjalta. Lisäksi pohdin tutkimukseni luotettavuutta, kerron mitä olen oppinut ja esitän jatkotutkimusehdotuksia.

5.1 Johtopäätökset

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää toimeksiantajayrityksen myyjien kokemuksia verovapaan matkailijamyynnin tekemisestä, siihen liittyvästä osaamisestaan ja kehittämismahdollisuuksista. Verottoman matkailijamyynnin merkitys suomalaisille on tullut tutuksi pääsääntöisesti venäläisten matkailijoiden kautta, ja sen merkitys on ollut aikaisemmin suuri. EU:n Venäjälle asettamat taloudelliset pakotteet ja ruplan arvon alentuminen suhteessa muihin valuuttoihin ovat vaikuttaneet venäläismatkailijoiden ostostottumuksiin dramaattisesti. Tullin ja Global Bluen tilastoista voidaan nähdä, miten ostosmatkailu venäläisten toimesta on vähentynyt Suomessa. Kuitenkin Global Bluen tilastoista voidaan havaita, että kiinalaiset matkailijat ovat lisääntyneet rajusti niin Euroopassa kuin Suomessakin. Talouskasvun maista tulevat matkailijavirrat jakautuvat myös tasaisemmin ympäri Suomea kuin Venäläisten Itä-Suomeen keskittynyt ostosmatkailu. Länsi-Suomen alueella on kansainvälistä liiketoimintaa harjoittavia yrityksiä, jotka tuovat alueelle vierailijoita ympäri maailman. Näin ollen verottoman matkailijamyynnin tärkeyttä ja potentiaalia ei tulisi mielestäni unohtaa. Myös toimeksiantaja painottaa verottoman matkailijamyynnin osaamisen kuuluvan jokaiselta myyjältä edellytettäviin taitoihin.

Tutkimukseni tuloksista selvisi, ettei verovapaa matkailijamyyni ole rutiininomaista toimintaa toimeksiantajan myymälöissä tutkimusalueella, ja sen osaamisessa on eroja. Matkailijoiden määrään ei voida kovinkaan paljoa vaikuttaa myymälöistä käsin, mutta silti kaikille verovapaan matkailijamyynnin asiakkaille tulisi voida antaa positiivinen ostokokemus verovapaasta matkailijamyynnistä. Positiiviset ostokokemukset voivat tulevaisuudessa tuoda lisää asiakaskuntaa, kun koettu palvelu on ollut osaavaa ja sana leviää.

Verovapaan matkailijamyynnin prosessien vaiheiden hallinnassa oli eroavaisuuksia. Työkokemus myymälässä tai kokemus verovapaan matkailijamyynnin tekemisestä ei selittänyt suoraan arvioita osaamisen tasosta. Prosessien vaiheiden hallinnassa koettiin olevan puutteita niin kokeneempien kuin uudempien myyjien joukossa ja sekä verovapaata myyntiä tehneiden että niiden, jotka eivät ole myyntiä tehneet, keskuudessa. Myyntiprosessien kertaaminen olisi siis paikallaan työkokemuksesta riippumatta.

Suurin osa vastaajista oli saanut perehdytyksen verovapaaseen matkailijamyyntiin, mutta pieni osa ei ollut saanut perehdytystä. Osa työntekijöistä ei myöskään tiennyt, mistä ohjeistuksen verovapaaseen matkailijamyyntiin löytäisi. Yksi tapa kehittää osa-alueen hallintaa olisikin varmistaa, että kaikille myyjille on selvää, mistä ohjeistuksen löytää tarvittaessa. Myös kirjallisen ohjeistuksen selkeyteen tulisi kiinnittää huomioita, sillä lähes puolet vastaajista oli täysin tai jokseenkin eri mieltä saatavilla olevan kirjallisen ohjeistuksen selkeydestä.

Yli puolet vastaajista koki, ettei saatu ohjeistus verottomasta matkailijamyynnistä ole ollut riittävä. Suuri osa myyjistä ottaisi mielellään vastaan lisäperehdytystä verovapaasta matkailijamyynnistä, joko yksilöllisen tai yhteisen koulutuksen tai uuden kirjallisen ohjeistuksen muodossa. Verottoman matkailijamyynnin muodoista invoice oli vähemmän tunnettu ja sen hallinta koettiin huonommaksi, vaikka se ei vaiheiltaan poikkea paljoakaan tax free -menetelmästä. Tärkeänä pidän sitä, että kaikille tulisi selväksi molempien vaihtoehtojen olemassaolo, sillä asiakas voi haluta tehdä verovapaita ostoksia nimenomaan tietyllä menetelmällä. Myös vastauksista käy ilmi, että perehdytystä otettaisiin vastaan molempiin matkailijamyynnin muotoihin.

Myyntiä ei koettu jäävän saamatta osaamisen puutteiden vuoksi. Tämä osoittaa, että myymälässä on kuitenkin aina joku, joka osaa saattaa kaupanteon loppuun. Vastauksista käy ilmi, että työtoverit auttavat toisiaan tarpeen vaatiessa. Ottaen huomioon verovapaan matkailijamyynnin suhteellisen vähäisen määrän tutkittavalla alueella, matkailijamyynnin tekemisen kanssa siis pärjätään kohtuullisesti.

Kaiken kaikkiaan veroton matkailijamyynti on osaamista, joka kuuluu jokaisen myyjän työtehtäviin ja jokaisen myyjän tulisi se hallita. Mikäli myyjä osaa verottoman matkailijamyynnin prosessit, nopeuttaa se kaikkien työskentelyä. Sujuva myyntitapahtuma säästää aikaa, jolloin myyjä ehtii palvella enemmän asiakkaita. Matkailijamyynnin osaamisella on myös suuri vaikutus asiakkaaseen, sillä sujuva ja varma palvelu tekee ostotapahtumasta miellyttävän asiakkaalle. Samalla myyjän oma ammattitaidon kokemus vahvistuu.

Tutkimustuloksissa ei eritellä myymälöitä, eikä tällöin voida tehdä päätelmiä siitä, mikä tai mitkä myymälöistä arvioivat osaamisen tasoaan heikoimmaksi tai parhaimmaksi. Opinnäytetyön tutkimuskysymykset olivat hyvin linjassa sen kanssa mitä toimeksiantajakin tutkimukselta odotti, sain tutkimuskyselystä mielestäni kattavan ja laaja-alaisen.

5.2 Tutkimuksen luotettavuus

Jotta voitaisiin välttää virheiden syntymistä tutkimuksissa, on voitava arvioida tutkimuksen luotettavuutta. Arvioidessa tutkimuksen luotettavuutta, voidaan ottaa käyttöön erilaisia mittaus- ja tutkimustapoja, kuten tutkimuksen reliabiliteetti ja validius. *Reliabiliteetti* viittaa tutkimuksen toistettavuuteen eli sen kykyyn antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Reliabiliteetti voidaan todeta esimerkiksi, jos samoja henkilöitä tutkitaan kahdella eri tutkimuskerroilla ja tulokset ovat lähellä tai hyvin lähellä toisiaan. *Validius* eli *pätevyys*, viittaa tutkimusmenetelmän tai mittarin kyvykkyyteen mitata juuri, mitä halutaankin mitata. Jotta tutkimus olisi validi, tulisi tutkimuskysymykseen vastaajien ymmärtää kysymykset samalla tavalla kuin, mitä tutkija on ajatellut. Mikäli tutkija ei ota tätä huomioon ja käsittelee vastaukset vain oman ajattelumallinsa mukaisesti, ei saatuja tuloksia voida pitää tosina ja pätevinä. (Hirsijärvi, Remes, Sajavaara. 2007, 226-228)

Vaikka toteutin oman tutkimuskyselyn internetin välityksellä e-lomakkeella, vaikutti se mielestäni positiivisesti tutkimustulokseen. Kyseessä oli työntekijän osaa-

mista mittaava tutkimus, ja koin, että työntekijän on vaikeampi kertoa omasta osaamisestaan haastattelutilanteessa rehellisesti tai siten että toisi heikkoudet rohkeasti esiin. Kyselylomakkeen tekeminen internetpohjaisessa alustassa mahdollisti vastaajan vastata kysymyksiin mielestäni rehellisemmin ja tuoda esiin mahdolliset puutteet osaamisessaan ja saamassaan koulutuksessa. Tutkimuksen kysymykset on käyty läpi ennen julkaisemista yhdessä toimeksiantajan yhteyshenkilön kanssa ja todettu kyselyn vastaavin niihin kysymyksiin, joita toimeksiantaja halusi selvittää.

Oman tutkimukseni kohdalla suurin luotettavuuteen vaikuttava tekijä on pieneksi jäänyt vastausprosentti. Kyselyn otannan ollessa pieni, ei tutkimuksen tulokset ole täysin yleistettävissä, mutta ne antavat suuntaa alueen tilanteesta tällä hetkellä. Lisäksi muutaman vastaajan kohdalla oli havaittavissa epäloogisuutta vastauksissa. Tiettyyn kysymykseen annettu vastaus oli ristiriidassa aikaisemman kysymyksen vastauksen kanssa.

5.3 Mitä opin

Opinnäytetyöni aikana opin ennen kaikkea, miten tärkeää on suunnitella työ kunnona. Opinnäytetyöprojekti on sanan mukaisesti projekti, jonka työstäminen vie paljon aikaa ja vaatii paljon ajatustyötä. Työstin opinnäytetyötä töiden ohella ja tämän vuoksi opinnäytetyön tekeminen venyi aika ajoin. Töissä käyminen kuitenkin vei ajatukset pois opinnäytetyöstä ja toimi vastapainona projektille. Alussa aloitin työstämään teoriaa liian suppealla materiaalilla, ja tästä johtuen jouduin ajoittain lisäämään tekstiä myöhemmässä vaiheessa ja miettimään uudelleen asioiden esitysjärjestystä ja työn loogisuutta. Rungon hiominen aikaisessa vaiheessa olisi helpottanut työskentelyä huomattavasti. Opinnäytetyöprojektin aikana opin myös paljon itsestäni, kuten miten voin työskennellä tehokkaasti ja paineen alla. Opin paljon myös verovapaasta matkailijamyynnistä ja siihen liittyvästä käytänteistä.

5.4 Jatkotutkimusehdotuksia

Vastaavanlainen tutkimus voitaisiin tehdä muutaman vuoden päästä uudestaan. Tällöin saatuja tuloksia voitaisiin verrata tämän opinnäytetyön kanssa ja selvittää, millaista kehitystä on tapahtunut. Myyjille voitaisiin myös antaa lisäkoulutusta ennen uuden tutkimuksen tekemistä, jolloin osaamisen arvioita ja lisäkoulutuksen tarpeellisuutta voidaan verrata tähän tutkimukseen. Vastaavanlaisen tutkimuksen voisi suorittaa myös suuremmalla alueella toimeksiantajan myymälöissä. Tutkimuksessani vastaajia pyydettiin arvioimaan omaa osaamisensa tasoa eikä tutkimus näin ollen mitannut verovapaan matkailijamyynnin käytännön osaamista. Käytännön osaamista voitaisiin tutkia jatkossa, jolloin saataisiin tarkkaa tietoa siitä, miten kukin myyjä hallitsee verovapaan matkailijamyynnin prosessin työssään.

LÄHTEET

Arvonlisävero.com. ALV – kannat. Viitattu 29.11.2015. <http://arvonlisa-vero.com/alv-verokannat/>

Global Blue Finland Oy. 2015. Näin teet tax free -kauppaa -esite. Helsinki. Global Blue.

Global Blue – Myyntitilastot, kesäkuu 2015. Viitattu 22.10.2015 http://www.globalblue.com/specials/upload/Finland/Myyntitilastot_062015.pdf?_ga=1.226762713.539148748.1437742959

Global Blue – Shop Tax free -card, 2015. Viitattu 12.08.2015 http://localservices.globalblue.com/fi_su/shop-tax-free-card13/

Global Blue – Tax free -shopping. Viitattu 12.08.2015 http://localservices.globalblue.com/fi_su/local-news/tax-free-shopping42/

Global Blue – Edut matkailijoille. Viitattu 07.09.2015. http://business.globalblue.com/fi_su/services/tax-free-shopping/benefits-for-travellers2/

Hirsjärvi, S., Remes P., Sajavaara P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13 osin uudistettu painos. Keuruu. Otava Kirjapaino Oy

Hyttinen, P. & Klemola A. 2014. Kansainvälisen kaupan arvonlisäverotus. 2. uud. painos. Porvoo. Bookwell Oy

Kallio, M., Nielsen, A., Ojala, M., Saukko, P., Sääskilähti, J. 2008. Arvonlisäverotus 2008. Helsinki. Edita Publishing Oy

Melin Kirsti 2011. Ulkomaankaupan menettelyt vienti ja tuonti. 1.painos, tammitekniikka/amk-kustannus oy

O’Connell S. 2014. Russia & Ukraine: how will the crisis affect globe shopping? Viitattu 12.8.2015. http://www.globalblue.com/specials/upload/Corporate/GlobalBlue_Ukrainian_Crisis_Apr_2014.pdf?_ga=1.192729966.539148748.1437742959

Suomen tulli – Intrastat Suomessa v.2015. Viitattu 22.11.2015 http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/intrastat/liitteet15/01_FIN2015.pdf

Logistiikan maailma - Suomi ja Ahvenanmaa. Viitattu 27.11.2015. http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Suomi_ja_Ahvenanmaa

Suomen ulkoasiainministeriö - Uudet viisumikeskukset vauhdittamaan kiinalaisten matkailua Suomeen. 2015. Viitattu 27.8.2015. <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentId=327195&nodeId=49150&contentlan=1&culture=fi-FI>

Suomen tullit – Veroton matkailijamyynit. 2015. Viitattu 14.8.2015
http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/julkaisut_ja_esitteet/Ulkomaankaupan_tilastojulkaisut/seurantaraportit/tiedostot/veroton_matkailijamyynit.pdf

Suomen tullit – Ahvenanmaan veroja, Arvonlisävero 2015. Viitattu 28.11.2015)
http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/ahvenanmaa/arvonlisaverotus/lisatietoa/Ilmoitusmenettely_alv.pdf

Suomen tullit - asiakastiedot, asiakashallinta 2012. Viitattu 29.10.2015
http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/asiakastiedotteet/yhteiset/as_tiedote_20120831/index.html

Veroton myynti Suomessa vieraille matkailijoille 2013. Viitattu 01.11.2015
[https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Veroton_myynti_Suomessa_vieraileville_ma\(29338\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Veroton_myynti_Suomessa_vieraileville_ma(29338))

Veroton matkailijamyynit – ohje myyjälle. 2014. Syventävät vero-ohjeet. Verohallinto. Viitattu 17.8.2015. [https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Veroton_matkailijamyynit__ohje_myyjalle\(32495\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Veroton_matkailijamyynit__ohje_myyjalle(32495))

Verohallinto. Syventävät vero-ohjeet 2010. Viitattu 22.11.2015.
[https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Arvonlisaverotus_EUtavarakaupassa\(14381\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Arvonlisaverotus_EUtavarakaupassa(14381))


Yrittäjät. Suomen arvonlisäverokannat Suomessa. Viitattu 20.10.2015
<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/verotjarahat/verotus/arvonlisaverokannat-suomessa/>

Verohallinto 2010. Ahvenanmaan veroraja arvonlisäverotuksessa. Viitattu 28.11.2015. http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Kansainvalinen_kauppa/Ahvenanmaan_veroraja_arvonlisaverotuksessa%2814185%29

Verohallinto. Arvonlisävero 2015. Verohallinto. Viitattu 22.11.2015.
https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuus-kunta/Arvonlisaverotus

Äärilä, L. & Nyrhinen, R. 2010. Arvonlisävero käytännössä 8., uudistettu painos. Juva 2010. WS Bookwell Oy

LIITE 1.




Opinnäytetyökysely Verovapaan matkailijamyynnin tottumukset


liiketalouden koulutusohjelman opinnäytetyötä (AMK) verovapaan matkailijamyynnin tottumuksista Länsi-Suomen alueen myymälöissä. Tavoitteena on kartoittaa, miten henkilöstö kokee verovapaan matkailijamyynnin prosessin. Tarkoituksena on tuottaa tietoa kyseisen osa-alueen kehittämisen tueksi, joten toivon, että vastaat kysymyksiin rehellisesti omien tuntemuksiesi pohjalta.

[Jatka »](#)

14 % valmiina

Palvelun tarjoaa  Google Forms

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä. [Ilmoita väärinkäytöstä](#) - [Palveluehdot](#) - [Lisäehdot](#)



Opinnäytetyökysely Verovapaan matkailijamyynnin tottumuksetoy+

*Pakollinen

PERUSTIEDOT


Vastauksesi tullaan käsittelemään nimettöminä ja tuloksista tehdään yhteenveto, josta ei voi tunnistaa yksittäisiä vastaajia. Myöskään myymäläkohtaisia tuloksia ei eritellä opinnäytetyössä vaan myymälä voi halutessaan saada ne omaan tietoonsa ilman nimiä.

myymälä *

Työkokemus

[« Takaisin](#) [Jatka »](#)

28 % valmiina



Opinnäytetyökysely Verovapaan matkailijamyynnin tottumukset

*Pakollinen

OMAT MYYNTITOTTUMUKSET

■■■■■■ on käytössä kaksi tapaa tehdä verovapaata matkailijamyyntiä kuluttajalle ehtojen täytyessä, Global Bluen kautta tax free -myyntinä tai invoice-menetelmällä.

Oletko tehnyt tax free -myyntiä? *

(Tax free -myynnillä tarkoitetaan verovapaata matkailijamyyntiä, jossa käytetään Global Bluen lomakkeita. Global Blue huolehtii arvonlisäveron palautuksesta matkailijalle maastaviennin yhteydessä ehtojen täytyessä.)

Olen tehnyt

En ole tehnyt

Oletko tehnyt Invoice-menetelmällä verovapaata matkailijamyyntiä? *

(Invoice-menetelmällä ■■■■■■ palauttaa rahat itse matkailijalle käteisellä tai suoraan tilille ehtojen täytyessä.)

Olen tehnyt

En ole tehnyt

Kuinka usein arvioisit keskimäärin tekeväsi verotonta matkailijamyyntiä? *

(Tax free ja invoice)

Kerran kuukaudessa tai useammin

Kerran 2 - 3 kuukaudessa

Kerran puolessa vuodessa

Kerran vuodessa tai harvemmin

En ole tehnyt

42 % valmiina

Opinnäytetyökysely Verovapaan matkailijamyynnin tottumukset

*Pakollinen

MYYNTIOSAAMINEN 1/2

Tässä osiossa verovapaan matkailijamyynnin osaamisella tarkoitetaan myyntiprosessin ja sen vaiheiden hallintaa eikä esimerkiksi kielitaitoa.

Tax free -myyntiprosessi



Käytän tax free -myynnissä *

(= Global Bluen lomakkeilla tehtävässä myynnissä) Valitse yksi tai useampi vaihtoehto

- Käsin kirjoitettuja Global Blue tax free -lomakkeita
- Global Bluen sähköisiä lomakkeita
- En ole tehnyt tax free -myyntiä

Kuinka hyvin tunnet hallitsevasi seuraavat tax free -myyntiprosessin vaiheet? *

(Ohjeistuksen kanssa tai ilman)

	En hallitse	Tuottaa vaikeuksia	Hallitsen kohtalaisesti	Hallitsen sujuvasti
Matkailijan verottoman osto-oikeuden tarkistaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakirjojen laatiminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteiden oikeanlainen pakkaaminen ja sinetöinti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Invoice-myyntiprosessi

Kuinka hyvin tunnet hallitsevasi seuraavat invoice-myyntiprosessin vaiheet? *

(Ohjeistuksen kanssa tai ilman)

	En hallitse	Tuottaa vaikeuksia	Hallitsen kohtalaisesti	Hallitsen sujuvasti
Matkailijan verottoman osto-oikeuden tarkistaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakirjojen laatiminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteiden oikeanlainen pakkaaminen ja sinetöinti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palautuksen maksaminen kassasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

« Takaisin

Jatka »

57 % valmiina



Opinnäytetyökysely Verovapaan matkailijamyynnin tottumukset

*Pakollinen

MYYNTIOSAAMINEN 2/2

Kuinka tärkeäksi koet verottoman matkailijamyynnin osaamisen työssäsi? *

	Ei ollenkaan tärkeää	Vain vähän tärkeää	Melko tärkeää	Erittäin tärkeää
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Miksi?
Perustele lyhyesti edelliseen antamaasi vastausta

Kuinka todennäköisiksi koet seuraavat tilanteet *

	Epätodennäköistä	Mahdollista	Todennäköistä
Ohjaan verovapaita ostoksia tekevän asiakkaan toiselle myyjälle osaamiseni puutteiden vuoksi. (ei kielitaito)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Myyntiä jää saamatta osaamispuutteiden vuoksi. (ei kielitaito)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

« Takaisin Jatka »

71 % valmiina

Opinnäytetyökysely Verovapaan matkailijamyynnin tottumukset

*Pakollinen

OHJEISTUS JA LISÄKOULUTUKSEN TARVE

Mistä tai miten olet saanut ohjeistusta verottoman matkailijamyynnin tekemisestä? *

(Voit valita halutessasi useamman vaihtoehdon. Voit myös vapaasti lisätä oman vaihtoehdon.)

- Exnet intranet -portaalin Taxfree-kaupan ohjeet
- Kirjallinen ohjeistus myymälässä
- Suullinen perehdytys
- Työtoverilta
- En ole saanut ohjeistusta
- Muu:

Miten seuraavat väittämät kuvaavat kokemuksiasi? *

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Saamani ohjeistus koskien verotonta matkailijamyyntiä on ollut riittävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedän mistä löydän tarvittaessa ohjeistuksen verottomaan matkailijamyyntiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saatavilla oleva (kirjallinen) ohjeistus on mielestäni selkeä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaipaisin verottomaan matkailijamyyntiin lisää perehdytystä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Millaista osaamisen kehittämistä kaipaisit verottomasta matkailijamyynnistä? *

(Voit valita halutessasi useita ja/tai lisätä oman vaihtoehdon)

- Erillinen koulutus
- Yksilöllinen perehdyttäminen
- Uusi kirjallinen ohjeistus
- En kaipaa lisäkoulutusta
- Muu:

Lisäkoulutuksen tarve koskee? *

- Tax free -myyntiä (Global Blue)
- Invoice-myyntiä
- Molempia
- En kaipaa lisäkoulutusta

« Takaisin

Jatka »

85 % valmiina