

Pyry Hanski

Arvonlisävero musiikkitoimialan esiintymispalkkioissa

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituotanto AMK

Kulttuurituotanto

Opinnäytetyö

20.11.2018

Tekijä(t) Otsikko	Pyry Hanski Arvonlisävero musiikkitoimialan esiintymispalkkioissa
Sivumäärä Aika	28 sivua + 1 liite 20.11.2018
Tutkinto	Kulttuurituottaja AMK
Koulutusohjelma	Kulttuurituotannon koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Kulttuurituotanto
Ohjaaja(t)	Lehtori Niina Torkko
<p>Tämä opinnäytetyö on kartoitus Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistojen mielipiteistä, jotka koskevat musiikkitoimialan esiintymispalkkioiden mahdollista arvonlisäverouudistusta. Työn tilaajana toimi Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry, joka on Suomessa toimivien ohjelmatoimistojen ja agenttien etujärjestö. Työ tehtiin tapaustutkimuksena, ja sen päätutkimuskysymys oli, tulisiko Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistojen mielestä arvonlisävero ottaa musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin. Sen lisäksi tutkittiin, millaisia vaikutuksia esiintymispalkkioiden arvonlisäveron muutoksella olisi jäsenoimistojen talouteen ja siten toimintaan sekä mikä olisi jäsenoimistojen mielestä sopiva veroprosentti, mikäli arvonlisävero tulisi esiintymispalkkioihin.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys pohjautuu yleisesti arvoketjuun ja ansaintalogiikkaan liittyvään kirjallisuuteen. Työn tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselyä, joka toteutettiin verkkokyselynä. Kyselyn vastaajat olivat Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistojen edustajia. Kyselyn tulokset käsiteltiin SWOT-analyysin avulla ja tulokseksi saatiin SWOT-taulukko, josta voi tulkita mahdollisen arvonlisäverouudistuksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista kävi ilmi, että yhdistyksen jäsenoimistojen mielipiteet mahdollista arvonlisäverouudistusta kohtaan ovat hyvin kahtia jakautuneet. Kyselyn tulosten perusteella valtaosan vastaajien mielestä sopiva veroprosentti olisi 10 prosenttia, mikäli musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin tulisi arvonlisävero.</p> <p>Yhdistyksen tulisi tietoisesti ja aktiivisesti pyrkiä yhdistämään jäsenoimistojen mielipiteitä koska tutkimusten tulosten perusteella ohjelmatoimistot ovat tällä hetkellä selkeästi jakautuneet puoliksi sen suhteen, tulisiko arvonlisäveron tulla musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin. Ilman mielipiteiden yhtenäistymistä mahdollisesta muutoksesta on hyvin hankala neuvotella ja sopia.</p>	
Avainsanat	musiikkitoimiala, esiintymispalkkio, arvonlisävero, ohjelmatoimisto, agentti

Author(s) Title	Pyry Hanski Value added tax in the music industry's performance fees
Number of Pages Date	28 pages + 1 appendice 20 November 2018
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Cultural Management
Specialisation option	
Instructor(s)	Niina Torkko, Lecturer in Cultural Management
<p>This thesis is a case study commissioned by the association called <i>Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry</i> freely translated as <i>The Association of Finnish Booking Agencies and Agents</i>. The associations main goal is to improve the operative functions of the Finnish agencies and booking agents. The main aim of this study is to map opinions the members of the association have about the possible change of value added tax in the performance fees. Should the value added tax to be added to the performance fees? How would the change of the value added tax in the performance fees affect the economy of the association members? What would be the appropriate tax percentage if the value added tax would become added to the performance fees?</p> <p>The theoretical framework of this thesis is based on the value chain and the revenue generation model. The source material for the study is collected from the literature, studies and reports about value chain, revenue generation model, music business, value added tax, agencies and booking agents. The data for this study were collected with inquiry for the members of the association. The results of the inquiry were analyzed with the SWOT analysis.</p> <p>The results indicated that the opinions of the members about the possible change of the value added tax in the performance fees are rather divided. Most of the members would like the value added tax percentage to be 10.</p> <p>The association should work consciously and actively to narrow the gap between the opinions of the members. It is very hard to negotiate and find an agreement if the opinions of the members are so strongly divided as they are at the moment.</p>	
Keywords	music business, performance fee, value added tax, agency, booking agent

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Arvoketju sekä ansaintalogiikka	2
2.1	Arvoketju	2
2.2	Ansaintalogiikka	4
2.3	Musiikkitoimialan arvoketju	5
2.4	Musiikkitoimialan ansaintalogiikka	6
2.5	Ohjelmatoimistot ja agentit	7
2.6	Arvonlisävero ja vähennysoikeus	9
2.6.1	Arvonlisävero	9
2.6.2	Vähennysoikeus	11
3	Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry	12
4	Tutkimuskysymykset	12
5	Käytetyt menetelmät	13
5.1	Tapaustutkimus	13
5.2	Kysely	14
6	Tulokset	15
6.1	Kyselyn tulokset	16
6.2	Kyselyn tulosten SWOT-analyysi	21
7	Pohdinta	23
	Lähteet	29
	Liitteet	
	Liite 1. Kyselylomake	

1 Johdanto

Musiikkitoimialan esiintymispalkkioiden mahdollisesta arvonlisäverouudistuksesta on käyty käsitykseni mukaan keskustelua jo muutaman vuoden ajan. Törmäsin itse aiheeseen ensimmäisen kerran, kun muutamia vuosia sitten sosiaalisessa mediassa tuli vastaan adressi, jossa kerättiin nimiä sen puolesta, että musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin otettaisiin kymmenen prosentin arvonlisävero nykyisen arvonlisäverottomuuden sijaan. Kyseisen adressin allekirjoittaneet henkilöt olivat pääsääntöisesti muusikoita.

Aihe nousi nyt parin vuoden jälkeen uudestaan esille, kun keskustelin siitä Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n nykyisen puheenjohtajan kanssa. Keskustelu päättyi siihen lopputoteamukseen, ettei Suomen ohjelmatoimistojen mielipidettä ja kantaa esiintymispalkkioiden mahdollista arvonlisäverouudistusta kohtaan ollut vielä tällä tavalla konkreettisesti tutkittu ja kerätty yhteen. Koska aihe kiinnosti ja kosketti itseäni sekä muusikkona että tulevana kulttuurituottajana, päätin tehdä opinnäytetyöni tästä aiheesta.

Tämän opinnäytetyön tilaaja on Suomessa toimivien ohjelmatoimistojen ja agenttien etujärjestö Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry. Yhdistys pyrkii toiminnallaan edistämään jäsenoimistojen yhteisiä asioita ja siten vaikuttamaan koko musiikkitoimialan toimivuuteen.

Opinnäytetyö on kartoitus siitä, että mitä mieltä Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistot ovat musiikkitoimialan esiintymispalkkioiden mahdollisesta arvonlisäverouudistuksesta. Työni tutkimus kartoittaa vastauksia kysymyksiin, tulisiko Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistojen mielestä arvonlisävero ottaa musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin ja mikä olisi niiden mielestä sopiva prosentti, mikäli tämä arvonlisäverouudistus toteutuisi. Näiden lisäksi opinnäytetyö tutkii sitä, millaisia vaikutuksia musiikkitoimialan esiintymispalkkioiden arvonlisäveron muutoksella olisi yhdistyksen jäsenoimistojen talouteen ja siten toimintaan.

Työ ei siis ole ehdotelma tai kehotus siitä, tulisiko arvonlisävero tulla musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin ja jos tulisi, niin millä veroprosentilla. Sen sijaan työ pyrkii tuottamaan tämänhetkistä tietoa ja käsitystä musiikkitoimialalle siitä, mitä mieltä

Suomessa toimivat eri ohjelmatoimistot ovat mahdollisesta arvonlisäverouudistuksesta. Ohjelmatoimistojen ja agenttien rooli Suomen musiikkitoimialalla on merkittävä, joten tästä opinnäytetyöstä tulokseksi saatu kartoitus on tärkeää ja oleellista tietoa kyseistä uudistusta mietittäessä ja siitä mahdollisesti neuvoteltaessa.

Opinnäytetyö tehtiin tapaustutkimuksena, johon kerättiin aineistoa verkkokyselyllä. Kyselyn tulosten avaamisen lisäksi tulokset on analysoitu SWOT-analyysin avulla ja siitä on saatu tulokseksi taulukko, josta käy ilmi oleellisimmat havainnot.

2 Arvoketju sekä ansaintalogiikka

Jotta pystyy tarkastelemaan vain yhtä osaa eli arvonlisäveroa musiikkitoimialan esiintymispalkkioista ja sen vaikutuksia alan ohjelmatoimistojen toimintaan, tulee ensin ymmärtää asia laajempänä kokonaisuutena. Siitä syystä tarkastelen tässä luvussa, mistä musiikkitoimialan arvoketju muodostuu sekä miten sen ansaintalogiikka toimii eli miten raha muodostuu ja liikkuu alan arvoketjussa. Lisäksi selitän työn kannalta keskeisimpiä käsitteitä, joita ovat arvoketju, ansaintalogiikka, ohjelmatoimistot ja agentit sekä arvonlisävero ja vähennysoikeus.

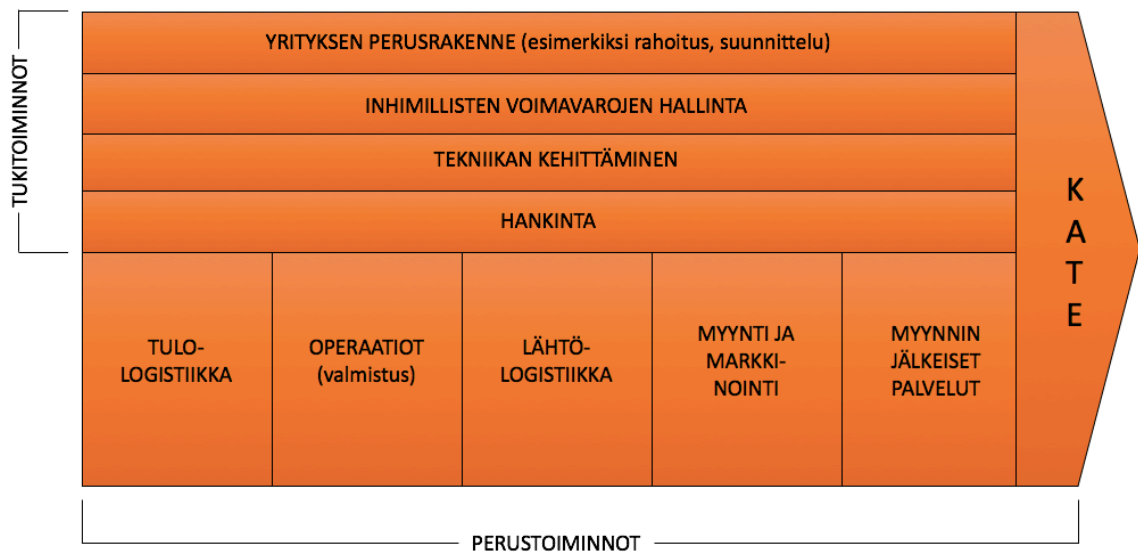
Opinnäytetyöni teoreettinen viitekehys perustuu arvoketjuun sekä ansaintalogiikkaan. Ensin kuvaan, mitä nämä termit tarkoittavat ja pitävät sisällään. Sen jälkeen kerron, miten arvoketju ja ansaintalogiikka toimivat musiikkitoimialalla sekä selitän, mitä ohjelmatoimistot ja agentit ovat ja mitä ne tarkalleen ottaen tarkoittavat. Lopuksi selitän, mikä on arvonlisävero ja vähennysoikeus sekä miten ne toimivat. Teoreettisen viitekehykseni lähteinä käytän arvoketjuun, ansaintalogiikkaan, musiikkitoimialaan kokonaisuutena sekä arvonlisäverotukseen liittyvää kirjallisuutta, tutkimuksia, raportteja ja muita vastaavia julkaisuja.

2.1 Arvoketju

Michael Porter kuvaa kirjassaan *”Kansakuntien kilpailuetu”* arvoketjumallia siten, että se on siihen sisältyvien toimintojen summa, jossa jokaiset toiminnot vaikuttavat keskenään toisiinsa ja siten arvoketjun lopputulokseen. Nämä toiminnot on jaettu kahteen eri osaan eli perustoimintoihin ja tukitoimintoihin. (Porter 2006, 78.)

Arvoketjulla tarkoitetaan siis sitä prosessia, jonka tuote tai palvelu kulkee alkuideoinnista ja -kehityksestä aina tuotannon ja jakelun kautta asiakkaalle eli muuttuu yrityksen katteeksi.

Porterin arvoketjumallissa (kuvio 1) perustoiminnot on jaettu viiteen eri osaan: tulologistiikkaan, operaatioihin eli toisin sanoen valmistukseen, lähtölogistiikkaan, myyntiin ja markkinointiin sekä myynnin jälkeisiin palveluihin, joka voi olla esimerkiksi huolto (Porter 2006, 78). Näistä perustoiminnoista tulologistiikka käsittää esimerkiksi tavaran vastaanoton ja tarkastuksen sekä pakkausten purkamisen ja varastoon sijoittamisen. Operaatioihin luetaan muun muassa tuotesuunnittelu, tuotteen jalostus ja työstö, kokoonpano sekä viimeistely. Lähtölogistiikka sisältää varastosta keräämisen, pakkaamisen sekä lähettämisen. Myynti ja markkinointi puolestaan kattaa nimensä mukaisesti käytännössä kaiken siihen liittyvän suunnittelusta eri myyntitoimintoihin. Myynnin jälkeisiä palveluita voivat olla esimerkiksi erilaiset huoltotoimenpiteet. (Hokkanen, Karhunen & Luukkainen 2010, 19–20.) Se, mitä perustoiminnot pitävät sisällään, vaihtelevat tietysti eri aloilla.



Kuvio 1. Arvoketju (mukaillen Porter 2006, 78).

Tukitoiminnot ovat toimenpiteitä, joilla turvataan perustoimintojen toimivuus (Hokkanen ym. 2010, 20). Tukitoiminnot Porter jakaa neljään pääluokkaan, jotka ovat yrityksen perusrakenne eli infrastruktuuri, henkilöstövoimavarat, tekniikan kehittäminen sekä hankintatoimi. Kaikkien näiden toimintojen, sekä perus- että tukitoimintojen,

keskinäinen toimivuus on lähtökohtaisesti yrityksen kilpailuedun kannalta tärkeää, mutta toimintojen eri osien tärkeys vaihtelee aloittain. (Porter 2006, 78.)

Tukitoimintojen infrastruktuuri pitää sisällään kaikki yrityksen liiketoimintaan liittyvät toiminnot eli yksinkertaisesti esimerkiksi yrityksen toimipaikkarakennuksen sekä sinne kulkevat informaatioyhteydet. Henkilöstövoimavaroihin liittyvät toiminnot keskittyvät muun muassa henkilöstön rekrytointiin ja kouluttamiseen sekä työntekijöiden terveydenhuoltoon. Tekniikan kehittäminen käsittää nimensä mukaisesti yrityksen konkreettisen tekniikan eli tarvittavien koneiden ja laitteiden toimintojen hankinnan ja ylläpitämisen. Hankintatoimella tarkoitetaan esimerkiksi kaikkia yrityksen raaka-ainehankintoja sekä tarvikeostoja. (Hokkanen ym. 2010, 20.)

2.2 Ansaintalogiikka

Ansaintalogiikka on suunnitelma siitä, miten yrityksen tai muun toimijan tuote tai palvelu eli liiketoiminta saadaan taloudellisesti kannattavaksi. Se rinnastetaan usein liiketoiminnan ymmärtämiseen eli tietoon siitä, miten ja mistä raha muodostuu, mihin se menee, paljonko rahaa jää tuotteen tai palvelun myyjälle ja miksi asiakas haluaa ostaa kyseisen tuotteen tai palvelun. (Nieminen 2009.)

Vaikka ansaintalogiikka on ala- ja yritysکوhtainen, se pääsääntöisesti koostuu kuitenkin muutamasta kaikkia ansaintalogiikoita yhdistävistä tekijöistä. Nämä yhdistävät tekijät ovat myyntikate, käyttökate sekä tuottavuus. Ansaintalogiikka on olennainen osa liiketoimintamallia. (Nieminen 2009.)

Myyntikatteella tarkoitetaan yrityksen eri tuotteiden tai palveluiden tuoteryhmäkohtaista kannattavuutta. Käyttökate puolestaan näyttää miten paljon yritykselle jää liikevaihdosta katetta eli taloudellista voittoa sen jälkeen, kun siitä on vähennetty kaikki yrityksen kiinteät kulut. Kiinteitä kuluja ovat esimerkiksi erilaiset henkilöstökulut sekä tuotantoon tarvittavat palveluiden, aineiden ja tarvikkeiden hankinnat. Tuottavuudella käsitetään se erotus, joka jää, kun vähennetään aikaansaadun tuotoksen määrästä sen aikaansaamiseksi käytettyjen panosten määrä. (Nieminen 2009.)

2.3 Musiikkitoimialan arvoketju

Musiikkitoimiala ja sen toiminta perustuvat arvoketjuun. *Anna mulle tähtitaivas: selvitys suomalaisen musiikkitoimialan taloudesta ja tulevaisuudesta* (2003) -kirjassa määritellään, että kyseisen arvoketjun avulla pyritään kuvaamaan kokonaisvaltaisesti tuotteiden ja palveluiden valmistamiseen sekä tarjoamiseen liittyvää prosessia. Arvoketju kuvaa tämän prosessin eri vaiheita ja osapuolia, jotka ovat oleellisia tuotteen tai palvelun luomiseksi kuluttajalle. (Pönni & Tuomola 2003, 21.)

Musiikkitoimialan arvoketju (kuvio 2) koostuu neljästä eri vaiheesta. Nämä vaiheet ovat musiikin luominen, sen esittäminen ja kehittäminen, tuottaminen ja pakkaaminen sekä markkinointi ja jakelu. Arvoketju päättyy lopulta musiikin käyttöön eli musiikkia kuuntelemaan, levyjä ostamaan, keikoilla käymään sekä musiikkia vapaa-ajallaan harrastamaan ihmisiin. (Pönni & Tuomola 2003, 23.)



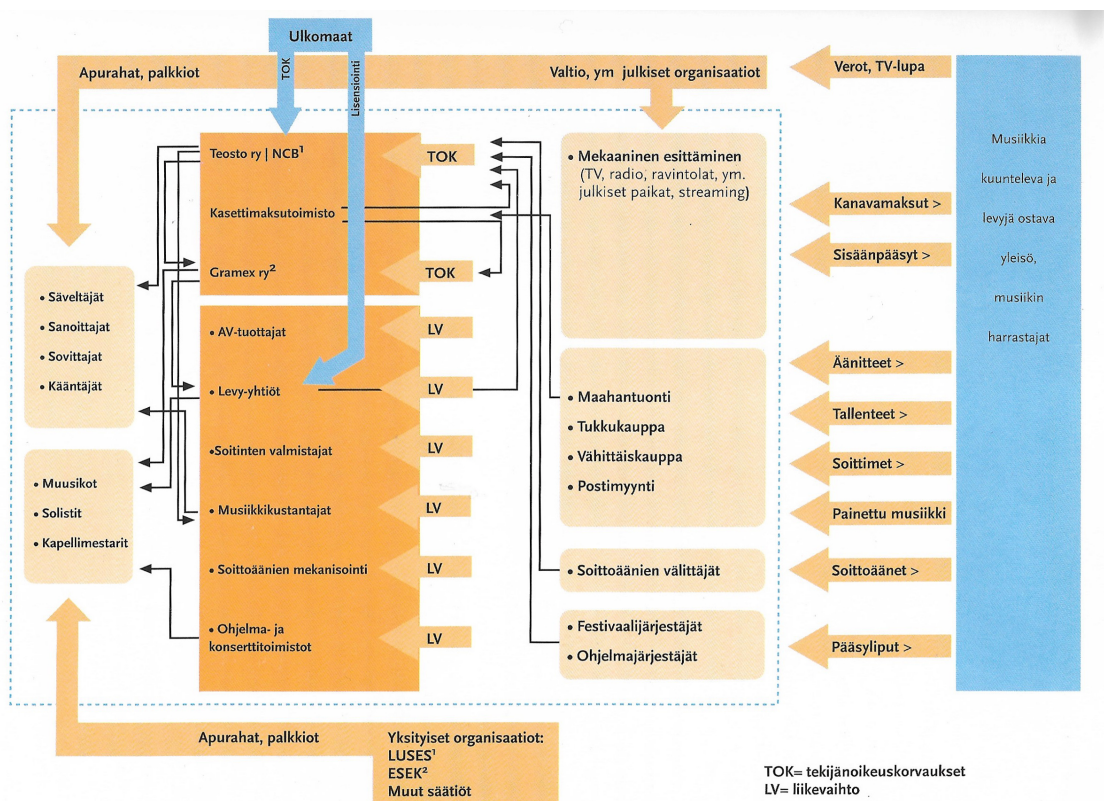
Kuvio 2. Musiikkitoimialan arvoketju (mukaillen Pönni & Tuomola 2003, 23).

Äänitemyyntin laskiessa livetoiminnasta on tullut keskeinen musiikkialan kasvualue (Argillander & Martikainen, 2009). Ohjelmatoimistojen ja agenttien asema ja merkitys tässä arvoketjussa on aina ollut vähintäänkin kohtalaisen keskeinen, mutta se on siis vain vahvistunut entisestään esimerkiksi vuodesta 2003, jolloin Pönni & Tuomolan tekemä arvoketjumalli julkaistiin. Tänä päivänä esiintymisten ja niistä saatujen esiintymispalkkioiden merkitys artistin tai yhtyeen taloudellisen hyödyn kannalta on korostunut entisestään. Siten myös ohjelmatoimistojen ja agenttien toiminnan tärkeys musiikkitoimialan arvoketjussa on kasvanut.

Music Finland ry:n Vaahto-hankkeessa syksyllä 2012 laaditussa taiteen välittävän portaan toimialaselvityksessä todetaan, että managerien ja artists' management -hoitajien ohella agentit ja ohjelmatoimistot (ks. termit luvussa 2.5 Ohjelmatoimistot ja agentit) ovat vakiinnuttaneet paikkaansa alan arvoketjussa. Tämä voidaan todeta siitä, että ammattimaisia toimijoita on tullut alalle lisää, osaaminen on kasvanut ja näiden toimijoiden työn merkitys alan liiketoiminnalle on jatkuvasti suurempi ja merkittävämpi. (Raatikainen 2013, 11.)

2.4 Musiikkitoimialan ansaintalogiikka

Pönni & Tuomolan (2003, 26) mukaan musiikin ansaintalogiikan mallilla (kuvio 3) kuvataan sitä ketjua, miten raha kulkeutuu musiikin käyttäjiltä eli kuluttajilta musiikkitoimialalle ja miten nämä rahat jakautuvat alan eri toimijoille.



Kuvio 3. Musiikkitoimialan ansaintalogiikka (Pönni & Tuomola 2003, 27).

Musiikkitoimialan ansaintalogiikan mallissa on käytännössä täysin samat vaiheet kuin musiikkitoimialan arvoketjun mallissakin, mutta sitä tarkastellaan arvoketjun malliin nähden päinvastaiseen suuntaan. (Pönni & Tuomola 2003, 26). Musiikkitoimialan ansaintalogiikassa lähtökohtana ovatkin siis säveltäjien, sanoittajien ja sovittajien sijaan musiikin käyttäjät ja kuluttajat. Musiikin käyttäjät ja kuluttajat tuovat rahaa tähän ketjuun esimerkiksi ostamalla eri yhtyeiden ja artistien äänitteitä ja/tai sisäänpääsylippuja eri keikoille, konsertteihin ja festivaaleille. Raha kulkeutuu riippuen ostetusta tuotteesta tai palvelusta esimerkiksi vähittäiskaupalle tai konsertti- ja festivaalijärjestäjille. Nämä tahot ottavat heille sovitut osuudet kulkeutuvasta rahasta ja liikuttavat jäljelle jäävää osuutta eteenpäin esimerkiksi levy-yhtiöille ja ohjelmatoimistoille. Viimeisenä osuutensa rahasta saavat luomisvaiheessa olevat tahot eli esimerkiksi säveltäjät, sanoittajat, sovittajat, muusikot ja solistit.

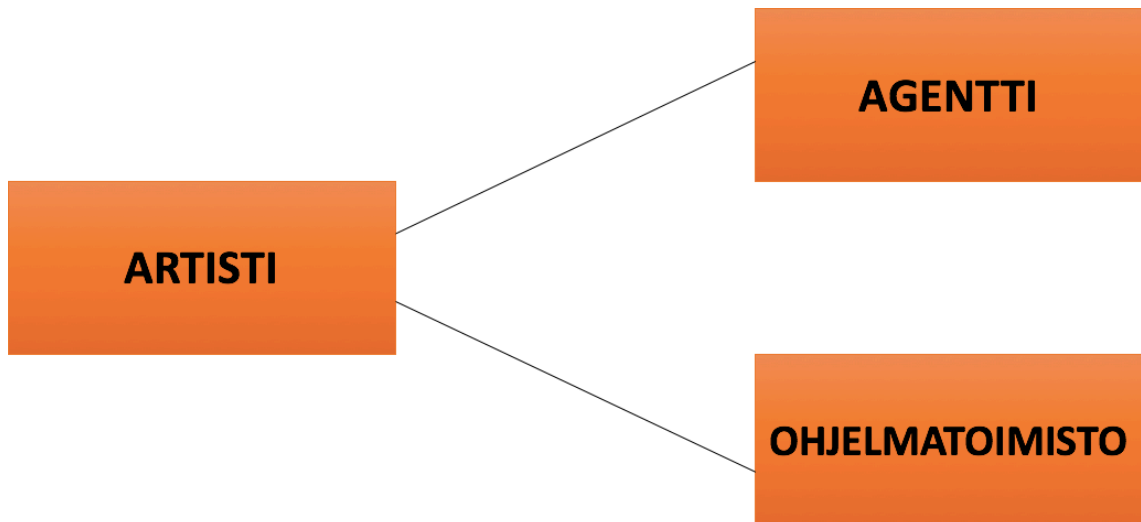
2.5 Ohjelmatoimistot ja agentit

Olen rajannut työni käsittelemään esiintymispalkkioiden arvonlisäverotusta musiikkitoimialan ohjelmatoimistojen ja agenttien näkökulmasta. Siksi on tärkeää ymmärtää, mitä ohjelmatoimistot ja agentit ovat sekä mitä ne tekevät.

Ohjelmatoimistoista ja agenteista voidaan käyttää yleisemmin termiä välittäjäporras. Music Finlandin tilaamassa selvityksessä kyseinen termi määritellään seuraavasti:

Välittäjä on taho, jonka toiminta tai elinkeino perustuu taiteellisen työn myyntiin tai ostamiseen toimeksi antaneen osapuolen kanssa tehdyn sopimuksen perusteella. Toimeksiantaja voi olla taiteellista työtä tekevä tai sitä omassa toiminnassaan hyödyntävä taho. (Raatikainen 2013, 7.)

Ohjelmatoimisto on yhden tai useamman keikkamyynnin eli agentin muodostamaa yritys. Ohjelmatoimiston ensisijainen asiakas on artisti tai yritys. Ohjelmatoimisto ja artisti solmivat sopimuksen, jonka perusteella ohjelmatoimisto välittää eli neuvottelee ja myy parhaalla mahdollisella tavalla edustamansa artistin esiintymisiä. (Lassila 2000, 90.) Agentilla tarkoitetaan henkilöä, joka suorittaa edellä mainitun työn. Käytännössä agentin ja ohjelmatoimiston ero on siis vain terminologinen (Karhumaa, Lehtman & Nikula 2010, 29). Kuvio 4 havainnoillistaa artistin ja agentin ja ohjelmatoimiston välistä suhdetta.



Kuvio 4. Artistin ja agentin ja ohjelmatoimiston välinen suhde (Karhumaa ym. 2010, 29).

Perinteisiä ja tärkeitä asiakkaita ohjelmatoimistoille ja agenteille ovat sellaiset eri tahot, joille he myyvät edustamansa artistin tai yhtyeen esiintymään. Näitä ovat esimerkiksi eri klubit, keikkapaikat, kulttuuritalot, festivaalit ja ravintolat.

Ohjelmatoimiston tulot ja siten agentin palkka koostuvat myydyistä esiintymisistä saaduista komissioista. Tämä komissio vaihtelee yleensä 15:n ja 20 prosentin välillä ja se lasketaan laskutetun esiintymisen bruttohinnasta. Ohjelmatoimiston komissio kattaa myynnin, laskutuksen, sopimusten laadinnan sekä mahdollisen osallistumisen esimerkiksi esiintymisen markkinoinnista aiheutuviin kuluihin. (Karhumaa ym. 2010, 29, 42.) Ohjelmatoimiston toimintaan ja työnkuvaan kuuluu siis pelkän ohjelmanmyynnin lisäksi myös paljon muuta tehtävää.

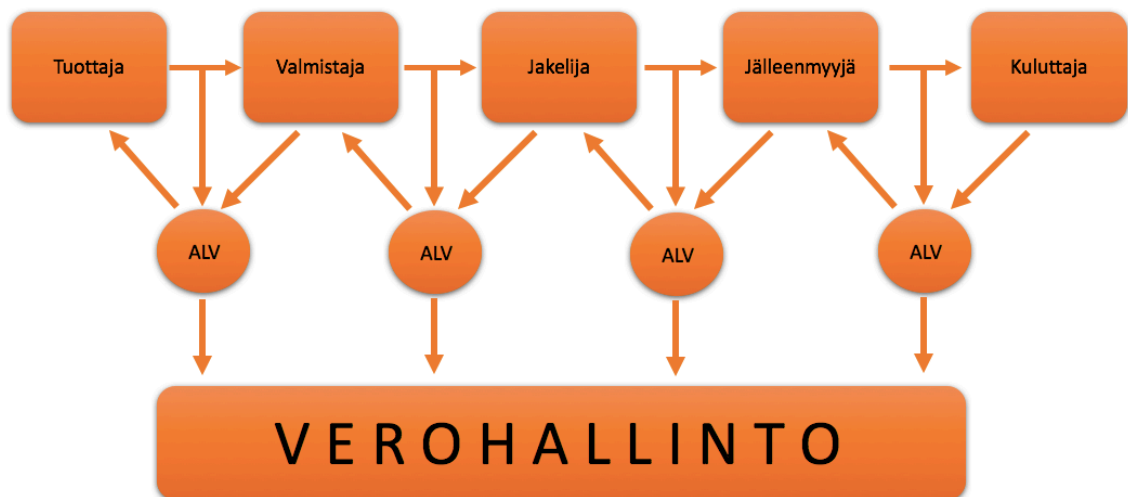
Kannattavaa ja toimivaa liiketoimintaa harjoittava ohjelmatoimisto on monen asian summa. Toiminnan lähtökohtana tulee olla intohimo alaa ja sen sisältöjä kohtaan. Tämä ei silti yksin riitä vaan näiden hyvä tuntemus on oleellista. Kuten musiikkialalla yleensäkin, myös ohjelmatoimistojen toiminta perustuu hyvin pitkälti toimivaan verkostoon sekä hyviin kontakteihin ja suhteisiin alan muihin toimijoihin. Näiden lisäksi ohjelmatoimisto tarvitsee rosteriinsa lahjakkaita artisteja ja yhtyeitä, joiden tavoitteet ja tarpeet tulee ottaa hyvin huomioon. Tässä opinnäytetyössä rosterilla tarkoitetaan niitä artisteja ja yhtyeitä, joita tietty ohjelmatoimisto myy ja edustaa. Vahva osaaminen talous-, verotus- ja sopimusasioista edesauttaa huomattavasti ja ennen kaikkea on oltava valmis tekemään kovasti töitä. (Raatikainen 2013, 20.)

2.6 Arvonlisävero ja vähennysoikeus

2.6.1 Arvonlisävero

Arvonlisäverolla tarkoitetaan kulutusveroa, jonka myyjä sisällyttää myytävän tuotteen tai palvelun lopulliseen hintaan. Kulutusverolla tarkoitetaan sitä, että arvonlisäveron maksaa tuotteen tai palvelun ostaja eli kuluttaja. Arvonlisävero ei siis kuulu yrityksen liikevaihtoon, koska yritys tilittää eli siirtää rahan valtiolle. (Vero 2017.)

Kuvio 5 kuvaa sitä prosessia, jolla arvonlisävero kulkeutuu tavaran tai palvelun tuotantoketjussa. Tuotantoketjun alussa oleva tavaran tai palvelun tuottaja lisää arvonlisäveron tuotteeseen tai palveluun sen arvonlisäverokannan mukaan mihin se kuuluu. Arvonlisävero kulkeutuu koko tuotantoketjun läpi aina valmistajan, jakelijan ja jälleenmyyjän kautta lopulta kyseisen tavaran tai palvelun viimeiselle ostajalle eli kuluttajalle. Kuluttaja on siis lopulta ainoa, joka todellisuudessa maksaa tuotantoketjun läpi kulkeutuneen arvonlisäveron, sillä kaikki siihenastiset tuotantoketjun jäsenet saavat vähennettyä sen tulevissa hankinnoissaan. Tuotantoketjun jäsenet ovat vastuussa arvonlisäveron keräämisestä sekä sen toimittamisesta verohallinnolle. Heidän tulee myös raportoida verohallinnolle, kuinka paljon arvonlisäveroa he ovat keränneet ja kuinka paljon niitä on vähennetty osatekijän omista kuluista.



Kuvio 5. Arvonlisäveron kulkeutuminen tuotantoketjussa

Arvonlisävero vietynä musiikkitoimialalle esimerkkinä voidaan käyttää yritystä, jonka pääasiainen liiketoiminta keskittyy cd- ja vinyylimonistukseen ja niiden jälleenmyyntiin. Kun yritys ostaa sellaisia materiaaleja, joita se tarvitsee liiketoimintaansa eli cd- ja vinyylimonistukseen, se maksaa niistä arvonlisäveron. Arvonlisävero kuitenkin lopulta palautuu yritykselle, koska sen liiketoiminta eli cd- ja vinyylimonistuksen jälleenmyynti on arvonlisäverollista ja se on maksanut arvonlisäveron aiemmista materiaalihankinnoistaan.

Kaikki sellaiset yritykset yritysmuodosta huolimatta ovat arvonlisäverovelvollisia, jotka harjoittavat tavaroiden tai palveluiden myyntiä liiketoiminnan muodossa. Kaikkien sellaisten yritysten tulee ilmoittautua arvonlisäverovelvollisiksi, joiden liikevaihto on yli 10 000 euroa 12 kuukauden mittaisen tilikauden aikana. Yritys voi kuitenkin hakeutua arvonlisäverovelvolliseksi, vaikkei 10 000 euroa täyty tilikauden aikana. (Verohallinto 2017, A.)

Suomessa arvonlisäveroprosentteja eli verokantoja on kolme erilaista. Näistä yleisin on 24 prosenttia, jota käytetään useimmista tavaroista ja palveluista. Ravintola- ja ateriapalveluiden, rehun sekä elintarvikkeiden arvonlisävero on 14 prosenttia. 10 prosentin arvonlisävero lisätään esimerkiksi kirjoihin, kulttuuri-, viihde- ja urheilutapahtumien sisäänpääsymaksuihin, lääkkeisiin, majoituspalveluihin sekä henkilökuljetuksiin. (Verohallinto 2017, A.)



Kuvio 6. Suomen arvonlisäverokannat

Näiden lisäksi Suomessa on myös poikkeuksellista arvonlisäverotonta toimintaa, jotka ovat erikseen sovittu ja määritelty arvonlisäverolaissa. Arvonlisäverotonta liiketoimintaa ovat esimerkiksi terveyden- ja sairaanhoitopalvelut, sosiaalihuolto, rahoitus-, vakuutus-, arpajais- ja rahapelipalvelut, tekijänoikeudet sekä esiintymispalkkiot. (Verohallinto 2018, B.)

Esiintymispalkkioiden arvonlisäverovapaus pohjautuu Suomelle erikseen myönnettyyn lupaan sen liittyessä Euroopan unioniin. Sen perusteella kirjailijoiden, taiteilijoiden ja esiintyvien taiteilijoiden tarjoamat palvelut ovat verovapaata. Tämä arvonlisäverovapaus ulottuu myös ohjelmatoimistojen harjoittamaan heidän edustamiensa esiintyjien esityksien myyntiin eri tilaisuuksien järjestäjille. (Kallio, Lindholm, Nielsen, Ojala, Sääsilahti & Takalo 2017, 336.)

2.6.2 Vähennysoikeus

Arvonlisäverovelvollisen toiminnan harjoittajalla on oikeus vähentää arvonlisävero sellaisen tuotteen tai palvelun hinnasta, joka on ostettu toiselta arvonlisäverovelvolliselta toimijalta. Arvonlisäverovähennys voidaan tehdä silloin kun kyseinen hankittu tuote tai palvelu on ostettu sellaista liiketoimintaa varten, joka on arvonlisäverollista. Yksityiskäyttöön tehdyistä hankinnoista ei voi vähentää arvonlisäveroa. (Verohallinto 2017, C.) Musiikkitoimialalla sellaiset ohjelmatoimistot, joiden toiminta keskittyy pelkkään ohjelmanmyyntiin, eivät siis ole oikeutettuja arvonlisäverovähennykseen, koska esiintymispalkkiot ovat tällä hetkellä arvonlisäverottomia.

Vähennysoikeuteen ei vaikuta se, että tehdyt hankinnat on ostettu sellaista liiketoimintaa varten, joka ei tee taloudellista voittoa. Vähennysoikeus kuuluu tappiolliseenkin toimintaan niin pitkään, kun se pysyy arvonlisäverolaissa säädetyn liiketoiminnan muodossa harjoitettuna. (Kallio ym. 2017, 624.)

3 Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry

Opinnäytetyöni tilaaja on Suomessa toimivien ohjelmatoimistojen ja agenttien etujärjestö Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry. Sen tarkoituksena ei ole toimia tuomarina esimerkiksi yhdistyksen jäsenoimistojen välisissä kilpailutilanteissa vaan pyrkiä edistämään jäsenten yhteisiä asioita ja siten vaikuttaa koko toimialan toimivuuteen (Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry 2018, B).

Yhdistykseen on rekisteröitynyt tällä hetkellä yhteensä 47 jäsenoimistoa (Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry 2018, A). Yhdistyksen asioiden hoitamista varten valitaan yhdistyksen syyskokouksessa hallitus, joka koostuu puheenjohtajasta, varapuheenjohtajasta sekä kahdeksasta varsinaisesta jäsenestä. Näiden lisäksi hallitukseen valitaan joko hallituksen sisältä tai sen ulkopuolelta sihteeri, rahastonhoitaja sekä tarpeen vaatiessa muut toimihenkilöt kuten esimerkiksi toiminnanjohtajan. (Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry 2018, B.)

Yhdistys pyrkii toiminnallaan olemaan ohjelmatoimistoalan yhteinen edunvalvoja. Saavuttaakseen tämän, yhdistys tekee yhteistyötä muiden järjestöjen kanssa sekä järjestää esimerkiksi kokouksia ja koulutuksia, joissa se neuvoo jäseniä ohjelmatoimistoalaan liittyvissä asioissa. Niiden lisäksi yhdistys tiedottaa alaan ja yhdistyksen jäsenien toimintaan liittyvistä asioista ja laatii tarvittaessa selvityksiä näiden asioiden ja kysymysten pohjalta. (Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry 2018, B.)



4 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyöni tarkoituksena on kartoittaa, mitä mieltä Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistot ovat esiintymispalkkioiden mahdollisesta arvonlisäveron muutoksesta. Keskustelua mahdollisesta muutoksesta on käyty jo käsittääkseni kohtalaisen pitkään, mutta ohjelmatoimistojen ja agenttien mielipiteitä ja kantaa

aiheeseen ei ole vielä aiemmin tällä tavalla konkreettisesti kerätty yhteen (Bergroth 2013; Kuisma 2014; Olkkonen 2017). Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry on edunvalvojana hyvin keskeisessä roolissa musiikkitoimialan esiintymistoiminnassa, joten on tärkeää kuulla ja tietää järjestön näkökulma mahdollista muutosta mietittäessä ja siitä mahdollisesti neuvoteltaessa.

Työni päätutkimuskysymys on ***”Tulisiko Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit Ry:n jäsenoimistojen mielestä arvonlisävero ottaa musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin?”***

Päätutkimuskysymyksen lisäksi minulla on seuraavat kaksi alakysymystä:

- 1. Millaisia vaikutuksia esiintymispalkkioiden arvonlisäveron muutoksella olisi jäsenoimistojen talouteen ja siten toimintaan?**
- 2. Mikä olisi jäsenoimistojen mielestä sopiva prosentti, mikäli arvonlisävero tulisi musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin?**

Lähtökohtaisesti opinnäytetyön lopputuloksen tavoitteena ei ole olla itsessään suoranainen kehotus tai ehdotelma siitä, tulisiko arvonlisävero lisätä esiintymispalkkioihin vai ei. Tarkoituksena on kartoittaa ja tuottaa tietoa Suomen eri ohjelmatoimistojen ajatuksista ja mielipiteistä, jotka koskevat esiintymispalkkioiden mahdollista arvonlisäverouudistusta.

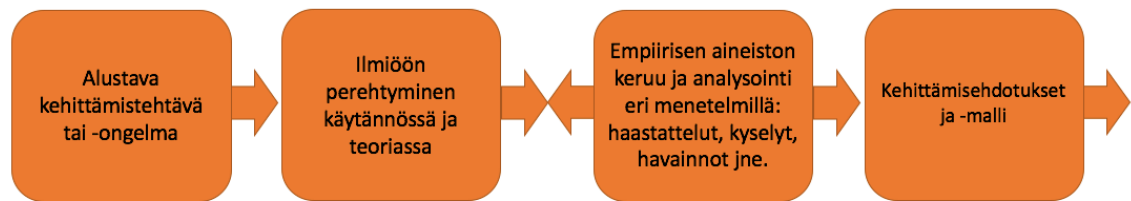
5 Käytetyt menetelmät

5.1 Tapaustutkimus

Tämä opinnäytetyö tehtiin tapaustutkimuksena. Se valikoitui opinnäytetyöni tutkimusstrategiaksi siksi, että sen avulla on tarkoitus saada aikaiseksi uutta tietoa nykyajassa tapahtuvasta ilmiöstä sen todellisessa tilanteessa ja toimintaympäristössä (Ojasalo & Moilanen & Ritalahti 2009, 52).

Kuvio 7 havainnollistaa kuinka tapaustutkimus tavallisesti etenee. Tapaustutkimus käynnistyy lähes aina siitä, että havaitaan ja päätetään alustavasti tutkimustehtävä tai -ongelma. Sen jälkeen siihen perehdytään sekä käytännössä että teoriassa. Yleisesti

ottaen tapaustutkimuksen tekijällä on jo entuudestaan aiempaa tietoa käsiteltävästä aiheesta, jolloin pystytään tekemään alustava kehittämistehtävän määrittely. Ilmiöön perehtymisen jälkeen lähdetään keräämään empiiristä eli kokemusperäistä aineistoa erilaisilla menetelmillä. Näitä menetelmiä ovat esimerkiksi kyselyt ja haastattelut. Empiirisen aineiston keräämisen jälkeen voi käydä myös niin, että kehittämiskohde täsmentyy ja tällöin palataankin kohteen perehtymiseen sen mukaan mihin suuntaan kohde on täsmentynyt. Mikäli näin ei käy, lopputulokseksi saadaan uusia kehittämisehdotuksia ja -malleja tutkitusta ilmiöstä. (Ojasalo ym. 2009, 54.)



Kuvio 7. Tapaustutkimuksen vaiheet (mukaillen Ojasalo ym. 2009, 54.)

Tämän opinnäytetyön tutkimus- ja aineistohankintamenetelmänä käytin kyselyä. Verkkokyselyn tuloksilla on tarkoitus selvittää ja kartoittaa Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistojen tämän hetkiset mielipiteet ja ajatukset mahdollista esiintymispalkkioiden arvonlisäveroa kohtaan. Analysoin kyselystä saamiani tuloksia SWOT-analyysilla, jonka perusteella tein SWOT-taulukon mahdollisen arvonlisäverouudistuksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

5.2 Kysely

Opinnäytetyöni pääasiallisena aineistohankintamenetelmänä käytin kyselyä. Toteutin kyselyn verkkokyselynä (ks. liite 1: Kyselylomake), joka lähetettiin sähköpostitse Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistoille. Päädyin valitsemaan kyselyn aineistohankintamenetelmäksi siitä syystä, että sen avulla voi tehokkaasti kerätä laajan ja moniin eri kysymyksiin vastaavan tutkimusaineiston (Ojasalo ym. 2009, 108). Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:llä on paljon jäsenoimistoja ympäri Suomea, joten oli tehokkainta hankkia ja kerätä tarvitsemaani tietoa juuri sähköisellä kyselyllä.

SWOT- eli nelikenttäanalyysillä voidaan kuvata tarkasteltavan yrityksen tai organisaation nykytilaa. Siinä tarkastellaan kyseisen yrityksen tai organisaation toiminnan sekä sisäiset vahvuudet ja heikkoudet että ulkoiset mahdollisuudet ja uhat. (Ojasalo ym. 2014, 147.)

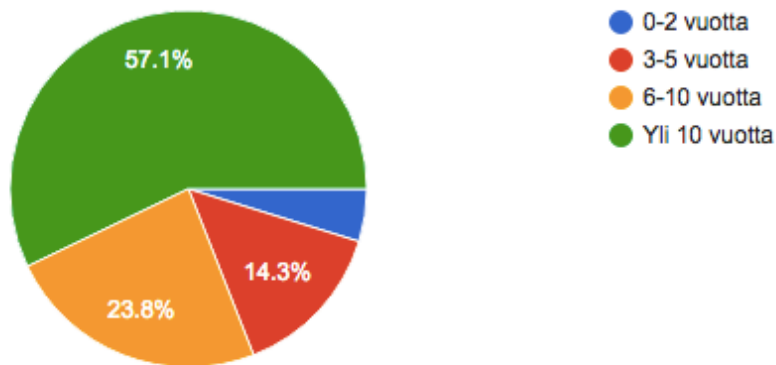
Analysoin kyselystä saamiani vastauksia SWOT-analyysin perusteella. SWOT- eli nelikenttäanalyysillä voidaan kuvata tarkasteltavan yrityksen tai organisaation nykytilaa. Siinä tarkastellaan kyseisen yrityksen tai organisaation toiminnan sekä sisäiset vahvuudet ja heikkoudet että ulkoiset mahdollisuudet ja uhat. (Ojasalo ym. 2014, 147.) Tämän analysoinnin lopputuloksena sain aikaiseksi SWOT-taulukon, josta voi tulkita mahdollisen arvonlisäverouudistuksen myötä ilmenevät vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat.

6 Tulokset

Tässä luvussa avaan laatimastani kyselystä saadut tulokset. Sen lisäksi analysoin näitä vastauksia SWOT-analyysillä. Kyselyn kysymykset pohjautuivat käytännössä täysin päätutkimuskysymykseeni sekä kahteen alakysymykseeni. Näiden lisäksi kysyin ja keräsin tietoa siitä, että minkä ikäisiä ja kokoisia liikevaihdoiltaan ja millä yritysmuodolla kyselyyn vastanneiden ohjelmatoimistot ovat. Halusin kyselyn avulla saada aikaan mahdollisimman kokonaisvaltaista dataa Suomen eri ohjelmatoimistojen mielipiteistä opinnäytetyöni aihetta kohtaan. Kyselyyn vastasi yhteensä 21 yhdistyksen jäsenoimistoa. Rekisteröityneitä jäsenoimistoja on tällä hetkellä 47 eli kyselyn vastausprosentti oli siis 44,68 %.

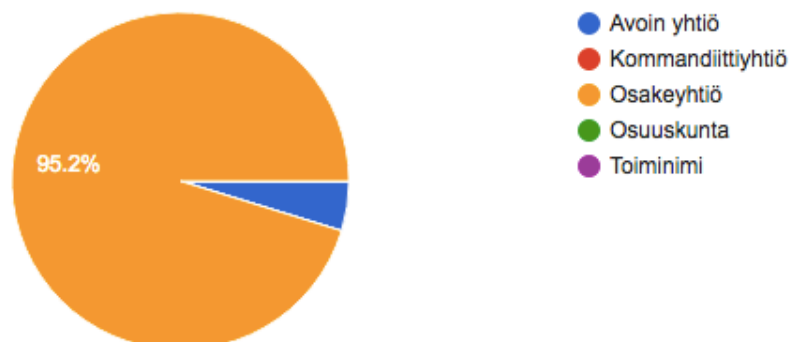
6.1 Kyselyn tulokset

Suurin osa eli yli puolet kyselyyn vastanneiden ohjelmatoimistoista oli yli 10 vuotta sitten perustettuja. Toiseksi eniten eli 23,8 % vastanneiden ohjelmatoimistoista oli 6-10 vuotta sitten perustettuja ja kolmanneksi eniten eli 14,3 % 3–5 vuotta sitten perustettuja. Vain yksi vastanneista eli 4,8 % oli perustettu alle 2 vuotta sitten.



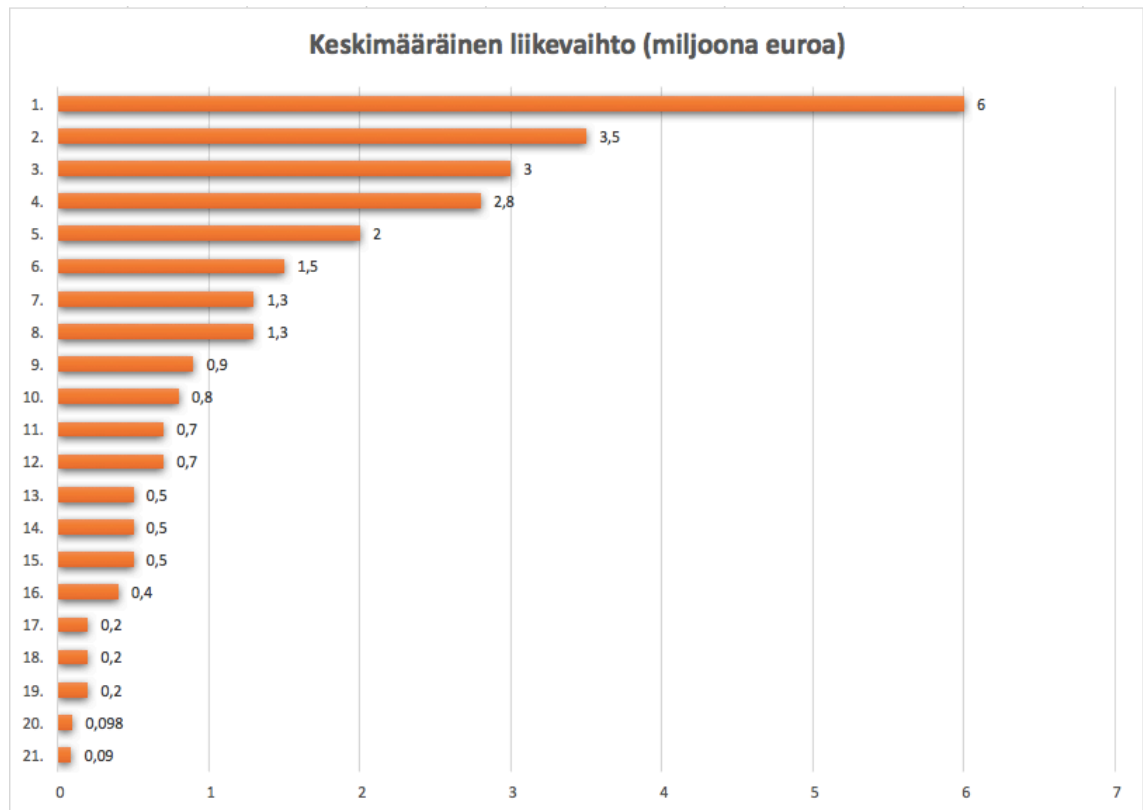
Kuvio 8. Vastaajien ohjelmatoimiston ikä. Vastaajia N=21. (Kysely Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistoille 2018.)

95,2 % eli lähes kaikkien vastanneiden ohjelmatoimistot olivat yritysmuodoltaan osakeyhtiöitä. Vain yksi vastanneista oli yritysmuodoltaan avoin yhtiö.



Kuvio 9. Vastaajien ohjelmatoimistojen yritysmuoto. Vastaajia N=21. (Kysely Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistoille 2018.)

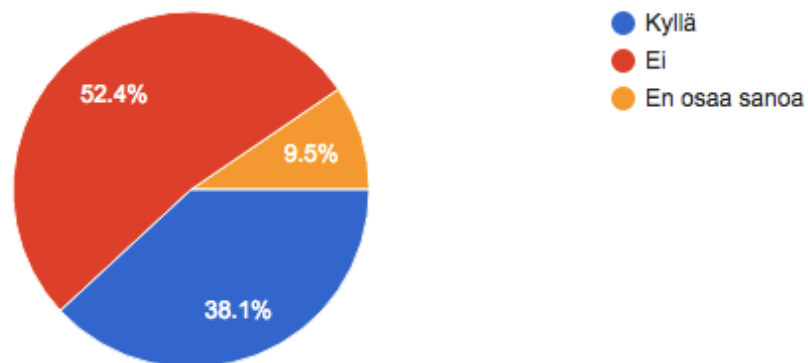
Vastanneiden ohjelmatoimistojen keskimääräinen liikevaihto vaihteli aina 90 000 eurosta 6 miljoonaan euroon.



Kuvio 10. Vastaajien ohjelmatoimistojen keskimääräinen liikevaihto. Vastaajia N=21. (Kysely Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistoille 2018.)

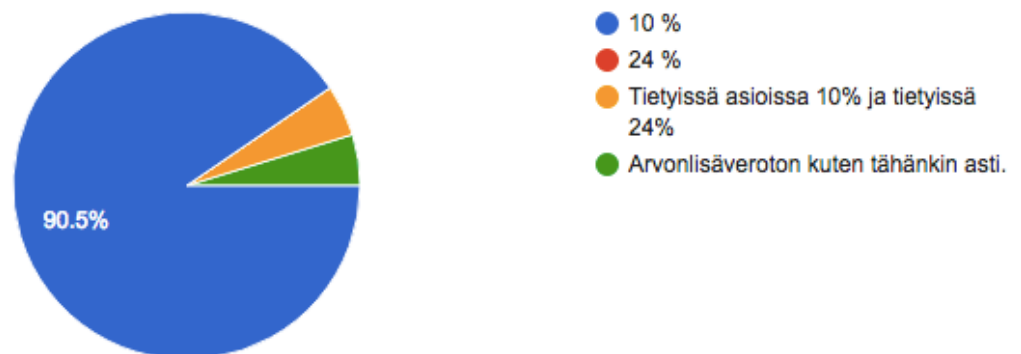
Jokainen kyselyyn vastanneista oli kuullut aiemmin kyselyn aiheesta eli esiintymispalkkioiden mahdollisesta arvonlisäauudistuksesta. Kyselyn aihe ei siis ollut yhdellekään vastaajista ennestään tuntematon.

Kysymys ”tulisiko arvonlisävero ottaa esiintymispalkkioihin” jakoi vastaajien mielipiteet lähes kahtia. 52,4 % vastanneiden mielestä arvonlisävero ei tulisi ottaa esiintymispalkkioihin ja 38,1 % mielestä se tulisi ottaa. Vain 9,5 % vastaajista vastasi tähän kysymykseen ”en osaa sanoa”.



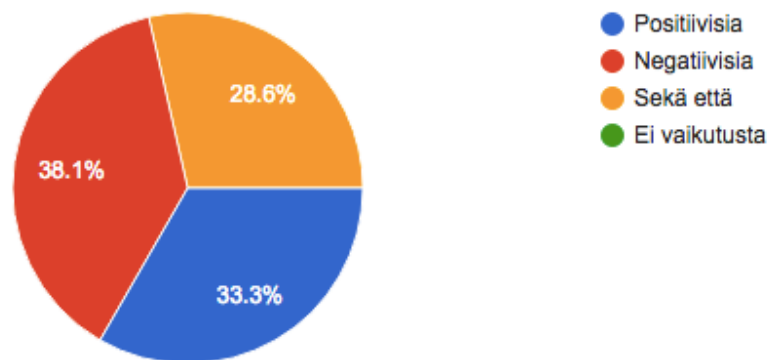
Kuvio 11. Vastaajien mielipide siitä, tulisiko arvonlisävero ottaa esiintymispalkkioihin. Vastaajia N=21. (Kysely Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistoille 2018.)

Vastaajista suurimman osan mielestä sopiva prosentti olisi 10 %, mikäli arvonlisävero tulisi esiintymispalkkioihin. Kenenkään mielestä 24 % ei olisi sopiva esiintymispalkkioiden arvonlisäveroprosentiksi. Laitoin tähän kysymykseen vastausvaihtoehdoksi myös kohdan ”Jokin muu, mikä?”, johon vastasi kaksi kyselyyn vastannutta. Nämä vastaukset olivat, että arvonlisäveroprosentin tulisi olla ”tietyissä asioissa 10 % ja tietyissä 24 %” ja että esiintymispalkkioiden tulisi olla ”arvonlisäveroton kuten tähänkin asti”.



Kuvio 12. Vastaajien mielipide siitä, mikä olisi sopiva prosentti, mikäli arvonlisävero tulisi esiintymispalkkioihin. Vastaajia N=21. (Kysely Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistoille 2018.)

Kysyttäessä, millaisia vaikutuksia esiintymispalkkioiden arvonlisäveron muutoksella olisi vastaajien mielestä heidän ohjelmatoimistonsa talouteen ja siten toimintaan, vastaukset jakoutuivat melko tasaisesti kolmeen eri osaan. Niukan enemmistön eli 38,1 % mielestä sillä olisi negatiivisia vaikutuksia heidän ohjelmatoimistonsa talouteen ja siten toimintaan. 33,3 % mielestä esiintymispalkkioiden arvonlisäveron muutoksella olisi positiivisia vaikutuksia heidän ohjelmatoimistonsa talouteen ja siten toimintaan. Lähes yhtä monen eli 28,6 % mielestä muutoksella olisi sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia.



Kuvio 13. Vastaajien mielipide siitä, että millaisia vaikutuksia arvonlisäveron muutoksella olisi heidän ohjelmatoimistonsa talouteen ja siten toimintaan. Vastaajia N=21. (Kysely Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistoille 2018.)

Edellisen kysymyksen jatkona lomakkeessa oli kohta, johon vastaajat pystyivät halutessaan perustelemaan vastaustaan edelliseen kysymykseen. Yhdeksän kaikista vastaajista lisäsi tähän kohtaan perustelunsa. Perustelut vaihtelivat sekä mahdollisen muutoksen puolesta että vastaan kuten perustelujen pituudetkin (kuvio 14).

Perustelut muutoksen puolesta:

”Äänentoistolaskut, majoituslaskut ym. ovat myös alvillisia.”

”Helpottaisi kirjanpidon kanssa ja mahdollistaisi alvien vähennykset hankinnoista.”

”Kuljetus ja äänentoisto voitaisiin ostaa palveluina eikä erikseen vuokrana + palkkana, kuten nyt. Soittajille enempi rahaa käteen joka madaltaa keikalle lähtökynnystä. Ohjelmatoimistojen toiminta selkeytyy. Kiertueiden, joissa on sekä omia arvonlisäverollisia konsertteja että myytyjä keikkoja taloushallinto helpottuu ja kädenvääntö verottajan kanssa loppuu.”

Perustelut muutosta vastaan:

”Ostajamme ovat pääasiassa ALV-vapaita yhdistyksiä ja järjestöjä.”

”Myynti yhdistyksille ja yksityistilaisuuksiin heikkenisi.”

”Hakeutumismenettelyn lähtökohta on se, että varmasti emme voi itse valita alv-verokantaa.

Esiintyvien taiteilijoiden myynti on arvonlisäverotonta ALV-laki 45§ ja sellaisena sen pitää ehdottomasti säilyäkin. Pelkäänpä pahoin, että monet artistiyrittäjät joutuisivat siirtämään laskutuksen ja alv-ilmoitusten + -tilitysten hoitamisen kirjanpitoimiston hoidettavaksi. Tämä taas nostaisi esiintyjän kulurakennetta eli keikkahintaan tulisi lisää paitsi alv myös kirjanpidollisia ulkoistettuja kuluja.”

Kuvio 14. Perusteluja sekä muutoksen puolesta että vastaan kyselyn tulosten perusteella

Perustelut muutoksen puolesta keskittyivät kirjanpidollisiin seikkoihin sekä taloudellisen edun tavoitteluun arvonlisäverovähennysoikeuden kautta. Vastaajien mielestä muutos edistäisi ja helpottaisi ohjelmatoimistojen kirjanpitoa, koska esimerkiksi myös äänentoisto- sekä majoituslaskut ovat arvonlisäverollisia. Muutoksen puolesta puhuttiin myös sillä, että sen myötä ohjelmatoimistojen toiminta selkeytyisi.

Muutosta vastaan perusteltiin pääasiassa sillä, että ohjelmatoimistojen esitysten ostajista merkittävä määrä on arvonlisäverovapaita järjestöjä ja yhdistyksiä, joille vastaajien mielestä myynti heikkenisi uudistuksen myötä. Tällä ilmeisesti tarkoitetaan sitä, että esimerkiksi aiemmin 1000 eurolla myyty esitys maksaisikin 10 prosentin arvonlisäverokannalla 1100 euroa. Perusteluksi mainittiin myös, että esiintyjän kulurakenne nousisi muutoksesta aiheutuvien kulujen myötä.

Vapaaehtoisen perustelukohdan jälkeen kyselyssä oli kysymys ”Herääkö mieleenne muita ajatuksia aiheesta?”. Tähän vastaaminen oli vapaaehtoista. Kolme eli 14,29 % vastaajista kirjoitti tähän vastauksen. Vastaukset olivat seuraavanlaiset:

Kulttuurikentän kaikkien erilaisten toimijoiden edut huomioiva malli olisi, että myynti olisi arvonlisäverollista vain jos tilaisuuden järjestäjä on arvonlisäverovelvollinen.

Vanhat perustelut verottomuudelle ovat poistuneet. Järjestäjät ovat nykyään pääsääntöisesti verollisia. Enää jäljellä on käytännössä urheiluseurat, jotka nekin verottaja hakee verolliseksi lähitulevaisuudessa (tai sitten esim. elävän musiikin yhdistyksien ja urheiluseurojen verotuskohtelu on erilaista ja siten laitonta).

yrittämissämme ei kalustovuokraus tai omaa ohjelmatuotantoa joka ois alv alaista

Kysely lähti jäsenoimistoille helmikuun alussa 2018, ja silloin ajatuksena oli järjestää ryhmähaastattelu aiheesta Seinäjoella järjestetyssä musiikkitoimialan ammattilais-tapahtumassa Mars-festivaalilla. Laitoin kyselyn loppuun kysymyksen, jossa kysyin, onko kyselyyn vastaaja tai joku heidän ohjelmatoimistostaan menossa kyseiseen tapahtumaan ja haluaisi osallistua siellä ryhmähaastatteluun aiheesta. Vain yksi vastaajista eli 5 % vastasi tähän ”kyllä”. Tähän kysymykseen vastaaminen ei ollut pakollista ja yksi vastaajista olikin jättänyt vastaamatta.

6.2 Kyselyn tulosten SWOT-analyysi

Tein kyselystä saamieni tulosten perusteella SWOT-analyysin eli analysoin mahdollisen arvonlisäverouudistuksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat. SWOT-analyysistä sain tulokseksi taulukon (kuvio 15), josta käy ilmi oleellimmat havainnot.



Kuvio 15. Kyselyn tulosten SWOT-analyysitaulukko

Kyselystä saamieni tulosten perusteella arvonlisäveron musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin mukaan ottamisen selkein vahvuus oli kirjanpidon selkiytyminen ja yhtenäistyminen. Tätä perusteltiin sillä, että esimerkiksi äänentoisto- ja majoituslaskut ovat myös arvonlisäverollisia ja että sellaisten kiertueiden kirjanpito selkiytyisi, joissa on mukana omia arvonlisäverollisia ja myytyjä eli arvonlisäverottomia konsertteja. Toinen selkeä vahvuus oli uudistuksen myötä saatava arvonlisäveron vähennysoikeus erilaisista hankinnoista, mikä tuottaa taloudellista hyötyä ohjelmatoimistolle.

Heikkoudeksi nähtiin se, että osa ohjelmatoimistojen asiakkaista ei ole arvonlisäverovelvollisia. Tällaisia asiakkaita ovat erilaiset yhdistykset ja järjestöt, esimerkiksi urheiluseurat. Heikkoudeksi koettiin myös uudistuksen myötä kirjanpidon laajeneminen, kun arvonlisäveroa sisältävät laskut tulisi ilmoittaa verottajalle ja tilittää laskuttamat arvonlisäverot.

Mahdollisen arvonlisäverouudistuksen uhaksi koettiin se, että se kyselyn vastaajien mielestä heikentäisi ohjelmatoimistojen myyntiä sellaisille toimijoille, jotka eivät ole arvonlisäverovelvollisia eli esimerkiksi urheiluseurat. Uhaksi nähtiin myös se, että uudistus nostaisi esiintyjien kulurakennetta, koska siihen lisättäisiin arvonlisäveron

lisäksi myös ulkoistettuja kirjanpidollisia kuluja. Uhkana koettiin myös se, että mikäli uudistus tulisi, niin ohjelmatoimistot eivät voisi itse valita arvonlisäverokantaansa eli esiintymispalkkioiden arvonlisäveroprosentti saattaisi olla huomattavasti korkeampi kuin ohjelmatoimistot yleisesti ottaen haluaisivat.

Uudistuksen mahdollisuudet olivat hyvin pitkälti samoja kuin sen vahvuudet. Selkeimmäksi mahdollisuudeksi vahvuuksien lisäksi nähtiin se, että ohjelmatoimistojen toiminta selkiytyisi ja siten ala yhtenäistyisi arvonlisäveron esiintymispalkkioihin mukaan tulon myötä.

7 Pohdinta

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää ja kartoittaa, että mitä mieltä Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n jäsenoimistot ovat mahdollisesta musiikkitoimialan esiintymispalkkioiden arvonlisäverouudistuksesta. Työni päätutkimuskysymys oli, tulisiko yhdistyksen jäsenoimistojen mielestä ottaa arvonlisävero musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin. Alatutkimuskysymyksillä pyrin selvittämään, millaisia vaikutuksia tällä mahdollisella uudistuksella olisi jäsenoimistojen talouteen ja siten toimintaan sekä mikäli arvonlisävero otettaisiin mukaan esiintymispalkkioihin, niin mikä olisi jäsenoimistojen mielestä sopiva arvonlisäveroprosentti.

Kyselystä saamani tulokset olivat pääsääntöisesti melko lailla odotuksieni mukaisia. Arvelinkin, ettei käsittelemäni aihe olisi uusi ohjelmatoimistoille ja niiden edustajille, sillä aiheesta on käyty keskustelua jo joitain vuosia. Osasin myös odottaa, että suurin osa vastaajista haluaisi arvonlisäveroprosentiksi 10 prosenttia mikäli se tulisi mukaan musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin, koska käsitykseni mukaan uudistus toteutuessaan 10 prosentilla ei vaikuttaisi taloudellisesti niin suuresti asiaan. Epäilin myös, että kyselyyn vastanneiden mielipiteet vaihtelisivat melko tasaisesti siinä, millaisia vaikutuksia mahdollisella arvonlisäverouudistuksella olisi jäsenoimistojen talouteen ja siten toimintaan. Näin olikin, sillä vastaukset jakautuivat käytännössä lähes tasaisesti kolmeen osaan.

Se, mikä kyselyn tuloksista tuli itselleni yllätyksenä, oli, että tulosten mukaan yhdistyksen jäsenoimistojen mielipiteissä arvonlisäveron ottamisesta esiintymispalkkioihin tuntuu olevan tällä hetkellä hyvin selkeä kahtiajako. 11

vastanneista vastasi, että arvonlisäveroa ei tulisi ottaa, 8 vastasi, että tulisi ottaa, ja kaksi ei osannut sanoa. Mielestäni jo tämä tulos itsessään kuvaa hyvin, kuinka hankalasta ja ristiriitaisesta asiasta tässä on kyse.

Helposti voisi kuvitella, että arvonlisäverouudistuksen kannalla olisivat vain pelkästään isot toimijat, mutta näin ei kuitenkaan ole. Tutkin kyselystä saamiani tuloksia siten, että vertasin vastaajien ilmoittamaa keskimääräistä liikevaihtoa heidän vastaukseensa kysymykseen, tulisiko arvonlisävero ottaa musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin. Vastauksissa ei ollut havaittavissa niin selkeää yhtymäkohtaa kuin luulin siihen, että pelkästään suurella liikevaihdolla toimivat ohjelmatoimistot haluaisivat arvonlisäverouudistuksen ja että pelkästään pienellä liikevaihdolla toimivat eivät haluaisi. Esimerkiksi kyselyyn vastanneiden suurimmalla eli noin 6 miljoonan liikevaihdolla toimiva ohjelmatoimisto vastasi tähän kysymykseen kielteisesti. Eriäviä mielipiteitä oli myös samansuuruisella liikevaihdolla toimivien vastaajien kesken. Kaksi eri vastaajaa oli ilmoittanut yrityksen keskimääräiseksi liikevaihdoksi saman 1,3 miljoonaa ja toinen vastaajista oli arvonlisäverouudistuksen kannalla ja toinen ei. Toinen esimerkki löytyi myös, kun kahdesta kyselyyn vastanneesta toinen oli ilmoittanut keskimääräiseksi edustamansa yrityksen liikevaihdoksi 3 miljoonaa euroa ja toinen 3,5 miljoonaa euroa. 3 miljoonan liikevaihdolla toimivan jäsenoimiston mielestä arvonlisävero tulisi ottaa musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin, kun taas 3,5 miljoonalla toimivan mielestä ei tulisi ottaa. Alla olevasta taulukosta näkee miten jäsenoimistojen vastaukset jakautuivat.

Liikevaihto (€)	Kyllä	Ei	En osaa sanoa
90 000		X	
98 000		X	
200 000		X	
200 000		X	
200 000		X	
400 000	X		
500 000		X	
500 000		X	
500 000			X
700 000	X		
700 000	X		
800 000	X		
900 000		X	
1,3 milj.		X	
1,3 milj.	X		
1,5 milj.	X		
2 milj.			X
2,8 milj.	X		
3 milj.	X		
3,5 milj.		X	
6 milj.		X	

Kuvio 16. Vastaajien mielipide siitä tulisiko arvonlisävero ottaa musiikkitoimialan esiintymispalkkioihin.

Kyselystä saamieni tulosten perusteella ryhdyin pohtimaan Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry:n toimintaa tässä asiassa. Yhdistyksen toiminnan tarkoituksena on pyrkiä edistämään ja valvomaan yhdistyksen jäsenoimistojen yhteisiä asioita, mutta kuinka se on mahdollista tällaisessa tilanteessa, jossa jäsenoimistot ovat kyselyn tulosten perusteella jakaantuneet lähes täysin kahtia. Yhdistyksen tulisi mielestäni ottaa tämä seikka huomioon ja pyrkiä etsimään ratkaisua siihen, miten tämä mielipide ero saataisiin kurottua umpeen.

Keino tähän mielestäni voisi olla, että yhdistys ottaisi asian kunnolla ja konkreettisesti esille ja tarkasteltavaksi sen kokouksissa. Asia voitaisiin ensin esitellä mahdollisimman selkeästi, mutta silti yksityiskohtaisesti yhdistyksen jäsenoimistoille. Tämän jälkeen käytäisiin avointa, rehellistä ja kaikkien mielipiteet esille ottavaa keskustelua aiheesta. Ennen keskustelun alkua valittaisiin erikseen henkilö keskustelun seuraamista ja muistiinpanojen ylös kirjaamista varten. Keskustelun jälkeen muistiinpanot käytäisiin yhteisesti läpi ja pyrittäisiin samalla tai sen jälkeen etsimään mahdollisia ratkaisuja ja vaihtoehtoja tähän arvonlisäverokysymykseen.

Eriävä mielipide mahdollisesta arvonlisäverouudistuksesta ei suinkaan ole pelkästään yhdistyksen jäsenoimistojen välinen ongelma. Opetus- ja kulttuuriministeriö käsitteli esiintymispalkkioiden mahdollista arvonlisäverouudistusta sen jälkeen, kun heille toimitettiin 648 henkilön allekirjoituksen kerännyt adressi siitä, että esiintymispalkkioihin otettaisiin 10 %:n suuruinen arvonlisävero. Opetus- ja kulttuuriministeriö totesi julkaisussaan seuraavaa:

Esittävien taiteilijoiden joukko ei ole yhtenäinen ja näin ollen heidän intressinsä arvonlisäverovelvollisuuden suhteen voivat olla erilaisia. Arvonlisäverotukseen liittyvien ongelmien arvioiminen verotuksessa johdonmukaisella tavalla edellyttää esittävien taiteilijoiden ja heidän etujärjestöjensä keskinäistä konsultaatiota ja sen perusteella tehtävää ratkaisuvaihtoehtojen määrittelyä. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017, 36.)

Opetus- ja kulttuuriministeriö toteaa siis lausunnossaan käytännössä sen, että alan tulisi ensin itse istua aiheen tiimoilta ja pyrkiä yhtenäistymään tässä arvonlisäverokysymyksessä niin, että ala pystyisi yhteisesti itse kehittämään ratkaisuvaihtoehdon tai -vaihtoehtoja. Mielestäni tämä on lähtökohtaisesti hyvä lausunto siinä mielessä, että ala ja sen parissa toimivat tekijät tuntevat alan käytännöt varmasti huomattavasti seikkaperäisemmin ja lähemmin kuin ministeriö. Alalla toimivien tekijöiden tulisi vain löytää yhteinen tahtotila kaikkien osapuolien kannalta parhaan mahdollisen ratkaisumallin löytymiseen.

Jäin kovasti pohtimaan kyselyni lopussa olleen kysymyksen vastausten tulosta. Vain yksi kyselyyn vastanneista vastasi myöntäväsi kysymykseen, että onko hän tai joku vastaajan ohjelmatoimistosta osallistumassa Mars-festivaaliin ja haluaisi osallistua siellä ryhmähaastatteluun tästä arvonlisävero-aiheesta. Voi toki olla, että yksinkertaisesti kukaan vastaajista tai heidän ohjelmatoimistossa työskentelevistä henkilöistä ei ollut osallistumassa Mars-festivaaleille ja siksi vastannut tähän kohtaan

kieltävästi. Rohkenen kuitenkin hieman epäillä tätä, koska Mars-festivaaliin osallistuu vuosittain iso osa Suomen eri ohjelmatoimistoista ja muista toimijoista. Tämän takia mieleeni heräsi ajatuksia siitä, voisiko mahdollinen syy kielteiseen vastaukseen olla esimerkiksi se, että koska aihe tuntuu yleisen käsitykseni mukaan sen verran tulenarka, etteivät ohjelmatoimistot välttämättä halua niin sanotusti antaa kasvoja ja nimeä mielipiteelle kumpaankaan suuntaan. Toinen mieleeni tullut mahdollinen syy voi myös olla se, ettei ohjelmatoimistoilla ja niiden edustajilla ole niin paljon tietoa aiheesta, että he pystyisivät argumentoimaan aiheesta kunnolla ja muodostamaan yksiselitteisen mielipiteensä.

Kyselystä ja lähdemateriaaleista saamieni tulosten perusteella aiheeseen perehtyminen jatkotutkimuksen merkeissä on mielestäni erittäin perusteltua. Opinnäytetyöstäni saadut tulokset ja tiedot Suomessa toimivien ohjelmatoimistojen mielipiteistä mahdollista arvonlisäverouudistusta kohtaan ovat mielestäni hyvä lähtökohta tulevaa tutkimusta ajatellen. Uskoisin, että jatkotutkimuksen tulosten kannalta olisi erittäin hedelmällistä saada yrittämäni ryhmähaastattelu onnistumaan. Kyseinen tutkimusmenetelmä saattaisi onnistuessaan parhaimmillaan poikia hyvinkin varteenotettavia ratkaisuvaihtoehtoja ja/tai-malleja tähän arvonlisäverokysymykseen.

Mikäli tekisin opinnäytetyön nyt, käyttäisin kyselyn lisäksi tutkimusmenetelminä sekä haastattelua että benchmarkingia. Haastatteluiden tai ryhmähaastattelun myötä saisi varmasti syvennettyä vastauksia kyselyn ohella. Benchmarkingissa vertaisin esimerkiksi Suomen nykyistä musiikkitoimialan esiintymispalkkioiden arvonlisäverottomuutta muiden Pohjoismaiden käytäntöön. Tutkisin ja vertaisin niitä toisiinsa sekä niiden hyvät että huonot puolet.

Mielestäni olisi erittäin perusteltua jatkaa tämän opinnäytetyön tutkimusta edellä mainittuja tutkimusmenetelmiä käyttäen. Jatkotutkimuksessa voisi keskittyä tarkastelemaan syvemmin esimerkiksi mahdollisen arvonlisäverouudistuksen taloudellisia vaikutuksia ohjelmatoimistojen toimintaan.

Opinnäytetyö palvelee mielestäni merkittävästi oman ammatti-identiteettini kehittymistä. Toimin itse alalla jo nyt sekä muusikkona että tulevaisuudessa varmasti enenevissä määrin myös mahdollisesti agentin roolissa, joten tulen varmasti törmäämään työni aiheeseen jatkossakin. Opinnäytetyöni kokonaisuudessaan ja siitä saamani syventävät tiedot sekä ohjelmatoimistojen että agenttien toiminnasta sekä

yleisesti arvonlisäverosta ja sen toimintaperiaatteista ovat kehittäneet osaamistani ja ennen kaikkea tietotaitoani mielestäni huomattavasti.

Oman ammatti-identiteettini lisäksi uskon, että opinnäytetyö hyödyntää käytännössä koko Suomen musiikkitoimialaa siinä suhteessa, että se kertoo Suomen eri ohjelmatoimistojen tämän hetkiset mielipiteet ja ajatukset musiikkitoimialan esiintymispalkkioiden mahdollista arvonlisäverouudistusta kohtaan. Tämä on hyvin relevanttia tietoa mahdollista uudistusta pohdittaessa ja/tai siitä sovittaessa.

Lähteet

Bergroth, Jannika 2013. Artisti maksaa?. Teosto. https://www.teosto.fi/teostory/artisti-maksaa?fbclid=IwAR3tP2O-XzLjt4wTB8dK9uCC3R57BDvHu84sDv7gDpJPUGcEYS1V_QwA1VY (luettu 1.11.2018).

Hokkanen, Simo; Karhunen, Jouni & Luukkainen, Martti 2010. Johdatus logistiseen ajatteluun. Jyväskylä: Sho Business Development Oy.

Kallio, Mika; Lindholm, Matti; Nielsen, Ari; Ojala, Marko; Säaskilahti, Juha & Takalo, Tero 2017. Arvonlisäverotus 2017. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Karhumaa, Mika; Lehtman, Ida & Nikula, Jone 2010. Musiikki liiketoimintana. Helsinki: Teos.

Kuisma, Päivi 2014. Jannika B., Irina ja Toni Wirtanen vetosivat pääministeriin – artistiyrittäjä haluaa arvonlisäverolliseksi. Yle Uutiset. https://yle.fi/uutiset/3-7613228?fbclid=IwAR1PTVRSAjMMu0SfO66v-NY1swFgHODWS6LcbwyW0Ai1TcV0_yz5LsgZgxw (luettu 1.11.2018).

Nieminen, Lenita 2009. Ansaintalogiikat. Verkkodokumentti. Turku: Turun kauppakorkeakoulu. Luettavissa osoitteessa: <http://www2.uiah.fi/~mmaenpaa/lectures/Ansaintalogiikat09.pdf> (luettu 24.10.2018).

Ojasalo, Katri; Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Ojasalo, Katri; Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2014. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Olkkonen, Milla 2017. Muusikot toivovat arvonlisäveroa palkkioihinsa. Tuima – Haaga-Helian toimittajaopiskelijoiden verkkomedia. http://tuima.fi/muusikot-toivovat-arvonlisaveroa-palkkioihinsa/?fbclid=IwAR2QqY9RYHeT_oOzYg2iAINy_XuipRUVm4wrrN5SLzDZ57h2IBucWHJEbTM (luettu 1.11.2018).

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017. Luova talous ja aineettoman arvon luominen kasvun kärjiksi – Luovat alat Suomen talouden ja työllisyyden vahvistajina -työryhmän raportti. http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79725/Luova%20talous%20ja%20aineettomat%20arvot_FINAL.pdf (luettu 5.11.2018).

Porter, Michael E. 2006. Kansakuntien kilpailuetu. Helsinki: Talentum.

Pönni, Veijo & Tuomola, Arto 2003. Anna mulle tähtitaivas – selvitys suomalaisen musiikkitoimialan taloudesta ja tulevaisuudesta. Helsinki: Teosto.

Raatikainen, Outi 2013. Taiteen välittäjän portaan toimialaselvitys: musiikin, kirjallisuuden, tanssin ja kuvataiteen välittäjäporras 2012. https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/music-finland/fi/dokumentit/tunnuslukuja_ja_tutkimuksia3.pdf (luettu 31.10.2018).

Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry. Jäsentoimistot.
<https://ohjelmatoimistot.fi/jasentoimistot> (luettu 6.8.2018). A

Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry. Toiminta ja säännöt.
<https://ohjelmatoimistot.fi/tehtava-ja-saannot> (luettu 6.8.2018). B

Verohallinto. Aloittavan yrittäjän kysymyksiä arvonlisäverosta.
https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48719/aloittavan_yrittajan_kysymyksiä_arvonli/ (luettu 25.10.2018). A

Verohallinto. Arvonlisäveroton liiketoiminta. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/arvonlisaverotus/arvonlis%C3%A4veroprosentit/arvonlis%C3%A4veroton-liiketoiminta/> (luettu 25.10.2018). B

Verohallinto. Arvonlisäveron vähennys ostoista. https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/arvonlisaverotus/ostoihin_sisaltyvan_arvonlisaveron_vahentaminen/ (luettu 25.10.2018). C

Liite 1: Kyselylomake

Arvonlisävero esiintymispalkkioissa

Hei! Nimeni on Pyry Hanski ja opiskelen Metropolia Ammattikorkeakoulussa kulttuurituotantoa. Teen tällä hetkellä opinnäytetyötäni, jonka aiheena on arvonlisävero musiikkitoimialan esiintymispalkkioissa. Työn tavoitteena on saada tulokseksi kartoitus Suomen eri ohjelmatoimistojen tämänhetkisestä suhtautumisesta ja mielipiteistä esiintymispalkkioiden mahdollista arvonlisäveroa kohtaan. Työni tilaaja on Suomen Ohjelmatoimistot ja Agentit ry.

Kyselyyn vastataan ja sen vastaukset käsitellään anonymisti. Kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin.

Kiitän kovasti vaivannäöstä!

* Required

1. Minkä ikäinen ohjelmatoimistonne on? *

Mark only one oval.

- 0-2 vuotta
 3-5 vuotta
 6-10 vuotta
 Yli 10 vuotta

2. Mikä on ohjelmatoimistonne yritysmuoto? *

Mark only one oval.

- Avoin yhtiö
 Kommandiittiyhtiö
 Osakeyhtiö
 Osuuskunta
 Toiminimi
 Other: _____

3. Keskimääräinen liikevaihtonne *

4. Oletko kuullut kyseisestä aiheesta eli esiintymispalkkioiden mahdollisesta arvonlisäverouudistuksesta aiemmin? *

Mark only one oval.

- Kyllä
 En

5. Tulisiko arvonlisävero ottaa esiintymispalkkioihin? *

Mark only one oval.

- Kyllä
 Ei
 En osaa sanoa

6. Jos arvonlisävero tulisi esiintymispalkkioihin, mikä olisi mielestänne sopiva prosentti? *

Mark only one oval.

- 10 %
- 24 %
- Other: _____

7. Millaisia vaikutuksia arvonlisäveron muutoksella olisi mielestänne ohjelmatoimistonne talouteen ja siten toimintaan? *

Mark only one oval.

- Positiivisia
- Negatiivisia
- Sekä että
- Ei vaikutusta

8. Voitte perustella vastaustanne edelliseen kysymykseen tässä mikäli haluatte.

9. Herääkö mieleenne muita ajatuksia aiheesta?

10. Oletko/onko joku ohjelmatoimistostanne menossa Mars-festivaalille ja haluaisi osallistua siellä ryhmähaastatteluun aiheesta?

Mark only one oval.

- Kyllä
- En

11. Mikäli vastasit kyllä, jätä tähän yhteystietosi niin otan yhteyttä asian tiimoilta.

Liitteen otsikko

Liitteen sisältö