

Kaija Karhunsaaari

**ARVONLISÄVERON ALENNUSKOKEILUN VAIKUTUKSET
PARTURI-KAMPAAMOIHIN**

Opinnäytetyö

Kajaanin ammattikorkeakoulu

Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala

Liiketalouden koulutusohjelma

Kevät 2010



**Kajaanin
ammattikorkeakoulu**

OPINNÄYTETYÖ TIIVISTELMÄ

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma
Tekijä(t) Kaija Karhunaari	
Työn nimi Arvonlisäveron alennuskokeilun vaikutukset parturi-kampaamoihin	
Vaihtoehtoiset ammattipinnot Talouhallinto	Ohjaaja(t) Sami Malm Toimeksiantaja
Aika Kevät 2010	Sivumäärä ja liitteet 54+2
<p>Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää parturi-kampaamoyrittäjien käsityksiä heidän alaansa koskevasta arvonlisäverotuksesta. Vuosina 2007 - 2010 Suomi oli osallistunut työvoimavaltaisten alojen arvonlisäveron alennuskokeiluun, jonka kohteina meillä olivat olleet pienet korjauspalvelut ja parturi-kampaamopalvelut. Kokeilun tavoitteena olivat verokannan alennuksen kautta työllisyyden parantaminen sekä harmaan talouden vähentäminen. Tutkimuksella etsittiin parturi-kampaamoyrittäjien näkökulmaa kokeilun tavoitteiden toteutumisesta.</p> <p>Tutkimus toteutettiin laadullisella eli kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Tiedonhankinnan strategiana oli fenomenografia. Aineiston hankinnan metodina oli teemahaastattelu, jonka tulokset analysoitiin teoriasidonnaisella aineistoanalyysillä. Opinnäytetyö tehtiin vuoden 2009 aikana ja sen haastatteluosuus toteutettiin joulukuussa 2009.</p> <p>Tulosten perusteella voidaan todeta, että arvonlisäveron alennuskokeilun viralliset tavoitteet jäivät parturi-kampaamoyrittäjille kaukaisiksi. Arvonlisäveron tullessa alalle verorasitusta ei ollut voitu siirtää kokonaan kuluttajien maksettavaksi. Alennuskokeilu koettiin verotuksena alalle. Hintojen alennukseen ei katsottu olevan mahdollisuuksia kohonneen yleisen hintatason vuoksi. Alennuskokeilu oli merkinnyt määräaikaista helpotusta niin taloudellisesti kuin henkisesti yrittäjille. Uusia työntekijöitä palkattiin jonkin verran keventämään yrittäjien työtaakkaa. Harmaan talouden kitkemiseen yrittäjien mielestä ei päästy kiinni sen alalla olevan luonteen vuoksi.</p> <p>Johtopäätöksenä voidaan sanoa kokeilun suunnittelijoiden ja yksittäisten yrittäjien käsityksien eroavan niin suuresti toisistaan, että on tärkeää tehdä arvonlisäveron alennuskokeilun kaltaisia laajoja empiirisiä kokeita. Tietty toimiala ja sen ongelmat eivät välttämättä tule esille Suomen virallisissa selvityksissä EU:lle. Määrällinen tutkimus vuoden 2010 jälkeen voisi antaa mielenkiintoista tietoa kokeilusta pitkällä aikavälillä tarkasteltuna.</p>	
Kieli	suomi
Asiasanat	arvonlisävero, parturi-kampaamo, verotus
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Business	Degree Programme Business Administration
Author(s) Kaija Karhunsaaari	
Title The Effects of Experimental Reduction of VAT in Hairdressing	
Optional Professional Studies Accountancy	Instructor(s) Sami Malm
	Commissioned by
Date Spring 2010	Total Number of Pages and Appendices 54+2
<p>The objective of this thesis was to discover the hairdressing entrepreneurs' conceptions of value-added tax VAT in their business. Finland has been a member of the experimental reduction of VAT in labour-intensive services in 2007 - 2010. The targets of reduction have been small repair services and hairdressing. The objectives of the experiment were to increase employment and reduce the black economy.</p> <p>The research method in this thesis was qualitative research and the strategy for data acquisition was phenomenography. The material acquisition method was a theme interview, which took place in December 2009.</p> <p>The results of this thesis indicate that the official objectives of the experiment were dissimilar to the hairdressers' opinions. The rates of VAT were never fully reflected in consumer prices. In this case the reduced rate of VAT acted as a subsidy for a particular sector. Part of the VAT reduction had been used to increase the margins of service providers. The final price did not fall sufficiently. The link between the reduced rates of VAT and job creation was not a direct one. The entrepreneurs did not think that the black economy reduced.</p> <p>The lower rates of VAT were not fully reflected in prices. Empirical studies of the effects of reduced VAT rates in comparison with the hairdressing entrepreneurs showed that there were different insights. The evaluation reports of the European Commission and Finland highlighted the problems of the particular line of business. Quantitative research conducted after 2010 could give more interesting information on the experiment in the long run.</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	hairdressing, taxation, value-added tax
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Thesus <input checked="" type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	2
2 SUOMEN VEROJÄRJESTELMÄ	3
2.1 Verotuksen lähtökohdat ja peruseriaatteen	4
2.2 Välilliset ja välittömät verot	5
2.3 Arvonlisäverotuksen ominaispiirteet	6
2.3.1 Arvonlisäverotus Suomessa	7
2.3.2 Arvonlisäverotus Euroopan Unionissa	10
2.4 Arvonlisäverotus paikallisesti toimivassa yrityksessä	12
3 TYÖVOIMAVALTAISTEN ALOJEN ARVONLISÄVERON ALENNUSKOKEILU	15
3.1 Kokeilun tavoitteet	16
3.2 Kokeilun laajuus	19
3.3 Komission arviointitulokset	19
4 PARTURI-KAMPAAMOT JA ALENNUSKOKEILU	21
4.1 Kokeilun vaikutukset toimialaan	24
4.2 Vaikutukset kuluttajahintoihin	24
4.3 Lääninhallitusten ja Kuluttajaviraston hintavertailu	26
4.4 Länsi-Suomen lääninhallituksen tulokset ja vertailu	27
5 KAJAANILAISET PARTURI-KAMPAAMOYRITTÄJÄT JA ARVONLISÄVEROTUS	34
5.1 Tutkimusmenetelmä	34
5.2 Tutkimuksen toteutus	37
5.3 Haastattelun tulokset	39
6 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	46
LÄHTEET	50
LIITTEET	

SYMBOLILUETTELO

alv	arvonlisävero
AVL	Arvonlisäverolaki 1993/1501
ECOFIN	Economic and Financial Affairs Council, talous- ja rahoitusasioiden neuvosto
EEC	European Economic Community, Euroopan talousyhteisö myöhemmin EC European Community, EY Euroopan yhteisö
EU	European Union, Euroopan unioni
EYTI	Euroopan yhteisön tuomioistuin
KPL	Kirjanpitolaki 1336/97
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development, Euroopan taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö
PAM ry	Palvelualojen ammattiliitto
TYVI	verohallinnon sähköinen verkkopalvelu
VATT	Valtion taloudellinen tutkimuskeskus
Y-tunnus	yritys- ja yhteisötunnus

1 JOHDANTO

Verotus on jatkuvassa muutoksessa oleva ja aina ajankohtainen aihe. Verotusta koskeva päätöksenteko ja siinä tehdyt valinnat vaikuttavat koko yhteiskuntaan. Verotuksella on monenlaisia tehtäviä. Sillä ylläpidetään julkisia palveluita, kavennetaan tuloeroja, tasataan suhdanteita ja ohjataan talouspolitiikkaa. Yksilön tasolla kulutusta ohjataan terveellisempään tai ympäristöystävälliseen suuntaan. Kulutusverotus ja erityisesti arvonlisäverotus on aidosti kansainvälinen vero, jolla kerätään huomattavia määriä verotuloja suhdanteista riippuen. Näiden verotulojen tilittämisestä valtiolle huolehtivat hyödykkeitä myyvät yrittäjät ja veronmaksajina lainsäädännön mukaan toimivat lopulliset kuluttajat.

Tutkimuksen tavoitteena oli tuoda esille parturi-kampaamoyrittäjien käsityksiä arvonlisäverotuksen vaikutuksesta hintoihin, työllisyyteen ja harmaaseen talouteen. Yrittäjiltä tiedusteltiin Euroopan Unionin alueella toteutetun työvoimavaltaisen arvonlisäveron alennuskokeilun vaikutuksista omaan yrittäjyyteensä ja yritystoimintaansa. Näin pyrittiin saamaan selville parturi-kampaajayrittäjien omia näkemyksiä kokeilun virallisista tavoitteista ja niiden toteutumisesta.

Tutkimus koostuu teoria- ja empiriaosioista. Johdannon jälkeinen toinen kappale käsittelee Suomen verojärjestelmää ja sen tarkoitusta sekä teoriaa keskittyen arvonlisäverotukseen. Kolmas kappale keskittyy työvoimavaltaisen alojen arvonlisäverokokeiluun Suomen, Euroopan Unionin ja pienen paikallisesti toimivan yrityksen kannalta. Neljäs kappale käsittelee parturi-kampaamopalveluita sekä toimialan erityispiirteitä. Lisäksi osiossa käsitellään arvonlisäveron alennuskokeilun vaikutuksia toimialaan. Seuraava kappale sisältää kajaanilaisille parturi-kampaamoyrittäjille tehdyn haastattelun tuloksineen. Viimeisessä kappaleessa ovat tutkijan omat pohdinnat ja tutkimuksen johtopäätökset.

Toimialalla käytetään erilaisia ammattinimityksiä, mutta tässä tutkimuksessa käytetään yleisnimityksenä parturi-kampaamo koskien kaikkia parturi- ja kampaamoalalla toimivia yrityksiä. Alennuskokeilun vaikutusten tutkimus rajattiin koskemaan yhtä toimialaan, koska sillä oletettiin olevan selkeästi merkittävin vaikutus Suomen valtion arvonlisäveron tuottoon verrattuna muihin kokeilualoihin. Tutkimuskohteena olevat yritykset sijaitsevat maantieteellisesti Kajaanissa. Tutkimusmenetelmäksi valittiin haastattelu, koska vuorovaikutteisin haastattelun keinoin katsottiin saatavan parhaiten selville yrittäjien käsityksiä aiheista.

Lähdemateriaalia kerättiin laajasti koko vuoden 2009 aikana. Se perustuu ammatti- ja sanomalehtien artikkeleihin ja kirjallisuuteen keskittyen vahvasti sähköiseen materiaaliin. Aiheeseen perehtymisen kannalta tärkeää tietoa saatiin arvonlisäverotukseen ja verotukseen liittyvästä kirjallisuudesta, pro gradu-tutkielmista sekä Valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen VATT:n keskustelualoitteista. Verotuksen ammattilehdistä saatiin ajankohtaisinta tietoa Suomen ja EU:n verojärjestelmistä. Toissijaisena tutkimusmateriaalina ja tärkeänä lähteenä tutkittavasta toimialasta olivat Kuluttajaviraston ja lääninhallitusten tekemät hintavertailut parturi-kampaamoista kokeilun alkuvaiheessa.

2 SUOMEN VEROJÄRJESTELMÄ

Hyvinvointivaltioissa verotuksen päätehtävänä on fiskaalisesti tuottaa julkiselle sektorille niin paljon tuloja, että tarvittavat palvelut saadaan tuotettua. Tämä vaatii verojärjestelmältä vakautta, että se pystyy tehokkaasti, oikeudenmukaisesti ja toimivasti suoriutumaan tehtävästään. Toisaalta verotuksella on usein yhteiskunnallisia kasvu-, työllisyys-, alue- ja ympäristöpolitiikkaan liittyviä tavoitteita. Verotus on kansallinen talouspolitiikan väline, joka muuttuu ja elää jatkuvasti. Suuri vaikutus on nykyisin kansainvälisellä verokilpailulla, jolla houkutellaan yrityksiä ja pääomia alemmilla verokannoilla ja huojuksilla. (Kerola 2007, 3.)

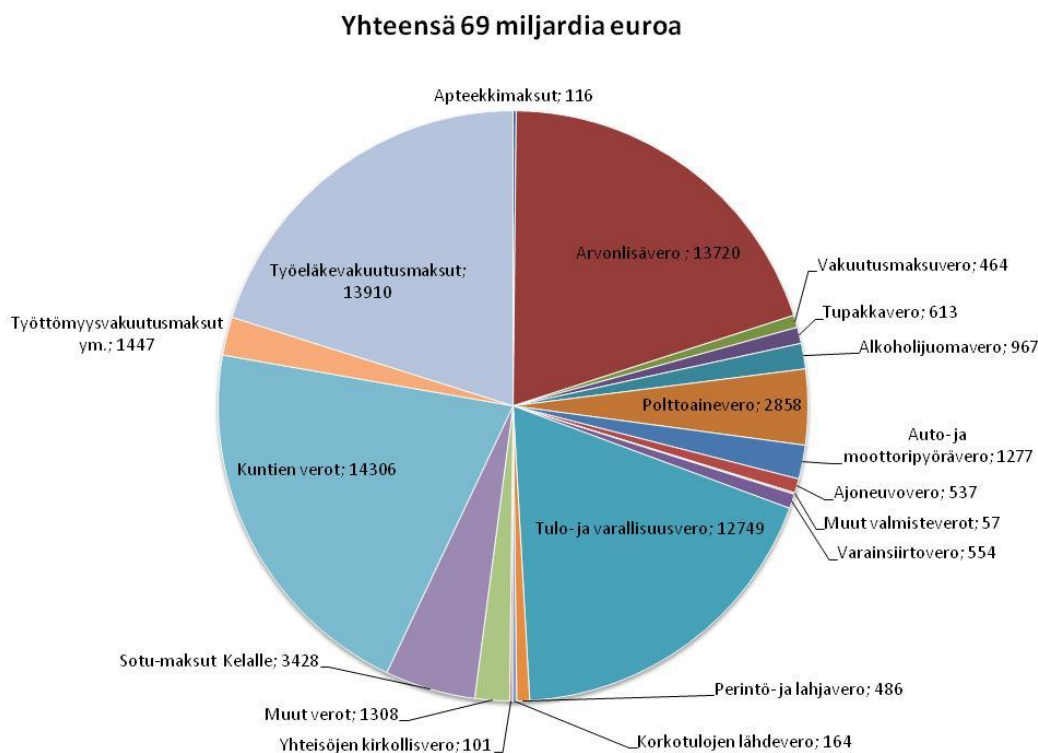
Verotuksen oikeudenmukaisuudesta on säädetty jo perustuslaissa ja sitä on pidetty tärkeänä kulmakivenä viimeaikaisissa kansainvälisissä verouudistuksissa. Tavoitteena on ollut, että samanlaisissa olosuhteissa toimivat verovelvolliset maksaisivat saman verran veroja. Kyseistä *horisontaalista oikeudenmukaisuutta* on pyritty edistämään poistamalla vähennyksiä ja laajentamalla veropohjaa. *Vertikaalisen oikeudenmukaisuuden* lähtökohtana on se, että jotkin henkilöt ovat paremmassa asemassa maksamaan veroja kuin toiset ja siten heidän tulee maksaa enemmän veroja. Teoreettisesti oikeudenmukaisuus kuulostaa yksinkertaiselta, mutta jatkuvasti muuttuvassa ja monimutkaisessa verojärjestelmässämme ongelmia syntyy helposti. (Määttä 2007, 87 – 89.)

Vero-oikeuden ja erityisesti pohjoismaisen yhteiskuntajärjestelmien kulmakivenä on ollut kansan itseverotusoikeus. Veroista on päätetty jo vuodesta 1772 Ruotsin vallan ajoista lähtien Suomessakin kansanedustuslaitoksessa. Kansainvälistymisen ja kansallisten verojärjestelmien yhteensovittaminen ei ole ollut aivan yksinkertaista. Verojärjestelmien harmonisointi hoidetaan EU:ssa ns. direktiivein eli lainsäädäntöohjein jäsenvaltioille. Pisimmälle on edetty arvonlisäverotuksessa ja siinä erityisesti veropohjan suhteen. Yhteisön jäsenvaltioiden arvonlisäverotukset ovat verokantoja lukuun ottamatta yhtenäisiä. Yhtenäisellä arvonlisäveropohjalla on merkitystä yhtenä kriteerinä määrättäessä jäsenvaltioiden maksuosuuksia yhteisölle. (Wikström 2006, 17 – 20.)

2.1 Verotuksen lähtökohdat ja peruseriaatteet

Verotulot määräytyvät veropohjan ja veroasteiden perusteella. **Veropohja** määrää, sen missä eri muodoissa ja missä suhteessa keskenään tuloja, kulutusta ja varallisuutta verotetaan. **Veroaste** puolestaan määrää, mikä osuus kohteesta kerätään veroina. Veropohjan osalta valinnat tehdään lähinnä tuloverojen ja kulutusverojen välillä. Yhteiskunnan kannalta paras veromuoto on verojen vaikutuksia vertaillaessa *tehokas, oikeudenmukainen ja helposti hallinnoitava*. Hyvä verojärjestelmä ei saa aiheuttaa häiriötä tuotannon tehokkuudelle. (Teppala 2006.)

Suomalainen verohallinto on kirjannut perustehtävänsä samansuuntaisesti. Tehtävänä on toimittaa verotus sekä tilittää verot ja veronluonteiset maksut niin, että veronmaksajille aiheutuu varsinaisten verojen lisäksi mahdollisimman vähän kustannuksia ja haittaa sekä, että veronsaajat saavat verotulonsa oikean määräisenä, oikea-aikaisesti ja kustannustehokkaasti. **Veronmaksajia** ovat palkan-, eläkkeen- ja muun tulon saajat, maataloudenharjoittajat, elinkeinonharjoittajat, osakeyhtiöt, osuuskunnat ja muut yhteisöt. **Veronsaajia** puolestaan ovat valtio, kunnat, Kansaneläkelaitos, seurakunnat, metsänhoitoyhdistykset ja metsäkeskukset. (Verohallinto 2009.)



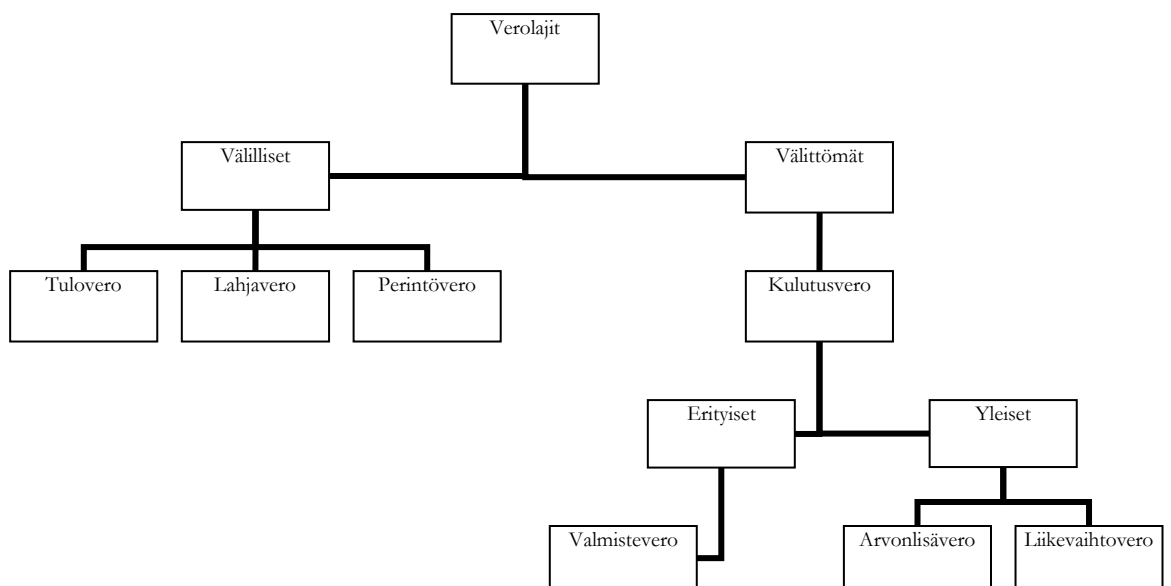
Kuva 1. Verot ja maksu vuodelta 2005. (Kerola 2007.)

Vero on rahasuoritus yksityisestä taloudesta julkiseen talouteen. Verot määrätään maksettavaksi yksipuolisesti julkisen vallan nojalla. Veronormeja asetettaessa korostuu laillisuuden periaate vaatimuksenaan, että verosta on säädettävä lailla. Verohallitus antaa ohjeita menettelystä verotusta toimittaessaan ja ne ovat luonteeltaan verolakien tulkintaa. Verot käytetään julkisyhteisön yleisiin menoihin, eivätkä ne ole korvausta tai vastiketta yksittäisestä edusta tai oikeudesta. Tässä mielessä verot eroavat maksuista, joille on tunnusomaista vastikkeellisuus. (Wikström 2006, 16 – 19.)

Suomessa kannetaan lähes 40 erilaista veroa. Käsitteiden käyttö ei ole aina kovin johdonmukaista, koska joitakin veroja nimitetään maksuiksi. Esimerkiksi työnantajan sosiaaliturvamaksu on luonteeltaan vero. Selkeitä hallinto-oikeudellisia hallintomaksuja ovat taas pysäköintivirhemaksu tai kilpailunrikkomismaksu. (Wikström 2006, 28 – 29.)

2.2 Välilliset ja välittömät verot

Verojen jakaminen välillisiin ja välittömiin voidaan tehdä sen mukaan, kuka veron todella maksaa. Välittömät verot osoitetaan suoraan kotitalouksille tai yrityksille. Tyypillisenä esimerkkinä välillisistä veroista on tulovero, jonka valtio perii suoraan tulon saajilta. Samoin on tilanne lahja- ja perintöverotuksessa, koska tulon saaja maksaa veron joko oma-aloitteisesti tai veroviranomaisen vaatimuksesta suoraan verohallinnolle. (Teppala 2006.)



Kuva 2. Verolajien jakautuminen. (Teppala, 2006.)

Kulutusverot jaetaan yleisiin ja erityisiin. Erityinen kulutusvero, valmistevero on tuoteyksikköhintainen. Tietystä määrästä tuotetta menee samansuuruinen vero riippumatta tuotteen hinnasta kyseisenä ajankohtana. Valmisteverot kohdistetaan kulutuksen ohjaamiseen terveellisempään tai ympäristöystävälliseen suuntaan kuten esimerkiksi alkoholijuomille, tupakalle ja polttoaineille. Yleiset kulutusverot ovat puolestaan hyödykkeisiin kohdistuvia hintasidonnaisia veroja eli veron määrä on tietty suhteellinen osuus tuotteen hinnasta. Liikevaihto- ja arvonlisävero ovat tyypillisimpiä esimerkkejä yleisistä kulutusveroista. Arvonlisäveroa kannetaan Yhdysvaltoja lukuun ottamatta kaikissa OECD-maissa. (Teppala 2006.)

2.3 Arvonlisäverotuksen ominaispiirteet

Arvonlisävero on yleinen laaja veropohjainen kulutusvero. Se kohdistuu lähes kaikkeen tavaroitten ja palveluiden kulutukseen. **Arvonlisäverovelvollisia** ovat hyödykkeitä myyvät elinkeinonharjoittajat ja yritykset, mutta arvonlisäveroa ei ole tarkoitettu jäävän verovelvollisen rasitteeksi, vaan vero oletetaan sisällyttävän hyödykkeiden myyntihintaan lopullisen kuluttajan maksettavaksi. Vain tiettyjen arvonlisäverolaissa määriteltyjen tavaroiden ja palveluiden myynti on säädetty verottomaksi. Verotonta toimintaa ovat muun muassa vähäinen toiminta liikevaihdon ollessa alle 8 500 euroa, sokeiden ja vaikeavammaisten invalidien työsuoritusten myynti tai yleishyödyllisten julkisyhteisöjen toiminta. (Verohallinto 2004, 10.)

Arvonlisävero on ensimmäinen myyntivero, jossa palvelun verottaminen on onnistuttu yhdistämään hyödykkeiden verotukseen. Alv lasketaan prosenttiosuutena tuotteen verottomasta hinnasta ja lisätään perittävään hintaan. Tämän jälkeen yritykset tilittävät sen omaaloitteisesti valtiolle vähennettyään ensin kyseisen kohdekuukauden ostojaan alv:n osuuden sekä edelliseltä kuukaudelta jääneen negatiivisen veron. Negatiivinen vero muodostuu kohdekuukauden vähennettävän veron ollessa myynnin veroja suuremman. Valtion verotuotto muodostuu kunkin tuotanto- tai myyntiportaan arvonlisäverotuksesta. (Teppala 2006.)

AVL:ssa palvelulla tarkoitetaan kaikkia sellaisia hyödykkeitä, joita voidaan myydä liiketoiminnan muodossa ja jotka eivät ole tavaroita. Palvelun myyntiä on vastiketta vastaan tapahtuva hyödykkeiden luovutus, joissa ei luovuteta tavarain omistusoikeutta. Tavaroilla tarkoitetaan aineellisia esineitä eli irtaimia esineitä ja kiinteistöjä, sekä erilaisia energiahyödykkeitä kuten sähkö, kaasu, lämpö ja kylmyys. (Verohallinto 2004, 9 - 11.)

Alv-järjestelmän hyviä puolia on lisäksi sen *itsensä valvova luonne*. Järjestelmä perustuu käytäntöön, jossa vaihdannan seuraava vaihe vähentää myynnistään edellisessä vaiheessa asetetun veron. Ketju toimii tarkoituksen mukaisesti, jos siihen ei liity verotonta vientiä. Liiketoiminnot kirjautuvat automaattisesti verotuksen kautta tilastoihin. (Teppala 2006.) Suomessa verohallinto on lisännyt koko ajan sähköisiä palveluitaan ja niinpä kuukausittaiset valvontailmoitukset on pystytty jo useita vuosia antamaan TYVI-palvelussa Internetissä. Tätä kautta sähköinen materiaali on helppo siirtää maksuvalvontaan veronkantoyksikköön sekä yritysverotuksen valvontaan ja tarkastukseen. Verovelvollisen kannalta katsoen sähköiset palvelut nopeuttavat ilmoittamista ja vähentävät virheitä. (Verohallinto 2008, 2 – 3.)

2.3.1 Arvonlisäverotus Suomessa

Suomen ensimmäinen liikevaihtoverolaki tuli voimaan vuonna 1941. Ennen nykyistä AVL:ta voimassa olevaa liikevaihtoverolakia uudistettiin viisi kertaa. Liikevaihtoverotuksessa palveluiden myynti oli lähes kokonaan kyseisen verotuksen ulkopuolella. Verovelvollisten vähennysoikeudet olivat huomattavasti nykyistä arvonlisäverotusta suppeammat. Tämä johti eri tuotantoalojen eriarvoisuuteen ja korkeisiin piileviin veroihin joissakin tuotteissa. Yhteistä niin liikevaihto- kuin arvonlisäverotuksella on se, että niillä pyrittiin tai pyritään tukemaan kilpailua ja kulttuuria, sekä huomioimaan sosiaaliset näkökannat. (Eskola & Lääkkö 2001, 10.)

Piilevät verot ovat alv-järjestelmässä vähäisiä. Arvonlisäverotuksesta vapautettua toimintaa harjoittava yritys ei voi vähentää tai hakea takasin tuotantopanokseen sisältyvää veroa. Näin myytäviä hyödykkeiden hintaa jää rasittamaan piilevää veroa. Tilanne on toinen sovellettaessa nollaverokantaa, mikä ei ole sama asia kuin verottomuus. Tällöin tuotantopanosten vähentäminen on sallittua, vaikka lopputuotteeseen sovellettaisiinkin nollaverokantaa. (Teppala 2006.)

Suomen **yleinen verokanta** on 22 prosenttia, kun EY:n edellyttämä vähimmäistaso on 15 prosenttia. Jäsenvaltiot voivat soveltaa lisäksi sovittuihin tuotteisiin tai palveluihin yhtä tai kahta alennettua verokantaa, joiden suuruus tulee olla vähintään 5 prosenttia. Arvonlisävero lasketaan verottomasta hinnasta ja niinpä 22 prosentin vero vastaa 18,03 prosenttia veron sisältävästä hinnasta. (Teppala 2006.)

Yhteiskuntapoliittisista syistä on mahdollista soveltaa eräiden palveluiden ja tavaroiden myyntiin, yhteisöhankintaan ja maahantuontiin normaalia alemmaa verokantaa. Suomessa oli direktiivien vastaisesti vuoden 1997 loppuun saakka käytössä kolme normaalia alemmaa verokantaa. Vuoden 1998 alussa arvonnäköverolaki muuttui siten, että 6 prosentin verokanta poistui ja jäljelle jäivät alemmat verokannat 8 ja 17 prosenttia. Myös alemmat verokannat lasketaan verottomasta hinnasta ja niitä laskettaessa verollisesta hinnasta 8 prosentin verokanta vastaa 7,407 prosenttia ja 17 prosentin verokanta vastaavasti 14,53 prosenttia. (Linnakangas & Juanto 2008, 167 – 168.)

Taulukko 1. Suomen alv-kannat. (Punakallio 2007.)

22 % yleinen verokanta	12 % elintarvikkeet ja rehut (1.10.2009 lähtien)	
8 %	0 %	vapautus
<ul style="list-style-type: none"> - lääkkeet - kirjat - henkilökuljetus - majoituspalvelut - Yleisradion lupamaksut - kulttuuri- ja viihdetilaisuuksien pääsymaksut - liikuntatilojen käyttömaksut - Yleisradion televisiolupamaksu sekä <p>2007 – 2010 parturikampaamopalvelut sekä pienet korjauspalvelut kohdistuen polkupyöriin, kenkiin, nahkatavaroihin, vaatteisiin ja liinavaatteisiin</p>	<ul style="list-style-type: none"> - sanomalehtien ja aikakauslehtien tilausmaksut - yleishyödyllisten yhteisöjen jäsenlehtien painoksen myynti - verottomien vesialusten sekä niihin kohdistuvien työsuoritusten ja rahtauksen myynti 	<ul style="list-style-type: none"> - sairaan-, lääkärin- ja hammashoito - sosiaalihuoltoon ja sosiaaliturvaan liittyvät palvelut - koulu- ja yliopistopetus sekä ammattikoulutus - rahoitus- ja vakuutuspalvelut - arpajaiset ja rahapelit - esiintyvien taiteilijoiden palkkiot - kiinteistöjen sekä rakennusmaan myynti - julkiset hautauspalvelut

Elintarvikkeita ja eläinten rehuja tuetaan useissa maissa soveltaen niiden myyntiin ja maahantuontiin alennettua verokantaa. Kuudennen arvonnäköverodirektiivin H-liitteen mukaisesti yleisestä verokannasta poikkeavaa alennettua verokantaa voidaan soveltaa ihmisten ja eläinten elintarvikkeisiin, eläviin eläimiin, viljaan, kasveihin ja tavallisesti elintarvikkeiden

valmistuksessa käytettäviksi tarkoitettujen aineksiin sekä tuotteisiin, joita tavallisesti käytetään elintarvikkeiden täydentämiseen ja korvaamiseen. (Mannio 2005.)

Elintarvikkeiden verokanta oli vielä alkuvuoden 2009 17 prosenttia ja sitä oli tarkoitus laskea 12 prosenttiin jo vuonna 1998, mutta näin ei kuitenkaan tehty. Vuoden 2009 lokakuusta alkaen verokanta laski 12 prosenttiin. (Linnakangas & Juanto 2008, 168 – 169.)

Vuoden 1998 jälkeen on sovellettu alennettua verokantaa rajattuun ryhmään tavaroiden ja palveluita myyntiä kulttuuripoliittisista tai terveys- ja sosiaalipoliittisista syistä. Lisäksi on väliaikaisesti voimassa 1.1.2007 - 31.12.2010 kokeilu tietyillä työvoimavaltaisilla aloilla. (Linnakangas & Juanto 2008, 170 - 180).

Arvonlisäverolain mukaisesti parturi- ja kampaamopalvelujen sekä pienten korjauspalveluiden verokanta on vain 8 prosenttia vuosina 2007 – 2010. Pienet korjauspalvelut kohdistuvat polkupyöriin, kenkiin, nahkatavaroihin, vaatteisiin ja liinavaatteisiin sekä mukaan luetaan vaatteiden ja liinavaatteiden muutostyöt. Parturi- ja kampaamopalvelut ovat rajattuna hiusten ja parran käsittelyyn sekä niiden yhteydessä käytettäviin pesu-, hoito- ja muihin käsittelyaineisiin. Kyseisiin palveluihin ei kuitenkaan sisällytetä usein samoissa liiketiloissa toimiviin ja samojen yrittäjien tekemiin kosmetologisiin palveluihin kuten ripsien ja kulmakarvojen käsittelyyn. (Linnakangas & Juanto 2008, 178 - 179.)

Arvonlisäverotukien kohtaannon eli todellisen hyötyjän riippuvan mm. kysynnän ja tarjonnan joustoista, markkinatilanteesta sekä aikavälistä. Olennaista on viedäänkö verotuki hintoihin vai jäävätkö ne tuottajan hyödyksi. Verotuen hintoihin vyöryttäminen on onnistunut joko kokonaan, osittain, ei lainkaan tai jopa suurempaan kuin asetettu vero tai annettu verotuki. Täydellisen kilpailun tilanteessa hintavaikutus on yleisesti pienempi tai yhtä suuri kuin asetettu vero tai annettu verotuki. (Mäkinen 2006, 39.)

Hintavaikutus riippuu *kysyntä- ja tarjontakäyrien subteellisesta joustavuudesta*. Täydellisen kilpailun tilanteessa, mitä joustavampaa tarjontaa tai joustamattomampaa kysyntää on, sitä enemmän vero vyöryy kuluttajien maksettavaksi ja vastaavasti verotuen pitäisi teoriassa vyöryä kuluttajien hyväksi hinnanalennuksen muodossa. Joustamattoman tarjonnan tai joustavan kysynnän tilanteessa veron kohtaanto kohdistuisi enemmän tuottajaan ja verotuki hyödyttäisi enemmän tuottajia kuin kuluttajia. (Mäkinen 2006, 30 – 31.)

Pitkällä aikavälillä kysynnällä ja tarjonnalla on mahdollisuus sopeutua hinnan muutoksiin. Täydellisen kilpailun markkinoilla arvonlisäverolla ei ole vaikutusta tuottajahintoihin pitkällä aikavälillä. Tällöin alv:n muutokset vyöryvät kokonaan kuluttajahintoihin. Tasapainon saavuttamiseen menee aikaa 3 - 7 vuotta. Tällä perusteella esimerkiksi vuoden 2007 alusta voimaan tulevan parturi- ja kampaamopalveluiden alennetun verokannan kolmevuotiseksi suunnitellun kokeilun tulokset eivät tule kertomaan pitkän aikavälin hintavaikutuksia. (Mäkinen 2006, 33.) Toisaalta kansainvälisissä tutkimuksissa on tehty poikkeavia huomioita. Pääomavaltaisilla aloilla sopeutuminen vie pidempään, mutta parturi-kampaamoissa verokannan muutokset välittyisivät tuotannon kasvuun varsin lyhyellä aikavälillä eli 1 – 2 vuodessa. (Copenhagen Economics 2007.)

Reaalimaailmassa taloudessa vallitsee harvoin täydellinen kilpailu. Yrityksillä on usein jonkin verran markkinavoimaa. Epätäydellisen kilpailun tilanteessa yritykset eivät ota markkinaolosuhteitaan annettuina, vaan uskovat voivansa vaikuttaa omilla ratkaisuillaan esim. hintoihin. Arvonlisäverotukien kohtaantoa tarkasteltaessa on kiinnitettävä huomiota erityisesti siihen, että veron korottamisen ja alentamisen vaikutukset eivät välttämättä ole samanlaisia. Arvonlisäveron korottamisesta tehtyjen tutkimusten perusteella ei siten tulisi tehdä johtopäätöksiä, että verokannan alentamisesta aiheutuisi täysin vastakkaisia seurauksia. (Mäkinen 2006, 34 - 36.)

2.3.2 Arvonlisäverotus Euroopan Unionissa

Euroopan taloudellisen yhteistyön järjestö EEC otti arvonlisäveron käyttöön vuonna 1970 ensimmäisellä ja toisella arvonlisäverodirektiivillä. Uudella verolla pyrittiin vähentämään tuotanto- ja kulutusverojen aiheuttamia kaupankäynnin haittoja. Direktiivit määrittivät veron olevan suhteellinen tuotteen hintaan nähden ja riippumaton tuotteen valmistuksessa käytetyistä raaka-aineista ja vaiheista. Toinen tärkeä periaate oli veron kertymättömyys. Tuotantopanokset ovat vähennyskelpoisia ja kukin tuotantotaso maksaa veroa vain siinä syntyneen arvonlisäyksen osuutena. Verorasitus kohdistuu loppukuluttajille, kotitalouksille, julkiselle taloudelle sekä niille liike-elämän tahoille, joilla ei ole vähennysoikeutta. (Teppala 2006.)

Verotus kuuluu pääosin kansalliseen toimivaltaan, joten jäsenmaat päättävät ansio- ja pääomatulojen veroprosenteistaan ja vähennyksistään. Euroopan Unioni voi kuitenkin säädellä välillistä verotusta, jos jäsenmaat niin yksimielisesti päättävät. EU:n veropolitiikka pyrkii

tukemaan työllisyyttä, kilpailukykyä, yhteismarkkinoita ja pääoman liikkuvuutta. (Ruonala 2008, 103.)

Arvonlisäverojärjestelmälle on asetettu *vaatimus neutraalisuudesta* niin Suomessa kuin Euroopan Unionissakin. Tavoitteella pyritään verotuksen vääristävän vaikutuksen minimointiin. Pyrkimyksenä on, että vaikutus on vähäinen, mutta olematon se ei voi olla. Taloustieteellisesti ajatellen neutraalin veron ei pitäisi vaikuttaa taloudenpitäjien päätöskriteereihin. Ajatus on abstrakti, koska tuotteen hintaa nostavana eränä vero vaikuttaa joka tapauksessa kokonaiskysyntään, sillä se kerryttää veronsaajalle tuloa. Hinta nousee veron verran, kysynnän määrä laskee ja muuttaa tilannetta siitä mikä se olisi verottomassa maailmassa. Verotusta on yleisesti pidetty neutraalina silloin, kun se ei vaikuta suhteellisten hintojen rakenteisiin. (Mannio 2005.) Liikevaihtoverotoimikunta totesi aikoinaan mietinnössään, että neutraalisuus edellyttäisi kaikkien kulutushyödykkeiden verottamista samalla arvonlisäverokannalla eikä verotus alennettujen verokantojen muodossa pitäisi optimaalisessa järjestelmässä antaa. (Mäkinen 2006, 2.)

Vuonna 1993 hyväksyttiin arvonlisädirektiivin H-liite, jossa luetellaan ne hyödykkeet, joihin saa soveltaa alempaa verokantaa:

- elintarvikkeet, veden jakelu
- lääkkeet
- vammaisten apuvälineet
- henkilökuljetus
- kirjat ja lehdet
- teatteri-, messu-, elokuva- ja konserttiesitykset yms. radio- ja tv-lähetykset
- kirjailijoiden ja muiden taiteilijoiden esitykset ja palkkiot
- sosiaalinen asuntorakentaminen
- maataloustuotanto (pl. investointitavarat)
- verollinen sosiaaliapu ja -turva
- hautausoimistot
- verolliset lääkäri- ja hoitopalvelut
- yleisten teiden puhtaanapito
- kotitalousjätteiden keruu ja käsittely (Kerola 2007.)

Vanhojen jäsenmaiden oli kuitenkin mahdollista pitää sen hetkiset verokannat. Esimerkiksi kahdeksan EU15-maata sovelsi edelleen alennettua verokantaa ravintolapalveluihin, vaikka se ei sisälly H-liitteeseen. Kansallisesti päätettäväksi jäi kuinka paljon ylitetään alv-veron vähimmäistaso 15 prosenttia ja mihin H-liitteen mukaisista aloista sovelletaan alennettua verokantaa. Suomen yleinen verokanta on EU-maiden kolmanneksi korkein. Korkeampi 25 prosentin verokanta on Ruotsissa ja Tanskassa. (Kerola 2007.)

Arvonlisävero on aidosti kansainvälinen vero. Kattavan kokonaiskuvan saamiseksi onkin tunnettava kotimaisen oikeuskäytäntöjen ja viranomaisohjeiden lisäksi EU:n arvonlisäverodirektiivin keskeinen sisältö ja merkittävämmät sen tulkintaa koskevat Euroopan yhteisön tuomioistuimen EYTI:n ratkaisut. (Kallio, Nielsen, Ojala, Saukko & Säaskilähti 2009, 17 – 18.) Nykyisin voimassa oleva yhteinen arvonlisäverojärjestelmä eli ns. arvonlisädirektiivi tuli voimaan 1.1.2007. Kyseiseen neuvoston direktiiviin on koottu yhteisen arvonlisäverojärjestelmän käyttöönottoa koskevat säädökset. Järjestelmää sovelletaan ostettujen ja myytyjen tavaroiden ja palvelujen tuotantoon sekä jakeluun Euroopan yhteisössä. (Euroopan unioni 2008.)

2.4 Arvonlisäverotus paikallisesti toimivassa yrityksessä

Pääsäännön mukaan jokainen, joka harjoittaa liiketoiminnan muodossa Suomessa tavaroiden ja palveluiden myyntiä, on arvonlisäverovelvollinen. Arvonlisäverovelvollisen tulee ilmoittautua verovelvolliseksi toiminnastaan ennen toiminnan alkua. Ilmoittautuminen tehdään yhteisellä perustamisilmoituksella Patentti- ja rekisterihallitukseen sekä verohallintoon. Jos yrittäjällä on käytössä jo Y-tunnus, niin ilmoitus tehdään muutos- ja lopettamisilmoituksessa. Arvonlisäverovelvollisen tulee antaa verovelvollisuuden alkamisesta lähtien kuukausittain valvontailmoitus ja maksaa arvonlisäverot oma-aloitteisesti kohdekuukautta seuraavan toisen kuukauden 15. päivä. (Joki-Korpela, Jokinen, Klemola, Kontu & Vilppula 2009, 14 – 16.)

Liiketoiminnan muodossa tapahtuvana pidetään ansaintatarkoituksessa tapahtuvaa, jatkuvaa, ulospäin suuntautuvaa ja itsenäistä toimintaa. Toimintaan liittyy yrittäjäriski. AVL ei määritä liiketoiminnan käsitettä ja käsitettä tulkitaankin yleensä laajasti. Mikäli myynti tapahtuu kilpailuosuhteissa muiden vastaavien yleisillä markkinoilla myytävien hyödykkeiden kanssa, toimintaa pidetään liiketoiminnan muodossa harjoitettuna. Ansaintatarkoitukselliseen toimintaan liittyy voiton ja muun taloudellisen hyödyn tavoittelu. Myös omakustannushintaista

myyntiä voidaan pitää ansiotarkoituksessa tapahtuvana, jos se on itsenäisesti harjoitettua ja jatkuvaa tai ainakin toistuvaa. (Joki-Korpela, Jokinen, Klemola, Kontu & Vilppula 2009, 14.)

Kaikki liikkeen- tai ammatinharjoittajat ovat kirjanpitolain mukaan kirjanpitovelvollisia. AVL:ssa määritellään, että arvonlisäverovelvollisen on järjestettävä kirjanpitoonsa sellaiseksi, että siitä saadaan veron määräämistä varten tarvittavat tiedot. Suoritettavan ja vähennettävän veron määrään vaikuttavien liiketapahtumien kirjausten on perustuttava kirjanpitolaissa ja arvonlisäverolaissa tarkoitettuihin tositteisiin. Arvonlisäverolaissa käytetään käsitettä lasku ja tällä tarkoitetaan varsinaisten laskujen lisäksi myös muita laskuina toimivia tositteita, jotka täyttävät tieto- ja sisältövaatimukset joko paperisena tai sähköisenä. Kevennetyt laskumerkintävaatimukset riittävät vähittäiskaupassa tai muussa siihen rinnastettavassa yksinomaan yksityishenkilöille tapahtuvassa myynnissä. Laskussa on oltava seuraavat tiedot:

- laskun antamispäivä
- myyjän nimi ja Y-tunnus
- myytävien tavaroiden määrä ja luonne sekä palvelujen luonne
- suoritettavan veron määrä verokannoittain tai veron peruste verokannoittain

Laskussa, tositteessa tai kassakuitissa voidaan ilmoittaa hinnat arvonlisäverollisina, jos suoritettavan veron määrä on merkitty. Veron perustetta ei silloin tarvitse ilmoittaa. Veron perusteella tarkoitetaan nettohintaa eli hyödykkeestä perittyä vastiketta, joka ei sisällä arvonlisäveron osuutta. (Verohallinto 2004, 51 – 53.)

Verovelvollinen on itse vastuussa mahdollisista tilitoimiston tekemistä virheistä. Kirjanpitolaki velvoittaa kirjanpitovelvollisen eli liikkeen- tai ammatinharjoittajan noudattamaan hyvää kirjanpitoa. Hyvää kirjanpitoa ei yleisluonteisissa kirjanpitolaissa kuitenkaan määritellä. Sen katsotaan sisältävän yleiset kirjanpitoon ja tilinpäätöskäytäntöihin liittyvät toimintaperiaatteet, joihin vaikuttavat lainsäädäntö, annetut muut ohjeet ja vakiintunut käytäntö. Verovelvollisen kannalta onkin tärkeää, että kirjanpito on muodollisesti ja asiallisesti kunnossa. Tällöin vältytään tarpeettomilta viivästys- ja arviomaksuunpanoilta. (Pörssisäätiö 2008; Verohallinto 2004, 51.)

Arvonlisäverotuksen verokausi on pääsääntöisesti kalenterikuukausi. Arvonlisävelvollisen on siten kohdennettava liiketapahtumat ja niistä suoritettavat verot, vähennettävät verot ja

niiden oikaisuerät aina tietylle kuukaudelle. Velvollisuus suorittaa veroa myynnistä syntyy yleensä suoriteperusteisesti:

- Myyty tavara on toimitettu tai palvelu suoritettu.
- Vastike tai sen osa on kertynyt ennen tavaran toimitusta tai palvelun suoritusta.
- Suoraan hintaan liittyvä tuki tai avustus on saatu.
- Tavara tai palvelu on otettu omaan käyttöön.

Arvonlisäverovelvollinen on oikeutettu tekemään vähennyksen niistä verollisena hankkimistaan tai valmistamistaan tavaroista ja palveluista, jotka ovat hänen hallussaan verovelvollisuuden alkaessa niiden tullessa vähennykseen oikeuttavaan käyttöön. Tällainen tilanne saattoi syntyä esimerkiksi parturi-kampaamoyrittäjien tultua arvonlisäverovelvolliseksi vuonna 1994. (Kallio, Nielsen, Ojala, Saukko & Sääsilahti 2009, 658 – 661, 829.)

Arvonlisäverotusjärjestelmään tulee merkittäviä muutoksia 1.1.2010. Pieniä paikallisesti toimivia palveluyrityksiä koskevia muutoksia ovat kuukausittaisen valvontailmoituksen muuttuminen kausiveroilmoitukseksi verotilin myötä. Kausiveroilmoituksella ilmoitetaan arvonlisäveron lisäksi työnantajasuoritukset sekä muut oma-aloitteiset verot. Ilmoituspäivät ja eräpäivät yhtenäistyvät kuukauden 12. päiväksi. Paperilla toimitettavien kausi-ilmoitusten on oltava perillä jo kuukauden 7. päivänä. Verotili mahdollistaa pienten yritysten ilmoitus- ja maksujaksojen pitenemisen. Liikevaihto on ollessa enintään 50 000 euroa, kaikki oma-aloitteiset verot arpajaisveroa ja vakuutusmaksuveroa lukuun ottamatta voi ilmoittaa ja maksaa kolmen kuukauden jaksoissa. Jos liikevaihto on enintään 25 000 euroa, arvonlisäveron voi ilmoittaa ja maksaa kalenterivuositain. Siirtyminen pidennettyyn jaksoon on vapaaehtoista. Verohallinto kokoaa verotilille tiedot mm. veronmaksajan oma-aloitteisesti ilmoittamista veroista, maksuista, palautuksista, koroista sekä myöhästymis- ja laiminlyöntimaksuista. Verotilin saldo valvotaan eli täsmäytetään kuukausittain, ja veronmaksajalle toimitetaan verotiliote. Verotiliasiakkaat voivat seurata verotilinsä tapahtumia uuden sähköisen Katsoverkkopalvelun kautta. (Verohallinto 2009.)

3 TYÖVOIMAVALTAISTEN ALOJEN ARVONLISÄVERON ALENNUSKOKEILU

Euroopan unionin käytännön toiminnan ylin päättävä ja lakiasäättävä elin, ministerineuvosto, päätti keväällä 2006 avata kaikille jäsenvaltioille oikeuden osallistua kokeiluluonteisesti alennetun arvonlisäverokannan soveltamiseen eräille työvaltaisille toimialoille vuoden 2010 loppuun. Komissio oli jo aikaisemmin antanut ehdotuksen vuonna 2003 aloitetun alennettujen alv-kantoja koskevien sääntöjen järjeistämiseksi ja yksinkertaistamiseksi. ECOFIN-kokouksissa sopimukseen ei kuitenkaan päästy jäsenmaiden hyvin erilaisten kantojen vuoksi. ECOFIN-neuvostossa päästiin poliittiseen väliaikaisratkaisuun ja asiaa koskeva direktiivin muutos hyväksyttiin lopullisesti ECOFIN-kokouksessa 14.2.2006. Uusien kokeiluun osallistuvien maiden tuli jättää hakemus komissiolle saman kevään aikana. (Parkkola 2006.)

Talous- ja rahoitusasioiden neuvostosta käytetään yleensä nimitystä ECOFIN-neuvosto, joka kokoontuu kerran kuukaudessa. Sen muodostavat jäsenvaltioiden talous- ja rahoitusasioista vastaavat ministerit ja lisäksi talousarviota koskevia asioita käsiteltäessä talousarviosta vastaavat ministerit. ECOFIN-neuvostossa käsitellään talouspolitiikan koordinoitua, talouden valvontaa, jäsenvaltioiden budjettipolitiikan ja julkisen talouden seuranta, euroa, rahoitusmarkkinoita ja pääoman liikkeitä sekä taloudellisia suhteita kolmansien maihin. Päätökset tehdään neuvostossa yleensä määränemmistöllä, mutta verotuksen liittyvät asiat edellyttävät yksimielisyyttä. (Euroopan unionin neuvosto 2009.)

Jäsenvaltioille annettiin mahdollisuus soveltaa kokeiluluonteisesti alennettua arvonlisäverokantaa tiettyihin työvaltaisiin palveluihin vuosina 2000 - 2002 direktiivillä ja neuvoston päätöksellä. Kokeilumääräaika pidennettiin myöhemmin vuoden 2005 loppuun ja nyt tehdyllä ratkaisulla vuoden 2010 loppuun. (Parkkola 2006.)

Kokeilukohteet on määritelty direktiivin K-liitteessä koskemaan pieniä korjauspalveluita (polkupyörien, kenkien, nahkatavaroiden, vaatteiden sekä liinavaatteiden korjauksia ja muutoksia), yksityisasuntojen uudistamista ja korjauksia (lukuun ottamatta tarvikkeita), ikkunanpesua ja siivouksia yksityistalouksissa, kodinhoitopalveluita (kotiapua sekä lasten, vanhusten, sairaiden tai vammaisten hoitamista) sekä parturi- ja kampaamopalveluita. Jäsenvaltion oikeus soveltaa alennettua verokantaa rajoittuu vain kahteen tai poikkeuksellisissa tilanteissa kolmeen ryhmään kuuluviin palveluihin. (Parkkola 2006.)

Kyseisten palvelujen on täytettävä muutamia edellytyksiä. Niiden on oltava työvaltaisia ja tarjottava laajalti suoraan lopullisille kuluttajille. Palveluiden pitää olla pääasiassa paikallisia eivätkä ne saa luoda kilpailun vääristymiä tai vaarantaa sisämarkkinoiden moitteetonta toimintaa. Verokannan alentamisesta aiheutuvan hinnanalennuksen sekä kysynnän ja työllisyyden kasvun välillä on oltava kiinteä yhteys. (Parkkola 2006.)

Sopimus mahdollisti uusien jäsenvaltioiden osallistumisen kokeiluun samoilla edellytyksillä kuin kokeiluun jo osallistuneet jäsenvaltiot. Ehdotus antoi siten myös Suomelle oikeuden ryhtyä halutessaan soveltamaan alennettua verokantaa tiettyihin työvaltaisiin palveluihin. Hakemuksessa piti esittää toimenpiteen soveltamisala ja yksityiskohtainen kuvaus kyseisistä palveluista, koska olosuhteet vaihtelivat eri jäsenmaissa. Toimenpiteen edellytyksien täyttyminen ja niiden vaikutukset talousarvioon piti olla myös esitettynä. Tämän jälkeen komissio teki ehdotuksen neuvostolle, joka päätti yksimielisesti kokeiluluvan myöntämisestä. (Parkkola 2006.)

3.1 Kokeilun tavoitteet

Hallituksen kannan mukaan Suomi osallistui työvaltaisten palvelujen alv-kokeiluun ottaen kohteekseen pienet korjauspalvelut sekä parturi- ja kampaamopalvelut. Kokeilun tarkoituksena on selvittää, minkälainen vaikutus kohdennetulla arvonlisäveron alennuksella on työllisyyteen ja harmaaseen talouteen. Osallistuneiden jäsenmaiden on laadittava kertomus veronalennuksen vaikutuksia, joiden perusteella komissio laatii oman kokonaisarviointikertomuksensa. (Parkkola 2006.)

Taulukko 2. Taloudellisia vaikutusarvioita Suomessa. (Parkkola 2006.)

Toimiala	Verokanta 8 %, Työllisyysvaikutus (htv)	Alv:n tuoton lasku, milj. euroa	Uuden työllisen kust. 1000 euroa/v
1. Pienet korjauspalvelut			
a) polkupyörät	35	-2,9	49
b) kengät ja nahkatavarat	30	-1,5	30
c) vaatteet ja liinavaatteet	20	-1,5	45

2. Yksityisasuntojen korjauspalvelut	1 660	-188,5	84
3. Ikkunanpesu ja yksityistalouksien siivous	63	-3,4	27
4. Kodinhoitopalvelut	34	-1,7	24
5. Parturit ja kampaamot	730	-36,7	32

Euroopan unionin alueella käynnistettiin vuonna 1999 mittava empiirinen koe, jossa oli lähtökohtana alempien arvonlisäverokantojen vaikutus jäsenmaiden sisäiseen kauppaan. Nykyisen muotoisella kokeilulla on tarkoitus selvittää, onko arvonlisäverokannan alentamisella palvelujen kuluttajahintoja alentava, kysyntää kasvattava sekä työllisyyttä lisäävä vaikutus. Direktiivin mukainen tarkempi sanamuoto on työllisyyden lisääminen ja harmaan talouden saaminen hallintaan. Kokeilulla toteutettiin verotuksen neutraalisuuden kannalta varsin suuri poikkeama, mutta tarkoitus ei kuitenkaan ollut antaa verohelpotuksien kevennyksiä saaville yrityksille ja yrittäjille. Verotulojen vähennykset toivottiin lisäävän vastaavasti yhteiskunnan hyvinvointia. (Mannio 2005).

Kokeiluun lähettäessä valtioneuvoston kirjelmän selvityksessä Tommi Parkkola Valtiovarainministeriöstä esitti kokeilun lisäävän huomattavasti, 730 henkilötyövuotta, parturikampaamopalveluissa työllisyyttä. Kuten taulukossa 2 voidaan lisäksi havaita, valtion verotulottoa pienentävä vaikutus on alan osalta 36,7 miljoonaa euroa vuodessa. Uuden työllistetyn kustannukset katsottiin olevan 32 000 euroa vuodessa. Käytetyillä joustomuuttujilla selvitettiin, kuinka paljon hinnat ja määrät muuttuivat suhteellisesti. Kysynnän hintajousto lasketaan jakamalla kysytyn määrän prosenttimuutos hyödykkeen hinnan prosenttimuutoksella. Kahdella kokeilualalla laskelmiin ja ennusteisiin vaikuttavat muuttujat olivat seuraavat:

	Pienet korjauspalvelut	Parturit ja kampaamot
Hintojen alv-jousto	1	1
Palvelun kysynnän hintajousto	-1,09	-0,69
Tuotannon kysyntäjousto	1	1
Työllisyyden tuotantojousto	1	1

- **Hintojen alv-jousto** määrittelee, kuinka suuri osa veronkevennyksestä siirtyy hintaan. Tässä selvityksessä enimmilleen eli veron aleneman verran.
- **Palvelun kysynnän hintajoustop** arvona on hyödynnetty Ruotsin kansantalouden tilinpidon aineistoja. Kun arvo on -1, voidaan puhua normaalijoustavasta. Palvelun hinnan muuttaminen prosentilla vaikuttaa kysyntää saman verran.
- **Tuotannon kysyntäjousto** ja **työllisyyden tuotantouosto** ovat yksi, koska palveluita ei voi varastoida tai tuottaa lisää ilman tehdyn työn lisäämistä. (Parkkola 2006.)

Palvelun kysynnän hintajousto arvioitiin melko korkeaksi n. -0,7 tuntumaan. Tässä tapauksessa se tarkoittaa sitä, että jos parturi-kampaamo laskee hintaa prosentilla, niin kysyntä muuttuu vastakkaiseen suuntaan eli kasvaa 0,7 prosentilla. (Punakallio 2007.)

Jos kuitenkin yksikin joustoista lähestyy nollaa, veronalennuksen ketju katkeaa. Esimerkiksi jos palveluntarjoajien kaikki kapasiteetti on käytössä, niin veronalennus tuskin välittyy hintaan. Jos hinta kuitenkin tässä tilanteessa laskee, suurikaan kysynnän muutos ei lisää tuotantoa. Jos markkinoilla on käyttämätöntä tuotantokapasiteettia, tuotantoa voidaan lisätä entisellä henkilöstöllä. Edellä mainituissa tapauksissa ei synny työllisyysvaikutuksia. (Parkkola 2006.)

Työllisyyden kasvun oletetaan tapahtuvan yksinkertaisen kaavan mukaisesti, jossa palveluiden hinnat laskevat ja tällöin kysyntä kasvaa. Väistämättä tällöin on edessä palvelualoilla lisääntyvän työvoiman tarve. Ketju on kuitenkin käytännössä pitkä ja vaatii jokaisen vaiheen onnistumista. Verokantojen alennus tulee viedä hintoihin. Yrittäjät eivät saa käyttää yleisen ja alennetun verokannan erotusta voittojensa kasvattamiseen. Hintojen alentaminen tulee olla riittävän suurta, että kysyntä todella kasvaa. Kysynnän kasvun tulee olla niin suurta, etteivät työntekijät pysty vastaamaan siihen pelkästään työtehoa kasvattamalla. Viimeiseksi työnantajien tulee kysyntään vastataksaan todella palkata uusia työntekijöitä eikä esimerkiksi hankkimalla uusia tuotantovälineitä työtehoa tehostaakseen. (Mannio 2005).

Harmaalla taloudella tarkoitetaan tavaroiden ja palveluiden kauppaa ilman kuuttia sekä lakisääteisten verojen ja muiden velvoitteiden hoitamatta jättämistä. Harmaan talouden yritykset voidaan jakaa kahteen ryhmään: yrityksiin, jotka toimivat vain osaksi harmaan talouden puolella sekä niihin yrityksiin, jotka toimivat kokonaan harmaan talouden puolella. Alennetun verokannan kokeiluun tavoitteena on korottaa kynnyistä yrittäjälle siirtämiseen osaksi-kaan toimintaa harmaan talouden puolelle. Toisena tavoitteena pyritään karsimaan virallisen

talouden ulkopuolella toimimisen taloudellisia kannustimia ja saamaan toimijat lailliselle puolelle. (Mannio 2005).

3.2 Kokeilun laajuus

Ajallisesti kokeilun oli tarkoitus kestää vain kaksi vuotta 2000-luvun alussa. Mutta nyt sitä on jatkettu useamman kerran ja nykyisellään se on voimassa vuoden 2010 loppuun. Alueellisesti kokeilu koski kaikkia EU:n jäsenmaita. Pohjoismaat, Saksa, Itävalta ja Irlanti eivät lähteneet alussa kokeiluun mukaan. Suomi oli juuri muutamaa vuotta aikaisemmin ottanut käyttöön laajapohjaisen arvonlisäverojärjestelmän, joka oli ristiriidassa yleisestä arvonlisäverokannasta poikkeamisen kanssa. Lisäksi vuonna 1997 otettiin käyttöön uusi kotitaloustyön tukikokeilun ns. kotitalousvähennys, joka kattoi osaksi samat palvelut kuin ehdotus. (Mannio 2005).

Viimeisin kokeilua koskeva muutos on ECOFIN-neuvoston pääseminen 10.3.2009 poliittiseen sopimukseen alennetuista verokannoista. Sopimuksen mukaan työvaltaisia palveluja koskeva kokeilu muuttuu pysyväksi ja lisäksi soveltamisalaa laajennetaan koskemaan mm. ravintola- ja ateriapalveluja. Säädös tulee muodollisesti hyväksyttäväksi neuvostossa keväällä. Suomessa hallitus toimii hallitusohjelman mukaisesti siten, että ravintoloiden ja henkilöstöruokailun verokantaa voidaan alentaa elintarvikkeiden. Elintarvikkeiden veron alennus toteutettiin jo lokakuussa 2009. Parturi-kampaamojen kannalta saavutettu ratkaisu mahdollistaa käytännön jatkumisen, mutta viime kädessä tämä riippuu kansallisesta valinnasta ja kokeilun tuloksista. (Juusela & Parkkola 2009, 143 – 146.)

3.3 Komission arviointitulokset

Komission kesäkuussa 2003 antamassa kokeilua koskevassa kertomuksessa arvioitiin toimenpidettä erityisesti työpaikkojen syntymisen ja tehokkuuden suhteen. Komission mukaan kokeilu ei ole osoittanut, että verokannan alentaminen olisi vaikuttanut työllisyyttä edistävästi tai harmaata taloutta vähentävästi. Eräät kokeiluun osallistuneet jäsenvaltiot ovat omissa selvityksissään päätyneet erilaisiin johtopäätöksiin kuin komissio. (Parkkola 2006.)

Kokeilun väliraportin mukaan hintojen alentuminen ei siirtynyt hintoihin mm. siitä syystä, että yrittäjät halusivat välttää riskejä. He eivät uskoneet hinnan alentamisen kasvattavan

kysyntää riittävästi tai ainakaan pysyvästi, koska onhan kyse vain kokeilusta. Raportin mukaan esimerkiksi Luxemburgissa 40 prosenttia kampaamoista ja partureista sekä 80 prosenttia jalkinekorjaamoista eivät siirtäneet alv:n alennusta hintoihin. (Mäkinen 2006, 38.)

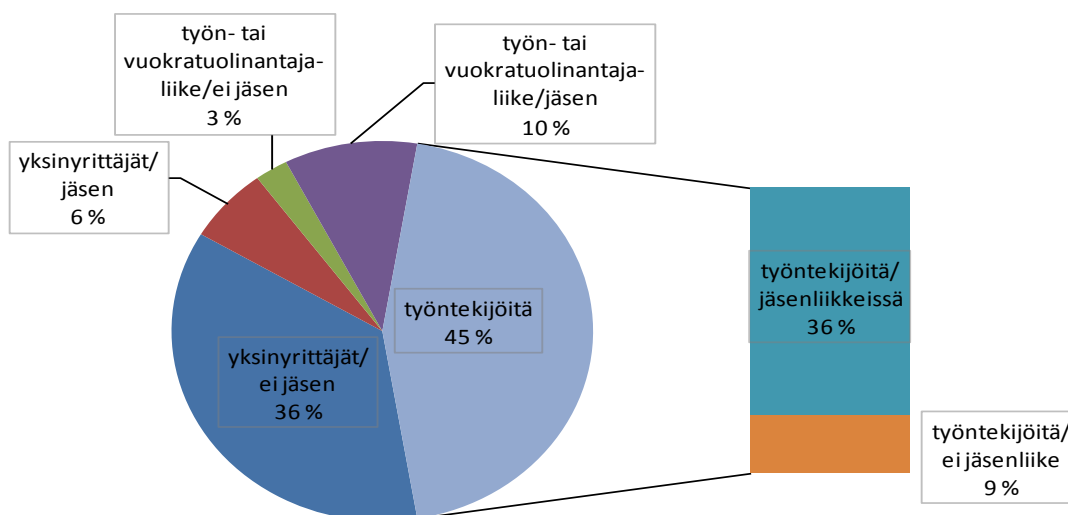
Hallituksen esityksessä vuodelta 2006 mainitaan, että parturi- ja kampaamoalalla kysynnän hintajousto on alempi kuin muilla palvelualoilla, joten teoreettisesti verotuen pitäisi alentaa hintoja ja kuluttajien pitäisi hyötyä veron alennuksesta. Toisaalta komission raportissa 309 kerrotaan, että jotkut välittömästi alv:n alennuksen hintoihin siirtäneet alat nostivat myöhemmin hintojaan inflaatiota enemmän. Alennus hillitsi näin vain tilapäisesti hinnannousua. (Mäkinen 2006, 38 – 39.)

4 PARTURI-KAMPAAMOT JA ALENNUSKOKEILU

Parturi-kampaamoalalla toimivien liikkeenharjoittajien määrä on Suomessa noin 10 000. Parturi-kampaajat toimivat joko toisen palveluksessa, itsenäisinä ammatinharjoittajina, tuoli-vuokralla tai yrittäjinä. Alan kokonaismarkkinoiden arvosta on olemassa toisistaan jonkin verran poikkeavia arvioita. Tilastokeskuksen vuoden 2001 – 2002 kuluttajatutkimuksen perusteella parturi-kampaamomarkkinoiden kokonaisarvo oli noin 430 miljoonaa euroa, Hiusyrittäjien Kilpailuvirastolle toimittaman Tilastokeskuksen liikevaihtoa kuvaavan tilaston mukaan alan liikevaihto oli vuonna 2001 noin 280 miljoonaa euroa. Harmaaksi talouden osuudeksi etujärjestö on arvioinut 20 prosenttia, joten tuolloin kokonaisliikevaihdoksi tulisi 340 miljoonaa euroa. Tilastokeskuksen vuoden 2005 alan liikevaihto arvioitiin 360 miljoonaksi euroksi. (Kilpailuvirasto 2007.)

Hiusalalla yrittäjyydestä käytetään monia nimityksiä, jotka ovat syntyneet eri vuosina. Tuoli-vuokralainen on nimitys tilanteesta, jossa toiminimiyrittäjä maksaa kiinteää vuokrasummaa toimipisteen parturi-kampaamolle. Sopimusyrittäjyyteen on kehitetty erilaisia sopimus pohjia, jotka perustuvat esimerkiksi kiinteään vuokraan, prosentuaaliseen vuokraan tai provisiovuokraan. Franchising-yrittäjyyttä pidetään tulevaisuuden mallina, johon koko alan yrittäjyys on suuntautumassa. Franchising-mallissa kaikki mainontaa ja liikkeen ulkoasua myöten ovat tarkoin määritellyt sopimuksissa. Voidaan ajatella, että nämä kaikki kolme nimitystä tarkoittavat samaa asiaa, mutta ovat eri aikakausien ilmentymiä. (Nieminen 2007.)

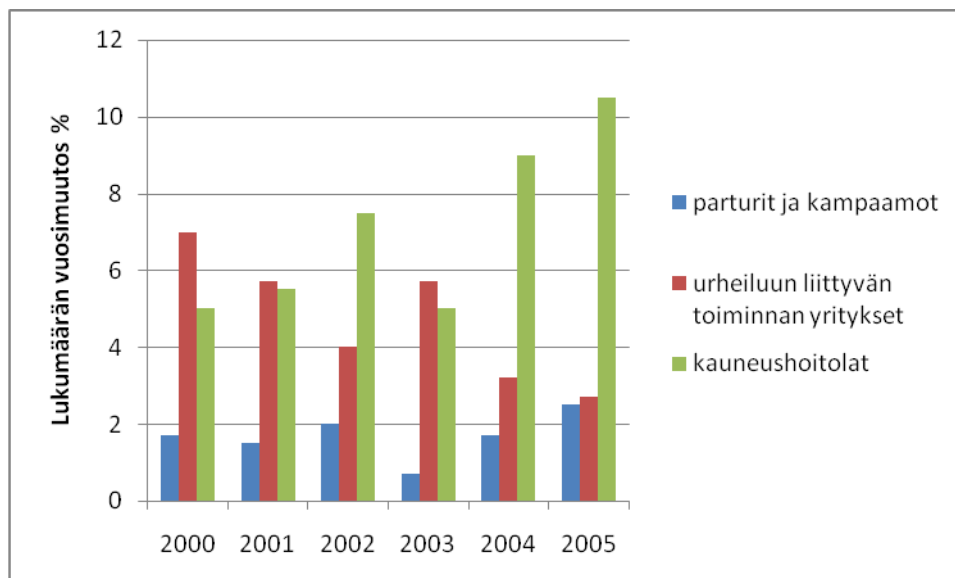
Hiusyrittäjät ry jatkaa vuonna 1917 perustetun Suomen Kähertäjäliiton toimintaa valvomalla jäsentensä ja jäsenyhdistystensä jäsenten yhteisiä ammatillisia ja yhteiskunnallisia etuja. Hiusyrittäjät ry vastaa yhteyksien hoitamisesta valtiovaltaan ja viranomaisiin. Se edustaa alan yritysten etuja työmarkkina-asioissa ja pyrkii turvaamaan yritysten toimintaedellytykset. Lisäksi se huolehtii kilpailu-, tiedotus- ja julkaisutoiminnasta sekä alan yritystoimintaan liittyvästä koulutuksista ja kehittämisestä. (Kilpailuvirasto 2007.)



Kuva 3. Parturi-kamppaajien järjestäytyminen. (Hiusyrittäjät 2003.)

Parturit ja kamppaajat ovat harvoja jäljellä olevia käsityöammattilaisia ja ala on Suomen yrittäjävältaisimpia, koska suurin osa toimii itsenäisenä yrittäjänä tai sopimuksen perusteella toisen liikkeessä yrittäjänä. Valtakunnalliseen keskusjärjestöön ja työnantajajärjestöön Hiusyrittäjiin kuuluu 80 prosenttia hiusalan työnantajista ja 15 prosenttia yksinyrittäjäliikkeistä. Työntekijät, joita on keskimäärin 3,5 henkilöä liikkeessä, ovat järjestäytyneet kaupan ja palvelualojen työntekijäjärjestöihin, kuten PAM:iin. Ala on 96-prosenttisesti naisvaltainen ja vasta viime vuosina alan koulutuksessa on kiinnitetty huomiota taloushallinnon taitoihin. (Hiusyrittäjät 2003.)

Hyvinvointipalveluyritysten määrä on kasvanut koko 2000-luvun. Erityisesti kauneudenhoitoalan yrityksiä oli vuonna 2005 enemmän kuin vuosituhaten alussa. Parturi-kamppaamoala ei ole pystynyt vastaavanlaiseen kasvuun, koska sen palveluverkosto on ollut jopa kansainvälisesti verraten kattava. Parturi-kamppaamoja on nykyisellään lähes seitsemänkertainen määrä verrattuna kauneusalan yrityksiin. Hyvinvointipalveluita tarjoavat yritykset ovat pieniä, keskimäärin yhden työntekijän työllistäviä yrityksiä ja näin ollen niiden työllistävä vaikutus on pieni. (Tilastokeskus 2007 a.)



Kuva 4. Hyvinvointialan yritysten muutokset. (Tilastokeskus 2007 a.)

Vuodesta 1994 lukien yksityisissä henkilöpalveluissa, kuten parturi-kampaamoissa, korkea arvonlisäverotus on merkinnyt lisäkustannusta. Verotuksessa vähennyskelpoiset välituoteostot ovat olleet vähäisiä. Lisäkustannusta ei voinut siirtää kokonaan vähennysoikeuden ulkopuolelle jääville kotitalouksille, mikä on lisännyt harmaata taloutta toimialalla. Ankaran verotus on vaikuttanut osaltaan piilotalouden kasvuun, mutta alhainen verotuskaan ei yksin takaa pimeän työnteon poistumista. Sitä osoittaa piilotalouden laajuus matalan veroasteen maissa. Piilotalous ei myöskään ole vain lamailmiö. Osa piilotalouden taustatekijöistä löytyy myös yhteiskunnan moraalisisista ja eettisistä arvoista. Työvoimavaltaisissa pienyrityksissä, joissa työnantajilta perittävät verot ja maksut ovat palkkasidonnaisia, esiintyy suhteellisesti eniten piilotaloutta. Ammatinharjoittajille ja pienyrityksille yritysmuotoinen toiminta antaa lukuisia mahdollisuuksia liiketoimien järjestämiseen:

- osa tuloista jätetään kirjaamatta tilinpitoon
- työllistämistuen väärinkäytökset
- valelomaautukset
- luontoisetujen väärinkäytökset
- veronkierto varten perustetut osakeyhtiöt, peitellyt osingonjaot
- vastikkeettomat palkanmaksut esim. perheenjäsenille
- perusteettomat päivärahat ja kulukorvaukset
- käyttöomaisuuden yksityisotot kirjanpidon ulkopuolelta

Varsinaisen veronkierron ja muodollisesti laillisen verojen ja sosiaaliturvamaksujen välttämisen erottaminen toisistaan on monissa tapauksissa vaikeaa. (Lith 1997.)

4.1 Kokeilun vaikutukset toimialaan

Kun arvonlisäverojärjestelmä otettiin käyttöön 1.6.1994, parturi-kampaamo-palvelut tulivat palvelusektorin elinkeinonharjoittajina uusiksi kulutusverovelvolliseksi. Monikaan yrityksistä tai yrittäjistä ei ollut varautunut arvonlisäveroon ja sopeutuminen uuteen tilanteeseen kesti vuosia. Osa yrittäjistä tiedosti tilanteen ja teki verosuunnittelua, jonka jälkeen oli tärkeää keskittyä kuluttajakäyttäytymisen ennakointiin. Selvää on kuitenkin, että alv on vaikuttanut heikentävästi useiden parturi-kampaamoiden toimintaedellytyksiin. (Nissinen 1998, 47.)

Ennen alennuskokeilun ottamista käyttöön 22.3.2006 Suomen Hiusyrittäjät ry:n toiminnanjohtaja Arja Laurila totesi Taloussanomissa, että vain harvat siirsivät 22 prosentin arvonlisäveron suoraan hintoihin. Arvonlisäverotus muutti alan työllistämistä täysin, koska vakituksia työsuhteita ei enää syntynyt, vaan tilanne tulivat erilaiset vuokratyösuhteet ja nuoret joutuivat siirtymään suoraan koulun penkiltä yrittäjiksi. Harmaan talouden osuudeksi alalla Laurila arveli olevan 20 prosenttia. Tulevat työehtosopimukset ja muut kustannusmuutokset ratkaisevat kuluttajahintojen tason yrityksissä. Etujärjestö kieltää kuitenkin ohjeistavansa jäsenistöään yksityiskohtaisessa hinnoittelussaan. (Pitkänen 2006.)

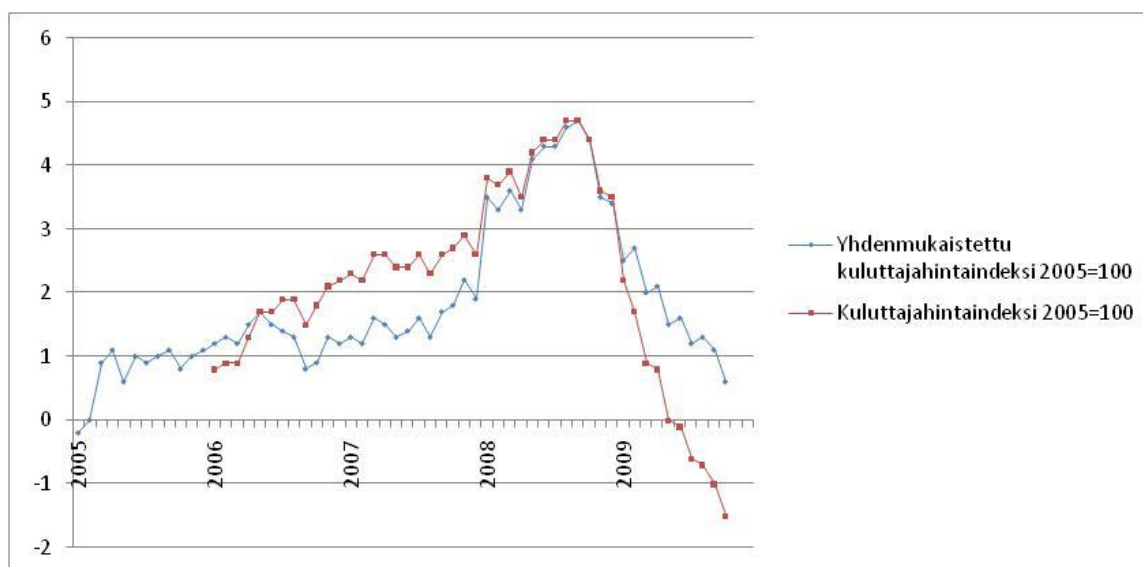
Taantumien vaikutus ei kampaamoissa näy, koska asiakkaat haluavat pienillä asioilla hemmotella itseään. Asiakkaat vain harventavat käyntejään. Kampaamoissa kiire jatkuu ja työllisyystilanne on hyvä. Alalla suhtaudutaan kuitenkin hyvin varovaisesti uusien työntekijöiden palkkaamiseen siitäkin huolimatta, että kampaamoja on suurimmissa kasvukeskuksissa vaivannut työvoimapula. (STT 2009.)

4.2 Vaikutukset kuluttajahintoihin

Tarkastellessa yleisiä markkinahintoja eri vuosina voidaan hintatason muutoksia seurata hintaindeksistä. **Kiinteähintainen eli reaalin indeksi** mittaa ns. markkinainflaatiota eli hintojen muutosta, joka johtuu muista syistä kuin hyödykeverojen muutoksista. **Kiinteäveroisessa yhdenmukaistetussa kuluttajahintaindeksissä** on poistettu arvonlisäverojen ja

muiden hyödykeverojen muutosten vaikutus inflaatioon pitämällä verot kiinteinä indeksin perusajankohtaan nähden. Veronmuutosten hintavaikutus saadaan vertaamalla yhdenmukaistetun kuluttajahintaindeksin ja kiinteäveroisen indeksin kehitystä. (Pekkarinen & Sutela 2002, 176 - 177.)

Kuluttajahintaindeksi puolestaan kuvaa Suomessa asuvien kotitalouksien Suomesta ostamien tavaroiden ja palveluiden hintakehitystä. Kuluttajahintaindeksi lasketaan menetelmällä, jossa eri hyödykkeiden hinnat painotetaan yhteen niiden kulutusosuuksilla. Kuluttajahintaindeksiä käytetään yleisenä inflaation mittarina. Määrävuosin uudistettavat kuluttajahintaindeksit sopivat lyhyen aikavälin tarkasteluihin. (Tilastokeskus 2009 c.)



Kuva 5. Kuluttajahintaindeksin ja yhdenmukaistetun kuluttajahintaindeksin vuosimuutokset 2005 – 2009. (Tilastokeskus 2009 b.)

Vuosimuutosta tapahtui syyskuusta 2008 syyskuuhun 2009:

- yhdenmukaistetulla kuluttajahintaindeksillä 1,1 %
- kiinteäveroisella kuluttajahintaindeksillä 0,9 %

Hinnat kohosivat kulutusverojen muutosten takia 0,2 prosenttia ja muista syistä 0,9 prosenttia. Kuukausimuutos oli syyskuussa 2009 0,3 prosenttia molemmissa. Kulutusveromuutoksia ei silloin tehty. Vuodesta 2006 yleinen inflaatiokehitys oli voimakasta, mutta verotuksen vaikutus kuluttajahintoihin tasaantui vuoden 2008 puolella. (Tilastokeskus 2009 c.)

Hiusyrittäjien toiminnanjohtaja Arja Laurila toteaa Kuluttaja-lehdessä, että niissä yrityksissä, joissa palvelut on hinnoiteltu koko ajan oikein ja jotka ovat seuranneet kustannusten nousua,

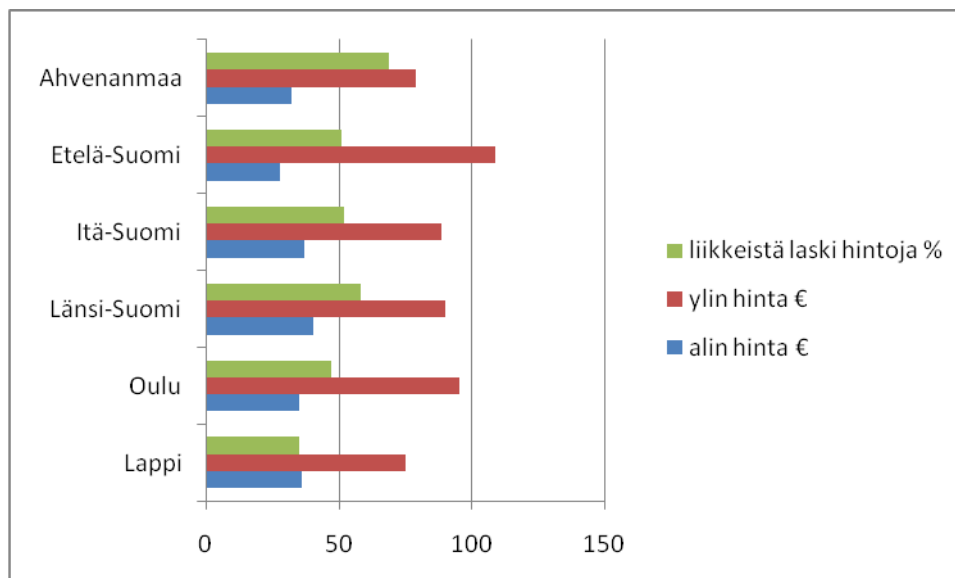
veronalennus on tullut sellaisenaan asiakkaan hyväksi. Hänen mukaansa alalla on yrittäjiä, jotka eivät osaa laskea kustannuksia, vaan seuraavat muiden toimintaa ja käyttävät kilpailukeinonaan ainoastaan hinnoittelua. Lisäksi Laurila katsoo, että tukkukauppa käytti veronalennusta hyväkseen ja nostivat tuotteidensa hintoja reilusti vuodenvaihteessa 2006 – 2007. Samaan aikaan monien liikehuoneistojen vuokria nostettiin. (Ruhanen 2007, 30.)

Kuluttaja-lehden esitellyn Kuluttajaviraston selvityksen tehneelle tarkastajalle Seija Koljoselle oli yllätys, että kampaamoyritykset tarjoavat palvelupaketteja eivätkä yksittäisiä tuotteita. Vertailua oli vaikeaa tehdä, koska yrittäjien antamat tiedot palvelupaketeista vaihtelivat ja yksittäisten palveluiden hintaa ei saatu selville. Koljonen kehottaakin kuluttajia tekemään kampaajalle selväksi, mitä haluaa hiuksilleen tehtävän ja ottamaan hinnasta etukäteen selvää. (Ruhanen 2007, 31.)

Helsingin Sanomat uutisoi, että kampaamohinnat ovat nousseet jo yli veronalennusta edeltäneen tason. Hiusyrittäjien toiminnanjohtaja Arja Laurila toteaa hintojen nousun johtuneen alalla jo aiemmin vallinneiden korotuspaineiden vuoksi, koska vuokrat, sähkö, palkat ja ennen kaikkea värjäyksien ainekustannukset ovat nousseet. Lisäksi peruskustannusten lisäksi asiakkaat vaativat kampaamoilta lisäpalveluita kuten erikoiskahveja, lehtiä ja hyvää musiikkia. (Ruoranen 2008.)

4.3 Lääninhallitusten ja Kuluttajaviraston hintavertailu

Lääninhallitukset keräsivät Kuluttajaviraston toimeksiannosta parturi- ja kampaamopalveluiden hintoja pääosin kirjekyselynä marraskuussa 2006. Kohteena olivat samat 427 liikettä, 18 eri paikkakuntaa ja toimenpiteet uudelleen maaliskuussa 2007. Tutkittavia hintatietoja oli koko maassa 16 134 kappaletta erilaisista palveluista. Mukana oli 36 kampaamo, 51 parturia, 306 parturi-kampaamo ja 34 parturi-kampaamo-kauneushoitola. Länsi-Suomen läänistä mukana oli 95 liikettä Jyväskylästä, Porista, Tampereelta, Turusta ja Vaasasta. Hintatietoja kysyttiin yhteensä 55 toimenpiteestä ja hinnat sisälsivät arvonlisäveron ja hoito-, muotoilu- ja viimeistelyaineet. (Kuluttajavirasto 2007; Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 3.)



Kuva 6. Hintavertailu koko Suomessa palvelusta kevytväri, leikkaus, pesu ja fööni. (Ruhanen 2007, 31.)

Arvonlisäveron alennuksen toivottiin näkyvän jopa 11,5 prosenttia edullisimpina parturikampaamo -hintoina. Alennettua verokantaa sovelletaan kaikkiin hiusten ja parran käsittelyyn liittyviin palveluihin, kuten leikkaamiseen, pesuun, kuivaamiseen, muotoiluun, värjäykseen, permanenttiin ja hiusten pidennyksiin. Hiusten ja parran käsittelyn yhteydessä käytetyistä pesu- ja hoitoaineista ei veloiteta erikseen arvonlisäveroa. Parturi-kampaamoissa myytäviin tuotteisiin sen sijaan sovelletaan 22 prosentin verokantaa. Samoin on tilanne kosmetologipalveluiden kohdalla, vaikka näitä tarjoaisi parturi- ja kampaamoalan yritys. (Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 1 - 2.)

Kuluttajaviraston taulukoista voi havaita, että valtakunnallisesti noin puolet yrityksistä oli laskenut hintojaan. Samoin on havaittavissa suuria eroja hintojen alennuksissa. Kuluttajan hintavertailua vaikeuttaa se, että yksittäisen palvelun hintaa voi olla vaikeaa saada. Osa liikkeistä käyttää kiinteitä hintoja ja osa taas hintahaarukoita. (Kuluttajavirasto 2007.)

4.4 Länsi-Suomen lääninhallituksen tulokset ja vertailu

Länsi-Suomessa hinnat laskivat vuoden aikana keskimäärin 3,9 prosentteja. Eniten hinnat alenivat Porissa 5,6 prosenttia ja vähiten Tampereella 2,8 prosenttia. Tutkimuksessa tutkittiin myös hintamerkintäasetuksen noudattamista, joka velvoittaa palvelun tuottajan ilmoittamaan

hinnat selkeästi liikkeen sisällä hinnastoissa ja mahdollisuuksien mukaan myös liikkeen ulkopuolella. Tutkittavasta 95 liikkeestä vain kuudessa (6,3 %) oli puutteita hintamerkinnoissä sisällä. Näyteikkunoista hintatietoja puuttui 16 (17 %) liikkeestä. (Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 2.)

Taulukko 3. Hintojen muutokset kaupungeittain. (Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 2.)

	Jyväskylä	Pori	Tampere	Turku	Vaasa	Yhteensä
Liikkeitä kpl	21	12	24	21	17	95
Hinnat pysyneet samoina liikkeitä kpl	9	4	11	7	6	37
Hintoja yhteensä kpl	911	438	861	810	713	3733
Keskimääräinen hinnanlasku %	-3,0	-5,6	-2,8	-5,0	-4,4	-3,9

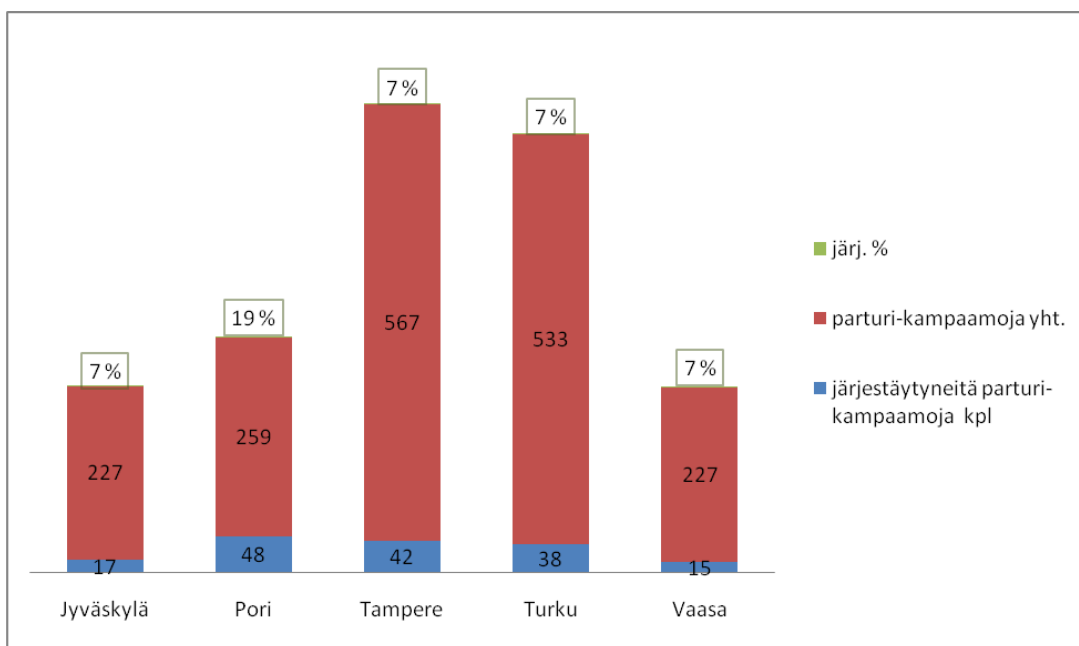
Läänikohtaisessa vertailussa Länsi-Suomen keskiarvo on korkeimpia yhdessä Etelä-Suomen ja Ahvenanmaan läänien kanssa. Koko maan keskiarvo on -2,98 prosenttia. Hintakeräilyyn oli valittu erikokoisia liikkeitä. Yli puolta liikkeistä pyöritettiin 1 – 2 hengen voimin. Joka kolmannessa liikkeessä oli 3 – 5 henkilöä ja vain 12 liikkeessä oli henkilökuntaa 6 – 17 henkilöä. Hintojen alennukset näyttävät olevan suoraan verrannolliset henkilökunnan määrään. (Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 1 - 2.) Läänikohtaisia vertailutietoja henkilökunnasta ei ole saatavilla.

Taulukko 4. Henkilökunnan määrä suhteessa hintojen laskuun. (Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 2.)

Henkilökuntaa	Hintojen lasku %
1	-2,24
2 - 5	-4,1
yli 5	-5,92

Järjestäytyminen

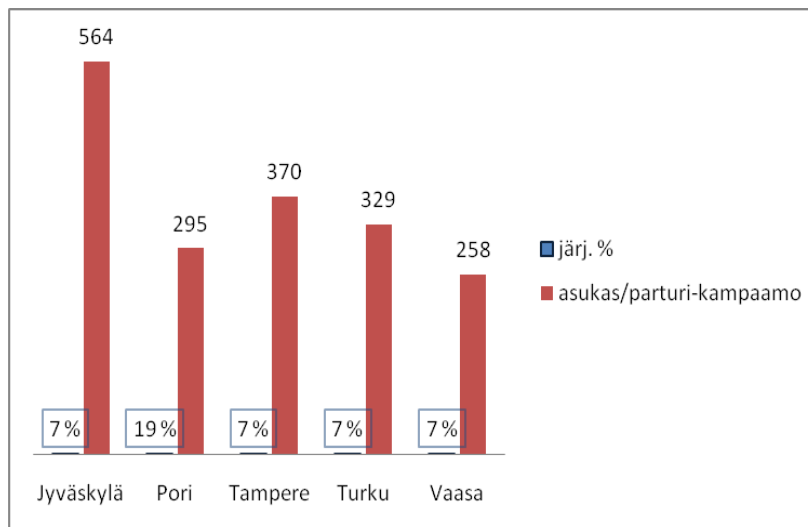
Vertailtaessa järjestäytymistä yksittäisten palveluhintojen suhteen Länsi-Suomen viidessä kaupungissa hyödynnettiin Hiusyrittäjien kotisivujen jäsenyrityksen hakupalvelua, poimittiin asukaslukutietoja Väestörekisterikeskuksen Internet-sivuilta sekä parturi-kampaamoiden määriä haettiin Fonecta Oy:n Inoa-yritystietopalvelusta. Kaupunkikohtaiset tiedot koskevat päätoimialanaan parturi-kampaamoja pitäviä yrittäjiä tai yrityksiä.



Kuva 7. Hiusyrittäjien jäsenliikkeet kaupungeittain. (Fonecta 2009; Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 7 – 9; Hiusyrittäjät 2009; Väestörekisterikeskus 2009;.)

Järjestäytymisessä on huomattavia paikkakuntaeroja, kuten Porin kohdalla on nähtävissä. Yleinen järjestäytymisaste näyttää kuitenkin asettuvan alle 10 prosentin. Rovaniemellä jäsenliikkeitä on vain alle kaksi prosentti ja Kajaanisssa alle 5 prosenttia kaikista alan liikkeistä.

Asiakasmäärät

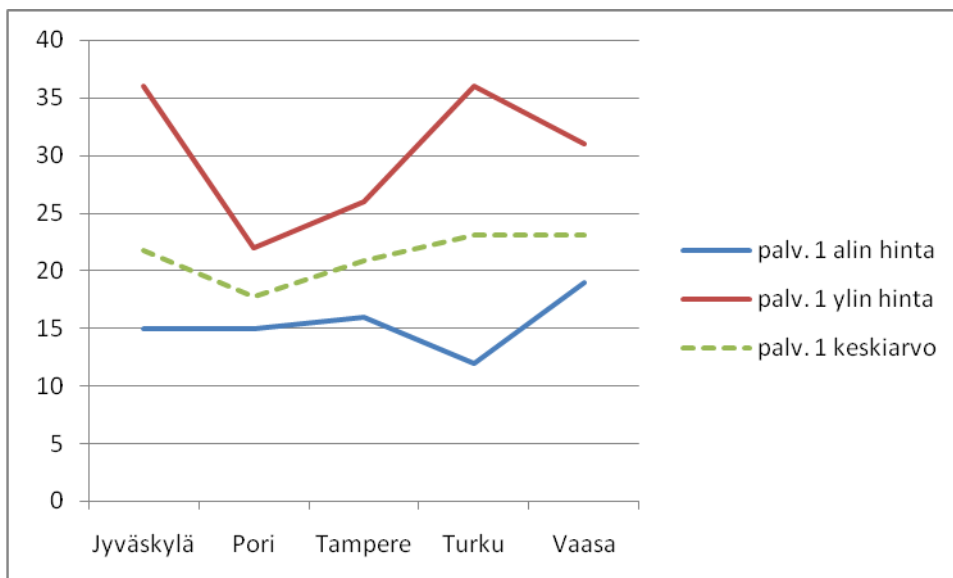


Kuva 8. Asukkaita parturi-kampaamoja kohden. (Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 7 – 9; Väestörekisterikeskus 2009; Hiusyrittäjät 2009.)

Keskimäärin parturi-kampaamoja kohden on Länsi-Suomen kaupungissa noin 363 asukasta. Lukua voidaan pitää suuntaa antava vertaillessa paikallisia kilpailutilanteita ja hintatasoja. Rovaniemellä asukkaita 390 kappaletta parturi-kampaamoja kohden ja Kajaanissa luku on vastaavasti 476 asukasta. Vaihtelut ovat suuria ja onkin syytä olettaa, että paikallisia eroja niin kysynnässä kuin tarjonnassa on huomattavasti.

Hintavertailu

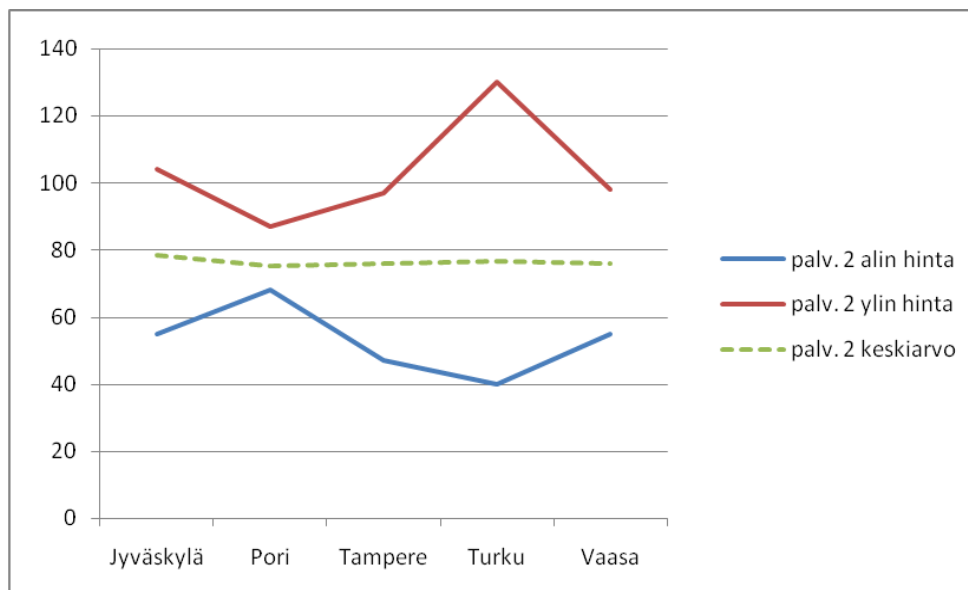
Vertailupalveluiksi valittiin kaksi erilaista palvelupakettia ja tutkia niiden mahdollisia samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia. **Peruspalvelu 1** oli parturihinta, joka sisältää hiusten leikkauksen ja kuivatuksen entisen mallin pohjalta. Valintaperusteena oli etsiä usein tehtävä peruspalvelu, johon sisältyy vain vähän tarvikekustannuksia.



Kuva 9. Kaupunkikohtaiset hintavertailut 1. (Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 7 – 9.)

Hintavaihtelut eivät ole kyseisen hiusten leikkuun kohdalla suuria ja keskiarvohinta pysyttelee melko lailla samalla tasolla. Suurimmat kaupunkikohtaiset hintaerot selittyvät osittain Kuluttajaviraston havaitsemilla paketti- ja yksikköhinnoittelun vertailun vaikeudella. Porissa, jossa järjestäytyminen on suurta (19 %) ja toisaalta parturi-kampaamoja on keskimääräistä vähemmän, hinnoittelu on alhaisinta ja tasaisinta. Jyväskylässä, jossa on paljon keskimääräistä enemmän asukkaita (564 kpl) liikettä kohden, näkyy puolestaan hinnoittelun laajuus.

Palvelupaketti 2 oli lyhyiden hiusten värjäys usealla värillä palvelun sisältäessä pesun, leikkauksen ja kuivauksen hiusten kuivaajalla. Valintaperusteena oli hakea palvelupakettia, joka voi sisältää erilaisia koostumuksia, laatueroja sekä runsaasti ainekustannuksia.



Kuva 10. Kaupunkikohtaiset hintavertailut 2. (Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 7 – 9.)

Palvelupaketti 2:n vertailu kuvastaa hinnoittelun tasaisuutta valtakunnallisesti huolimatta liikkeen sijainnista tai järjestäytymisestä. Hintavertailun vaikeus korostuu palvelupaketin sisällön laajentuessa. Turussa sama palvelu maksoi 40 – 130 euroon ja Jyväskylässä vastaavasti 55 – 105 euroon keskihinnan ollessa hieman alle 80 euroa. (Kuluttajavirasto 2007; Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 5 - 9.)

Tarkastellessa samojen palveluiden prosentuaalista hinnan muutosta Länsi-Suomen viidessä kaupungissa ne muuttuivat 2006 – 2007 välisenä aikana hieman enemmän kuin Suomessa yleensä. Ensimmäisen vertailupalvelupaketin kohdalla hintamuutos oli -4,08 prosenttia, kun se koko maassa oli vain -3,63 prosenttia. Vastaavat luvut toisen palvelupaketin kohdalla olivat -3,82 prosenttia ja koko maassa -2,9 prosenttia. Tulokset ovat samansuuntaisia kuin vastaavissa muissa edellä mainituissa läänikohtaisissa vertailuissa, joissa Länsi-Suomessa sijaitsevien yritysten hinnan alennukset olivat Etelä-Suomen ja Ahvenanmaan läänin yritysten kanssa suurimpia.

Parturi-kampaamopalvelut ovat tyypillisiä paikallisia tuotteita ja niissä voi olla huomattavia eroja. Asiakasmäärät, kysyntä ja palveluiden tarjonta vaihtelevat todennäköisesti jonkin verran jatkuvasti. Kajaanissa ja muuallakin Pohjois-Suomessa asukkaita parturi-kampaamo kohden näyttää olevan enemmän kuin etelämpänä. Tämä ei kuitenkaan tarkoita kysynnän olevan suurempaa, koska kuluttajien käytettävissä olevat tulot voivat olla myös pienemmät.

Hinnoittelussa on havaittavissa kautta Suomen samankaltaisuutta, vaikka järjestäytyminen vähenee selkeästi pohjoiseen päin mentäessä. Syynä voi olla se, että pienet ammatinharjoittajat eivät koe saavansa lisäarvoa etujärjestönsä jäsenyydestä. Tietoa hinnoista saa muutenkin, koska hintamerkinnot ovat julkisia ja kaikkien tiedossa. Etujärjestön muut tukipalvelut eivät riitä kattamaan jäsenmaksun rasiitetta, joten järjestäytyminen jää selvästi alle valtakunnallisen keskiarvon.

5 KAJAANILAISET PARTURI-KAMPAAMOYRITTÄJÄT JA ARVONLISÄVEROTUS

Arvonlisäveron alennuskokeilun kokemuksia kartoitettiin haastattelemalla kajaanilaisia parturi-kampaamoyrittäjiä. Fonecta Oy:n tietojen mukaan kaupungissa 80 yritystä tai yrittäjää, joilla on päätoimialanaan parturi-kampaamoala. Kajaanissa oli vuonna 2008 Väestörekisterin mukaan 38 089 asukasta. Parturi-kampaamoalalla on ollut vahva asema pienessä kainuulaisessa kaupungissa, koska alan peruskoulutusta on järjestetty paikkakunnalla. Nykyisin perustutkinnon koulutuksesta vastaa Kainuun ammattiopisto. (Fonecta 2009; Väestörekisterikeskus 2009.)

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä tässä opinnäytetyössä on laadullinen tutkimus. Tiedonhankinnan strategiana on fenomenografia. Tutkimusaineiston hankinnan metodina on puolistrukturoitu teemahaastattelu ja tulosten sisältöanalysointi tapahtuu teoriasidonnaisella aineistoanalyysillä. Tutkimusmenetelmiin päädyttiin siksi, että tutkimuksessa tarkastellaan arvonlisäveron alennuskokeilun vaikutuksia parturi-kampaamoihin. Tällöin parturi-kampaamoyrittäjien käsitykset ja mielikuvat ovat olennaisia. Aiheesta ei ole aiempaa tietoa ja se voi olla arkakin, joten fenomenografinen haastattelu tuntuu oikealta ja loogiselta ratkaisulta.

Laadullisessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistosta ei tehdä päätelmiä yleistettävyyttä ajatellen. Tavoitteena on kuitenkin ajatus, että yksityisessä toistuu yleinen. Tutkimalla yksityistä tapausta kyllin tarkasti saadaan näkyviin myös se, mikä ilmiössä on merkittävää ja mikä toistuu usein tarkasteltaessa ilmiötä yleisemmällä tasolla. Aineiston keruussa voidaan puhua aineiston kyllästymisestä eli saturaatiosta. Haastatteluja aloitettaessa ei päätetä etukäteen, kuinka monta tapausta tutkitaan. Sen sijaan haastatteluja jatketaan niin kauan kuin niistä saadaan uutta tietoa tutkimusongelman kannalta. Tämä voi olla ajattelutapana ongelmallinen erityisesti tehtäessä ratkaisua tutkimuksen päättämisestä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on pyrittävä muistamaan tapausten ainutlaatuisuus ja pyrkimys tutkimuskohteen ymmärrykseen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 181 – 182.)

Tutkimuksessa pyritään välttämään virheiden syntymistä. **Tulosten luotettavuus ja pätevyys** kuitenkin vaihtelevat ja niiden arviointiin on pyritty löytämään erilaisia mittaus- ja

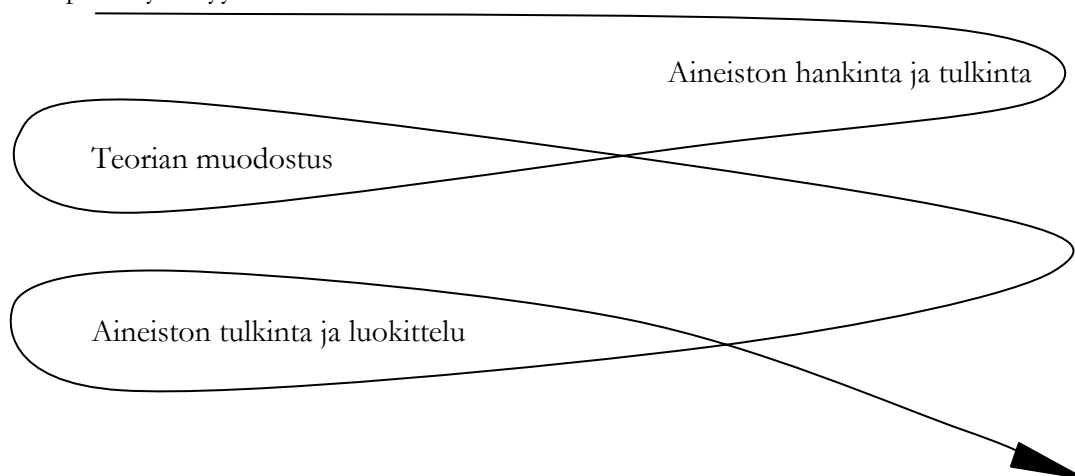
tutkimustapoja. Tutkimuksen *reliabelius* tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Tuloksien ei pitäisi olla sattumanvaraisia, vaan esimerkiksi kahden arvioijan samanlaisia tuloksia voidaan pitää reliabeleina. Tilanne on vastaava, jos samaa henkilöä tutkitaan eri tutkimuseroilla ja tulokset ovat samanlaiset. Tutkimuksen *validius* eli pätevyys tarkoittaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Menetelmät eivät aina vastaa sitä, mitä tutkija kuvittelee tutkivansa. Kyselomakkeen kysymyksiin saadaan vastaukset, mutta vastaajat ovat saattaneet kysymykset aivan toisin kuin tutkija on ajatellut. Jos tutkija kuitenkin käsittelee saatuja tuloksia alkuperäisen oman ajattelumallinsa mukaisesti, ei tuloksia voida pitää tosina ja pätevinä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231 – 232.)

Fenomenografia tarkoittaa ilmiöiden kuvaamista ja siitä kirjoittamista. Tutkimuksessa vertaillaan eri ihmisten erilaisia käsityksiä ympäröivästä maailmasta. Pyrkimyksenä on kuvata, miten yksilö kokee ja hahmottaa käsiteltävän asian omien kokemuksien pohjalta. Käsitys ei ole kuitenkaan mielipide, vaan se on lujempaa tekoa. Käsitys on tietyistä perusteista rakentama kuva jostakin asiasta, joka voi muuttua elämän aikana. Kuitenkin se toimii pohjana jäsenettäessä uutta asiaa uuden tiedon pohjalta. (Syrjälä, Ahonen, Syrjäläinen & Saari 1996, 116 -117.)

Aineiston keruumenetelmänä fenomenografiassa suositaan usein haastattelua, koska se mahdollistaa tiedonkeruuvaiheessa haastateltavan ja haastattelijanvuorovaikutuksen. Haastattelussa voidaan lisäkysymyksin syventää tietoa tutkittavan käsityksistä. Fenomenografisessa tutkimuksessa on aina tärkeää tuoda esille se asiayhteys eli konteksti, johon haastateltavan käsitykset liittyvät. Ajattelun taustana on se, että ihmisten kokemukset ovat aina yhteydessä siihen, missä tilanteessa ja asiayhteydessä ne tapahtuvat. Tutkimusotetta soveltavan tutkijan ei tulisikaan kohdella haastatteluaineiston sisältöä irrallisina ja yksilöllisinä käsityksinä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Fenomenografista tutkimusta kuvataan usein spiraalin avulla, koska tutkimuksen kokoava teoria syntyy varsinaisesti vasta aineistoa käsiteltäessä. Kun tulkinta on paljastanut tutkimushenkilöiden käsitykset asioista avaamalla niiden merkitysisällöt, niin tutkimuksen seuraavassa vaiheessa luokitellaan merkitysisällöt. Luokittelu tekee käsitysten joukon hallittavaksi ja samalla selittää käsitysten erilaisuutta. Teorian tulee antaa puolestaan vaikuttaa aineiston tulkintaan. (Syrjälä, Ahonen, Syrjäläinen & Saari 1996, 125.)

Teoreettinen perehtyneisyys



Kuva 11. Fenomenografisen tutkimuksen spiraali. (Syrjälä, Ahonen, Syrjäläinen & Saari 1996, 125.)

Teemahaastattelu on keskustelunomainen tilanne, jossa käydään läpi ennalta suunniteltuja teemoja. Edellytyksenä on huolellinen aihepiiriin perehtyminen ja haastateltavan tilanteen tunteminen, jotta haastattelu voidaan kohdentaa juuri tiettyihin teemoihin. Sisältö- ja tilanneanalyysi on siis teemahaastattelussa tärkeää. Käsiteltävät teemat valitaan tutkittavaan aiheeseen perehtymisen pohjalta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Puolistrukturoidulle haastattelulle on mietitty teemat, mutta niiden lisäksi on valmisteltu tarkkoja kysymyksiä, jotka kaikki esitetään haastateltaville. Puolistrukturoitu haastattelu sopii tilanteisiin, joissa on päätetty haluttavan tietoa juuri tietyistä asioista, eikä haastateltaville näin ollen haluta tai ole tarpeellista antaa kovin suuria vapauksia haastattelutilanteessa. Teemoihin keskittyntä haastattelua on suhteellisen helppo ruveta analysoimaan teemoittain. Tutkijan ennakoon asettamat teemat eivät välttämättä ole samat kuin teemat, jotka aineistoa analysoimalla osoittautuvat olennaisesti aineiston sisältöä ja tutkimusaihetta jäsentäviksi. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Sisältöanalyysissä aineistoa tarkastellaan eritellen, yhtäläisyyksiä ja eroja etsien sekä tiivistäen. Laadullisen tutkimusaineiston ollessa kyseessä aineisto ensin pirstotaan pieniin osiin, käsitteellistetään ja lopuksi järjestetään uudelleen uudenlaiseksi kokonaisuudeksi. Analyysi voidaan tehdä aineistolähtöisesti, teoriaohjaavasti tai teorialähtöisesti. Edellisten välimaastossa voidaan ajatella olevan teoriasidonnaisen tutkimuksen, jossa aineiston analyysi ei suoraan

perustu teoriaan, mutta kytkennät ovat havaittavissa. *Teoriasidonnaista aineistoanalyysia* voidaan kutsua abduktiiviseksi päättelyksi. Tällöin aineistosta tehdyille löydöksille etsitään tulkintojen tueksi teoriasta selityksiä tai vahvistusta. Toisaalta tällöin voidaan myös tehdä huomioita tutkimuksen vastaamattomuudesta aiempiin tutkimuksiin. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

5.2 Tutkimuksen toteutus

Aineiston hankinnan menetelmäksi valittiin puolistrukturoitu teemahaastattelu, koska alun perin suunnitellulle 3 – 5 haastatettavalle haluttiin asettaa samat teemakysymykset. Tavoite oli saada tietoa heidän työstään ja ammatistaan vaikuttamatta liikaa vastausten laatuun ja muotoon. Tutkimukseen valittujen yhteistiedot saatiin Oulun lääninhallituksen Kuluttajaviraston toimeksiannosta tehdystä hintavertailusta. Haastateltavaksi oli tavoitteena löytää mahdollisimman yhtenäinen ja edustava ryhmä. Valintakriteereinä olivat Hiusyrittäjien jäsenyys, pitkä yrittäjyys ja työnantajana toiminen. Hiusyrittäjät ry:n jäsenyrityksiä kohderyhmästä Kaajanissa oli kuusi, joista kolme toimii samoissa tiloissa. Muut esitiedot saatiin sovittaessa henkilökohtaisesti haastatteluaikoja.

Taustatietona selvitettiin:

- alalla ja yrittäjänä toiminen vuosina
- koulutus
- järjestäytyminen
- toiminnan luonne (yksinyrittäjä, vuokratuoliyrittäjä, vuokratuolinantaja, työnantaja)
- henkilökunnan ja toimipaikkojen määrä

Alkukysymysten tarkoitus oli toimia vertailun työkaluna, jos siihen tulisi tarvetta. Esimerkiksi vastauksien poikkeamia olisi ollut mahdollista selittää työ- tai yrittäjäkokemusten vuosien tai koulutustaustan eroilla. Samalla kirjattiin ylös myös mahdollisimman yhtenäisen haastattelu-ryhmän vaatimukset: Hiusyrittäjien jäsenyys, pitkä yrittäjyyshistoria sekä työnantajana toiminen. Nämä tavoitteet toteutuivat lähes täydellisesti. Ainoastaan yksi haastateltavista ei toiminut työnantajana enää haastatteluhetkellä. Kaikki olivat yksityisiä elinkeinonharjoittajia ja toimineet yrittäjänä 20 – 27 vuotta.

Haastattelut käytiin läpi haastattelulomakkeen (Liite 2) mukaisten aiheiden avulla. Ensimmäisen aiheen tarkoitus oli selvittää yrittäjien kantaa arvonlisäverotukseen ja yleiseen arvonlisäverokantaan. Kysymyksien avulla selvitettiin yrittäjän mielipiteitä arvonlisäverotuksen sekä verotuksen toteuttamisesta. Seuraavan aiheen avulla selvitettiin suhtautuminen alv:n alennuskokeiluun. Kokeilusta oli kokemusta kolmelta vuodelta. Kokemuksia osallistumisesta pyrittiin kartoittamaan niin positiivisia kuin negatiivisia puolia. Kolmas aihe keskittyi selvittämään toista kokeilun tavoitetta, työllistymistä. Tavoitteena oli tuoda esille yrittäjän näkökulmaa kokeilun vaikutuksista työntekijöiden palkkaamiseen. Lisäksi haastattelussa pyrittiin kartoittamaan yleistä työllistymistä ja siihen vaikuttavia asioita. Seuraava aihe pyrki selvittämään hinnoittelua ja syitä hintamuutoksien tekemiseen. Tavoitteena oli selvittää yrittäjän käsityksiä alv:n alennuskokeilun vaikutuksesta hintoihin sekä syitä hintapäätöksiin. Viidennellä aiheella selvitettiin alalle tyypillisiä ongelmia. Harmaan talouden torjunta oli yksi kokeilun tavoitteista. Kysymysten avulla kartoitettiin kokeilun vaikutuksia harmaaseen talouteen ja muihin mahdollisiin alalla ilmeneviin ongelmiin. Seuraava aihe keskittyi tulevaisuuteen. Tavoitteena oli koota uhkia ja mahdollisuuksia yrittäjän ja yrittäjyyden näkökulmasta. Seitsemännen aiheen oli tarkoitus selvittää näkemyksiä alv:n alennuskokeilun loppumisesta. Kokeilun jatkosta ei ollut vielä varmuutta ja edessä olisi paluu yleiseen verokantaan. Kysymyksellä selvitettiin yrittäjän suunnitelmia ja ajatuksia alv:n alennuskokeilun loppumisen jälkeen.

Haastattelut toteutettiin joulukuussa 2009. Haastatteluista sovittiin henkilökohtaisesti yrittäjien liiketiloissa. Samalla heille annettiin saatekirje (Liite 1) yhteistietoineen. Haastattelupaikaksi muodostui poikkeuksetta heidän toimipaikkansa ja heidän ehdottamansa ajankohta. Kaikki kolme haastateltua yrittäjää lähtivät positiivisesti asennoituneina mukaan. Ainoastaan yksi kohderyhmään kuulunut koki haastattelun ylimääräisenä rasitteena, joten häntä ei edes yritetty houkutella mukaan tutkimukseen.

Haastattelumateriaali kerättiin kahdella tavalla. Haastattelut tallennettiin kirjoittamalla vastaukset suoraan haastattelun aikana kannettavalle tietokoneelle. Heti sen jälkeen tekstiä ja huomioita täydennettiin puuttuvilta osilta. Äänitetyissä haastatteluissa käytettiin digitaalista nauhuria, josta äänitiedostot siirrettiin suoraan tietokoneelle. Tässäkin tapauksessa haastettu kirjoitettiin auki tekstinkäsittelyohjelman avulla. Haastatteluihin kului aikaa yhteensä hieman yli kaksi tuntia. Yhteen haastatteluun meni aikaa hieman yli 40 minuuttia. Näiden vaiheiden jälkeen siirryttiin analysoimaan sisältöä aiheyhmittäin.

5.3 Haastattelun tulokset

Tutkimuksessa selvisi, että parturi-kampaamoyrittäjät kokivat liikevaihtoveron ja sitä seuranneen arvonlisäveron kohtuuttomana verorasituksena yritystoiminnalleen. Kulutusveroja ei ollut saatu siirrettyä asiakkaiden maksettaviksi. Osa syynä tähän oli ollut asiakaskunnan läheisyys, jota kuvattiin jopa ystävyytenä. Hintamuutoksia tehdään hyvin varovasti, vaikka siihen olisi tarvettakin.

Ala on kokenut viimeisten viidentoista vuoden aikana muutoksen liikevaihto- ja arvonlisäverotuksen seurauksena. Työpaikat ovat hävinneet ja tilalle ovat tulleet erilaiset sopimusyrittäjyysmallit. Nuoret parturi-kampaajat joutuvat suoraan koulusta yrittäjiksi. Koulutusjärjestelmää on uudistettu suuntautuen yrittäjyyteen, mutta ammatti- ja asiakaspalvelutaitojen kustannuksella.

Alennuskokeilu toi määräaikaisen helpotuksen niin taloudellisesti kuin henkisesti. Yrittäjät saivat mahdollisuuden kehittää liiketoimintaansa, kouluttautua itse, kouluttaa pitkäaikaista henkilökuntaansa ja keventää työmääräänsä. Yrittäjät eivät aina nähneet hintojen alentamista mahdolliseksi yleisen hintatason nousun vuoksi.

Kokeilu oli lisännyt jonkin verran työllisyyttä, koska uusia työntekijöitä oli palkattu. Tosin muutos ei perustunut oletettuun hinnan alennukseen ja kysynnän lisäämiseen. Harmaan talouden kitkemiseen yrittäjien mielestä ei ollut päästy. Kun kokeilu loppuu vuoden 2010 lopussa ja palataan yleiseen verokantaan, edessä on alalla suuri rakenteellinen muutos. Yrittäjät katsoivat, että viimeisetkin työpaikat tulevat häviämään. Jos kuitenkin parturi-kampaamoihin sovelletaan alempaa verokantaa, niin uusien ammattilaisten alalle tulo helpottuu ja terveellä pohjalla toimivat yritykset saavat paremmat toimintaedellytykset.

Tutkimusta tehdessä selvisi, että Hiusyrittäjät ry teki samaan aikaan kyselyä. Hiusalan ALV-kysely 2009 -kysely oli lähetetty jäsenyrittäjille ja -yrityksille sekä se oli yhdistyksen kotisivuilla kaikkien saatavilla. Yhdistyksen tavoitteena oli kerätä tilastotietoa kokeilun vaikutuksista. Kysymysten sisältö oli melko yhtenäinen tutkimuksen haastatteluaiheiden kanssa, mutta kysely keskittyi pelkästään 1.1.2007 jälkeisiin muutoksiin. Haastattelua tehtäessä kävi selville, että yrittäjät olivat juuri vastanneet kyselyyn ja miettineet asioita valmiiksi. Kysely saattoi jopa hieman vaikuttaa haastattelussa annettuihin vastauksiin.

Arvonlisävero parturi-kampaamossa

Aiheen tarkoituksena oli selvittää yrittäjien suhtautumista arvonlisäverotuksen ja yleiseen verokantaan. Lisäksi kartoitettiin heidän mielipiteitään ja käsityksiään yleisesti verotuksen toteuttamisesta. Kaikki yrittäjät olivat kokeneet liikevaihtoveron ja sen jälkeen arvonlisäveron tulemisen alalle. Keskusteltaessa yleisestä verokannasta parturi-kampaamoyrittäjät eivät pitäneet oikeutettuna, että käsityövaltainen palveluala oli samassa asemassa esimerkiksi teollisuuden kanssa.

”Arvonlisävero tuli heti laman perään. Ylipitkät päivät ovat seuranneet tänne saakka. Kaksi tosi kovaa rutistusta on tehnyt. Tunteja takana. Henkilökunta on yrittäjän vastuulla.”

”Minä en tykkää koko alv:sta. Se on tubonnut liian monta pientä käsityöalan yritystä.”

Käsitykset arvonlisäveron maksajasta olivat selkeitä. Niin liikevaihtoveroa kuin arvonlisäveroakaan ei ollut pystytty siirtämään hintoihin.

”Toista kertaa ei lähetä maksumieheksi. Korotuksia on tosi vaikeaa siirtää hintoihin, kun asiakkaista tulee läheisiä, melkein ystäviä.”

Yleinen verokanta koettiin ehdottomasti alalle liian korkeaksi. Kokeilun loputtua olisi edessä 23 prosentin verokanta ja se toisi väistämättä muutoksia alalle. Viime vuosina kouluttautuminen oli tuonut selvästi tietoisuutta ja varmuutta tulevaisuuden suunnitteluun. Yrittäjän aktiivinen kouluttautuminen näkyi kiinnostuksena ja tietoina verotuksesta.

Arvonlisäveron alennuskokeilu

Arvonlisäveron alennuskokeilu oli otettu innolla vastaan. Korkea arvonlisäverotus koettiin niin taloudelliseksi kuin henkiseksi taakaksi.

”Sen minä suoraan sinulle sanon, että en olisi enää jaksanut, jos sitä alennusta ei olisi tullut.”

Yleistä jaksamista korostettiin erityisesti työllistävissä yrityksissä, joissa oli 3 – 4 työntekijää. Työntekijät olivat usein olleet samassa paikassa 10 – 20 vuotta ja muutamat jopa kouluttautuneet alalle oppisopimuksen kautta yrityksessä. Yrittäjät korostivat vastuutaan työntekijöistä ja jokaisessa yrityksessä käytiin useita kertoja vuodessa tukkuliikkeiden järjestämässä koulutustilaisuuksissa joko Kajaanissa tai lähikaupungeissa.

”Pystyi panostamaan yritystoiminnan kehittämiseen ja työllistämään. Meillä on siirretty koulutukseen varoja. Itsekin on päässyt kouluttautumaan. Asiakkaat ovat saaneet parempaa palvelua ja työn laatuja.”

Kannattavuuden lisääntyminen ei ollut yrittäjillä päällimmäisenä mielessä. Kolmen viimeisen vuoden aikana liiketoiminnan kiinteät ja muuttuvat kustannukset olivat nousseet monta kertaa. Erityisesti suurien kansainvälisten tukkuliikkeiden hinnoittelu sai paljon kritiikkiä, kun erityiskauppa muutenkin on menettänyt asemiaan vahvistuvalle vähittäiskaupalle tuotemyynnin puolella.

Alennuskokeilun huonona puolena pidettiin yleisesti uutisoinnin ja tiedottamisen epäonnistumista. Parturi-kampaamot oli otettu esimerkiksi työvoimavaltaisista aloista, jotka kokeiluun osallistuivat.

”Uutisointi on harmittanut: alennus on mennyt kampaajien taskuun. Se on kansalaistietämättömyyttä toimittajien tasolla. Pienistä asioista tehdään suuria. Tarttuu valitettavasti kainuulaisiin ja varmaan muihinkin.”

Yksittäinen yrittäjä koki olevansa tosi voimaton ja pelkäsi menettävänsä asiakaskuntansa. Tilannetta kuvaa hyvin haastateltavan työkaverin kertomat kokemukset valmistumisestaan ja ensimmäisestä työpaikastaan vuonna 1994:

”Kahteen viikkoon ei puhelin soinut, niin kyllä sitä ajatteli, että tätäkö tämä sitten nyt on. Sen jälkeen tilanne lähti vähitellen purkautumaan.”

Työnantajajärjestöön kuulumisen syy olikin usein tiedon ja tuen saamisen lisäksi vaikuttamisen mahdollisuus. Yksittäinen yrittäjä ei saa ääntään kuuluville muuten kuin asiakkailleen perustellusti kertomalla. Hiusyrittäjät ry toimii alan yhteisenä tiedottajana ja yhteiskunnallisena vaikutuskanavana Suomen Yrittäjien avustamana päättäjien suuntaan.

Työllistäminen

Seuraavaksi selviteltiin kokeilun vaikutusta työntekijöiden palkkaamiseen ja työllistymistä yleensä alalla. Arvonlisäverokannan alennus oli vaikuttanut hintoja alentavasti vain yhdessä yrityksessä. Yrittäjä ei kuitenkaan nähnyt hinnan alennuksen ja sen seurauksena kysynnän lisääntymisen olevan syy palkkaamiseen, vaan verorasituksen keventyminen katsottiin olevan

pääsyy osa-aikaisen palkkaamiseen. Kummassakin työnantajayrityksessä oli kokeilun aikana palkattu työntekijä. Tarpeet palkkaamiseen olivat melko yhteneväiset: vuosilomien ja vapaa-päivien sijaisuudet sekä kysynnän lisääntyminen. Alalle tuleminen koettiin kuitenkin ongelmalliseksi.

”Asiakkaalle parturi henkilöityy eli on vaikea saada omaa asiakaskuntaa. Kaksi vuotta menee usein, riippuu tietenkin henkilöstä. Jollakin menee vähemmän ja toisella enemmän aikaa.”

Koulutusta alalla on paljon. Kajaanissakin valmistuu joka kevät uusia perustutkinnon suorittaneita, mutta kaikki eivät koskaan työskentele alalla ainakaan virallisesti. Työelämän tarpeet eivät yrittäjien mielestä toteudu koulutuksessa. Suurimmat puutteet ovat taidollisessa puolessa ja asiakaspalvelutaidoissa.

”Tuntuukin, että ne opettavat koulussa enempi yrittäjiä ja yritystoimintaa kuin ammattitaitoa. On tullut sellainen kuva, että yrittäjälle jätetään liian paljon töitä. En minä halua enkä jaksa-kaan enää oppilaita ottaa. Ne ovat niin raakileita vielä, kun ne tulevat koulusta.”

”Kajaanissakin on pula hyvistä tekijöistä. Vaatimus taso kasvaa koko ajan. Koulutus ei aina kohtaa esimerkiksi asiakaspalvelussa ja tiimityössä.”

Työllistymisestä muualla Suomessa ei ollut selvää kuvaa, mutta alan muuttuminen ja työpaikkojen poistuminen oli kaikille selvää. Kokemukset perinteisistä työllistävästä liikkeistä olivat positiivisia. Yhteishengen luominen ja tiimien rakentaminen toimiviksi oli onnistunut niissä helpommin. Erityisesti sekayritykset, joissa on työntekijöitä ja tuolivuokralaisia, koettiin huonoiksi ratkaisuiksi. Sisäinen kilpailutilanne ja vastuuttomuus työskentelystä olivat pahimpia ongelmia. Tulevaisuuden työskentelymuotona nähtiin sopimusyrittäjyys tarkkaan harkittuna mallin mukaan.

Hinnoittelu

Seuraavan teeman tarkoitus oli selvittää hinnoittelua ja kokeilun vaikutusta siihen. Oulun lääninhallituksen tekemässä hintavertailussa hinnat laskivat Oulussa saman verran kuin koko maassa, noin kolme prosenttia. Kajaanissa muutos oli noin 1,5 prosenttia. Hintoja laskeneita liikkeitä oli Oulussa noin puolet ja Kajaanissa noin 40 prosenttia. (Oulun lääninhallitus 2009.)

Haastatelluista yksi alensi hintojaan ja kaksi pitivät hintansa samalla tasolla. Palveluiden hintamuutoksia tehdään parturi-kampaamoissa melko harvoin. Osa yrittäjistä oli muuttanut töiden hintoja viimeksi vuosia 2005 ja 2006. Ulosmyyntituotteiden hinnoittelu seuraa tukkuliikkeiden suositushintoja ja niiden hinnoittelua tarkistetaan useammin. Yksi yrittäjistä oli muuttanut palveluhintoja keväällä 2008.

”Maltillisesti, periaatteessa pitäisi tehdä kaksi kerta vuodessa. Palkat muuttuvat keväällä ja vuokrat yleensä syksyllä. Tukkeureiden jatkuvasti muuttuva hinnoittelu on ongelma.”

Yrittäjät kokivat, ettei alv:n alennuksen siirtäminen hintoihin ollut mahdollista. Syinä olivat liiketoiminnan kulujen nouseminen ja pyrkimys tasaiseen hinnoitteluun. Kilpailu miellettiin kovaksi eikä asiakaskuntaa haluttu menettää.

”Ei me ole niitä lähetty taksoja pudottamaan, kun ei ole nostetta hintoja moneen vuoteen. Kyllä se piti asiakkaalle perin juurin selittää.”

Toinen yrittäjä, joka ei laskenut hintojaan, oli osakkaana uudessa sopimusyhtymässä. Sopimusyrittäjät muuttivat uusiin liiketiloihin ja halusivat syksyllä 2006 alennetulla hinnastolla säilyttää oman asiakaskuntansa. Ratkaisu ei ollut paras mahdollinen yrittäjän mielestä, koska asiakkaat vaativat vuodenvaihteessa 2007 hintojen alennusta.

Hinnoittelussa käytetään sekä yksikkö- että pakettihintoja. Kuluttaja-asiamiehen ohjeen mukaisesti suuntaa antavat hinnat ovat esillä sekä liikkeen sisällä että näyteikkunassa. Hintoja ei koettu vertailukelpoiseksi eri liikkeiden välillä, koska palvelun hinta muodostuu usein henkilökohtaiseksi pakettihinnaksi. Hintaan vaikuttavat ainekustannukset, asiakkaan hiukset ja vaatimukset, työntekijän taidot sekä käytetty työaika.

Harmaa talous

Hinnoittelukysymysten jälkeen selvitettiin alalle tyypillisiä ongelmia ja erityisesti harmaata taloutta. Harmaan talouden torjunta oli yksi kokeilun tavoitteista. Harmaan taloutta tiedettiin alalla olevan paljon, mutta määrästä ei ollut kenelläkään kuvaa.

”Varmasti sitä on. Miten kukaan ansionsa tästä työstä rebellisesti hankkiva voi leikata hiuksia 10 – 15 eurolla? Kassajärjestelmää ei ole kaikilla käytössä. Jos asiakas kysyy kuuttia, niin sitten

kirjoitetaan paragon. Ohimyyntiä harrastetaan paljon eikä pelkästään partureissa. Sapettaa, kun itse maksaa verot ja veloitteet.”

Koulutusta pidettiin tärkeänä, mutta sen kerrottiin aiheuttavan paikallisesti ongelmia ns. hukkakoulutuksen muodossa. Kysyntää ei Kajaanin kokoisessa kaupungissa katsottu olevan uusille työntekijöille kovinkaan paljon. Nykyisin asiakkaat pääsevät parturi-kampaamoihin muutaman päivän varoitusajalla. Toisaalta kysytyimmät aamu- ja ilta-ajat ovat varattuina kolme kuukautta etukäteen.

”Joka kevät valmistuu paikkakunnalla 16 uutta tekijää ja se lisää harmaata taloutta, kun kaikille ei löydy heti töitä. Tai ne, joilla ei koulutusta, leikkaavat kotona kaikkien sukulaisten ja tuttavien hiukset.”

Yhteyttä harmaan talouden kitkemiseen arvonlisäveron alennuskokeilulla ei nähty, vaikka niitä yritettiin lisäkysymyksin hakea. Muut aiheeseen liittyvät ongelmat koskivat pääosin hinnoitteluun liittyviä asioita ja ne käsiteltiin edellisen kappaleen yhteydessä.

Kokeilun loppuminen

Viimeiset teemat keskittyivät tulevaisuuteen. Alv:n alennuskokeilua on vielä vuosi jäljellä. ECOFIN-neuvoston päätös kokeilun jatkosta on saatu, mutta kansallinen ratkaisu on alennuskokeilusta vielä tekemättä ja yrittäjät ovat tietämättömiä tulevasta verokannastaan. Paluu yleiseen verokantaan 23 prosenttiin nähtiin erittäin kielteisinä ja toimialaa ratkaisevasti muuttavana.

”En näe henkilökohtaisesti mitään hyvää. Työpaikat tulevat häviämään. Jos palataan, niin työntekijät siirtyvät sopimusyrittäjiksi. Olen siitä jo heitä varoitellut. Sopimusyrittäjät maksavat tietyn prosentin verottomasta myynnistä. Lisäksi yel:n maksut ja muut veloitteet.”

Yrittäjät olivat yhtä mieltä siitä, että käsityöyrittäjillä pitäisi olla alempi verokanta tai yleistä verokantaa tulisi laskea. Palveluita ei voi tehdä varastoon tai myydä enemmän sesonkiaikana. Verotuksen lisäksi rasitteiksi koettiin korkeat palkkauksen sivukulut. Kuitenkin tulevaisuuden kuva oli useampien mielestä valoisa ja taantuma ei ollut vaikuttanut.

”Lama ei ole vielä näkynyt. Ihmiset käyvät säännöllisesti. Sanovat, että jos on hiukset huonosti, niin kaikki menee pieleen. Tasoittunut oikeastaan aikaisemmista vuosista, koska ei tehdä sesonkia pelkästään juhlakaudella.”

Haastateltavat yrittäjät olivat selkeästi ylpeitä ammatistaan ja yrittäjyydestään. He toivoivat julkiselta vallalta mahdollisuuksia tuottaa hyvälaatuisia palveluita rehellisin keinoin. Kokeilu on lyhytaikainen eikä sen varaan ole voinut tehdä pitkälle tähtääviä suunnitelmia. Tulevaisuuden uhat olivat selvillä, mutta optimismiakin löytyy. Toimintaympäristön ongelmat, kuten paperitehtaan lopettaminen ja Kainuun muuttotappiot, havaittiin selkeästi.

”Veroja jos nostetaan, niin jaksaako taistella? Katsotaan, se on iso kysymysmerkki. En usko että ihmiset jättää käymättä. Erityispalveluita ja elämyksiä kaivataan. Korkeintaan ihmiset harventavat käyntejä. Tuotemyyntipuoli on jo vähentynyt. Jotkut on venyttänyt käyntivälejä. Paikallisia eroja on Suomessa paljon. Tehtaan lopetus näkyy Kajaanissa vuoden päästä ja se tietää, että muuttotappioita on tiedossa.”

6 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Kuluttajaviraston ja lehdistön arvioidessa arvonlisäveron alennuskokeilun vaikutuksia parturi-kampaamoissa keskityttiin pitkälti hintavertailujen tekemiseen. Asiaa tarkasteltiin useimmiten kuluttajan tai viranomaisen kuluttajaa suojaavasta näkökulmasta. Verokannan alennuksen tuoman hyödyn käyttäminen tai kohdentuminen jäi vähemmälle tarkastelulle. Yksittäisen palveluntuottajan ääni ei päässyt esille. Haastattelun tuloksille antoi hyvää vertailupohjaa luvun 4.4 toissijainen tutkimusmateriaali, Länsi-Suomen lääninhallituksen tulokset ja vertailu. Teorian ja vertailun pohjalta saatiin selityksiä ja vahvistuksia varsinaisen tutkimuksen käsitteiden määrittämiseen.

Yrittäjien käsityksien mukaan arvonlisäveron alennus oli oikeutettu verotuki käsityöläiselle. Palveluiden tuottamista oli 15 vuotta verotettu yhtä voimakkaasti kuin koneilla tehtyjen ja varastoitavien tuotteiden valmistamista. Arvonlisäverotuksen koettiin nimenomaan pienentävän yrittäjän katetta ja vain pieni osa siitä oli pystytty siirtämään asiakkaiden maksettavaksi.

Hintamuutoksiin suhtauduttiin varovaisesti ja hinnan alennuksia oli kokeilun aikana tehty vain yhdessä yrityksessä. Vastaava tulos oli havaittavissa luvussa 5.3 hinnoittelua koskevassa Oulun lääninhallituksen tutkimuksessa, jonka mukaan Kajaanissa hintoja alentaneita liikkeitä oli vuonna 2007 vain 40 prosenttia ja keskimääräinen alennus oli 1,5 prosenttia. (Oulun lääninhallitus 2009.)

Käsityöammatissa yrittäjien aika menee tiiviisti parturi-kampaajan perustyötä tehdessä ja kirjanpidosta huolehtii yleensä tilitoimisto. Hinnoittelu ei perustu aina liiketaloudellisiin laskelmiin. Päätöksiä tehdään seuraamalla alan vaikuttajien ohjeita ja kilpailijoiden tekemiä muutoksia. Etujärjestön vaikutusvalta tuntuu ensi näkemältä vähäiseltä matalasta järjestäytymisasteesta johtuen. Hiusyrittäjät ry:n kuuluu vain alle 10 prosenttia alan yrityksistä. Niin haastattelussa kuin Länsi-Suomen läänin palveluiden hintavertailua luvussa 4.4 tehtäessä selvisi, että hinnoittelu on hyvin tasaista valtakunnallisesti. Hinnoittelussa ei voida puhua suoranaista sopimushinnoista tutkimuksessa saaduilla tiedoilla. Mutta koska ala on pieni ja henkilöiden vaihtuvuus on pientä, niin seurauksena on väistämättä tietojen ja kokemusten vaihtamista. Ammattilaiset käyvät samoissa tukkuliikkeiden koulutuksissa, lukevat samoja ammattilehtiä ja kuuluvat samoihin järjestöihin.

Parturi-kampaajat ovat fyysisesti lähellä asiakasta ja tarjoavat heille nykyisin entistä enemmän elämyksiä. Asiakkaat ovat vaativampia ja laatumietoisempia. Kysyntään on vastattu entistä upeimmilla puitteilla ja lisäpalveluilla. Samaan aikaan yleinen hintatason nousu on lisännyt hintojen nousupaineita. Entinen yksikköhinnoittelu ei toimi, koska nousseet kustannukset on saatava kohdistettua huomaamattomasti. Pakettihinnoittelulla on helpotettu lisääntyneiden kustannusten kohdistamista ja työntekijöiden jatkuvaa sekä työlästä henkilökohtaisten asiakashintojen laskentaa. Asiakkaiden on helppo vertailla yksittäisen työn hintaa, mutta pakettihinnoittelu tekee sen vaikeammaksi tai jopa mahdottomaksi.

Hinnoittelupäätöksien teko oli selvästi vaikeaa ja kuvaavaa olikin sen liittyminen läheisiin ja tiiviisiin asiakassuhteisiin. Toiminta on paikallista ja markkinat ovat rajalliset. Kaikilla haastateltavilla oli takanaan pitkä ura ja paljon kokemusta alalta. Haastatteluissa tuli usein esille vastuu työntekijöistä ja yrityksestä. Riskien ottamiseen ei ollut halua tai mahdollisuutta. Toiminta on pitkäjänteistä, varovaista ja suhteellisen pienimuotoista.

Kajaanilaiset parturi-kampaamoyrittäjät eivät kokeneet asiakkaiden vaatimuksia yhtä suuriksi kuin he tiesivät niiden olevan suurimmissa kaupungeissa. Kysyntää oli kaikissa tapauksissa hyvin. Joissakin tapauksissa oli jopa useampien kuukausien varauksia. Varaustilanteen vaihteluun oli syynä henkilöstömäärä. Luvun 4.4. asiakasmäärävertailusta selviää, että Länsi-Suomen läänissä parturi-kampaamoissa oli keskimäärin 363 asiakasta liikettä kohden. Kajaanissa vastaava luku on 476 kpl, joka viittaisi kysynnän olevan suurempi kuin tarjonnan. (Länsi-Suomen lääninhallitus 2007, 7 – 9; Väestörekisterikeskus 2009; Hiusyrittäjät 2009.) Kysynnän kasvua voi myös selittää kokeilun alkuvaiheen talouden noususuhdanne ja kotitalouksien käytössä olevien varojen kasvu.

Yrittäjien mielestä tilannetta heikentää paikkakunnalla oleva koulutus. Koulutusta pidettiin hyvänä ja tarpeellisenä asiana. Koulutuksen ei kuitenkaan katsottu vastaavan työelämän tarpeita. Ammattiaineiden hallitseminen kärsi yrittäjyyteen painottuneiden opintojen vuoksi. Lisäksi koulutus toi paikkakunnalle alalle peruskoulutuksen saaneita, jotka eivät koskaan tule hyödyntämään taitojaan virallisen talouden puolella.

Harmaan talouden torjuntaan kokeilulla ei yrittäjien mielestä ollut vaikutusta. Harmaata taloutta perinteisellä käsityöalalla on niin monella tasolla, että hahmottaminen voi olla vaikeaa. Pimeän talouden harjoittajia voivat olla kouluttamattomat harrastelijat, peruskoulutuksen saaneet perheenäidit, kassasta ohimyyntiä harrastavat pienyrittäjät tai laillisuuden rajamailla

toimivat yritykset. Harmaa talous oli toimialalla tunnustettu asia, jonka kitkemiseen yrittäjillä ei ollut keinoja. He kuitenkin kokivat, että oli hyvä tuoda epäkohta esille ja keskustella siitä, koska se vaikuttaa vääristävästi ja turhauttavasti heidän toimintaansa.

Kokeilun tavoitteena oli verokannan alennuksen kautta saada hinnat alenemaan ja sen seurauksena odotettiin kysynnän lisääntyvän. Jos ketju olisi toimiva, niin seurauksena olisi työvoimavaltaisilla palvelualueilla osa-aikaisuusien muuttuminen kokoaikaisiksi työsuhteiksi tai uusien työntekijöiden palkkaaminen. Parturi-kampaamoyrittäjien näkökulmasta kokeilu oli toipumista aikaisempien vuosien rasituksista. Yrittäjät halusivat kehittää yrityksiään. Laajentamiseen ei ollut realistisia mahdollisuuksia pienen kaupungin rajallisilla markkinoilla, koska lisääntyvää kysyntää ei uskottu olevan. Panostukset kohdistuivat pääosiltaan koulutukseen ja oman työpanoksen keventämiseen. Uusia työntekijöitä palkattiin lähinnä osa-aikaisiksi. Parturi-kampaajan alalle tuleminen ei ole yksinkertainen prosessi ja siihen menee usein muutamia vuosia. Koulutuksessa saadaan perusopit, mutta työn tekemisen kautta hankitaan todellinen ammattitaito ja oma asiakaskunta. Kokeilu ajoittuu rajatulle jaksolle, vuosille 2007 - 2010. Ennakkoon arvioituja vaikutuksia työllistymiseen oletettiin olevan jopa 730 henkilötyövuotta. Tutkimuksessa saatujen tietojen perusteella työllisyysvaikutuksia voidaan pitää melko korkeina.

Tämän laadullisen haastattelututkimuksen otoksen koko oli pienehkö, kolme haastattelua. Tiettyjen valintaperusteiden mukaan valittu haastateltavien joukko oli edustava otos ammattiryhmästä. Perusteluna otoksen koolle on annettujen vastausten samankaltaisuus. Haastateltava ryhmä oli luonteeltaan melko yhtenäinen, joten uutta tietoa ei kolmannessa haastattelussa merkittävimmin tullut.

Tutkimus onnistui, koska se selvensi tutkimusongelmia ja toi uutta tietoa parturi-kampaamoyrittäjien käsityksistä arvonlisäverotuksesta ja siihen liittyvästä alennuskokeilusta. Kaiken taustalla oli korkea arvonlisäverotus, jonka siirtämisessä kuluttajien maksettavaksi aikanaan epäonnistuttiin. Kokeilun viralliset tavoitteet jäivät kaukaisiksi yrittäjätasolla. Yrittäjän näkökulmasta kokeilu miellettiin määräaikaiseksi verotueksi, jolla oli mahdollisuus kehittää yritystoimintaa ja keventää yrittäjän työtaakkaa.

Tutkimusta voidaan pitää luotettavana. Tuloksia ei kuitenkaan pidä yleistää laajasti. Kajaani-laisten parturi-kampaamoyrittäjien käsityksiä voidaan vertailla muihin vastaaviin tutkimuksiin sekä etsiä niistä yhtymäkohtia. Tutkimus täyttää laadullisen tutkimuksen laatuvaatimukset,

luotettavuuden ja pätevyyden. Haastatelluille esitettiin samat kysymykset samassa järjestyksessä keskustelun luontevan kulun mukaisesti. Lisäksi haastattelut nauhoitettiin ja kirjoitettiin ylös tehden tarvittavia lisäkysymyksiä. Haastattelujen kuuntelu- ja puhtaaksikirjoittamisvaiheet tehtiin välittömästi haastattelujen jälkeen. Mahdollisten väärinkuulemisten korjaaminen ja huomioiden tekeminen onnistui näin paremmin. Haastateltavat pystyivät keskittymään haastattelutilanteeseen ja vastasivat rehellisesti. Tutkimustulokset analysoitiin ja raportoitiin objektiivisesti.

Arvonlisäverotusta pidetään yleisesti monimutkaisena ja vaikeaselkoisena asiana. Tutkimuksen tekeminen selvensi asiaa omalta kannalta jonkin verran. Yhden toimialan lähempi tarkastelu auttoi näkemään asian monitahoisuutta. Saadaksemme toimivan ja oikeudenmukaisen arvonlisäverojärjestelmän tarvitsemme vielä paljon avointa keskustelua, empiiristä tutkimusta, tilastointia ja yhteistyötä.

LÄHTEET

Ammattilehdet ja sanomalehdet

Juusela, J. & Parkkola, T. 2009. EU-uutiset. Arvonlisäverotus. Alennetut verokannat. Verotus-lehti 3/2009, 330 – 332.

Ruhanen, E. 2007. Kuulkaa kuluttajaa kampaajat! Kuluttaja-lehti 4/2007, 30 – 31.

Ruoranen, A. 2009. Kampaamohinnat ovat nousseet jo yli veronalennusta edeltäneen tason. Helsingin Sanomat 6.9.2008.

Elektroninen media

Copenhagen Economics 2007. Study on reduced VAT applied to goods and services in the Member States of the European Union. Final Report 21.6.2007. Saatavilla: <http://www.copenhageneconomics.com/Publications/Impact-Assesment.aspx> (Luettu 10.11.2009)

Euroopan unionin neuvosto. 2009. Ecofin-neuvosto. Saatavilla: <http://ue.eu.int/showPage.aspx?id=250&lang=fi> (Luettu 1.5.2009)

Euroopan unioni. 2008. Yhteinen arvonlisäverojärjestelmä. Saatavilla: http://europa.eu/legislation_summaries/energy/internal_energy_market/l31057_fi.htm#AMENDINGACT (Luettu 8.12.2009)

Fonecta Oy. 2009. Inoa – yritystietopalvelu. Saatavilla: <http://www.inoa.fi/> (Luettu 8.12.2009)

Hiusyrittäjät. 2003. Hiusyrittäjien kanta arvonlisäveron alarajan muuttamiseksi liukuvaksi. Saatavilla: <http://www.hiusyrittajat.fi/index2.php?id=218> (Luettu 20.10.2009)

Hiusyrittäjät. 2009. Hae jäsenliikettä. Saatavilla: <http://www.hiusyrittajat.fi/?act=jhaku&PHPSESSID=9cf99e02a14605a58f29884e965767eb&PHPSESSID=036921221070bb10347c67d5cbb499c> (Luettu 8.12.2009)

Kerola, H. 2007. Hyvä verojärjestelmä ja kansantalous. Valtionvarainministeriön kansantalousosaston keskustelualoite. Saatavilla: http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/075_verotus/20070330Hannel/name.jsp (Luettu 1.11.2009)

Kilpailuvirasto. 2007. Esitys markkinaoikeudelle. Seuraamusmaksuesitys 27.8.2007. Saatavil-

la: <http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?luku=tiedotteet&sivu=tied/t-2007-21> (Luettu 1.11.2009)

- Kuluttajavirasto. 2007. Arvonlisäveron alennuksen vaikutuksia kampaamohintoihin selvitetty. Puolet yrityksistä laskenut hintojaan, alennuksissa suuria eroja. Saatavilla: <http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/fea4b886-bf73-444f-927f-6bc787f11ac4.aspx?announcementId=570697d7-bd82-4261-8486-3657ccbae835&groupId=ca12b07e-d2cc-40df-b4d4-9318c32ade57> (Luettu 10.11.2009)
- Lith, P. 1997. Harmaan talouden miljardit – Raportti Suomen piilotalouden laajuudesta ja ilmenemismuodoista. Valtion taloudellinen tutkimuskeskus. VATT-keskustelualoitteita. Saatavilla: http://www.vatt.fi/file/vatt_publication_pdf/k142.pdf (Luettu 3.11.2009)
- Mannio, A. 2005 Alemmat arvonlisäkannat ja neutraalisuus. Edilex asiantuntijakirjoitukset 25.7.2005. Pro gradu-tutkielma. Saatavilla <http://www.edilex.fi/lakikirjasto/asiantuntijakirjoitukset/arkisto/>(Luettu 1.5.2009)
- Nieminen, T. 2007. Hiusalan yrittäjyysopintojen kehittäminen Valkeakosken ammattiopistossa. Opettajan koulutuksen kehittämishanke. Tampereen ammattikorkeakoulu. Saatavilla: <https://oa.doria.fi/bitstream/handle/10024/5846/Nieminen.Tanja.pdf?sequence=1> (Luettu 5.12.2009)
- Oulun lääninhallitus. 2009. Arvonlisäveron alennus laski parturi- ja kampaamohintoja. Saatavilla: <http://www.poliisi.fi/lh/oulu/bulletin.nsf/vwSearchView/AD6F53034B68944DC22572F1003CE167> (Luettu 8.12.2009)
- Parkkola, T. 2006. Valtiovarainministeriön U-jatkokirjelmä. Alennetut arvonlisäverokannat. Suomen osallistuminen työvaltaisten palvelujen alv-kokeiluun. Saatavilla: http://217.71.145.20/TRIPviewer/temp/TUNNISTE_U_29_2003_1._VM_22.03.2006_fi.html (Luettu 1.5.2009)
- Pitkänen, P. 2006. Veroalennus ei välttämättä näy parturihinnoissa. Taloussanomien 22.3.2006. Saatavilla: <http://www.taloussanomien.fi/arkisto/2006/03/22/veroalennus-ei-valttamatta-nay-parturihinnoissa/200615100/12> (Luettu 3.11.2009)
- Punakallio, M. 2007. Verottaja ostajan kukkarolla – kulutusverot Suomessa ja muissa maissa.

Verotietoa-sarja. Veronmaksajain Keskusliitto ja Verotieto Oy. Saatavilla:

<http://www.veronmaksajat.fi/Page/89915fd7-54f1-4471-acf7-e189b44fc885.aspx?groupId=e4fdc6ac-5e49-4985-854c-75291893c6bb&announcementId=11237a11-d070-46b2-8707-e93c9a65b04b&refererUrl=%2fPage%2f5dbd49a3-b46d-470a-99cd-713accaf9975.aspx%3fgroupId%3de4fdc6ac-5e49-4985-854c-75291893c6bb%26refererUrl%3d%252ffi-FI%252ftutkimuksetjatilastot%252ftutkimukset%252f> (Luettu 26.10.2009)

Pörssisäätiö. 2008. Sanasto. Saatavilla:

<http://www.porssisaatio.fi/sanasto/hyva-kirjanpilotapa> (Luettu 4.12.2009)

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. Saatavilla:

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_1.html (Luettu 28.11.2009)

STT (Suomen Tietotoimisto). 2009. Tukka kasvaa taantumassakin. Taloussanomien 8.4.2009.

Saatavilla: <http://www.taloussanomien.fi/palvelut/2009/04/08/tukka-kasvaa-taantumassakin/20099146/12> (Luettu 4.11.2009)

Teppala, T. 2006. Kulutusverotus teoriasta käytäntöön –

vaikuttaako arvonlisäverotus kuluttajahintoihin. Valtion taloudellinen tutkimuskeskus. Saatavilla:

http://www.vatt.fi/site/en/publications/latestPublications/publication/Publication_1345_id/714 (Luettu 1.5.2009)

Tilastokeskus. 2007 a. Palvelualojen toimialakatsaus. Fokus: Hyvinvointipalvelut kasvussa.

Saatavilla: http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-03-28_004.html?s=5 (Luettu 26.10.2009)

Tilastokeskus 2009 b. Kuluttajahintaindeksi ja yhdenmukaistetun kuluttajahintaindeksi

vuosimuutokset 2001-9/2009. Saatavilla:

http://www.stat.fi/til/khi/2009/09/khi_2009_09_2009-10-14_kuv_001.html (Luettu 12.11.2009)

Tilastokeskus 2009 c. Kuluttajahintaindeksi. Saatavilla:

<http://www.stat.fi/til/khi/index.html> (Luettu 12.11.2009)

Verohallinto. 2009. Muutoksia arvonlisäverotukseen vuonna 2010. Saatavilla:

http://www.vero.fi/?article=8382&domain=VERO_MAIN&path=5,39,482&language=FIN (Luettu 4.11.2009)

Väestörekisterikeskus. 2009. Suomen asukasluku vuodenvaihteessa 2008 – 2009. Saatavilla:

[http://www.vaestorekisterikeskus.fi/vrk/files.nsf/files/31E00479D0DCDBE5C225757C00444ECB/\\$file/Asukasluku_2008_2009.htm](http://www.vaestorekisterikeskus.fi/vrk/files.nsf/files/31E00479D0DCDBE5C225757C00444ECB/$file/Asukasluku_2008_2009.htm) (Luettu 8.12.2009)

Kirjallisuus

- Eskola, A. & Lääkkö, H. 2001. Yrityksen arvonlisäverotus. Helsinki: Edita Oyj.
- Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Hämeenlinna: Karisto.
- Joki-Korpela, T., Jokinen, M., Klemola, A., Kontu, J. & Vilppula, T. 2009. Käytännön arvonlisäverotus: uudet säädökset. Helsinki: KHT-Media Oy.
- Kallio, M., Nielsen, A., Ojala, M., Saukko, P. & Sääskilähti, J. 2009. Arvonlisäverotus 2009. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Linnakangas, E. & Juanto, L. 2008. Arvonlisäverotus ja muu kulutusverotus. Helsinki: Karisto.
- Länsi-Suomen lääninhallitus. 2007. Länsi-Suomen lääninhallituksen hintavertailuja 1/2007. Kilpailu- ja kuluttajaosasto.
- Mäkinen, H. 2006. Alennettujen arvonlisäverokantojen verotuki - kohdentumisen tarkoituksenmukaisuudesta. Joensuun Yliopisto. Kauppa- ja oikeustieteiden tiedekunta. Pro gradu-tutkielma.
- Määttä, K. 2007. Veropolitiikka: Teoria ja käytäntö. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Nissinen, K. 1998. Parturi-kampaamoiden toiminta ja kuluttajakäyttäytyminen arvonlisäverovelvollisessa Suomessa. Oulun yliopisto. Taloustieteen osasto. Pro gradu-tutkielma
- Pekkarinen, J. & Sutela, P. 2002. Kansantaloustiede. Juva: WS Bookwell Oy.
- Ruonala, M. 2008. EU-perusteos. Ulkoasiainministeriön Eurooppatiedotus. Vammala: Vammalan Kirjapaino.
- Syrjälä, L. & Ahonen, S. & Syrjäläinen, E. & Saari, S. 1996. Laadullisen tutkimuksen työtapoja. Helsinki: Kirjayhtymä Oy.
- Verohallinto. 2004. Arvonlisäverovelvollisen opas 2004. Verohallituksen julkaisu
- Verohallinto. 2008. Valvontailmoituksen täyttöohjeet. Arvonlisäverovelvollinen ja säännöllinen työnantaja. Verohallinnon julkaisu 66.08. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Virén, M. 2005. Miten arvonlisävero vaikuttaa kuluttajahintoihin? Valtion taloudellinen tutkimuskeskus. VATT-keskustelualoitteita. Helsinki: Oy Nord Print Ab.

Wikström, K.2006. Yleiset opit verotuksessa ja vero-oikeudessa. Turun yliopiston oikeustieteellisen tiedekunnan julkaisuja. Julkisoikeuden sarja A:35. Helsinki: Hakapaino Oy.

LIITTEIDEN LUE'TTELO

LIITE 1 Saate

LIITE 2 Haastattelulomake

Kaija Karhunsaaari
(lähiosoitteeni)
(postiosoitteeni)
(puhelinnumeroni)
khl7skaijak@kajak.fi

Saate

11.2.2010

Hyvä parturi-kampaamoyrittäjä

Teen tradenomin tutkintoon liittyvää opinnäytetyötäni Kajaanin ammattikorkeakoulussa. Opinnäytetyöni tavoitteena on tutkia kulutusvetorituksen vaikutuksia. Erityisesti keskityn meneillään olevaan arvonnäköalaveron alennuskokeiluun.

Tavoitteenani on tehdä haastattelututkimus 3 - 5 kajaanilaiselle parturi-kampaamoyrittäjälle saadakseni kartoitettua heidän kokemuksensa kokeilusta. Haastattelussa menee aikaa noin 30 minuuttia ja se sovitaan etukäteen teille sopivaan aikaan ja paikkaan.

_____._____. 2009 klo _____

paikka: _____

Vastauksenne käsitellään täysin anonyymeinä sekä ehdottoman luottamuksellisesti.

Lämpimin kiitoksin

Kaija Karhunsaaari

Taustatiedot:

- toiminut parturi-kampaamoalalla _____vuotta ja yrittäjänä _____vuotta
- koulutus: hiusalan perustutkinto hiusalan ammattitutkinto
 muu, mikä? _____
- järjestäytyminen: Hiusyrittäjät ry muu, mikä? _____
 ei
- toiminnan luonne: työnantaja vuokratuoliyrittäjä vuokratuolinantaja
 yksinyrittäjä muu, mikä? _____
- henkilökunnan lukumäärä _____ toimipaikkojen määrä _____

Yleinen verokanta 22 % (heinäkuussa vuonna 2010 23 %).

- Mikä olisi oikea yleinen verokanta?
 - o perustelut vastaukseen
- Jos verokantaa laskettaisiin, niin pitäisikö vastaavasti korottaa esim. tulojen verotusta?
 - o Miten muuten vähentyneet verotulot katettaisiin?
 - o Voisiko julkisia palveluita vähentää?
 - o Mitä niistä voidaan vähentää ja miksi?
- Jos verokantaa korotettaisiin, niin miksi?

Arvonlisäveron alennuskokeilu

- Mainitse kaksi hyvää puolta alennuskokeilusta?
 - o perustelut vastauksiin
- Mainitse kaksi huonoa puolta alennuskokeilusta
 - o perustelut vastauksiin

Työllisyys

- Milloin olette viimeksi palkannut uusia työntekijöitä?
 - o Minkä seurauksena?
- Onko alalle syntynyt uusia työpaikkoja viime vuosina?
 - o Minne työpaikkoja on syntynyt?
- Onko alv-kokeilulla ollut vaikutuksia työllistämiseen?
 - o Minkälaisia vaikutuksia?
 - o Miksi sillä ei ole ollut vaikutuksia?

Hinnoittelu

- Milloin olette viimeksi tehnyt muutoksia hintoihinne?
- Minkä seurauksena?
- Onko alv-kokeilulla ollut vaikutusta?
 - o Miten se on vaikuttanut?
 - o Miksi alv-kokeilu ei ole vaikuttanut?

Alan ongelmat

- Mitkä asiat ovat suurimpia ongelmia alalla?
 - o Mainitse kolme asiaa perusteluineen.
- Koetteko harmaan talouden ongelmaksi?
 - o perustelut edelliseen
- Onko alv-kokeilulla ollut vaikutusta ongelmiin?

- Millaisia vaikutuksia sillä on ollut?
- Miksi se ei ole vaikuttanut?

Tulevaisuus

- Minkälaiselta alan tulevaisuus näyttää?
 - Jos hyvältä, niin kerro perustelut?
 - Jos huonolta, niin kerro perustelut?
- Minkälainen on oman yrityksen tulevaisuus?
 - Jos hyvältä, niin kerro perustelut?
 - Jos huonolta, niin kerro perustelut?

Kokeilun päättyminen vuoden 2010 lopussa

- Pitäisikö alv-kokeilusta tulla käytäntö?
 - perustelut edelliseen
- Jos palataan 23 %:n verokantaan, niin mitä hyvää ja mitä huonoa?
 - kaksi hyvää puolta perusteluineen
 - kaksi huonoa puolta perusteluineen

