



Arvonlisäveron vaikutus hiusalalla

Siina Ylitalo

2024 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Arvonlisäveron vaikutus hiusalalla

Siina Ylitalo
Kauneudenhoitoala
Opinnäytetyö
Marraskuu 2024

Siina Ylitalo

Arvonlisäveron vaikutus hiusalalla

Vuosi

2024

Sivumäärä

73

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää arvonlisäverotuksen vaikutuksia hiusalalla. Sitä on tutkittu kohtalaisen vähän, joten työn tavoitteeksi tuli myös koota tietoa. Opinnäytetyön yhteistyökumppani oli hiusalan yrittäjien etujärjestö Suomen Hiusyrittäjät ry. Heidän näkemyksensä mukaan arvonlisäverokannan pysyvä alentaminen lisäisi hiusalan hyvinvointia ja vetovoimaa. Työssä tutkittiin, olisiko veroalennukselle perusteita.

Työn teoriaosuudessa käytiin läpi verotusta yleisesti ja arvonlisäverotusta perusteellisesti. Hinnoittelu liittyy tiiviisti arvonlisäverotukseen, joten sitä käsiteltiin teoriassa omana osanaan. Hiusala on palvelutyypiltään altis harmaalle taloudelle, minkä vuoksi sitä sivuttiin myös. Vuosina 2007-2011 parturi-kampaamoala oli mukana kokeilussa, jossa alan arvonlisäverokanta laskettiin kahdeksaan prosenttiin. Kokeilu lopetettiin toteutumattomien tavoitteiden vuoksi, ja lopetuksen syitä ja seurauksia käsiteltiin työssä eri lähteiden kautta. Opinnäytetyön tutkimus tehtiin kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän kyselytutkimuksella, joka osoitettiin suomalaisille hiusalan yrittäjille. Kyselyn ja aiempien tutkimusten perusteella useimmat parturi-kampaajat kokevat arvonlisäveron kohtuuttomana rasitteena käsityönä tehtävälle palvelulle, jota ei voi monistaa tai varastoida.

Johtopäätöksinä todettiin, että arvonlisäveron alennuksesta jäävä tulo ei kokonaan jäisi yrittäjille itselleen, vaan lähtisi kiertoon ja siten valtiolle verotuloina muuta kautta. Kohonneet tulot nostaisivat myös tuloveron maksettavaa määrää, joten osa arvonlisäveron vajeesta voisi kompensoitua sillä. Arvonlisäveron alentamisesta johtuva verovaje olisi kuitenkin merkittävä, minkä vuoksi veroalennus pitäisi perustella hyvin. Aihe vaatisi taloustieteellisesti osaavampaa lisätutkimusta. Toisena johtopäätöksenä todettiin yrittäjien liiketalousosaamisen parantamisen tarve. He voisivat paremmin osata hinnoittelun periaatteet ja siten taata parempaa taloudellista hyvinvointia itselleen.

Siina Ylitalo

The impact of VAT in the hair industry

Year	2024	Pages	73
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to investigate the impact of Value Added Tax (VAT) in the Finnish hairdressing industry. It has been studied relatively little, so the goal of the thesis was also to gather information on the subject. The thesis was carried out in cooperation with Finnish Hair Entrepreneurs Union (Suomen Hiusyrittäjät ry), the trade association for hairdressing entrepreneurs in Finland. According to their view, a permanent reduction in the VAT rate would increase the welfare and attractiveness of the hairdressing industry. The thesis examined whether there were valid grounds for a tax reduction.

The theoretical section of the thesis covered taxation in general and VAT in particular. Since pricing is closely related to VAT, it was addressed separately in the theory section. The hairdressing industry is prone to the grey economy due to the nature of the services provided, so this was also discussed. Between 2007 and 2011, the hairdressing industry participated in an experiment where its VAT rate was reduced to 8%. The experiment was discontinued due to unmet objectives, and the reasons and consequences of its termination were explored through various sources. The research in the thesis was conducted using a quantitative survey method, aimed at Finnish hairdressing entrepreneurs. Based on the survey and previous studies, most hairdressers view VAT as an unreasonable burden on a service based on manual labour, which cannot be replicated or stored.

The conclusions drawn were that the revenue from a VAT reduction would not remain entirely with the entrepreneurs but would circulate, and thus generate tax revenue for the state through other channels. Increased revenue would also raise the amount of income tax payable, so part of the VAT shortfall could be compensated for by that. However, the tax deficit resulting from a VAT reduction would be significant, so the reduction would need to be well justified. The topic would require further economic research with a more advanced level of expertise. Another conclusion was the need to improve entrepreneurs' business management skills. They could better understand pricing principles, thus ensuring better financial well-being for themselves.

Keywords: Value added tax, VAT, pricing, hair industry, hair salon

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Yhteistyökumppani Suomen Hiusyrittäjät ry	7
3	Hiusala Suomessa	7
4	Yleistä verotuksesta Suomessa	8
5	Arvonlisävero	10
5.1	Arvonlisäverotuksen pääperiaatteet	10
5.2	Arvonlisäveron laskeminen ja kertyminen	12
5.3	Yrittäjän oikeus arvonlisäverovähennykseen	13
5.4	Arvonlisäveron ilmoittaminen, verokausi ja tilitys	14
5.5	Muut yrittäjän maksamat verot ja pakolliset maksut	16
5.6	Arvonlisäveron vaikutus kuluttajahintoihin	17
6	Harmaa talous hiusalalla	18
7	Hinnoittelu	19
7.1	Hinnan monet tekijät ja roolit	19
7.2	Hintamielikuva - hinta on yhtä kuin laatu?	20
7.3	Palvelun hinnoittelun haasteet	21
7.4	Alennukset	23
8	Parturi-kampaamon tuntiveloitus ja kulurakenne	24
8.1	Tuntiveloitus	24
8.2	Kulurakenne	26
9	Kokeilu alennetusta arvonlisäverokannasta hiusalalla vuosina 2007-2011	27
9.1	Hiusalan arvonlisäverotuksen taustaa	27
9.2	Arvonlisäverokokeilu	29
9.3	Hiusalan arvonlisäverokeskustelu muualla Euroopassa	31
10	Tutkimuksellinen opinnäytetyö	34
10.1	Tutkimustavoite	34
10.2	Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä	34
10.3	Tutkimusmenetelmän pätevyys, luotettavuus ja tutkimusetiikka	37
10.4	Esitestaus ja varsinainen kyselytutkimus	39
10.5	Kyselyn tulokset	40
11	Johtopäätökset	54
	Lähteet	59
	Kuviot	64
	Taulukot	64
	Liitteet	65

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on tutkia arvonlisäverotuksen vaikutusta hiusalalla Suomessa. Parturi-kampaamopalvelut kuuluvat yleisen arvonlisäverokannan 25,5 % piiriin. Tämä tarkoittaa sitä, että parturi-kampaamoyrittäjät tilittävät valtiolle myymistään palveluista ja tuotteista 25,5 prosenttia arvonlisäveroa. Arvonlisäverokanta nostettiin aivan äskettäin opinnäytetyötä kirjoittaessa 1.9.2024 24 prosentista 25,5 prosenttiin. Työssä käsitellään erityisesti arvonlisäverotusta ja sen periaatteita sekä historiaa hiusalalla. Parturi-kampaamot olivat mukana vuosina 2007-2011 arvonlisäverokeilussa, jossa arvonlisäverokanta laskettiin kahdeksaan prosenttiin. Sen vaikutuksia tarkastellaan työssä aiempien tutkimusten ja muiden lähteiden avulla. Opinnäytetyön yhteistyökumppani Suomen Hiusyrittäjät ry on ehdottanut hius- ja kauneudenhoitoaloille pysyvää alennettua 14 % arvonlisäverokantaa. Tämän mahdollisuutta tutkitaan niin teorian ja tutkimusten kuin opinnäytetyön kyselytutkimuksenkin perusteella.

Arvonlisäverotus liittyy tiiviisti hinnoitteluun, joten opinnäytetyössä perehdytään parturi-kampaamoyrityksen palvelujen hinnoitteluun. Sitä lähestytään sekä hintamielikuvien, haasteiden että alennusten kautta, mutta konkreettisesti myös käsittelemällä parturi-kampaamon kulurakennetta ja tuntiveloituksen laskemista.

Opinnäytetyön tekijä on itse työskennellyt parturi-kampaajana 15 vuotta. Keskustelu alalla on ollut vilkasta niin arvonlisäveron suuruudesta kuin hinnoittelusta ja hintojennostopaineestakin. Viimeisimpänä keskustelunaiheena on ollut arvonlisäveron noston vaikutus hinnoitteluun. Huolta on aiheuttanut hintojen nousu, jonka pelätään vähentävän asiakkaita ja sitä kautta yrittäjien tuloja. Yleinen hintatason nousu viime vuosina on pakottanut yrittäjiä korottamaan hintojaan jo ennen arvonlisäveroprosentin nostoakin. Opinnäytetyötä tehdessä selvisi, että tutkimustietoa arvonlisäveron vaikutuksesta hiusalaan on kohtalaisen vähän. Tämän työn yhdeksi tarkoitukseksi nousi siten myös tiedon kokoaminen.

Opinnäytetyöhön liittyvä tutkimus tehdään kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena kyselylomakkeen avulla. Kyselytutkimus pyritään saamaan tietoon mahdollisimman monelle suomalaiselle parturi-kampaajayrittäjälle, jotta saadaan yleistettävää, luotettavaa ja ajantasaista tietoa. Kyselyssä selvitetään parturi-kampaamoyrittäjien tietoja ja ajatuksia arvonlisäverotuksesta sekä hinnoittelusta. Lopuksi pyritään arvioimaan, voisiko arvonlisäverokannan alennuksella olla nykypäivänä parantavaa vaikutusta parturi-kampaamoyrittäjien talouteen tai voisiko siihen olla muita keinoja, kuin arvonlisäverotuksen muuttaminen.

2 Yhteistyökumppani Suomen Hiusyrittäjät ry

Tämän opinnäytetyön yhteistyökumppani on Suomen Hiusyrittäjät ry, joka on perustettu vuonna 1917. Se on tällä hetkellä Suomen suurin hiusalan etujärjestö, jolla on noin 2000 edustettua toimijaa. Suomen Hiusyrittäjät ry on hiusalan yrittäjyyteen erikoistunut toimialaliitto, joka toimii valtakunnallisesti neuvoen sekä palvelen hiusalan yrittäjiä ja työnantajayrityksiä. Paikallisyhdistyksiä on yksitoista. Järjestö kuuluu myös kauneudenhoitoalan Pohjoismaiseen liittoon Nordic Beauty and Hair Associationiin. Suomen Hiusyrittäjien arvot ovat kokemus, luotettavuus, rehellisyys, sisukkuus ja suunnannäyttäminen. Yksi järjestön tavoitteista on hiusalan ammatillisen koulutuksen ja tutkintojen kehittäminen yhteistyössä eri oppilaitosten kanssa. (Suomen Hiusyrittäjät ry 2024a.)

Suomen Hiusyrittäjät ry pyrkii edunvalvonnalla parantamaan hiusalan hyvinvointia, kilpailukykyä ja kansainvälistä yhteistyötä. He tarjoavat jäsenilleen neuvontaa sekä lakipalveluja. Järjestöllä on etuhinnoin tarjolla myös esimerkiksi koulutuksia, tapahtumia ja matkoja, yhteistyökumppanietuja sekä materiaalipankki markkinointiin ja sopimus pohjiin. (Suomen Hiusyrittäjät ry 2024b.)

Opinnäytetyön aihe on yhteistyökumppanin toive. Suomen Hiusyrittäjät ry pyrkii parantamaan hiusalan yrittäjien ja sitä kautta koko alan hyvinvointia. Heidän huolenaan ovat esimerkiksi parturi-kampaajaopiskelijoiden opintojen keskeytykset tai valmistuneiden alalta poistuminen, hiusalan arvostuksen puute, työsuhteisten parturi-kampaajien matala palkkataso, ammattitaitoisen henkilökunnan löytyminen ja yrittäjien toimeentulo. Näitä kaikkia ei yhdellä opinnäytetyöllä ratkaista, joten yhdistyksen toiveesta tässä työssä keskitytään arvonlisäverotuksen rooliin. Heidän näkemyksensä mukaan arvonlisäverokannan laskeminen esimerkiksi 14 prosenttiin voisi auttaa nostamaan hiusalan palkkatasoa ja yrittäjien hyvinvointia, mikä nostaisi alan yleistä menestystä ja houkuttelevuutta.

3 Hiusala Suomessa

Parturi-kampaamoiden toiminta on pääasiassa palvelua, jonka ohessa myydään tuotteita. Palveluja ovat esimerkiksi hiusten leikkaukset, värjäykset, hius- ja hiuspohjan hoidot, permanentit, kampaukset ja hiustenpidennykset. Useat parturi-kampaamot tarjoavat lisäksi ripsien ja kulmakarvojen värjäystä. Parturi-kampaamon tiloissa saattaa toimia myös toisia yrittäjiä, jotka voivat tarjota esimerkiksi kosmetologi-, kynsi- tai hierontapalveluja. Tuotteita voivat olla hius- ja ihokosmetiikka eri muodoissa sekä erilaiset tarvikkeet, kuten hiuskoristeet, hiusharjat, hiusten lämpömuotoilulaitteet tai ihonhoitovälineet. Parturi-

kampaamot puolestaan ostavat itse sekä myyvät että palveluissa käytettävät välineet ja aineet.

Suuri osa parturi-kampaajista tekee sekä parturitöitä että kampaamotöitä, mutta osa tekee vain toisia. Aiemmin puhuttiin parturitöissä miehistä ja kampaamotöissä naisista, mutta nykyään tasa-arvon perusteella töitä ei erotella sukupuolen, vaan leikkaustekniikoiden perusteella.

Parturiksi ja kampaajaksi kouluttaudutaan hius- ja kauneudenhoitoalan ammatillisen perustutkinnon kautta joko ammatillisissa oppilaitoksissa tai yksityisissä parturi- ja kampaamoalan kouluissa. Ammattiosaamistaan voi syventää hius- ja kauneudenhoitoalan erikoisammattitutkinnolla ja erilaisilla lyhytkoulutuksilla. (Studentum 2024; Unika 2024.) Hius- ja kauneudenhoitoalan perustutkintoon kuuluu yritysopintoja, jotka muodostuvat pakollisesta Yritystoiminnan suunnittelu -osasta (15 op) sekä valinnaisesta Yrityksessä toimiminen -osasta (15 op) (ePerusteet 2018).

Parturien ja kampaamojen liikevaihto oli vuonna 2023 yhteensä noin 602 miljoonaa euroa (Tilastokeskus 2024a). Vuonna 2022 Suomessa toimi 10 876 parturia ja kampaajaa, joista yrittäjien osuus oli noin 8 300 (76,4 %). Vuodesta 2010 parturien ja kampaajien määrä on vähentynyt, sillä silloinen määrä oli 13 783 ja yrittäjien osuus oli hieman pienempi (73,7 %). (Tilastokeskus 2024b.) Palkansaajien osuus parturi-kampaajissa on viime vuosikymmeninä pienentynyt palkkasuhteiden muututtua itsenäisiksi yrittäjiksi tai yrittäjyysuhteiksi vuokratuoli- tai sopimusyrittäjyyden muodossa. Tämä selviää työssä käsitellyistä tutkimuksista, mutta tarkkoja lukuja ei ollut saatavilla Tilastokeskukselta ennen vuotta 2010.

Hiusalalla ei ole voimassa olevaa työehtosopimusta edellisen sopimuksen päätyttyä maaliskuussa 2021. Palvelualojen ammattiliitto PAM on solminut hiusalalla yrityskohtaisia sopimuksia tai osa työnantajista saattaa käyttää kaupan alan työehtosopimusta. (PAM 2017; PAM 2024.) Eräässä hiusalan ketjuyrityksessä parturi-kampaajan palkka kalleusluokassa 1 on noin 1794-2129 euroa kuukaudessa (11,21-13,30 euroa/tunti) työvuosien mukaan. Viiden vuoden jälkeen työkokemuksella ei nouse. Palkkukseen voi liittyä provisio, joka alkaa kertyä tiettyjen myyntitulosten perusteella. Erikoisammattitutkinnon suorittaneille voidaan maksaa ylintä työvuosipalkkaa korkeammin. Parturi-kampaamoyrittäjien palkka vaihtelee heidän myyntitulojensa, kulujensa ja osittain myös yritysmuodon perusteella.

4 Yleistä verotuksesta Suomessa

Verotuksen tarkoitus on pitää huoli siitä, että valtiolla ja kunnilla on varoja hoitaa niille määrättyt tehtävät, joita Suomessa ovat esimerkiksi terveydenhuolto, koulutus, poliisi ja maanpuolustus. Valtion tarve saada verotuloja on verotuksen tärkein päämäärä, mutta sillä

voidaan pyrkiä myös esimerkiksi ohjaamaan ihmisten kulutuskäyttäytymistä vaikkapa alkoholin, tupakan tai sokerin haittaveroilla terveydenhuollon menojen pienentämiseksi. Verotuksen säätelyllä voidaan myös pyrkiä vaikuttamaan taloussuhdanteisiin tai tasaamaan ihmisten välistä tulonjakoa. Lisäksi ihmiset maksavat muita verojen kaltaisia pakollisia maksuja, kuten eläke- ja sosiaaliturvamaksuja. (Profea 2021, 19.)

Suomessa verotyyppejä on kahdenlaisia: niitä kerätään joko veronalaisiksi katsottavien tulojen perusteella tai taloudellisten toimintojen perusteella. Ensimmäisenä mainittu on välitöntä verotusta ja tuloverotusta, eli niitä kerätään suoraan yksilön palkkatulojen ja muiden tulojen perusteella. Tuloveron lisäksi välittömiä veroja ovat kunnallis-, pääoma- ja kirkollisvero. Näitä veroja maksavat pakollisesti kaikki tulonsaajat, pois lukien kirkollisveroa, jonka maksu perustuu kirkollisyhteisön jäsenyyteen. Jälkimmäisenä mainittu on välillistä verotusta, jota maksetaan, kun kulutetaan tavaroita tai palveluja. Välillisistä veroista merkittävin on arvonlisävero. Muita voivat olla kiinteistö-, varainsiirto- tai autovero. (Vilkkumaa 2011, 84-85.) Suomessa verot kerää Verohallinto ja vuonna 2023 niitä kerättiin yhteensä noin 81,6 miljardia euroa. Arvonlisäveron osuus kerätystä verosta vuonna 2023 oli noin 21,3 miljardia. (Verohallinto 2024a.)

Ennakonpidätysprosentti (yleisesti veroprocentti) kertoo, kuinka suuri osa tuloista maksetaan veroa (Verohallinto 2024b). Ennakonpidätys voi olla progressiivista tai suhteellista. Progressiivisessa verotuksessa verotettavan maksama ennakonpidätysprosentti kasvaa tulojen kasvaessa. Tulovero on siis progressiivinen. Tämän voi nähdä oikeudenmukaisena ja tuloeroja tasaavana, sillä suurituloisille ajatellaan jäävän tarpeeksi varoja hyvän elintason takaamiseksi suuresta verotuksesta huolimatta. Suhteellisessa verotuksessa, kuten kunnallisverossa, käytetään tasaveroa, joka tarkoittaa kaikille samaa ennakonpidätysprosenttia. Sen hyviä puolia voisi olla kulutuksen lisääminen tai työntekoon kannustaminen, sillä prosentti ei nouse tuloista huolimatta. Se voisi toisaalta lisätä ihmisten välistä tuloeroa ja mahdollisesti olla pienituloisille kohtuuttoman suuri. Myös arvonlisävero on tasavero. (Profea 2021, 20.)

Verojärjestelmää voisi pitää oikeudenmukaisena, sillä yleensä se kohdistuu eniten niihin, joilla on maksukykyä. Todellisuudessa verotus aiheuttaa vuodesta toiseen väittelyä tai jopa tunteiden kuumenemista sekä politiikassa että kansalaisten keskuudessa. Vilkkumaa (2011) toteaa jo Rooman keisareiden omana aikanaan ymmärtäneen, että veroja kannattaa kerätä sellaisista kohteista, joissa kansalainen ei huomaa veroja kerättävän. Välilliset verot ovat tämän tyyppisiä, eikä kuluttaja välttämättä kiinnitä niihin tai niiden suuruuteen erityistä huomiota. Välittömät verot kansalainen sen sijaan näkee euromääräisesti palkkakuitistaan, mikä voi aiheuttaa harmitusta. Kaiken kaikkiaan olisi tärkeää löytää perusteet oikeudenmukaiselle verotukselle, joka on tarpeeksi pieni ollakseen veronmaksajalle kohtuullinen sekä tarpeeksi suuri kattaakseen valtion ja kuntien kustannukset. (Vilkkumaa 2011, 85-86.)

Verotuloilla tuotetaan palveluja, joita ihmiset käyttävät. Osa kuitenkin ajattelee, että työntekoa verotetaan niin korkeasti, ettei se kannusta työntekoon. Haasteena on myös saada tarpeeksi verotuloja, sillä esimerkiksi väestön ikääntyminen tuo lisää menoja terveydenhuoltoon. Liian vähäiset verotulot heikentävät monia muitakin palveluja. (Profea 2021, 21.)

Verohallinnon teettämän tutkimuksen mukaan yli 90 % suomalaisista pitää verojen keräämistä tärkeänä, koska siten voidaan ylläpitää hyvinvointivaltiota. Yli 90 % myös pitää verojen maksamista kansalaisen tärkeänä velvollisuutena. Toisaalta 61 % ajattelee, että verorahoja tuhhlataan väärin kohteisiin ja 21 % ajattelee, ettei tunne saaneensa maksamilleen veroille vastinetta. (Verohallinto 2024j.)

5 Arvonlisäverotus

5.1 Arvonlisäverotuksen pääperiaatteet

Arvonlisävero on valtiolle maksettava välillinen vero, kulutusvero, jonka kuluttaja maksaa tavarain tai palvelun lopullisessa hinnassa (Söderstöm, Stenbacka & Mäkinen 2017, 29). Joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta jokainen Suomessa palveluja tai tuotteita myyvä liiketoiminnan harjoittaja on arvonlisäverovelvollinen. Liiketoiminnan harjoittamiseksi tulkitaan jatkuva ulospäin suuntautuva toiminta, johon sisältyy tavanomainen yrittäjäriski. Liiketoiminnan tulee olla voittoa tai muuta taloudellista hyötyä tavoittelevaa, eli sitä tehdään ansiotarkoituksessa. Oleellista on myös itsenäisesti harjoitettu toiminta, jolloin toiminnasta saatu vastike ei ole ennakkoperintälaissa tarkoitettua palkkaa. (Jokinen, Kojonkoski & Takalo 2019, 12-13.)

Arvonlisäveron edeltäjä, liikevaihtovero, otettiin Suomessa käyttöön vuonna 1941 korvaamaan sodan aiheuttamaa tulliverojen romahtamista. Yksi viime vuosikymmenten merkittävimmistä verotukseen liittyvistä muutoksista oli siirtyminen liikevaihtoverosta arvonlisäverotukseen vuonna 1994. Tällä ennakoitiin Suomen Euroopan Unioniin (EU) liittymistä vuonna 1995, sillä EU-oikeus vaikuttaa esimerkiksi yritysverotukseen. Merkittävää muutoksessa oli myös se, että arvonlisäverotuksen piiriin siirtyi palveluja, joita ei siinä aiemmin ollut. (Verohallinto 2009, 6-9; Verohallinto 2015, 25.) Parturi-kampaamopalvelut olivat yksi näistä palvelualoista.

Suomessa on neljä erisuuruista verokantaa. Arvonlisäverokanta eli arvonlisäveroprosentti määrittää, kuinka paljon minkäkin tavarain tai palvelun arvonlisävero on. Yleinen verokanta, jolla tarkoitetaan useimpien tavarain ja palvelujen kantaa, on 25,5 %. Tämä on, opinnäytetyötä kirjoittaessa, aivan äskettäin, 1.9.2024, noussut Suomen hallituksen kehysriihen päätöksellä 24 prosentista nykyiseen. Verokanta voi olla myös alennettu: 14 %, 10 % tai 0 %. Arvonlisäverolain perusteella joidenkin tavarain ja palvelujen myynti on

kokonaan arvonlisäverotonta. Näitä ovat esimerkiksi terveyden- ja sairaanhoito, sosiaalihuolto, tekijänoikeudet sekä yleissivistävä ja ammatillinen koulutus, korkeakouluopetus ja taiteen perusopetus. Yleisen arvonlisäverokannan nosto ei vaikuttanut alennettuihin verokantoihin, mutta opinnäytetyötä kirjoittaessa valmisteilla on makeisten ja suklaan verokannan nosto 14 prosentista yleisen tasolle. (Verohallinto 2024c; Verohallinto 2024d; Verohallinto 2024e.) Taulukkoon 1 on kirjattu esimerkkejä eri arvonlisäverokantoihin kuuluvista palveluista ja tuotteista.

Arvonlisäverokannan prosentti	Palvelu tai tuote
25,5 %	Parturi-kampaamopalvelut Kosmetiikka Rakennustarvikkeet Kodinhoito- ja taloustarvikkeet Tilitoimistopalvelut Siivouspalvelut Alkoholi- ja tupakkatuotteet
14 %	Elintarvikkeet Rehut Ravintola- ja ateriapalvelut
10 %	Lääkkeet Kirjat, sanoma- ja aikakauslehdet Liikuntapalvelut Henkilökuljetukset
0 %	Jäsenlehtien painosten veroton myynti yleishyödyllisille yhteisöille Varastointimenettelyihin liittyvä veroton myynti Vienti EU-alueen ulkopuolelle Eräät kansainvälisen kaupan liittyvät myynnit

Taulukko 1: Suomessa käytettävät arvonlisäverokannat (mukaillen Verohallinto 2024d)

Arvonlisäverovelvollisen tulee itse ilmoittaa Verohallinnolle toiminnan aloittamisesta. Alle 15 000 euron vuosittainen liikevaihto katsotaan vähäiseksi liiketoiminnaksi, jolloin ei tarvitse

ilmoittautua arvonlisäverovelvolliseksi, eikä myydä palveluja tai tuotteita arvonlisäverollisena. Liikevaihto tarkoittaa myytyjen tuotteiden ja palveluiden myyntituottoa, josta on vähennetty arvonlisävero. Vapaaehtoisesti verovelvolliseksi voi hakeutua alle 15 000 euron liikevaihdolla, mikäli haluaa tiettyjä hyötyjä, kuten arvonlisäverollisia kuluja ja ostoja. Arvonlisäverotuksessa on ollut käytössä myös alarajahuojennus, johon oikeuttavan liikevaihdon yläraja on 30 000 euroa vuodessa. Huojennus määräytyy tilikauden, jota arvonlisäverotuksessa pidetään kalenterivuotena, liikevaihdon perusteella. Tilikauden liikevaihdon ollessa alle 15 000 euroa, palautetaan kaikki tilikauden maksetut arvonlisäverot. Liikevaihdon jäädessä 15 000 euron ja 30 000 euron välille, alarajahuojennuksen saa osittaisena. (Verotieto 2022, 132-135.)

Vuonna 2023 alarajahuojennusta haki 80 000 yritystä, ja sitä voi edelleen hakea vuoden 2024 loppuun. Vuoden 2025 alussa alarajahuojennus poistuu, mutta vähäisen toiminnan raja nousee 15 tuhannesta 20 tuhanteen euroon. Vähäisen toiminnan rajaa arvioidessa otetaan huomioon sekä kuluvan kalenterivuoden liikevaihdon että edellisen kalenterivuoden liikevaihto. Vuonna 2025 vaikuttaa edeltävä vuosi 2024, jonka liikevaihto saa myös olla enintään 20 000 euroa. (Verohallinto 2024f.) Alarajahuojennusta käsitellään tässä opinnäytetyössä vähäisesti sen poistumisen vuoksi. On silti hyvä huomioda, että tähän mennessä sitä ovat voineet hyödyntää ne, joiden yritystoiminta on ollut pientä tai sivutoimista alle 2500 euron kuukausittaisella liikevaihdolla.

5.2 Arvonlisäveron laskeminen ja kertyminen

Veron perusteena on aina palvelun tai tuotteen veroton arvo. Veron peruste ja myynnistä suoritettava vero yhdessä muodostavat kokonaismyyntihinnan eli vastikkeen. Esimerkki 25,5 % verokannalla: tuotteen veroton hinta eli veron peruste on 100 euroa. Verottomaan hintaan lisätään 25,5 % 100 eurosta, joka on 25,50 euroa. Näin ollen 100 euroa + 25,50 euroa = 125,50 euroa. Asiakkaan maksama kokonaishinta on 125,50 euroa. Mahdolliset alennukset muuttavat veron perustetta, jolloin myös myynnistä suoritettavan veron määrä muuttuu. (Jokinen ym. 2019, 267-268.)

$$\text{vero} = \frac{\text{verollinen hinta} \times \text{sovellettava verokanta}}{100 + \text{sovellettava verokanta}}$$

Taulukko 2: Arvonlisäveron osuuden laskeminen (mukaillen Karjalainen 2013, 107)

Taulukosta 2 voi havaita, että koska veron perusteena on veroton arvo, arvonlisäveron euromäärää ei voi laskea suoraan vähentämällä arvonlisäverokannan prosenttimäärää

kokonaishinnasta. Suomessa kuluttajille ilmoitetaan lähes aina kokonaismyyntihinta veroineen. Yritysten välisissä kaupoissa ilmoitetaan yleensä veroton hinta. (Karjalainen 2013, 107.)

	Myyntihinta	Hinta ilman alv	Kertyvä alv 25,5 %	Arvonlisäys
Kosmetiikkavalmistaja X valmistaa shampoon ja myy sen Tukkuliike Y:lle, hinta ilman arvonlisäveroa 8 euroa.	10,04	8	2,04	8
Tukkuliike Y myy shampoon Parturi-Kampaamo A:lle, hinta ilman arvonlisäveroa 13 euroa.	16,32	13	3,32	5
Parturi-kampaamo A myy shampoon kuluttajalle hintaan 24 euroa, sisältäen arvonlisäveron 25,5 %.	24	19,12	4,88	6,12
Yhteensä			4,88	19,12

Taulukko 3: Esimerkki arvonlisäveron kertymisestä (mukaien Vilkkumaa 2011, 92-93)

Arvonlisävero nimenä kertoo sen toiminnasta: tuotteen tekemis- ja myyntiketju tuo arvonlisäystä lopputuotteeseen, ja tätä arvonlisäyksen osuutta verotetaan. Jokainen myyjä tilittää valtiolle sen osuuden arvonlisäveroa, joka kohdistuu yrityksen tuottamaan arvonlisäykseen. Taulukon 3 mukaisesti Kosmetiikkavalmistaja X tilittää arvonlisäveroa valmistamastaan ja myymästään tuotteesta 2,04 euroa. Tukkuliike Y tilittää 1,28 euroa (3,32 euroa - 2,04 euroa). Parturi-kampaamo A tilittää 1,56 euroa (4,88 euroa - 3,32 euroa). Näin ollen valtiolle tilitettävä kokonaisarvonlisävero on loppukäyttäjän maksaman arvonlisäveron mukainen 4,88 euroa (2,04 euroa + 1,28 euroa + 1,56 euroa = 4,88 euroa). Jokainen yrittäjä siis saa vähentää ostamiensa tuotteiden ja palveluiden ostokuluihin sisältyvän arvonlisäveron. Tätä kutsutaan arvonlisäverovähennykseksi. (Vilkkumaa 2011, 92-93.)

5.3 Yrittäjän oikeus arvonlisäverovähennykseen

Arvonlisäveron vähennysoikeus on vain verollista toimintaa harjoittaville ja on periaatteeltaan aivan erilainen kuin vähennysoikeus tuloverotuksessa. Tuloverotuksessa tehdään vähennyksiä, jotta saataisiin tietoon yrityksen verotettava tulos. Arvonlisäverotuksessa tarkoitus on

eliminoida verovelvollisen yrityksen myymien palveluiden ja tuotteiden hinnasta edellisen portaan siitä jo aiemmin maksama arvonlisävero. Vero tilitetään vaihdannan jokaisessa portaassa, mutta vähennysoikeudella varmistetaan, että vero on tuotteen ja palvelun hinnassa vain kertaalleen. (Verotieto 2022, 127.) Kuviossa 1 selviää, että verovelvollisten yritysten välisessä kaupassa vero ei ole kustannus vaan läpikulkuerä.

Tuotteen myyntihinta = $100 + 25,50$ (alv 25,5 %)
 Tästä myyjä tilittää valtiolle 25,50 ja saa itse 100
 Ostajan kannalta tuotteen ostohinta = 125,50
 Tästä ostaja saa vähennysoikeuden avulla valtiolta veron osuuden 25,50, eli todellinen kustannus ostajalle on 100

Kuvio 1: Arvonlisäveron vähennysoikeus verovelvollisten välisessä kaupassa (mukaillen Verotieto 2022, 127)

Laajalla vähennysoikeudella tarkoitetaan sitä, että lähtökohtaisesti verovelvollinen ostaja saa aina vähentää arvonlisäveron kaikista yritystoiminnan puitteissa tehdyistä arvonlisäverollisten tuotteiden ja palveluiden ostoista. Vähennysoikeuden muita edellytyksiä on, että arvonlisävero on merkitty laskuun oikein, ja että lasku tai tosite täyttää arvonlisäverolain laskumerkintävaatimukset. Vähennyksissä on huomioitava oikea arvonlisäverokanta ja mahdollinen arvonlisäveroton toiminta. Vähennysoikeus yksityiskäyttöön tarkoitetuista ostoista on kiellettyä. Yrittäjä ei siis voi yrityksensä nimissä ostaa esimerkiksi ruohonleikkuria kotiinsa, merkitä sitä kirjanpitoonsa ja vähentää arvonlisäveroa. Verottomaksi säädettyä toimintaa, kuten rahoituspalvelujen myyntiä varten tehdyistä ostoista ei saa tehdä vähennyksiä. (Jokinen ym. 2019, 185-187.) Arvonlisäverosta voi saada myös palautusta, esimerkiksi siinä tapauksessa, että yrityksellä on vähemmän maksettavaa kuin vähennettävää arvonlisäveroa (Verohallinto 2024i).

Hiusalan yrityksissä vähennyskelpoisia ostoja ovat esimerkiksi työvälineet, hiusvärit ja permanenttiaineet sekä asiakkaille myytävät tuotteet. Yritykseen hankitut laitteet ja kalusteet, kuten tietokone, puhelin ja ajanvarausjärjestelmä ovat vähennyskelpoisia. Yritys voi myös ostaa muilta arvonlisäverollisia palveluja, kuten koulutuksia, siivous-, markkinointi tai kirjanpitoa. Yrittäjän eläkevakuutusmaksu on vähennyskelpoinen.

5.4 Arvonlisäveron ilmoittaminen, verokausi ja tilitys

Arvonlisäveron ilmoitus- ja maksupäivä määräytyy yrityksen verokauden mukaan, joka on kuukausi, neljännesvuosi tai vuosi. Useimmiten verokausi on kalenterikuukausi, mutta jos liikevaihto on pientä, yritys voi hakea pidempää verokautta. Liikevaihdon ollessa alle 100 000

euroa, verokausi voi olla neljännesvuosi tai sen ollessa alle 30 000 euroa, verokausi voi olla vuosi tai neljännesvuosi. Pidennettyyn verokauteen ei voi hakeutua, mikäli liikevaihto ylittää liikevaihtorajan, arvonlisäveroilmoituksia on myöhässä tai veroja on maksamatta. Arvonlisäveroilmoitus tehdään pääasiallisesti Verohallinnon OmaVero-palvelussa, mutta vaihtoehtoisesti Vero API-rajapinnan tai Ilmoitin.fi-palvelun kautta. (Verohallinto 2024g; Verohallinto 2024h.) Verokausilta annettavan ilmoituksen lisäksi verovelvollisen tulee antaa yhteenvetoilmoitus niiltä kuukausilta, kun sillä on ollut yhteisömyyntejä eli tavara- tai palvelumyyntiä muihin EU-maihin (Verotieto 2022, 134). Tämä lienee harvinaista suomalaisille parturi-kampaamoille.

Arvonlisävero on niin sanottu oma-aloitteinen vero, eli se ilmoitetaan ja maksetaan verottajalle itse. Yrittäjä voi tehdä ilmoituksen henkilökohtaisesti tai valtuuttaa esimerkiksi kirjanpitäjän tekemään sen puolestaan. Ilmoitus on tehtävä jokaisen verokauden päätyttyä, vaikka kyseisellä verokaudella ei olisi ollut arvonlisäverollista toimintaa. Ilmoitukset tehdään viimeistään verokautta seuraavan toisen kuukauden 12. päivä. Vuosittaisen verokauden ilmoituspäivä on seuraavan helmikuun 29. päivä. (Verotieto 2022, 134-135.)

Arvonlisäveron tilitys voi olla suorite-, laskutus- tai maksuperusteista. Yleensä tilitykset tehdään suoriteperusteisesti, eli kun myyty tavara on toimitettu tai palvelu on suoritettu. Sillä ei siis ole merkitystä, milloin tavara tai palvelu on maksettu tai veloitettu. Laskutusperusteisessa tilityksessä vero suoritetaan siltä kuukaudelta, jonka aikana ostajaa on veloitettu tai laskutettu. Yritykset, joilla tilikauden liikevaihto on alle 500 000 euroa, voivat tilittää arvonlisäveron maksuperusteisesti. Kun yritys valitsee maksuperusteisen tilityksen, se koskee sekä yrityksen myyntejä että ostoja. Tilitys suoritetaan siltä kuukaudelta, kun palvelu tai tuote on maksettu. (Verotieto 2022, 137.)

Arvonlisäveroilmoituksen antamiseen ei ole mahdollista hakea lisää aikaa. Tietojen myöhässä ilmoittamisesta joutuu maksamaan myöhästymismaksua. Arvonlisäveron myöhässä maksamisesta seuraa viivästyskorkoa, joka vuonna 2024 on 11 %. Tilapäisissä maksuvaikeuksissa on mahdollista hakea maksujärjestelyä. Oikeaan aikaan ilmoitettu arvonlisävero maksetaan todellisen summan mukaan, mutta ilman oikea-aikaista ilmoitusta Verohallinto arvioi yrityksen arvonlisäveron ja määrää veronkorotuksen. (Verohallinto 2024g.)

Yritys voi palkata avukseen ja tuekseen kirjanpitäjän. Kirjanpitäjä on velvoitettu neuvomaan ja korjaamaan huomaamansa virheet, mutta vastuu arvonlisäveron, kuten muidenkin velvoitteiden suorittamisesta, on aina yrittäjällä itsellään. Yrittäjän vastuulla on myös toimittaa kirjanpitäjälle ajallaan asianmukaiset tositteet, kuten osto- ja myyntilaskut, joiden perusteella arvonlisävero maksetaan. (Räsänen 2024; Karjalainen 2013, 97.) Väärien tietojen tahallinen antaminen, tietojen salaaminen tai verovelvollisuuksien laiminlyöminen veron

välttämis- tai alentamistarkoituksessa voi rikoslain (1889/39) luvun 29 perusteella johtaa sakkoon tai vankeustuomioon.

5.5 Muut yrittäjän maksamat verot ja pakolliset maksut

Ennakkonkantoa eli ennakoveroa peritään sellaiselta verovelvolliselta, jolla on tuloa liikkeestä tai ammatista, vuokratuloa tai muuta tuloa kiinteistöstä taikka muita tuloja, josta ei toimiteta ennakonpidätystä. Ennakoveron määrää Verohallinto ja se perustuu viimeksi vahvistetun verotuksen tulotietoihin. Ennakko maksetaan nimensä mukaisesti etukäteen tilikauden aikana. Määrättyyn ennakkoon voi hakea muutosta, mikäli tulon arvioidaan olevan pienempi tai suurempi kuin arvioon perustuva tulo. (Verotieto 2022, 110.) Ennakoveroa voi siis ikään kuin verrata palkansaajan tuloverotukseen, sillä ennakovero maksetaan yrittäjän saaman tulon perusteella.

Yrittäjän eläkevakuutusmaksu (YEL) on henkilökohtainen lakisääteinen vakuutus Suomessa toimiville 18-67-vuotiaille yrittäjille, jotka itse työskentelevät yrityksessään. Sillä turvataan yrittäjän eläke ja sosiaaliturva, koska YEL-työtulo vaikuttaa muun muassa sairauspäivärahaan, vanhempainpäivärahaan, työttömyysetuuksiin ja ammatilliseen kuntoutukseen. YEL-vakuutuksen maksun perusteena pidetään vuosittaista työtuloa. YEL-vakuutus tulee maksaa, kun työtulo 12 kuukauden ajalta on vähintään 9010,28 euroa eli keskimäärin kuukausittain yli 750 euroa. (Ilmarinen 2024.)

YEL-vakuutuksen määrälle on muitakin perusteita, kuten yrittäjän ikä. Vuonna 2024 alle 53-vuotiaat ja vähintään 63-vuotiaat maksavat YEL-vakuutusta 24,10 % työtulosta, 53-62-vuotiaat 25,60 %. Esimerkiksi alle 53-vuotiaalla 28 000 euron työtulosta 24,10 % on 6748 euroa, mikä tekee noin 562 euroa kuukaudessa. YEL-vakuutusta voi vapaaehtoisesti maksaa lakisääteistä enemmän, mikäli haluaa kerryttää enemmän eläkettä. Vakuutusmaksu on kokonaan verovähennyskelpoinen ja aloittava yrittäjä saa ensimmäiset neljä vuotta 22 prosentin alennuksen vakuutusmaksusta. (Työeläke.fi 2024.) Yrittäjän eläkevakuutusmaksu on merkittävä huomioitava kuluerä etenkin pienyrittäjän taloudessa.

YEL-maksu on saattanut viime aikoina aiheuttaa kulujen tarkistamista parturi-kampaamoyrittäjille. Valitettavan monet yrittäjät ovat alivakuuttaneet itsensä ilmoittamalla työtuloksi todellisuutta alemman vuositulon. Tämä aiheuttaa sen, että eläke ja muut sosiaalietuudet jäävät pieniksi todelliseen työtuloon nähden. Vuosien 2023-2025 aikana kaikkien vakuutettujen työtulot vahvistetaan ja eläkeyhtiöt antavat ehdotuksensa, joka tarkistetaan jatkossa kolmen vuoden välein. Ne, jotka ovat alivakuuttaneet itsensä, joutuvat todennäköisesti maksamaan YEL-maksua jatkossa enemmän. (Männistö 2023.)

Työnantajayrittäjillä on pakollisia palkka- ja henkilösivukustannuksia. Palkkaustapoja on erilaisia, mutta pakollisia henkilösivukustannuksia on maksettava palkkaustavasta

riippumatta. Lakisääteisiä kustannuksia ovat työntekijän sairaus- ja loma-ajan palkat sekä sosiaalivakuutusmaksut, kuten työeläkevakuutus-, työttömyysvakuutus- tapaturma- ja sairausvakuutusmaksut. Työntekijöille tulee myös tarjota vähintään lakisääteinen työterveyshuolto. Lakisääteisten sivukustannusten osuus on noin 40 % työntekijän palkasta. (Söderström ym. 2017, 25-26.)

Yrittäjä voi halutessaan turvata omaa terveyttään tai yritystoimintaansa erilaisilla vakuutuksilla, jotka eivät ole pakollisia. Vakuutukset voivat tuoda taloudellista turvaa esimerkiksi työn tilapäisen keskeytymisen aikana. Vastuuvakuutus, joka suojaa tuotevirheiltä tai palvelun aiheuttamilta vahingoilta, ei ole kaikille yrittäjille pakollinen, mutta monilla toimialoilla välttämätön. (Talenom 2024.) Parturi-kampaamoyrittäjille erilaiset vakuutukset voivat tuoda apua esimerkiksi vesivahingon, murtovarkauden, sairastumisen tai asiakkaalle hiusten värjäyksestä johtuvan ja hoitoa vaativan allergisen reaktion jälkeen.

5.6 Arvonlisäveron vaikutus kuluttajahintoihin

Valtion taloudellinen tutkimuskeskus (VATT) tutki vuonna 2005 arvonlisäveroa ja sen muutosten vaikutuksia kuluttajahintoihin EU:n jäsenmaissa. Sen taustalla on kysymys arvonlisäveron kohtaannosta, eli siirtyykö vero täysimääräisesti kuluttajien kannettavaksi vai kompensoituuko se kaupan ja tuottajien voittomarginaalin supistumisena. VATT:n tutkimuksessa arvioitiin edeltävän vuoden tutkimusta, jossa Kuluttajatutkimuskeskus arvioi elintarvikehintoja EU:ssa. Tuloksessa todettiin yllättävästi, että arvonlisäveron taso ei juuri vaikuttaisi elintarvikkeiden hintoihin, vaan sitä selittäisivät ”muut muuttajat”. VATT:n omat tutkimustulokset myötäilivät aiempia muita kansainvälisiä tuloksia sen osalta, että pääosa arvonlisäverosta menee hintoihin. Tulokset viittasivat myös siihen, että aiempien vuosikymmenten aikana tehdyt arvonlisäverokorotukset eivät siirtyneet täysimääräisesti hintoihin. Koska arvonlisäveroja oli pääasiassa pelkästään korotettu, tästä ei voitu täysin arvioida, kuinka paljon arvonlisäveron alentaminen vaikuttaisi hintoihin. (Viren 2005.)

Sipilä (2003, 46) toteaa, että ilmeisesti vasta, kun on itse toiminut yrittäjänä, voi ymmärtää palveluyrittäjän asemaa. Tavallinen kuluttaja ei osaa arvioida, mistä heiltä perittävä maksu koostuu. Siksi hän voi nähdä arvonlisäverokorotuksen tuoman hinnankorotuksen pelkästään hinnankorotuksena, ja hinnankorotus voi laskea kysyntää. Korkea arvonlisävero yhdistettynä korkeaan tuloverotukseen voi olla palveluyrittäjälle lamaannuttavaa. Arvonlisäveroa on Sipilän mukaan joskus verrattu ”ohjukseen, joka on ohjelmoitu osumaan väärän kohteeseen”. Tämä voi olla kärkeästä ilmaistu, mutta korkea arvonlisävero tuntuu palveluyrittäjistä kohtuuttomalta yhteiskunnan määräämältä rasitteelta. Palveluelinkeinot ovat Suomen suurin työllistäjä, mutta työmarkkinoiden pelisääntöjä ohjaa lähinnä automaatiovaltainen ja pääomaintensiivinen teollisuus. Palveluyrittäjien ääni hukkuu lakeja säätäessä. (Sipilä 2003, 46.) Sipilän teos on vuodelta 2003, mutta palvelusektori työllistää edelleen suurimman osan

suomalaisista, sillä palvelualat tuottavat yli 40 % bruttokansantuotteesta ja työllistää yli miljoona ihmistä. (Palta 2024.)

Arvonlisäveron viimeisin muutos, nosto 24 prosentista 25,5 prosenttiin 1.9.2024 on ollut voimassa opinnäytetyön palautushetkellä noin kaksi kuukautta. Syyskuun kuluttajaindeksin perusteella nosto vaikutti kuluttajahintoihin vaihtelevasti. Täysimääräinen muutos olisi ollut 1,2 prosentin nousu. Osaan tuotteista, kuten alkoholijuomiin tai kodinkalusteiden hintoihin, muutos siirtyi täysimääräisenä. Palveluista hintojen nousu toteutui ennustetusti esimerkiksi lämpöenergiassa ja laajakaistamaksuissa. Osassa hintoja, kuten hygienia- ja kosmetiikkatuotteissa, kehitys on arvonlisäveron kehitystä hitaampaa. (Tilastokeskus 2024c.)

6 Harmaa talous hiusalalla

Mikäli yrityksen verot ja muut pakolliset maksut jätetään tarkoituksella suorittamatta tai ilmoittamatta, puhutaan harmaasta taloudesta. Silloin työtä, tai osaa työstä, ei merkitä kuittiin tai työntekijän palkasta ei makseta veroa ja muita maksuja, vaan työ tehdään kansankielisesti pimeänä. Nämä tulot eivät esimerkiksi kerrytä eläkettä. Harmaa talous vääristää hintakilpailua, koska laittomilla toimilla hintaa voidaan pitää normaalia alempana. Harmaaseen talouteen liittyy usein myös rikollisuutta, kuten rahanpesua tai kirjanpitorikoksia. (Profea 2021, 21-22.)

Suomessa tehdään pimeää työtä vuosittain noin 900-1400 miljoonan euron edestä (Verohallinto 2022). Suoraan kuluttajia palveleva toiminta, jollaista parturi-kampaamotoimintakin on, on erityisen altista harmaalle taloudelle. Tämä johtuu siitä, että yritykset saavat tulonsa yksityishenkilöiltä, jotka eivät tarvitse kuitteja kirjanpitoaan tai verovähennyksiään varten. Verohallinnolle ei kerry tietoa yrityksen tulojen ristikontrollia varten. Hiusalalle on myös tyypillistä, että oma yritys perustetaan nopeasti ammattiin valmistumisen jälkeen, ennen yritykseen liittyvien yhteiskunnallisten velvoitteiden opettelemista. Aloittelevilla yrittäjillä ei välttämättä ole juurikaan koulutusta tai osaamista yrittäjänä. (Hirvonen, Lith & Walden 2010, 34; Työ- ja elinkeinoministeriö 2012, 7-8.)

Nykypäivänä kuitinantovelvollisuus tuntuu itsestäänselvydeltä, mutta vuonna 2012 se ei vielä ollut. Työ- ja elinkeinoministeriön työryhmä esitti vuonna 2012 erilaisia keinoja harmaan talouden kitkemiseksi hius- ja kauneudenhoitoaloilla. Yksi ehdotuksista olikin kuitinantovelvollisuus tarkoituksenmukaisine tietosisältöineen sekä siihen sopivat tyyppihyväksytyt kassakoneet. Perusteltuna pidettiin velvoite maksaa palkka työntekijän tilille eikä käteisenä. Harmaan talouden haitoista kertovaan informaatioon ehdotettiin riittävää panostusta. Tällä toivottiin sekä yrittäjien että asiakkaiden asenteisiin muutosta. Myös viranomaistarkastuksia puollettiin ja pohdittiin omavalvonnan keinoja. (Työ- ja

elinkeinoministeriö 2012, 8-17.) Verohallinnon teettämän tutkimuksen mukaan edelleen 11 % suomalaisista kuitenkin ajattelee, ettei pimeän työn tekemisessä tai palvelujen ostamisessa ilman kuittia ole mitään väärää (Verohallinto 2024j).

Verohallinnon ja Harmaan talouden selvitysyksikön vuonna 2021 teettämä tutkimus selvitti arvonlisäveron virhetilanteita, joissa yritykset eivät ilmoita suoritettavia veroja tai ilmoittavat liian paljon vähennyksiä tarkoituksenaan pienentää tilitettävän arvonlisäveron määrää. Yksi yleisimmin havaituista virheistä ja arvonlisäveropetoksista oli puuttuva myynti, eli kaikkea arvonlisäverollista myyntiä ei ilmoitettu. Virheet olivat pääasiassa pieniä, mutta yhteenlaskettuna aiheuttavat huomattavan suuren verovajeen. Selvityksessä esitettiin yhtenä ratkaisuna tarkempaa arvonlisäveron valvontaa. Yksilöidympi arvonlisäveroilmoituksen tietosisältö, jossa olisi transaktiokohtaiset osto- ja myyntitiedot, antaisi Verohallinnolle nykyistä paremmat mahdollisuudet havaita vilppiä. Transaktioiden ristiin tarkistuksella voisi varmistaa ostojen ja myyntien oikeellisuudet. (Nummila & Ristola 2021, 8, 28.)

7 Hinnoittelu

7.1 Hinnan monet tekijät ja roolit

Markkinatalous rakentuu kysynnästä ja tarjonnasta, joiden suhteen tärkein ilmentymä on hyödykkeen, tuotteen tai palvelun hinta (Simon, Orvomaa, Jonason & Mörée 2021, 13). Hinta on korvaus palvelusta tai tuotteesta, mutta sillä on monia muitakin rooleja. Sillä voi ohjata asiakkaiden käyttäytymistä tai mitata arvostusta. Hinta on myös ainoa yritykselle tuloja tuova kilpailukeino. Siksi hinnoittelulla on merkittävä rooli yrityksen kannattavuuden ja ihmisten toimeentulon kannalta. (Sipilä 2003, 15-16.) Tässä opinnäytetyössä keskitytään lähinnä palvelujen hinnoitteluun.

Hinnoittelulla kokonaisuutena on merkittävä vaikutus palvelutuotteen kannattavuuteen. Hinta on siis tuloksenteijä. Hinnat ovat yrityksen toiminnassa ikään kuin näkyvä jäävuoren huippu, jonka taustalla ovat esimerkiksi yrityksen toiminnan tavoitteet, tuotevalikoima, henkilöstö ja kustannusrakenteet. Yrityksen pääasiallinen rahoitus tulee myyntituottojen eli hinnan kautta tulorahoituksena. (Sipilä 2003, 25.) Hinnoitteluun on syytä suhtautua vakavasti ja käyttää siihen aikaa, sillä se on yksi tuloksenteon tärkeimmistä välineistä (Karjalainen 2013, 67).

Kilpailukeinona hinta on erilainen kuin muut keinot. Se on nopeasti vaikuttava ja joillekin lähes ainoa kilpailukeino. Hinta on tavallaan yksin vaa'an toisella puolella, kun toisella puolella ovat kaikki muut palveluun liittyvät ominaisuudet. Se vaikuttaa suoraan asiakkaiden käsitykseen palveluntarjoajasta. Kilpailijan hinnanmuutokset vaikuttavat merkittävästi kilpailuun ja asiakkaiden päätöksiin. (Sipilä 2003, 25; Simon ym. 2021, 172.) Toisaalta palvelun erilaistaminen ja kilpailijoista erottautuminen antaa suuremman

hinnoitteluvapauden, eikä kilpailijan hinnanmuutoksella ole enää niin paljon sijaa (Karjalainen 2013, 68).

Hintaa voidaan käyttää myös asiakasohjauksen välineenä. Hinnoittelujärjestelmällä ja hinnan asettamisella voidaan ohjata asiakasta tiettyihin päätöksiin. Vaikkapa paljousalennukset tai bonusjärjestelmät voivat ohjata asiakasta keskittämään, eli tekemään ostoksiaan yhdessä paikassa: hänestä tulee vakioasiakas. Hinnoittelu voi palkita tai rangaista tietynlaisesta toiminnasta, ja sitä täytyy kehittää, mikäli lopputulos ei ole yrityksen pyrkimysten mukainen. (Sipilä 2003, 26-27.)

Hinta voi olla palvelun arvon ja arvostuksen mittari. Palvelun hintaa voidaan ajatella palveluntuottajan ehdotuksena palvelun arvosta asiakkaalle. Ostopäätöksen syntymiseen vaikuttaa se, pitääkö asiakas palvelun arvoa yhtä suurena tai suurempana kuin hintaa. Eri henkilöt eri tilanteissa arvostavat samaa palvelua eri tavoin. Oikeudenmukainen hinta ei myöskään ole yksiselitteinen. Hinta voi olla oikeudenmukainen tuotantokustannusten, sen asiakkaalle tuoman arvon ja hyödyn tai näiden molempien perusteella. Ostaja on hinnan lisäksi kiinnostunut palvelun arvosta, eli siitä mitä hyötyä hän saa maksamastaan hinnasta. Arkikielessä puhutaan palvelun *hyvästä hinnasta*, kun todellisuudessa tarkoitetaan *hyvää arvoa*. Ostaja aina päättää, onko hinta eli arvo hyvä. (Sipilä 2003, 27; Somervuori 2018, 7, 67-68.)

Kaikkiaan hintaa olisikin hyvä lähestyä kahdesta eri suunnasta: sekä asiakkaan näkökulmasta että oman kulurakenteen ja katevaatimuksen näkökulmasta. On siis pohdittava, mitä asiakas saa ja miten hän kokee palvelun (tai tuotteen) arvon suhteessa palvelun suunniteltuun hintaan ja kilpaileviin palveluntarjoajiin. Asiakas vertailee arvoa myös korvaaviin palveluihin ja niiden hintoihin sekä siihen, voisiko asiakas suorittaakin palvelun itse. (Karjalainen 2013, 68.)

Yrittäjän on syytä tavoitella voittoa eli pyrkiä kannattavuuteen. Sana *voitto* voi aiheuttaa kielteisiä tunteita, jos sen puolustelu nähdään ahneutena. Se pitäisi enemmänkin ajatella yrityksen elinvoimaisuuden, kasvun ja tulevaisuuden puolusteluna. Hinnoittelu ja voitto kulkevat aina käsi kädessä, sillä lopulta voitto on ainoa kelvollinen mittausjärjestelmä yrityksen ohjaamisessa. Vain voittoa voi mitata niin, että otetaan huomioon sekä yrityksen tuotot että kulut. Vain voiton saavuttaminen pitää yrityksen hengissä ja varmistaa tulevaisuuden. Voiton ei pitäisi olla vain mukava lisä työnteon päälle. (Simon ym. 2021, 126-127.)

7.2 Hintamielikuva - hinta on yhtä kuin laatu?

Hinta on numero, joten usein virheellisesti ajatellaan jokaisen ostajan tulkitsevan sen samalla tavalla. Jokainen ostaja tulkitsee sen omalla tavallaan riippuen hänen näkemyksestään,

ennakkoasenteistaan ja kokemuksistaan. Perinteisesti on ajateltu, etteivät tunteet ole merkittävässä roolissa ostopäätöksen tekemisessä. Tunteiden osuutta ostopäätöksen tekemisessä on alettu tutkia vasta viime vuosikymmeninä. Hinta viestii tunteita ja luotettavuutta, ja tilanteen mukaan tunteiden voidaan nähdä joko auttavan tai haittaavan ostopäätöstä. (Somervuori 2018, 7, 89.)

Hinta vaikuttaa voimakkaasti tunteisiin ja jättää mielikuvat pitkäksi aikaa. Esimerkiksi alhaisilla hinnoilla aloittaneen ja edullisen maineen saaneen yrittäjän voi olla vaikeaa muuttaa imagoaan. Vaikka hintoja nostettaisiin, voisi olla vaikeaa tavoitella laatutietoisempaa asiakaskuntaa. (Sipilä 2003, 26.)

Hinta kertoo, mitä tuote tai palvelu maksaa, mutta se on myös laadun indikaattori. Hintaa nostaessa nousee laatumielikuva, mutta kulumielikuva laskee. Kun hintaa alennetaan, laatumielikuva laskee ja kulumielikuva nousee. Hinnalla on siis kaksisuuntainen vaikutus. Laatumielikuvaan vaikuttavat myös muut asiat, ulkoiset ja sisäiset tekijät. Ulkoisia tekijöitä ovat esimerkiksi tuotteen pakkaus tai brändi, sisäisiä tuotteen raaka-aineet. (Somervuori 2018, 85-86.)

Hintamielikuvaan vaikuttaa euromääräisen hinnan lisäksi hintatietojen selkeys, palvelun käytön useus, palvelun käsityömäisyys, palvelujen leimautuminen julkisessa keskustelussa ja kuinka palvelu olisi itse voitu suorittaa. Harvoin käytettyjen palvelujen hintamielikuva muuttuu hitaasti, mutta usein käytettyjen mielikuvaan voi vaikuttaa nopeammin. Palvelua voidaan pitää kalliina, mutta hinta-laatusuhteeltaan hyvänä, sillä monet ihmiset erottavat hintatason korkeuden hinta-laatusuhteesta. (Sipilä 2003, 34.) Myös hintavihjeitä antamalla yritys voi muokata asiakkaan mielikuvaa. Hintavihjeitä voivat olla esimerkiksi alennuskyltit tai niin sanottujen sisäänheittotuotteiden myynti edullisesti. (Somervuori 2018, 56-57.)

Hinta voi olla palvelun laadun symboli myös siinä mielessä, että asiakkaan omalle imagolle on tärkeää käydä arvostetussa ja hyvämaineisessa yrityksessä, joka ei ole halpa. Hänelle on tärkeää olla tunnettu siitä, että hän käyttää vain hyvämaineisia palveluja. Nämä asiakkaat siirtyvät hyvin äkkiä muualle, mikäli yrityksen maine rakoilee. (Sipilä 2003, 21.)

7.3 Palvelun hinnoittelun haasteet

”Hinta on silloin oikea, kun asiakas itkee ja ostaa, mutta ostaa kuitenkin”. Karjalainen esittää tämän sanonnan, joka on toki kärjistävä, mutta osa totuutta. Hinnoittelu voi olla erityisesti pienyrittäjälle taloudellisen prosessin ohella myös henkinen prosessi. Pienyrittäjien taakkana on usein liiallinen pehmeys ja matala omien tuotteiden tai palvelujen arvostus, mikä näkyy liian matalina hintoina. Hinnan pelätään olevan asiakkaalle liian kallis, minkä vuoksi jopa tingitään hänen puolestaan. (Karjalainen 2013, 67.) Myös Sipilä on samoilla linjoilla todeten,

että ”jos asiakas murisee hieman hinnasta, mutta ostaa ja ostaa toistamiseen, vaikka vaihtoehtojakin olisi, on hinta todennäköisesti oikea” (Sipilä 2003, 32).

Palvelujen myynnissä on omat ominaispiirteensä verrattuna tavaran myyntiin. Palvelun aineettomuus aiheuttaa sen, että asiakkaan on vaikea etukäteen nähdä, mistä hän maksaa. Palvelu on tavaran myynnistä poikkeavaa myös siksi, että asiakas usein osallistuu itse kyseisen palvelun tuottamiseen esimerkiksi palvelukokonaisuuden suunnittelussa. Koska palvelu syntyy yhteistyössä palveluntuottajan ja asiakkaan välisen toiminnan tuloksena, tuotantokapasiteetti on siitä riippuvaa. Palvelua ei voi myydä varastoon, eikä siten myymätöntä palvelukapasiteettia voi myydä myöhemmin edes alennuksella. (Sipilä 2003, 19-22.) Joskus on mahdollista myydä palvelua, kuten vaikka koulutusta, useammalle henkilölle samanaikaisesti. Parturi-kampaamoissa se yleensä ei ole tapana eikä edes mahdollista, vaan palveltavana on yksi asiakas kerrallaan.

Samankaltaisten palvelujen laatueroit voivat olla huomattavia, mikä johtuu erilaisista palveluntuottajista. Aineettomuus ja laatueroit nostavat palveluntuottajayrityksen imagon tärkeäksi hinnoitteluperusteeksi. Palvelun laatu voi vaihdella myös yrityksen sisällä. Palvelut ovat usein hyvin henkilösidonnaisia, eli palvelun laatu riippuu siitä, kuka palvelun suorittaa. Tämä voi johtaa siihen, että suosittujen henkilöiden palvelukapasiteetti täyttyy huomattavasti nopeammin kuin vähemmän suosittujen. Tämä nostaa esiin kysymyksen, voiko suosituksen henkilön palvelusta veloittaa enemmän kuin vähemmän suosituksen, vaikka palvelu olisi näennäisesti sama? Markkinoinnin näkökulmasta palvelu ei välttämättä enää ole sama, koska palveluun liittyvät mielikuvat ovat eri henkilöiden kesken erilaiset. (Sipilä 2003, 23-24.)

Parturi-kampaamopalvelujen henkilökeskeisyyttä tukee myös suomalaisen hiustenhoitotuotteiden valmistaja Promisen vuonna 2022 teettämä kysely. Kyselyn vastaajista jopa 74 % naisista ja 56 % miehistä käy aina samalla parturi-kampaajalla. Parturi-kampaajan ja asiakkaan suhde voi pisimmillään kestää vuosikymmeniä ja suhde nähtiin usein myös kaupallisena ystävyyssuhteena. (Promise Helsinki 2022, 8, 23.) Tämä kaupallisen suhteen henkilökohtaisuus ja ystävyyttä muistuttava luonne voi olla yksi syy asiakkaan puolesta tinkimiseen, ja jopa este hintojen nostolle.

Hiusalalla palvelujen laatu voi vaihdella paljonkin juuri henkilökeskeisyyden vuoksi. Parturi-kampaajat eroavat toisistaan esimerkiksi työkokemusvuosilla, kouluttautumisella ja trendikäisyyden ajantasaisuudella, ammatillisella itsevarmuudella, intohimolla, persoonalla tai asiakaspalvelu- ja sosiaalisilla taidoilla. Samaa palvelua ei voi siirtää sellaisenaan toiselle tekijälle. Joissakin suomalaisissa parturi-kampaamoyrityksissä on käytössä porrastettu hinnasto työntekijän työkokemuksen ja osaamisen perusteella. Vähiten kokeneiden hinnasto on matalampi kuin kokeneemmilla. Tämä voi antaa asiakkaalle hieman suuntaa siitä, minkä tasoista palvelua hän voi odottaa. Kun hintataso on sama kaikilla työntekijöillä, asiakkaan ei

voi pelkästään hinnan perusteella olettaa tietävän palveleeko häntä vastavalmistunut vai vuosikymmeniä työskennellyt parturi-kampaaja.

7.4 Alennukset

Perushintatason alentaminen ja perushintatasosta annettavat alennukset on ensimmäisenä erotettava toisistaan. Jos kauppaa käydään nimellisesti listahinnoilla, mutta käytännössä annetaan vakioalennuksia lähes kaikille asiakasryhmille, voidaan alennushintatasoa pitää perushintatasona. Tämän estää jo kuluttajansuojalaki, jonka perusteella ei saa käyttää tekaistuja normaalihintoja, joista sitten annetaan alennus. Alennus tulee antaa sellaisesta hinnasta, jolla todellisuudessa käydään kauppaa, eikä alennus saa olla jatkuva.

Alennuspolitiikan suunnittelu on osa yritystoimintaa ja hinnoittelun suunnittelua. Myyjän näkökulmasta alennuksia ei pitäisi ajatella itsestäänselvyytenä, vaan niille täytyy aina olla sekä perusteet että tavoite. Näiden perusteella valitaan sopiva alennusmuoto. (Sipilä 2003, 353-356.)

Alennus tuhoaa katetta. Jotta kate saataisiin pysymään entisen tasolla, tarvitaan lisämyyntiä korvaamaan alennuksen tuomaa katevajausta. Pieneltäkin tuntuvan alennuksen takaisin saaminen myynnin kautta voi edellyttää yllättävän suurta lisämyyntiä. Joskus alennuksia tarvitaan, mutta on huolehdittava, että niiden käyttö hyödyntää yritystä jollakin katteen menetystä korvaavalla tavalla. Alennusten avulla voi esimerkiksi pienentää tuotevarastoa tai houkuttaa uusia asiakkaita. (Karjalainen 2013, 70.)

Alennukset voidaan antaa euromääräisenä, prosenttialennuksena, alennuskorttina tai muuna vastaavana. Alennuksia voi antaa myös vain tietyille ryhmälle, kuten opiskelijoille tai eläkeläisille, kyseisen ryhmän ostokyvyn lisäämiseksi. Alennus voi olla järkevää antaa lisäpalveluna euro- tai prosenttimääräisen alennuksen sijaan, jolloin peruspalvelun hinta ei laske, mutta asiakas saa käynnilleen lisää arvoa ja yrittäjä saa täytettyä vajaata kapasiteettia. Alennusten haaste voi palveluyrityksissä olla myös erityisen hintaohjautuvat asiakkaat, jotka tulevat palveluun vain hinnan perusteella. Näiden asiakkaiden lojaalius on heikko ja he siirtyvät muualle heti edullisemman hinnan löytyessä. Heidän kohdallaan uusasiakashankinta alennuksen avulla ei tuota uusia vakioasiakkaita. (Sipilä 2003, 356-357.) Toisaalta vähemmän hintaohjautuvat asiakkaat voivat olla potentiaalisia uusia vakioasiakkaita. He voivat alun perin tulla palveluyritykseen alennuksen perusteella, mutta esimerkiksi hyvän palvelun tai erityisen hyvän lopputuloksen vuoksi jäädä asiakkaaksi.

8 Parturi-kampaamon tuntiveloitus ja kulurakenne

8.1 Tuntiveloitus

Karjalaisen mukaan tuntihinnan voi karkeasti laskea yleispätevällä säännöllä: työntekijän laskutettava tuntiveloitus on alalla pätevä tuntiansio kerrottuna vähintään kolmella. Jos yrityksellä on lisäksi konekanta tai työhön kuluu jotakin tarveaineita, tuntiansio kerrotaan neljällä. Tuntiveloitus sisältää arvonlisäveron. (Karjalainen 2013, 71.) Sipilä (2003, 187) ehdottaa kertoimeksi 2,5-5 henkilön bruttotuntiansioon verrattuna.

Parturi-kampaajan työssä tarveaineiden määrä riippuu työstä. Hiustenleikkauksissa tarveaineita, joita ovat esimerkiksi shampoo, hiustenhoitoaineet ja muotoilutuotteet, kuluu vähäisesti. Hiustenvärjäyksissä ja permanenttitöissä tarveaineita kuluu enemmän, määrä voi olla runsaskin riippuen hiuksen pituudesta, paksuudesta sekä käytetyistä tekniikoista ja käsittelyistä. Näin ollen kertoimena voisi käyttää neljää.

Hiusalalla ei tällä hetkellä ole voimassa olevaa työehtosopimusta, mutta laskelman pohjana käytetään käytössä olevaa palkkataulukkoa. Tuntiansio vaihtelee työkokemuksen, koulutustason ja alueen mukaan. Tässä laskelmassa käytetään pyöristettyä parturi-kampaajan tuntiansiota 13,0 euroa.

Arvonlisäverollinen tuntiveloitus (alv 25,5 %)	Arvonlisäveroton tuntiveloitus (alv 0 %)
13 euroa x 4 = 52 euroa	10,36 euroa x 4 = 41,44 euroa

Taulukko 4: Tuntiveloituksen laskeminen (mukailen Karjalainen 2013, 71)

Vertaillen opinnäytetyön kyselytutkimuksessa saatuja tuloksia sekä Suomen Hiusyrittäjät ry:n ja Hairdressers of Finlandin (HOF) teettämän kyselyn vastauksia, saatua tuntiveloitusta 52 euroa voisi pitää minimitasona. Suomen Hiusyrittäjien ja HOF:n oman tutkimuksen perusteella koko maan arvonlisäverollinen keskituntiveloitus on 62 euroa. Alin keskituntiveloitus oli Oulussa ja Vantaalla (55 euroa) ja korkein Helsingissä (72 euroa). (Suomen Hiusyrittäjät ry 2023a.)

Asiakkaalle tuntiveloitus voidaan hinnastossa ilmoittaa suoraan tai antaa tietylle palvelulle pakettihinta, joka perustuu tuntiveloitukseen. Tällainen voi esimerkiksi olla hiustenleikkauksen sisältävä värjäyspaketti, jonka kestoksi on annettu kaksi tuntia. Jos yrityksen käyttämä tuntiveloitus on 65 euroa, kahden tunnin työn hinta on 130 euroa. Asiakkaalle ilmoitetaan palvelun hinnaksi 130 euroa. Puolen tunnin parturileikkaus olisi

kyseisellä tuntiveloituksella hinnaltaan 32,50 euroa. Erikoistöissä, kuten vaativissa hiusten vaalennustöissä, työn kesto ja tarveaineiden menekkiä voi olla vaikea arvioida etukäteen. Silloin voi olla perusteltua ilmoittaa asiakkaalle tuntihinta ja alustava arvio palvelun kestosta. Erikoistöille voi myös määritellä korkeamman tuntiveloituksen kuin perustöille.

Edellinen laskentamalli on melko yksinkertaistettu. Hinnoittelun perustana pitäisi kuitenkin olla yrityksen omat, todelliset kustannukset, jotka voivat eri yritysten välillä vaihdella paljonkin. Karjalainen (2013, 71-72) esittää yhden tavan laskea tuntihinta. Ohjeet edellyttävät tietoja yrityksen erilaisista kuluista, joita aloittavan yrittäjän voi olla vaikea itse arvioida. Kuviossa 2 katetarve tarkoittaa yhteenlaskettua tarvetta omien palkkojen, kiinteiden kustannusten, korkojen, poistojen ja tuloksen kattamiseksi. Kiinteiksi kustannuksiksi luetaan esimerkiksi palkat sivukuluineen, vuokrat sekä suuri joukko muita kiinteitä kuluja, kuten puhelin- tai markkinointikulut. Poisto on investointien kirjaaminen kuluksi vaikutusaikanaan. Poisto kuvaa siis esimerkiksi kalusteiden ja koneiden arvon laskua. Korkokuluilla tarkoitetaan pankin korkoja sekä viivästys- ja muita korkoja. Rahoituskuluja ovat esimerkiksi toimitus- ja luotonjärjestelymaksut tai sijoitusten arvonalentumiset. (Karjalainen 2013, 71-72; 111-115.)

1. Työhön käytettävissä olevien tuntien määrä vuodessa	<ul style="list-style-type: none"> • Arvioi realistisesti laskutettavissa olevat työtunnit • Normaali vuosityötuntimäärä on noin 1700, mutta realistinen laskutettavien työtuntien määrä on yleensä vähemmän
2. Oma palkkatavoite	<ul style="list-style-type: none"> • Tässä käytetään alan käypää palkkatasoa, tulostavoite arvioidaan myöhemmin • Käyvän kuukausipalkan voi kertoa 12 kuukaudella ja 1,3-kertoimella, jolloin mm. pakolliset yrittäjäläkevakuutusmaksut tulee huomioida
3. Muut kiinteät vuosittaiset kustannukset	<ul style="list-style-type: none"> • Kustannukset löytyvät tulosenusteesta tai toteutuneesta tilinpäätöksestä • Aloittavalta yrittäjältä edellyttää kustannusten arviointia
4. Vuotuiset korko- ja rahoituskustannukset	<ul style="list-style-type: none"> • Pitäisi myös löytyä tulosenusteesta tai toteutuneesta tilinpäätöksestä
5. Selvitä poistotarve	<ul style="list-style-type: none"> • Hinnoittelussa poistot pitäisi laskea niin suuriksi, että ne vastaavat tarpeeksi hyvin todellisen kapasiteetin kulumista • Toisin sanoen, kuinka paljon keskimäärin on investoitava vuosittain, jotta koneet, kalusteet ja vastaavat pysyvät ajan tasalla?
6. Määritä tulostavoite veroineen	<ul style="list-style-type: none"> • Yrittämisen pitäisi tuottaa muutakin kuin yrittäjän palkka • Tavoittele voittoa ja korvausta yrittäjän riskistä
7. Laske kustannukset ja tulostavoite yhteen	<ul style="list-style-type: none"> • Laske kohdat 2-6 yhteen saadaksesi laskettua katetarpeen
<p>Yrityksen arvonlisäveroton laskennallinen katetarve = katetarve / laskutettavat tunnit</p>	

Kuvio 2: Esimerkki tuntiveloituksen laskemisesta (mukaillen Karjalainen 2013, 71-72)

Esimerkkinä käytetty hinnoittelu on kustannusperusteista. Siinä on toki huomioitu tulostarve, mutta hinnoittelun perusteena voi käyttää muutakin kuin kustannuksia. Ne ovat tietenkin pohja kannattavalle yritystoiminnalle, mutta voittoa tavoitteleva parturi-kampaaja voi erilaisin perustein korottaa tuntiveloitusta lisää. Hänellä voi olla hyvä maine, minkä vuoksi kalenteri täyttyy viikkoja tai kuukausia etukäteen. Asiakkaat ovat selvästi tyytyväisiä hänen työhönsä, joten voi olla perusteltua nostaa hintatasoa. Jokunen asiakas voi hinnankorotuksen vuoksi siirtyä muualle, mutta hyvämaineisessa ja ammattitaitoisessa parturi-kampaamossa tilalle todennäköisesti siirtyy uusia asiakkaita, jotka ovat valmiita maksamaan pyydetyn hinnan.

8.2 Kulurakenne

Yritysten kulurakenne vaihtelee. Kiinteät kustannukset ovat olemassa palvelun tai tuotteen myyntimäärästä riippumatta. Kiinteitä kustannuksia ei myöskään yleensä voi suoraan osoittaa tiettyyn palveluun tai tuotteeseen. Muuttuvat kustannukset vaihtelevat sen mukaan, kuinka paljon tuotetta tai palvelua myydään. Kokonaiskustannukset saadaan laskemalla kiinteät ja muuttuvat kustannukset yhteen. Palveluyrityksillä on yleensä vähän muuttuvia kustannuksia verrattuna esimerkiksi tuotantoyrityksiin. (Söderström ym. 2017, 6-9.)

Parturi-kampaamoyritysten kulurakenteet lienevät keskenään monella tapaa samanlaisia. Kulujen euromääräiset erot sen sijaan voivat vaihdella paljon. Suuren, kauppakeskuksessa sijaitsevan liiketilan vuokra on kalliimpi kuin pienen, muualla sijaitsevan. Osa yrittäjistä panostaa paljon markkinointiin tai koulutuksiin. Jotkut yrittäjät huomioivat liiketilan viihtyisyyden ja asiakaskokemuksen esimerkiksi tarjoamalla erikoiskahveja, tilaamalla asiakkaiden luettavaksi lehtiä tai panostamalla sisustukseen ja palvelun elämyksellisyyteen. Myös tarveaineiden tai internet-ajanvarausjärjestelmien hinnoissa on vaihtelua. Sopimus- tai vuokratuoliyrittäjien, jotka toimivat toisen yrittäjän liiketiloissa, voi olla vaikea nimetä eri kustannuksia. Sopimuksesta riippuen heidän maksamaansa tuoli- tai sopimusvuokraan voi kuulua osa tai lähes kaikki taulukossa 4 osoitetut kustannukset. Yrittäjän roolista riippumatta kustannukset on huomioitava kannattavan hinnoittelun perusteena.

Kiinteät kustannukset	Muuttuvat kustannukset
Liiketilän tai vuokratuoliyrittäjän / sopimusyrittäjän vuokra	Myytäväksi hankittavat tuotteet ja laitteet (hiustenhoito- ja muotoilutuotteet, kihartimet ja suoristusraudat, hiuskoristeet)
Sähkö, vesi	Tarveaineet (hiusvärit, permanenttiaineet, hiustenhoito- ja muotoilutuotteet)
Ajanvaraus- ja kassajärjestelmä, maksupäätteet, puhelin ja internet	
Vakuutukset, kirjanpito	
Markkinointi, koulutus, musiikkilupamaksut	
Toimisto- ja siivoustarvikkeet	
Asiakastarjoilut, asiakaslehdet	
Työnantajayrityksillä palkka ja sivukulut	

Taulukko 5: Esimerkki parturi-kampaamon kiinteistä ja muuttuvista kustannuksista (mukaillen Söderström ym. 2017, 6-11; Karjalainen 2013, 16-21)

9 Kokeilu alennetusta arvonlisäverokannasta hiusalalla vuosina 2007-2011

9.1 Hiusalan arvonlisäverotuksen taustaa

Parturi-kampaamotoiminta ei kuulunut liikevaihtoverotuksen piiriin, vaan siirtyi siihen vasta kesäkuussa 1994 arvonlisäverotuksen käyttöönoton myötä. Vuonna 1998 julkaistussa pro gradu -tutkielmassa Nissinen tutki parturi-kampaajien toimintaa ja kuluttajien käyttäytymistä arvonlisäverotukseen siirtymisen myötä. Tutkimuksessa selvitettiin arvonlisäverotuksen vaikutusta parturi-kampaamojen palvelujen hinnan muutokseen, yrityksen voiton maksimointiin ja kuluttajan käyttäytymiseen ennen arvonlisäverotukseen siirtymistä ja sen aikana. Nissinen esitti veron voimaantulon olleen monelle yritykselle shokki, sillä suurin osa yrityksistä ei ollut ajoissa aloittanut sopeutumista hintatason aiheuttamaan suureen kysynnän laskuun. Veron voimaantulon jälkeen parturi-kampaamoiden asiakasmäärät vähenivät,

toimialan liikevaihto pieneni ja alan yleinen hankintahyödykkeiden hintataso laski. Harmaan talouden arvioitiin myös lisääntyneen. (Nissinen 1998, 37-39.)

Arvonlisäverotukseen siirtyminen osui juuri vuosisadan suurimman laman (1990-1993) jälkeiseen aikaan. Laman aikana Suomi koki vakavan pankkikriisin, työttömyys oli yli 20 %, yrityksiä kaatui konkurssisiin ja moni perhe menetti omaisuutensa. Puolella miljoonalla oli vaikeuksia luottojensa hoitamisessa. Lamasta toipuminen oli vasta alkanut vuonna 1994. (Ahtiala 1997, 61.)

Nissinen mainitsee Suomen Kähertäjäinliiton esittäneen arvonlisäveron alentamista (Nissinen, 1998). Kähertäjäinliitto on nykyään Suomen Hiusyrittäjät ry, joka on uudelleen viime vuosina esittänyt samaa asiaa. Viimeisimmässä, 12.12.2023 valtionvarainministerille ja kaikille eduskuntaryhmien puheenjohtajille lähetyskirjelmässä, olivat mukana Suomen Hiusalan Ammatilliset ja Yrittäjät ry (SHAY) sekä Suomen Kosmetologien Yhdistys ry (SKY). Kirjelmässä vastustettiin arvonlisäveron alarajan nostamista sekä esitettiin hius- ja kauneudenhoitoalan arvonlisäverokannan alentamista 14 prosenttiin. (Suomen Hiusyrittäjät ry 2023b).

Nissinen teki työnsä tutkimuskyselyn yhteistyössä Suomen Kähertäjäliiton kanssa alkuvuodesta 1996. Kyselylomake lähetettiin paperisena kirjeitse. Vastauksia koko Suomen alueelta saatiin 767 kappaletta. Vastaaajista 279:llä (36,4 %) oli työntekijöitä. Tuolivuokranantajia oli 89 kappaletta (11,6 %). (Nissinen 1998, 51-52.)

Irtisanomisiin ja lomautuksiin liittyviin kysymyksiin oli vastannut noin puolet osallistujista, loput olivat jättäneet vastaamatta. Kysymyksiin vastanneista noin 22 % ilmoitti suorittaneensa kuluneen vuoden aikana irtisanomisia ja 19 % lomautuksia. Vuokratuolisopimusten nähtiin pysyvän ennallaan tai lisääntyvän. Yrityksen taloudellinen tilanne oli huonontunut noin kolmanneksella vastaaajista. Palvelujen kohonneiden hintojen vuoksi noin puolet ajatteli taloudellisen tilanteen huonontuneen edellisen vuoden aikana, mutta vain 23 % ajatteli huononemisen jatkuvan seuraavana vuonna. Noin 65 % uskoi palvelumyynnin pysyvän ennallaan tulevana vuonna, 14 % uskoi sen parantuvan ja 21 % vähenevän. Tulevan vuoden tuotemyyntiä arvioidessa luvut olivat jotakuinkin vastaavia. (Nissinen 1998 56-63.)

Nissisen tutkimuksessa lähes puolet päätteli arvonlisäveron vaikutuksen johtaneen taloudellisen tilanteen huononemiseen. Yli puolet kuitenkin ajatteli taloudellisen tilanteen pysyvän ennallaan tulevana vuonna, mistä saattoi päätellä arvonlisäveron haittaavan vaikutuksen vähenevän ajan saatossa. Samaa saattoi ennustaa arvonlisäveron vaikutuksista sekä palvelumyynnin että tuotemyynnin kehitykseen. Tutkimuksessa arveltiin talouden muuttumiseen sopeutumisen kestävän usean vuoden, mutta arvonlisäveron vaikutuksen heikkenevän ajan myötä. (Nissinen 1998, 76-81.)

Helsingin Sanomien elokuun 1994 artikkelissa korotuksen kerrotaan nostaneen Helsingin kampaamo- ja parturihintoja palvelusta riippuen 15-21 prosenttia (Yli-Kovero 1994). Hämeen Sanomien vuonna 2011 haastattelema kampaamoyrittäjä kertoo, ettei vuonna 1994 uskallettu nostaa hintoja täysimääräisesti vastaamaan arvonlisäveron määrää, sillä pelättiin että asiakkaat eivät enää tule parturiin. Silloinen Suomen Hiusyrittäjät ry:n toiminnanjohtaja Arja Laurila kertoo samassa haastattelussa, että yli 50 prosenttia parturi-kampaajien työsuhteista irtisanottiin arvonlisäverotuksen myötä. (Hämeen Sanomat 2011.) Voi siis päätellä, että arvonlisäverotukseen siirtymisellä oli parturi-kampaamoille merkittäviä vaikutuksia, joista suuri osa oli negatiivisia.

9.2 Arvonlisäverokokeilu

Kosonen (2013) Valtion taloudellisesta tutkimuskeskuksesta (VATT) kertoo artikkelissaan, että vuoden 2007 alussa aloitettiin arvonlisäverokokeilu, jossa parturi- ja kampaamopalveluiden (sekä suutaripalveluiden ja joidenkin pienten korjauspalvelujen) arvonlisävero laskettiin silloisesta 22 prosentista kahdeksaan prosenttiin. Alennus tehtiin EU:n ministerineuvoston luvalla kokeilla alennettuja arvonlisäverokantoja. Kosonen kertoo kokeiluun liittyvistä tutkimuksista, joissa seurattiin erityisesti palvelujen hintoja, yritysten verottajalle ilmoittamia liikevaihtoja sekä työntekijöiden ja yritysten määrän muutoksia. Tutkimuksessa seurattiin tilannetta ennen kokeilua, sen aikana ja jälkeen. Alennettu verokanta oli alun perin suunniteltu vuoden 2010 loppuun, minkä jälkeen se päätettiin lopettaa vuoden 2011 lopussa. (Kosonen 2013, 4-5; Kosonen 2016, 29.)

Tutkimusartikkeleissaan Kosonen toteaa, että kohdennettuja kulutusveroja muutellaan usein ilman tutkimustietoa niiden hyvinvointivaikutuksista. Taloustieteen kirjallisuudessa kulutukseen perustuvan verojärjestelmän tehokkuus perustellaan usein sillä, kuinka paljon verokanta vaikuttaa markkinoilla olevien hyödykkeiden määrään. Tätä mitataan kysynnän hintajoustolla, eli kuinka paljon vero muuttaa prosentuaalisesti esimerkiksi myytyjen hyödykkeiden määrää suhteessa veron muutokseen. Mitä pienempi hintajousto, sitä enemmän veroa on mahdollista nostaa ilman liian suuria hyvinvointitappioita. Matala jousto tarkoittaa siis sitä, että hyödykkeen kysyntä ei merkittävästi lisäännä hinnan laskiessa. Hiusalan arvonlisäverokokeilu mahdollisti vaikutusarvioinnit, sillä parturi-kampaamoille läheisten toimialojen, kuten kauneushoitoloiden, arvonlisäverotuksessa ei tapahtunut muutoksia. (Kosonen 2013, 1; Kosonen 2016, 28.)

Kososen tutkimuksen hinta-analyysien perusteella parturi-kampaamojen hintoja alennettiin keskimäärin kuusi prosenttia, mikä on noin puolet siitä, mitä arvonlisäveroalennuksen täydellinen hintoihin siirto olisi ollut. Suuremmat yritykset siirsivät veroalennuksen hintoihin useammin kuin pienet. Yritysten verotietoja tarkastellessa selvisi, että suuremmilla yrityksillä liikevaihto pieneni. Pienten yritysten liikevaihdossa ei ollut selvää muutosta. Koska

liikevaihto on yhtä kuin kuluttajahinta kerrottuna palveluiden määrällä, voidaan päätellä, että palvelujen määrä ei muuttunut. Tämä tarkoittaa, että kyseisten palvelujen jousto on matala. (Kosonen 2013, 2.)

Kosonen jatkaa toteamalla, että kokeilulla ei myöskään ollut merkittävää vaikutusta toimialan työllisyyteen. Yritysten maksamista palkkasummista päätellen ne eivät palkanneet lisää työvoimaa tai nostaneet olemassa olevien työntekijöidensä palkkoja. Pienemmät yritykset kasvattivat voittojaan enemmän kuin suuret. Ne, jotka laskivat hintojaan vähiten, hyötyivät veroalennuksesta eniten, sillä myös heidän saamansa veroton osuus hinnasta nousi eniten. (Kosonen 2013, 2-3.)

Kososen mukaan olisikin ihme, jos työntekijöiden määrä olisi lisääntynyt, vaikka kysyntä ei noussut. Yllättävää hänen mielestään oli se, etteivät alempi arvonlisävero ja sitä seuranneet alemmat kustannukset houkutelleet alalle enemmän yrittäjiä. Arvonlisäveroalennuksen sijaan Kosonen ehdottaa pienituloisten yrittäjien taloudellisen tilanteen parantamiseksi tuloveron pienentämistä tai tulonsiirtoja (etuuksia). (Kosonen 2016, 30-31.)

Parturi-kampaajien omia näkemyksiä ja kokemuksia ei ilmeisesti ole juuri tutkittu, ainakaan Suomessa. On olemassa esimerkiksi lehtihaastatteluja kokeilun ajalta ja sen jälkeen, mutta merkittävin löytö oli Kajaanin ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelmassa tehty opinnäytetyö vuodelta 2010.

Karhunsaaari (2010) Kajaanin ammattikorkeakoulusta tutki parturi-kampaajien näkemyksiä arvonlisäverokokeilun vaikutuksista. Opinnäytetyössä todettiin kokeilun virallisten tavoitteiden jääneen yrittäjille kaukaisiksi. Kokeilun suunnittelijoiden ja yksittäisten yrittäjien käsitykset erosivat suuresti. (Karhunsaaari 2010.)

Karhunsaaari (2010) haastatteli parturi-kampaajia, jotka toimivat myös työnantajayrityksinä. Haastattelut tehtiin vuonna 2009, jolloin kokeilu oli vielä meneillään. Tutkittavat kokivat liikevaihtoveroa seuranneen arvonlisäveron kohtuuttomana rasituksena yritystoiminnalleen. Alennuskokeilun nähtiin tuoneen määrääikäisen helpotuksen sekä taloudelliseen että henkiseen hyvinvointiin. Yrittäjät olivat voineet kouluttaa sekä itseään että henkilökuntaansa, kehittää liiketoimintaansa ja keventää työmääräänsä. Hintojen alentamista ei aina nähty mahdollisena yleisen hintatason nousun vuoksi. (Karhunsaaari 2010, 39.)

Haastateltavien näkemyksen mukaan työllisyys oli lisääntynyt jonkin verran, sillä uusia työntekijöitä oli palkattu. Työllisyyden muutos ei kuitenkaan perustunut oletettuun hinnan alennukseen ja kysynnän lisääntymiseen. Esimerkiksi osa-aikaisen työntekijän palkkaamisella haluttiin paikata yrittäjän lomaa sekä vapaapäiviä. Yrittäjät pelkäsivät, että paluu yleiseen arvonlisäverokantaan aiheuttaisi rakenteellisen muutoksen, jonka seurauksena viimeisetkin

palkkatyöpaikat häviäisivät. Hiusala oli ollut muutoksessa jo aiemmin, sillä monet työsuhteet olivat muuttuneet vuokratuoli- tai sopimusyrittäjäsopimuksiin. (Karhunsaari 2010, 39-42.)

Alennuskokeilun haasteena nähtiin myös yleinen uutisointi ja tiedottaminen. Uutisoinnista oli aistittavissa asenne, jonka mukaan veroalennus olisi mennyt suoraan kampaajien lompakkoon. Tämä tuntui vaikuttaneen asiakkaiden asenteisiin. Kannattavuuden lisääntyminen ei kuitenkaan ollut yrittäjien mielessä, vaan parempi ja laadukkaampi asiakaspalvelu kouluttautumisen ja yritystoiminnan kehittämisen avulla. (Karhunsaari 2010, 39-41.)

Haastatellut yrittäjät näkivät paluun yleiseen verokantaan erittäin kielteisenä. Heidän mielestään käsityöyrittäjille alennettu arvonlisäverokanta olisi sopiva. Tätä perusteltiin esimerkiksi sillä, että käsityöalojen yrittäjät eivät voi tehdä työtä varastoon tai myydä sesonkiaikana suuria määriä. Yleisessä arvonlisäverokannassa palveluja verotetaan samalla tavalla kuin koneilla tehtyä tai varastoitavien tuotteiden valmistusta. Haastateltavat olivat ylpeitä työstään ja toivoivat julkiselta vallalta keinoja, joilla tuottaa laadukkaita palveluja rehellisillä keinoilla. Kokeilu oli lyhytaikainen, eikä sen jatkumisesta ollut varmuutta. Siksi sen varaan ei voinut tehdä pitkäaikaisia suunnitelmia. (Karhunsaari 2010, 46-49.)

Karhunsaaren opinnäytetyössä saatuja tuloksia myötäilevät myös löytyneet lehtihaastattelut. Monet kampaajat olivat joutuneet siirtymään palkatusta työsuhteesta yrittäjiksi vuokratuolille tai sopimusyrittäjiksi. Alalla pelättiin samoja negatiivisia vaikutuksia, joita arvonlisäveroon siirtyminen 1990-luvulla aiheutti. Takaisin arvonlisäveron yleiseen kantaan siirtyminen korotti hintoja poikkeuksetta. Parturi-kampaamot nostivat hintoja kokeilun päättyessä jopa 80-120 % verrattuna aikaan ennen kokeilua. Korotuksen pelättiin myös nostavan harmaan talouden osuutta. (Heikkilä 2020; Turtola 2013; YLE 2011.)

Yhdysvalloissa tapahtui taloutta horjuttanut finanssikriisi vuonna 2008. Arvonlisäverokokeilu ja sen lopettaminen osuivat samaan aikaan, kuin finanssikriisiä maailmanlaajuisesti seurannut suuri taantuma. Taantuma, eli talouden pitkittynyt hidastuminen tai supistuminen, jatkui vuoteen 2015 asti. (Core-Econ 2024, luku 17.8.) Silloin Suomessakin koettiin, että epävarmassa taloustilanteessa ihmiset harvensivat kampaamokäyntejään. Kampaamoja, pesuloita ja muita vastaavan tyyppisiä henkilökohtaisten palvelujen yrityksiä oli mennyt konkurssiin kahden vuoden aikana 90, kun normaalisti vuosittain konkurssiin meni aiemmin 20-30 yritystä. Arvonlisäverokokeilussa mukana olleet suutarit ja ompelijat ajattelivat samoin: ihmiset eivät enää korjauttaneet ja teettäneet vaatteita tai kenkiä, vaan hankkivat uudet edullisesti esimerkiksi verkkokaupoista. (Nalbantoglu & Saarinen 2014; Nalbantoglu 2014).

9.3 Hiusalan arvonlisäverokeskustelu muualla Euroopassa

Hollannissa arvonlisäverotalennuksista saatu tutkimustieto on ristiriitaista. Vuoden 2000 alussa Hollannissa aloitettiin vastaava kokeilu kuin Suomessa 2007. Parturi-kampaamopalvelujen

sekä muutamien pienten korjauspalveluiden arvonlisäverokanta laskettiin silloisesta 17,5 prosentista kuuteen prosenttiin. (Bangma & Vroonhoof 2008, 7.)

Vuonna 2008 tehdyn tutkimuksen mukaan arvonlisäveroalennus paransi työllisyyttä kasvattaen erityisesti naispuolisten yrittäjien määrää. Alennuksen myötä suuri osa verotuksellisista eduista, joita pimeä työ tarjosi, katosi. Yrityksille oli kannattavaa siirtyä arvonlisäverotuksen piiriin. Toimialan työllisyyden kasvun laskettiin olleen vuonna 2000 33 %, vuonna 2001 56 % ja 2002 53 % verrattuna siihen, mitä se olisi ollut ilman arvonlisäveron alentamista.

Kokonaisrakenteellisen vaikutuksen arvioitiin olevan noin 5400 henkilöä. Näistä osa on saattanut olla osa-aikaisia, jotka ovat nostaneet työtuntejaan. Itsensä työllistävien henkilöiden osuus verrattuna palkallisiin työntekijöihin nousi myös selvästi. Joka tapauksessa arvonlisäveron laskemisella arvioitiin olevan merkittävä positiivinen vaikutus työntekijöiden määrään. (Bangma & Vroonhoof 2008, 12; 17-19.)

Hollannissa tehtiin toinenkin tutkimus myöhemmin, vuonna 2017. Sen pohjana käytettiin Kososen vuoden 2013 tutkimusta. Siinä päädyttiin käytännössä samoihin tuloksiin kuin Kosonen Suomessa, mutta myönnettiin, että tutkimus on tehty niin myöhään veroalennukseen nähden, että suurta otantaa on vaikea hankkia. (Jongen, Lejour & Massenz 2017, 18-19.)

Hollannissa hiusalan arvonlisävero on edelleen ollut alennettu 9 % (noussut alkuperäisestä kuudesta prosentista), mutta vuonna 2026 se siirretään takaisin yleiseen kantaan eli 21 prosenttiin. Nosto koskee muitakin työvaltaisia palveluja, kuten maalarit ja suutarit, mutta myös esimerkiksi majoituspalveluja, kaupallista urheilutoimintaa ja osaa kulttuuripalveluista. (Caragher 2024a.) On kiinnostavaa nähdä, mitä nosto tekee Hollannin parturi-kampaamoiden taloudelle.

Iso-Britanniassa National Hair and Beauty Federation (NHBF) on Suomen Hiusyrittäjät ry:n tapaan pyrkinyt vaikuttamaan hiusalan arvonlisäverotukseen. Siellä arvonlisäverovelvollisuuden raja on ollut huomattavasti korkeampi kuin Suomessa, 85 000 puntaa (noin 101 000 euroa). NHBF arvostelee rajaa, koska sen nähdään hidastavan hiusalan talouskasvua. Yritykset pyrkivät pysyttelemään rajan alapuolella eivätkä tavoittele kasvua sen yli. Arvonlisäverovelvollisuuden rajan ylittävät yritykset joutuisivat alkaa maksaa 20 prosentin arvonlisäveroa, mikä nostaisi hintoja huomattavasti. Tämän ajatellaan aiheuttavan harmaata taloutta. NHBF:n mukaan 93 % alan yrityksistä toimii rajan alapuolella. Yhdistys on alkuvuonna 2024 ehdottanut alarajahuojennuksen tyyppistä ratkaisua (*threshold smoothing mechanism*). Ensimmäisessä vaihtoehdossa nykyisen rajan ylittävä liikevaihto nousisi asteittain 85 000 punnasta alkaen. Toisen ehdotuksen mukaan arvonlisäverotuksen rajaa laskettaisiin, mutta se nousisi asteittain 85 000 puntaan ja 20 prosenttiin asti. (NHBF 2024a; NHBF 2024b.)

Ruotsissa arvonlisäverovelvollisuuden alaraja on vuoden 2025 alusta noin 10 500 euroa, eli matalampi kuin Suomessa (Caragher 2024b). Yrittäjien ja työntekijöiden suhde on myös erilainen, kun Suomessa työsuhteisten parturi-kampaajien osuus on noin neljännes ja Ruotsissa se on reilu 40 %. Ruotsissa kampaamoalan liikevaihto oli vuonna 2023 noin 11,6 miljardia kruunua eli hieman reilu miljardi euroa. 2024 kampaajabarometrin mukaan ruotsalaisista kampaamoista 45 %:lla oli työvoimatarvetta heti tai seuraavan vuoden aikana, joten siellä vaikuttaa olevan jopa pulaa kampaajista. (Frisörföretagarna 2024.)

Arvonlisäverovelvollisuuden alaraja vaihtelee Euroopassa suuresti. Iso-Britanniassa raja nostettiin huhtikuussa 2024 90 000 puntaan (noin 107 000 euroa). Joissakin valtioissa, kuten Kreikassa, Portugalissa ja Espanjassa arvonlisäverovelvollisuudelle ei ole alarajaa. (Caragher, 2024b) Taulukossa numero 4 on esitetty esimerkkejä Euroopan maiden arvonlisäverovelvollisuuden tulevista alarajoista vuonna 2025. Rajoja tarkastellessa voi nähdä, että Euroopassa parturi-kampaajat eivät ole arvonlisäverotuksen suhteen tasa-arvoisia. Toisissa maissa voi tehdä kohtalaisenkin hyvää kuukausittaista liikevaihtoa ilman arvonlisäverovelvollisuutta, kun toisissa raja on matala tai sitä ei ole lainkaan. 85 000 euron raja on kuukausittain noin 7 000 euroa, kun 20 000 euron raja merkitsee alle 1 700 euroa kuukaudessa. 7 000 euron kuukausittaisella liikevaihdolla yksinyrittäjä voi pärjätä aivan kelpollisesti, mutta alle 1 700 euron liikevaihdolla ei päätoimisen yrittäjän ole mahdollista pärjätä.

Valtio	Arvonlisäverovelvollisuuden raja
Suomi	20 000 euroa
Viro	40 000 euroa
Italia	85 000 euroa
Kroatia	50 000 euroa
Ruotsi	120 000 kruunua (n. 10 500 euroa)
Tanska	50 000 kruunua (n. 6 700 euroa)
Norja	50 000 kruunua (n. 4 200 euroa)

Taulukko 6: Esimerkkejä Euroopan valtioiden arvonlisäverovelvollisuuden alarajoista (mukaillen Caragher 2024b).

Myös arvonlisäveroprosentit vaihtelevat. EU:n jäsenmaissa yleisen verokannan on oltava 15 % tai enemmän. Alennetut verokannat eivät saa olla alle 5 %. Suomen yleinen arvonlisäverokanta on EU:n toiseksi suurin, kun vain Unkarissa se on korkeampi (27 %). Alimmat yleisen verokannan prosentit ovat Luxemburgissa (17 %) ja Maltalla (18 %). (European Union 2024).

10 Tutkimuksellinen opinnäytetyö

10.1 Tutkimustavoite

Opinnäytetyön tutkimusosiossa haluttiin selvittää suomalaisten parturi-kampaamoyrittäjien arvonlisäverokäytänteitä sekä ajatuksia ja ennakoasenteita arvonlisäveron vaikutuksesta. Tarkoitus oli myös tutkia, miten hiusalan yrittäjät suhtautuvat Suomen Hiusyrittäjät ry:n ehdottamaan arvonlisäverokannan alennukseen ja olisiko veroalennus ylipäättään mahdollista. Näiden lisäksi selvitettiin yrittäjien tuntihinnoitteluperusteita sekä arvioita heidän taloudellisesta tilanteestaan, sillä arvonlisäveron osuus on merkittävä osa palvelun lopullisen hinnan muodostumisessa.

Hiusalan arvonlisäverotuksesta on tehty joitakin taloustieteellisiä tutkimuksia, kuten VATT:n tutkimus alennetusta arvonlisäverokannasta vuonna 2013. Vastaavia on tehty myös muualla Euroopassa. Parturi-kampaajien oma ääni ja omat käsitykset ovat jääneet tutkimuksissa melko taka-alalle, mutta niistä tiedoista mitä oli löydettävissä, voidaan päätellä kampaajien ja tutkijoiden johtopäätösten eriävän voimakkaasti. Kyselytutkimuksesta saatuja vastauksia eli tutkimusaineistoa verrataan lähdeaineistoon, joka on tähän työhön kerättyä tietoa kirjallisuudesta, tutkimuksista ja artikkeleista.

Tutkimuksen toivotaan tuovan arvokasta tietoa yhteistyökumppanille. Sellaista tietoa, jota erityisesti voi hyödyntää hiusalan arvonlisäkeskustelussa, mutta mahdollisesti myös muussa hiusalan hyvinvoinnin kehittämiseen liittyvässä työssä.

10.2 Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä

Määrällinen (kvantitatiivinen) tutkimusmenetelmä sopii tutkimukseen, jossa halutaan saada numeraalista tietoa, eli halutaan kuvailla tiettyä asiaa yleisesti. Määrällinen menetelmä vastaa myös siihen, kuinka paljon jokin asia on muuttunut tai kuinka paljon asia vaikuttaa toiseen. Tutkimuksessa etsitään syytä (taustamuuttuja), joka selittää seurauksen (vastaajan mielipide). Tavoitteena on löytää säännönmukaisuuksia, jotka voidaan esittää numeraalisesti vaikkapa jakaumina tai keskiarvoina. Syy-seuraus-suhde, joka esiintyy tutkittavien asioiden välillä, on kausaalisuuhde. Mitä suurempi vastausmäärä kyselytutkimuksessa on, sitä paremmin ilmiöitä ja asioita voi selittää ja näyttää yleisenä. Suuri vastausmäärä parantaa luotettavuutta

ja vähentää yksittäisten virheiden vaikutusta. Laadullisiin (kvalitatiivisiin) tutkimusmenetelmiin verratessa määrällisissä menetelmissä ei yleensä ollakaan kiinnostuneita poikkeavuuksista, vaan ne karsiutuvat pois. Laadullisissa menetelmissä usein lähdetään ajatuksesta, että ne eivät selitä kaikkien toimintaa, vaan poikkeavuuksia pidetään kiinnostavina. (Vilkkä 2007, 17-18; Vilkkä 2021, luku 2.)

Määrällisen tutkimusmenetelmän aineiston keräämisen parhaaksi välineeksi valikoitui kyselylomake. Se on tavallisin määrällisen menetelmän keräystapa, joka soveltuu hyvin suurelle ja hajallaan olevalle joukolle ihmisiä. Sen etu on periaatteessa myös nimettömyys, mikä on tärkeää erityisesti arkaluontoista tietoa kerätessä. Todellisuudessa sähköposti- ja internetkyselyihin liittyy tutkimuseettisiä ongelmia, sillä vastaajan anonymiteetin voi saada selville esimerkiksi tietokoneen IP-numeron (Internet Protocol) perusteella. Kyselylomakkeesta voi käyttää myös nimitystä survey-tutkimus, mikä tarkoittaa, että kysely on standardoitu eli vakioitu. Se merkitsee sitä, että kaikille vastaajille esitetään kaikki kysymykset keskenään samalla tavalla. Kyselylomaketutkimuksessa vastaaja lukee ja vastaa itse kysymykseen, joka on esitetty kirjallisesti. (Vilkkä 2021, luku 4.)

Onnistunutta lomaketta suunniteltaessa on oltava kärsivällinen ja huolellinen. Kun lomake on vastaajilla, siihen ei voi enää tehdä muutoksia. Lomaketta suunniteltaessa on huolehdittava erilaisista asioista. On pidettävä mielessä, mitä asiaa mitataan, mitä tutkitaan, onko näistä asioista kysymyksiä, sisältääkö lomake kaikki tarpeelliset kysymykset ja onko jokin kysymys turha. Kysymyksenasettelua pohtiessa varmistetaan, että kysymys on täsmällinen, siinä ei ole turhia tai johdattelevia sanoja ja että yhdessä kysymyksessä on varmasti kysytty vain yhtä asiaa. (Vilkkä 2007, 63-65.)

Tutkijan on tunnettava asiakokonaisuus, aihealueen keskeiset käsitteet ja kohderyhmä, joita tutkitaan. Siten on mahdollista tehdä johdonmukainen lomake, jossa edetään asiakokonaisuus kerrallaan. Lomakkeen avulla tutkija ikään kuin on vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Tutkijan ja tutkittavan tulee ymmärtää tarina samalla tavalla sekä puhua samaa kieltä lomakkeen kautta. Kysymysten valinnan jälkeen pohditaan, minkä tyyppisillä vastausvaihtoehdoilla tieto saadaan. Monivalintakysymyksissä valittavia vastausvaihtoehtoja voi olla yksi tai useampi. Tarpeen mukaan esimerkiksi mielipiteitä tutkiessa voidaan käyttää erilaisia asteikkoja, josta vastaaja valitsee omaa mielipidettään lähimmän vaihtoehdon. Vastausvaihtoehtojen tulee poissulkea toisensa eli vastaajan pitää löytää vain yksi itselleen sopiva vaihtoehto, poikkeuksena toki kysymykset, joissa pyydetään useampaa vastausta. (Vilkkä 2007, 70-71.)

Kyselylomakkeen mukaan liitetään aina saate. Siitä vastaaja saa tietää, mitä tutkitaan, mihin tarkoitukseen hän tietojaan antaa ja miten tietoja käytetään. Näiden tietojen perusteella hän tekee valinnan vastaamisesta tai vastaamatta jättämisestä. Aiemmin käytäntönä on ollut noin

yhden sivun mittainen saatekirje. Nykyään yleisempää on lyhyemmät saatesanat. Perusteelliseen kirjeeseen verrattuna lyhyet saatesanat eivät välttämättä anna tarpeeksi tietoa, jotta vastaaja pystyisi tekemään päätöksen tutkimukseen osallistumisesta. Mitä arkaluontoisempi aihe, sitä tarkemmin vastaajaa on informoitava. Saatteen tulisi olla tyyliältään kohtelias, asiallinen ja vastaajaa kunnioittava. Siitä tulisi selvittää esimerkiksi tutkimuksen tavoite ja tarkoitus, tutkimuksen osapuolet, mahdolliset rahoittajat, tulosten käyttäjät tai hyödyntäjät, valmistumisajankohta, valmiin tutkimuksen säilytyspaikka sekä vastaamiseen menevä aika. Lisäksi on hyvä antaa tutkimuksesta vastaavan tahon yhteystiedot sekä kiitokset vastaajalle. (Vilka 2007, 81-88.)

Määrällistä tutkimusta tehdessä tulee suunnitella otantamenetelmä, jolla havaintoyksiköt valitaan perusjoukosta. Perusjoukko on tutkimuksen kohdejoukko, josta halutaan tehdä päätelmiä. Tässä työssä kohdejoukko on suomalaiset parturi-kampaajayrittäjät ja havaintoyksikkönä yksittäinen parturi-kampaajayrittäjä. Otos tarkoittaa sitä havaintoyksiköiden joukkoa, joka on jotakin otantamenetelmää käyttämällä poimittu kohdejoukosta. Otoksen tulee edustaa koko perusjoukkoa mahdollisimman hyvin. Yleensä otantamenetelmillä poimitaan tutkittavat havaintoyksiköt jollakin etukäteen valitulla keinolla, joka ei suosi mitään ryhmää. Tutkittavat ikään kuin arvotaan, mutta tämä edellyttää perusjoukon tuntemista. Menetelmissä hyödynnetään sattumaa, jolloin kaikilla otoksen edustajilla on yhtäläinen mahdollisuus vastata. (Vilka 2007, 52-56.)

Internet-ajan kehitys on nopeaa, joten perinteisten otantamenetelmien rinnalle on tullut uusia. Lomakkeet on helppo jakaa Internet-sivuilla tai sosiaalisen median kanavissa, joissa ei aina voi ennakoida, kuka lomakkeeseen vievän linkin näkee tai kuka päättää vastata siihen. Lisäksi linkin tavoittavia henkilöitä voi olla tuhansia tai kymmeniä tuhansia, jolloin esimerkiksi vastausprosentin arvioiminen lienee mahdotonta.

Taanila (2019) esittää yhtenä otantamenetelmänä näytteen, jossa tutkittavat valitaan jollakin muulla keinolla kuin sattumalla. Näyte ei välttämättä anna yhtä hyvää kokonaiskuvaa perusjoukosta, kuin aiemmin mainitut keinot. Taanila kritisoi näytteen yleistettävyyttä laajaan perusjoukkoon, mutta toteaa näytteen silti voivan antaa arvokasta tietoa. Näytteen luotettavuudessa tulee arvioida otoskoon suuruutta. Kun otos on tarpeeksi suuri, sattuma huolehtii siitä, että otos edustaa perusjoukkoa hyvin. Näytteitä voi olla erityyppisiä. *Harkinnanvarainen näyte* syntyy, kun tutkija omalla arvioinnillaan valitsee näytteen. Se voi oikein harkittuna olla hyvin perusjoukkoa edustava, mutta pahimmassa tapauksessa edistää tutkijan omia pyrkimyksiä. *Itsevalikoitunut näyte* tarkoittaa, että sen näkevät henkilöt valitsevat itse vastaavatko vai eivät. Esimerkiksi iltapäivälehden internet-sivuilla olevaan kyselyyn vastanneet ovat itsevalikoitunut näyte ja edustavuuteen tulee suhtautua kriittisesti. *Mukavuuspoiminta* näytteenä voi olla vaikkapa tutkijan omille sosiaalisen median

verkostoilleen lähettämä kysely, joka yleensä ei ole edustava otos perusjoukosta. (Taanila 2019.)

Tämän työn kyselytutkimuksen otantamenetelmä lienee jostakin harkinnanvaraisen ja itsevalikoituneen näytteen väliltä. Harkinnanvaraisen siksi, että kyselyn jakokanavissa (suomalaisten parturi-kampaajien Facebook-ryhmä, hiusalaaan liittyvät Instagram-tilit sekä Suomen Hiusyrittäjien sähköpostilista) kyselylinkin näkevät henkilöt ovat todennäköisesti hiusalalla toimivia. Itsevalikoituminen voisi tulla kyseeseen siksi, että Facebook-ryhmää lukuun ottamatta kanavat ovat julkisia, jolloin kuka tahansa voi nähdä linkin. Linkin näkevä henkilö arvioi itse, kuuluuko kyselyn kohderyhmään sekä tekee päätöksen vastaamisesta itse.

10.3 Tutkimusmenetelmän pätevyys, luotettavuus ja tutkimusetiikka

Tutkimusta ja sen menetelmiä arvioidaan pätevyydellä (*validiteetti*) ja luotettavuudella (*reliabiliteetti*). Pätevyydellä tarkoitetaan sitä, että tutkimuksen tulee mitata sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata. Tutkimuksessa ei siis saa olla sellaista systemaattista virhettä, joka johtuu esimerkiksi kysymysten väärinymmärryksistä, joita voi seurata tulosten vääristyminen. Pätevyyttä arvioidaan jo tutkimusta suunniteltaessa, kun varmistetaan käsitteiden, perusjoukon ja muuttujien määrittelyä tai kyselymittarin oleellisia kysymyksiä. Luotettavuutta arvioidaan tulosten tarkkuudella. Mittauksen täytyy antaa samoja tuloksia saman henkilön kohdalla tutkijasta riippumatta eli mittaustuloksen on siis oltava toistettavissa. Tutkimuksen tuloksia ei voi myöskään yleistää niiden pätevyysalueen ulkopuolelle, kuten toiseen yhteiskuntaan tai aikaan. (Vilka 2021, luku 4.)

Tutkimuksen kokonaisluotettavuuden muodostavat pätevyys ja luotettavuus yhdessä. Kun mittaamisessa on mahdollisimman vähän satunnaisuutta ja tutkittu otos edustaa perusjoukkoa, tutkimus on lähtökohtaisesti luotettava. Luotettavuutta voivat heikentää monet asiat, mutta yleensä yksittäinen vastaajan tai tutkijan virhe ei välttämättä ole merkitykseltään suuri etenkin, jos tutkija huomioi satunnaisvirheet tutkimustuloksissaan. Kyselylomakkeissa luotettavuutta laskeva tekijä voi olla alhaiseksi jäävä vastausprosentti tai yleisesti vastausten vähäinen määrä sekä väärin ymmärretyt kysymykset. (Vilka 2021, luku 4.)

Etiikka on tieteenala, joka vastaa kysymyksiin siitä, millaiset tavat, tottumukset ja rajoitukset ohjaavat ihmisten välistä kanssakäymistä. Eettinen ajattelu ohjaa pohdintaa siitä, mikä on oikein ja mikä väärin. Etiikka ratkaisee erityisesti sellaisia tilanteita, joihin ei ole yhtä selvää lopputulosta, vaan ne vaativat pohdintaa eri näkökulmista. Siinä otetaan huomioon sekä omat että yhteisön arvot. Moraali liittyy oleellisesti etiikkaan, mutta usein moraalilla tarkoitetaan ihmisten tekoja, jotka voidaan arvioida moraaliseksi tai epämoraaliseksi. Etiikkaan voi liittyä normeja, keskimääräisiä moraalikäsitteitä, joita oletetaan noudatettavan. Tutkimuksissa sellainen on esimerkiksi velvollisuuseettinen normi

tutkimukseen osallistumisen vapaaehtoisuudesta. Vapaaehtoisuus ja mahdollinen tutkimukseen osallistumisen peruminen on normi, joka on vallalla kaikilla tieteen aloilla. Tutkimusetiikkaa ilmentävät normit voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään: totuuden etsiminen ja tiedon luotettavuus, tutkittavien ihmisarvo ja tutkijoiden keskinäiset suhteet. (Kuula 2011, Etiikka ja tutkimusetiikka.)

Kuula (2011, Tieteen arvot) mainitsee Mertonin (1938; 1942) kuvailemat tieteen institutionaaliset normit. Tieteessä moraalisia arvoja ohjaavat neljä oleellista normia. *Universalismin* normi edellyttää, etteivät tieteellisen väitteen esittäjän omat ominaisuudet tai tausta (uskonto tai kansallisuus) ohjaa väitteen hyväksyntää. *Kommunismin* normin mukaan tutkimustulokset ovat täydellisiä ja avoimia sekä julkisia ja tiedeyhteisön käytettävissä. *Pyyteettömyys* tarkoittaa, ettei oma etu ja arvovalta ohjaa uuden tiedon etsintää. *Järjestelmällinen epäily* ohjaa siihen, ettei johtopäätöksiä ja arvioita julkaista, ennen kuin empiirinen aineisto on riittävä. Näiden normien katsotaan muotoutuneen ikään kuin itsekseen tutkijoiden arvojen, periaatteiden ja ohjeiden kirjoittamattomien sääntöjen perusteella.

Myös tutkittavien kohtelua määrittävät erilaiset normit. Tutkimusetiikka siinä ohjaa 1947 laadittu Nürnbergin säännöstö, joka on alun perin kirjattu lääketiedettä varten. Lääketieteen normit nojautuvat lähinnä ihmisarvon kunnioittamiseen, minkä vuoksi normit ovat yleispätevästi periaatteellisia. Tutkimusetiikassa tärkeintä on usein tutkijan ja tutkittavan suhde sekä siihen liittyvät normit, tieteen sisäinen etiikka tulee vasta sen jälkeen. (Kuula 2011, Tutkittavien kohtelua määrittävät normit.)

Tutkimuseettiset arvot eivät ole lakeja, mutta ovat ammatillisesti velvoittavia. Tutkijoiden myös oletetaan sitoutuvan normeihin ja arvoihin. Joskus normeja ohjaavat myös lait ja säännöt, kuten tietosuojalainsäädäntö. (Kuula 2011, Tutkimuseettiset normit ihmistieteissä.)

Opinnäytetyön teossa on noudatettava hyvän tieteellisen käytännön lähtökohtia, joita ovat esimerkiksi rehellisyys, huolellisuus ja tarkkuus. Tutkimusta tehdessä on kunnioitettava muiden tutkijoiden työtä oikeanlaisella lähdeviittauksella, mikä myös tarkoittaa, että plagioiminen on kiellettyä. Hyvään tieteelliseen käytäntöön kuuluu myös vaatimusten mukainen raportointi ja toteutus, tarvittaessa tutkimuslupien hankkiminen ja aineistojen oikeanlainen säilyttäminen sekä tuhoaminen. (Arene 2019.)

Opinnäytetyön tutkimuksessa ei käsitelty erityisen arkaluontoista tietoa, mutta henkilöiden tietosuoja on silti turvattava. Microsoft Forms on Laurea-ammattikorkeakoulun opinnäytetöissä tarpeeksi luotettavana hyväksytty lomakepohja. Tutkimuksessa toteutui myös vapaaehtoisuus, sillä lomakkeeseen vastaamisen aloittaminen ja mahdollisesti keskeyttäminen oli vastaajan oman harkinnan varassa.

Näytettä otantamenetelmänä ja sen luotettavuutta arvioidessa oleelliseksi nousee otoksen suuruus. Vastauksia saatiin 197 kappaletta, mikä ylittää Vilkan (2007, 17) esittämän määrällisen tutkimuksen suositellun vähimmäisvastaajamäärän 100 kappaletta. Näin ollen otosta voidaan pitää tarpeeksi suurena. Vastausten esitietoja tarkastellessa yrittäjiä oli eniten suurten kaupunkien alueilta, mutta kohtalaisen tasaisesti ympäri Suomea. Vastaajien yrittäjäkokemus vaihteli alle vuodesta yli kolmeenkymmeneen. Vastaajissa oli sekä liikkeenomistajia, vuokratuoli- tai sopimusyrittäjiä että kevytyrittäjiä. Taustatiedoista päätellen vastaajajoukko koostui eritaustaisista yrittäjistä. Tuloksia voisi siis pitää luotettavana, sillä mikään ryhmä ei noussut selvästi esiin yli- tai aliedustettuna. Sekä kyselylomakkeen (liite 1) saatteessa että linkkiä jaettaessa korostettiin kyselyn olevan kohdennettu vain parturi-kampaamoalan yrittäjille, mikä luultavasti rajasi pois työsuhteisia parturi-kampaajia tai muiden alojen edustajia.

Opinnäytetyön tutkimuksen riskinä oli tekijän puolueettomuuden luotettavuus. Tekijä on nykyisin palkkasuhteinen työntekijä, mutta on ollut aiemmin parturi-kampaamoyrittäjä. Lisäksi yhteistyökumppanin vahva näkemys arvonlisäveron vaikutuksesta olisi voinut vaikuttaa työhön. Taustansa vuoksi tekijällä olisi voinut olla intressejä valita teoriaosuuteen omia ja yhteistyökumppanin valitsemia lähteitä, jotka tukisivat yhteistyökumppanin ajatusta. Puolueellisuuden riski oli alusta asti tiedossa, minkä vuoksi siihen kiinnitettiin erityistä huomiota. Lähteet ja tutkimukset valittiin niin, että niitä oli erilaisista näkökulmista ja Suomen lisäksi muualta Euroopasta. Kyselytutkimuksen kysymyksenasettelussa huomioitiin puolueettomuus ja kysymykset hyväksyttiin opinnäytetyön ohjaajalla ennen jakamista.

10.4 Esitestaus ja varsinainen kyselytutkimus

Esitestausryhmänä käytettiin Suomen Hiusyrittäjät ry:n hallituksen jäseniä. Ryhmä voi olla jonkin verran poikkeava varsinaisesta tutkimuksen kohderyhmästä, sillä hallituksen jäsenillä saattaa olla osaamista ja ymmärrystä kyselyn aiheista keskivertokampaajaa enemmän. Toisaalta heidän osaamisensa olisi saattanut auttaa tarkentamaan kysymyksiä hyödyllisemmiksi. Ennen esitestauslomakkeen lähettämistä kysymykset käytiin läpi ja hyväksyttiin yhteistyökumppanin edustajalla. Esitestauksella varmistetaan tutkimuksen pätevyyttä, sillä esitestauksessa voi ilmetä kohtia, jotka ovat vastaajalle epäselviä.

Esitestauksen vastauksia saatiin kuusi kappaletta, mikä on riittävä määrä esitestaukseen. Palaute kyselystä oli melko yksimielinen eikä kysely sen perusteella tarvinnut muutoksia. Sekä kysymykset että vastausvaihtoehdot koettiin selkeiksi ja kysymyksiin oli helppo vastata. Kyselytutkimuksen pituus ja vastaamiseen kuluva aika koettiin myös sopiviksi. Microsoft Forms laskee automaattisesti vastaamiseen kuluvan ajan, joka esitestaajilla oli keskimäärin 6 minuuttia 37 sekuntia.

Lomaketta ei siis muutettu alkuperäisestä lukuun ottamatta yhden kysymyksen lisäämistä. Lisäys oli kysymys liittyen parturi-kampaajaryttäjien ajatuksiin oman taloudellisen tilanteen kehittymisestä tulevaisuudessa. Tähän oli syynä Nissisen (1998) tekemä tutkimus, jossa myös tarkasteltiin yrittäjien mielikuvia tulevaisuudesta. Kysymyksen lisäämisen ajateltiin helpottavan vertailua aiemmin tehtyihin tutkimuksiin.

Itse kysely (liite 1) toteutettiin ajalla 14.-19.10.2024, eli vastausaikaa oli kuusi päivää. Se jaettiin Suomen suurimpaan hiusalalan Facebook-ryhmään (Parturi-kampaajat), jossa oli kyseisenä aikana noin 11 300 jäsentä. Lisäksi se jaettiin opinnäytetyön tekijän omalla työhön liittyvällä Instagram-tilillä, Suomen Hiusyrittäjien jäsenille sähköpostitse sekä Hiusyrittäjien Instagram-tilillä. Vastauksia toivottiin runsaasti. Tarkkaa tavoitetta ei määritelty, mutta keskusteltiin ”muutamasta sadasta”. Tavoite oli varsin kunnianhimoinen, mutta aiheen ajankohtaisuudesta ja Facebook-ryhmän suuruudesta johtuen sitä pidettiin mahdollisena.

Kyselylomakkeen (liite 1) alkuun kirjattiin saatesanat, joista kävi ilmi kyselyn tarkoitus. Saatteessa kerrattiin taustatietona muutamalla virkkeellä arvonlisäveron muutokset vuodesta 1994 lähtien. Saatteessa kerrottiin tekijän koulutusohjelma ja ammattikorkeakoulu sekä yhteistyökumppani. Lisäksi kirjattiin, mihin tarkoitukseen tuloksia käytetään, mistä tutkimukseen liittyvä opinnäytetyö löytyy sen valmistuttua ja että kysely on nimetön. Loppuun lisättiin kyselyyn vastaamiseen menevä aika sekä muistutettiin aiheen tärkeydestä ja toivottiin runsaasti vastauksia. Viimeisenä kiitettiin vastauksista ja liitettiin opinnäytetyöntekijän yhteystiedot lisäkysymyksiä varten.

Vastausinnokkuus oli korkeimmillaan kahtena ensimmäisenä päivänä, jolloin vastauksia saatiin noin 90. Niiden jälkeisinä päivinä vastauksia tuli vain muutama lisää. Muistutus kyselystä jaettiin samoissa kanavissa viimeistä edeltävänä päivänä, mikä nosti vastausinnokkuutta ensimmäisten päivien tasolle. Myös Hairdressers of Finland -yhteisö ja hiusalalan ammattilehti Pinni jakoivat tässä vaiheessa linkin omilla Instagram-tilillään.

10.5 Kyselyn tulokset

Kyselyyn vastanneiden määrä ylisi kohtalaisen lähelle toivottua, vastauksia saatiin 197 kappaletta. Lukumäärä on opinnäytetyön tasoiseen tutkimukseen nähden hyvinkin kelvollinen. Se myös ylittää Vilkan (2007, 17) esittämän määrällisen tutkimuksen suositellun vähimmäisvastaajamäärän, joka on 100 kappaletta. Vastausaikaa pidentämällä ja linkin aktiivisella jakamisella vastauksia olisi voitu saada enemmän. Aikataulusyistä kyselyn voimassaoloaika päätettiin pitää alkuperäisessä. Keskimääräinen vastausaika myötäili lähes tarkalleen esitestausryhmän vastausaikaa ollen 6 minuuttia 38 sekuntia.

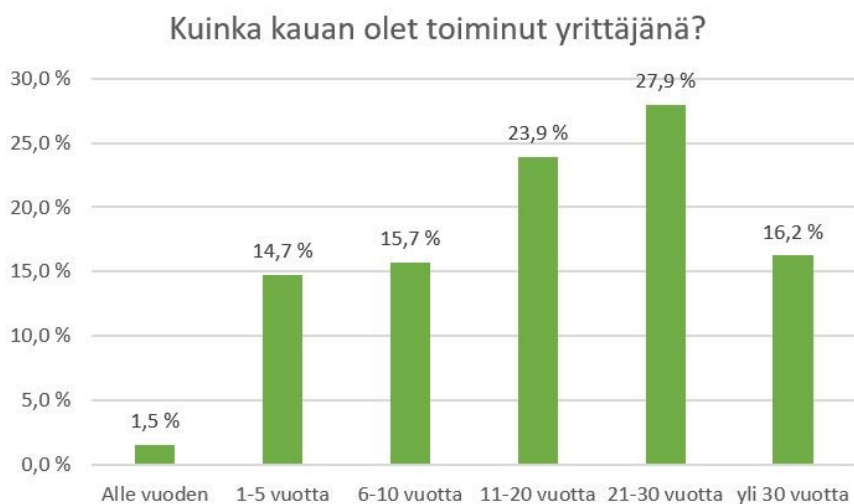
Kyselylomakkeessa (liite 1) oli 17 kysymystä. Lukuun ottamatta kysymyksiä 11 ja 17 kaikki olivat monivalintakysymyksiä, joissa sai valita vain yhden vaihtoehdon. Tulokset on siirretty

Microsoft Forms -alustalta Microsoft Excel -laskentataulukkoon, josta ne on muunnettu selkeästi luettavaan muotoon ja prosenttiluvuiksi Pivot-taulukoinnin avulla. Ensimmäiset kysymykset olivat taustakysymyksiä yrityksen sijainnista, yrittäjän roolista sekä yrittäjäkokemuksesta. Lisäksi tiedusteltiin, onko yrittäjällä työntekijöitä palkkasuhteessa, onko vuokratuoliyrittäjiä tai sopimusyrittäjiä sekä arvioita keskimääräisestä työviikon tuntimäärästä. Jälkikäteen ajateltuna taustakysymyksenä olisi ollut sopivaa tiedustella vastaajien koulutusta. Mikäli vastaajissa olisi ollut sellaisia yrittäjiä, joilla on liiketalouden koulutusta (merkonomi, tradenomi, estenomi, ammatilliset erikoistutkinnot), olisi voinut olettaa heillä olevan ainakin jonkin verran liiketalouden osaamista.

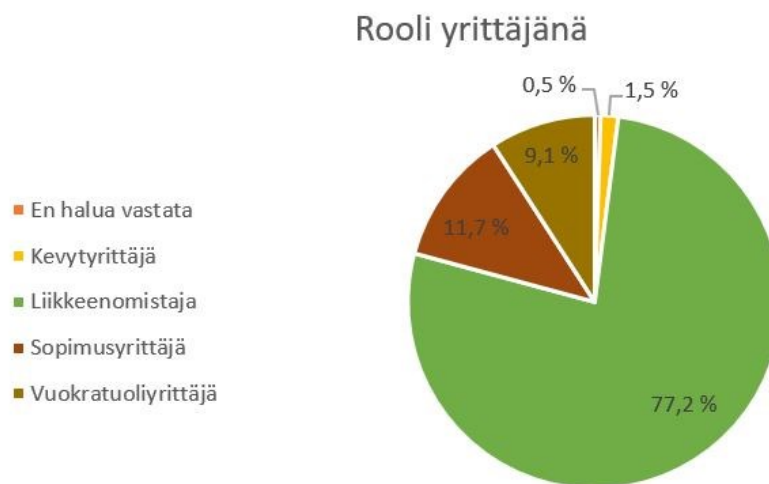


Kuvio 3: Yritysten sijainti maakunnittain

Uudeltamaalta vastaajia oli selvä enemmistö, noin 37 %. Pirkanmaa, Pohjois-Pohjanmaa, Varsinais-Suomi ja Kanta-Häme olivat seuraavaksi eniten edustettuina noin 6-10 prosentin osuudella, loput alueet olivat edustettuina alle 5 prosentin osuuksilla. Vähiten edustettuina olivat Kainuu ja Keski-Pohjanmaa.



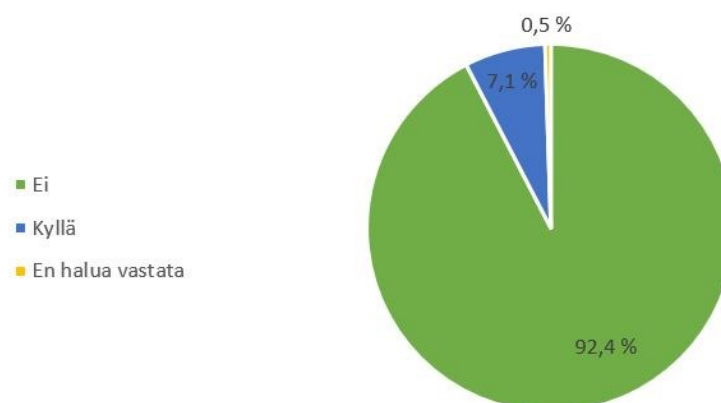
Kuvio 4: Yrittäjäkokemus vuosina



Kuvio 5: Yrittäjän rooli

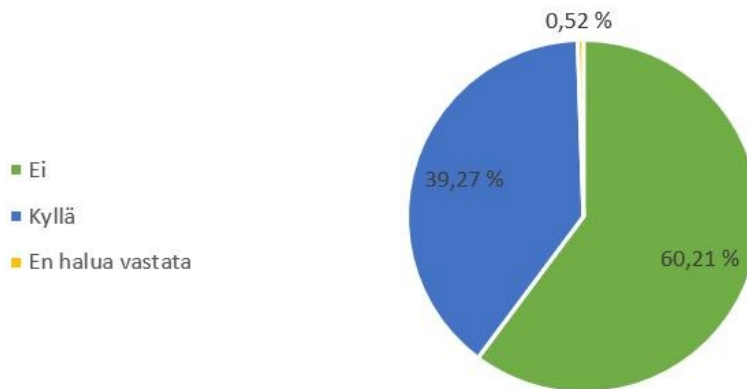
Vastaajat olivat työskennelleet yrittäjinä melko kauan. Noin puolella yrittäjäkokemusta oli 11-30 vuotta, mutta yli 30 vuotta toimineitakin oli noin 16 %. Tuoreita, alle vuoden toimineita yrittäjiä oli vain 1,5 %. Suurin osa, noin kolme neljännestä vastaajista, oli liikkeenomistajia. Liikkeenomistajat saattavat työskennellä liikkeessään yksin tai heillä voi olla joko työntekijöitä tai yrittäjiä oman liikkeensä sisällä työskentelemässä. Vuokratuoli- tai sopimusyrittäjiä oli yhteensä viidennes vastaajista.

Onko sinulla työntekijöitä palkkasuhteessa?



Kuvio 6: Yrittäjät, joilla on palkkasuhteisia työntekijöitä

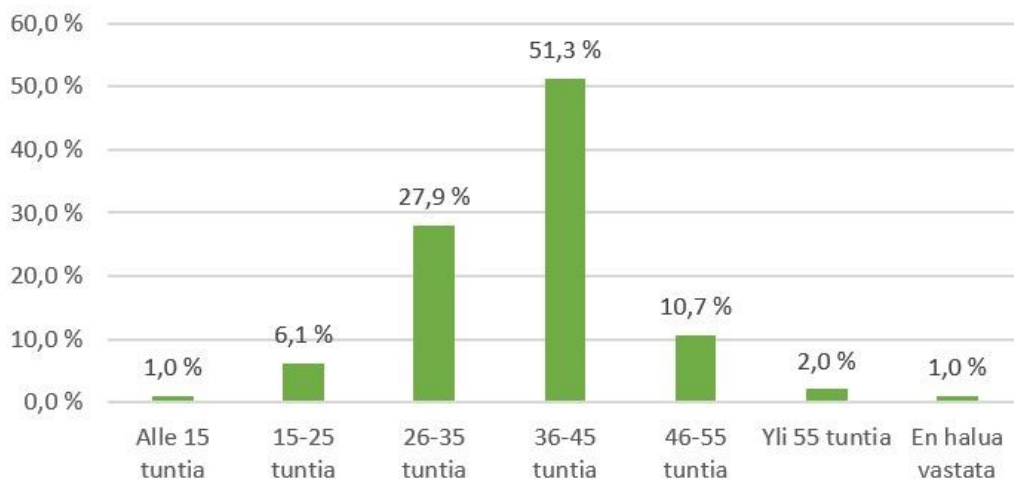
Onko sinulla työntekijöitä vuokratuolilla tai sopimusyrittäjänä?



Kuvio 7: Yrittäjät, joilla on työntekijöitä vuokratuoli- tai sopimusyrittäjinä

Työnantajyrityksiä oli selvä vähemmistö, sillä vain seitsemällä prosentilla vastaajista oli palkkasuhteisia työntekijöitä. Sen sijaan noin 40 %:lla oli vuokratuoli- tai sopimusyrittäjiä omassa yrityksessään. Tämä voi varmistaa aiemmissa tutkimuksissa todetun palkkasuhteiden muuttumisen yrittäjyyssuhteisiin. Nissisen vuonna 1998 tehdyn tutkimuksen perusteella 36 %:lla yrittäjistä oli palkkatyöntekijöitä ja vain 12 %:lla vuokratuoliyrittäjiä. Näitä kyselyjä verratessa voi arvioida tilanteen kääntyneen Suomessa lähes pääläelleen neljännesvuosisadan aikana.

Kuinka monta tuntia viikossa keskimäärin työskentelet parturi-kampaamoyrittäjänä?

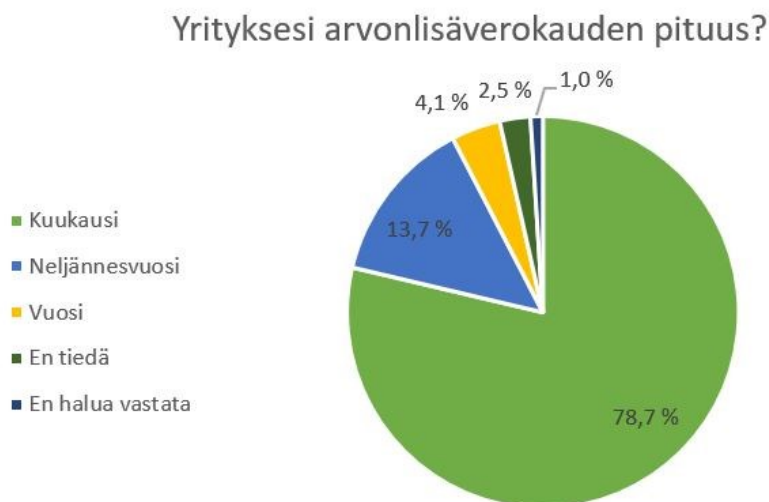


Kuvio 8: Yrittäjien keskimääräinen viikkotyötuntimäärä

Vastaajista noin puolet tekee normaaliksi ajateltua, säännöllisen pituista työviikkoa, joka Suomessa on 40 tuntia. Reilu kolmannes tekee lyhyempää, osa-aikaista työviikkoa.

Kysymyksestä ei selviä, onko parturi-kampaamoyrittäjäys vastaajan ainoa tulonlähde, vai tekeekö hän esimerkiksi muuta työtä sen ohella. Säännöllistä työviikkoa pidempään, 46-55 tuntia viikossa, vastaa työskentelevänsä noin yksi kymmenestä. Huomattavan pitkää, yli 55-tuntista työviikkoa tekee vain kaksi prosenttia vastaajista. Se tarkoittaisi kuutta yli yhdeksäntuntista työpäivää viikoittain.

Seuraavat kysymykset liittyivät arvonlisäverotukseen ja tuntiveloitukseen. Niillä pyrittiin selvittämään yrityksen arvonlisäveroilmoituksen ilmoittaja, arvonlisäverokauden pituus ja yrityksen keskimääräinen arvonlisäverollinen tuntiveloitus sekä perusteet tuntiveloitukselle.



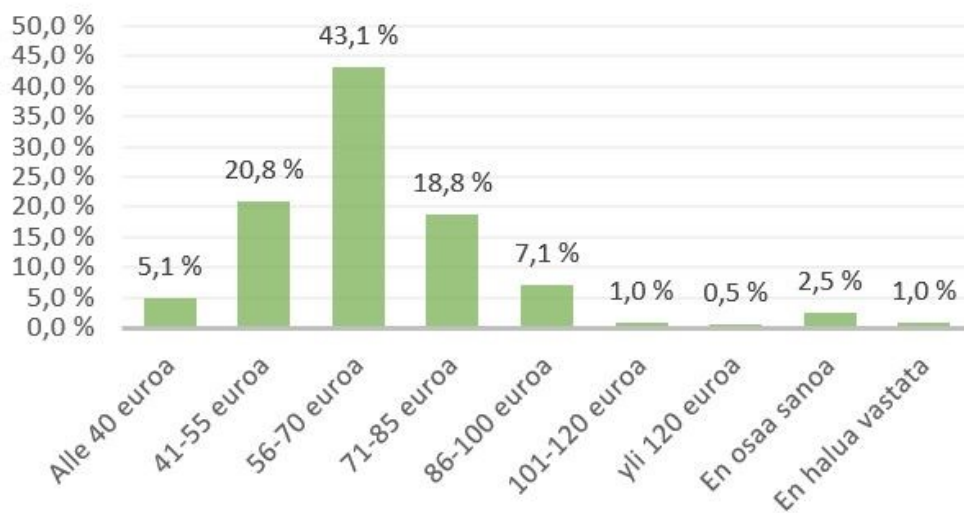
Kuvio 9: Yrityksen arvonlisäverokauden pituus



Kuvio 10: Kuka tekee yrityksen arvonlisäveroilmoituksen

Suurin osa ei tee itse veroilmoitustaan, vaan yhdeksän kymmenestä on antanut sen kirjanpitäjän tai muun ulkopuolisen toimijan vastuulle. Noin 79 % vastaajista ilmoitti arvonlisäverokaudekseen kuukauden, mikä onkin yleisin käytössä oleva verokausi. Neljännesvuosittain arvonlisäveron ilmoittavia oli noin 14 % ja vuosittain noin 4 %. Vastaajista 2,5 % ilmoitti, ettei tiedä arvonlisäverokautensa pituutta. Alkuperäisessä kyselyssä arvonlisäverokausi tarkennettiin tiedolla ”eli kuinka usein teet arvonlisäveroilmoituksesi?”. Arvonlisäverokausi on yksi arvonlisäverotuksen perusasioita, joten tietämättömyys siitä lienee hivenen huolestuttavaa.

Yrityksen keskimääräinen arvonlisäverollinen tuntiveloitus?

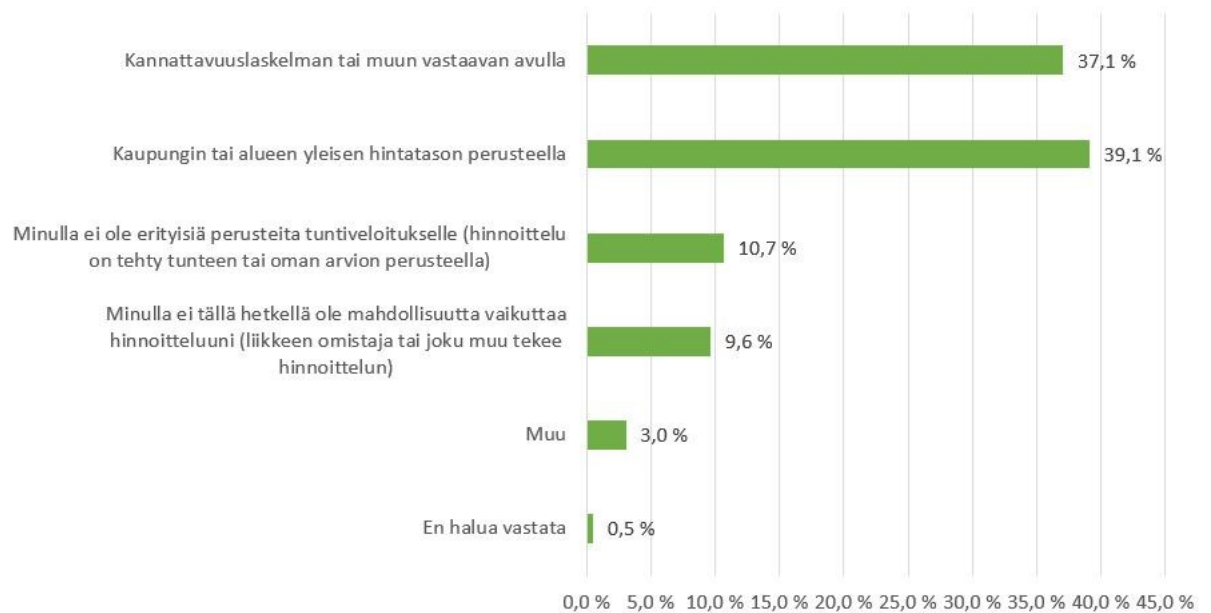


Kuvio 11: Yrityksen keskimääräinen arvonlisäverollinen tuntiveloitus

Yhteensä 70 % vastaajista ilmoittaa yrityksensä tuntiveloitukseksi 56 euroa tai yli. He ylittävät kappaleessa 7.1 lasketun viitteellisen hiusalan minimi-tuntiveloituksen, josta saatiin 52 euroa. Sen tienoille tai alle ilmoittaa jäävänsä noin neljännes vastaajista. Kyselyn vastaukset näyttävät myötäilevän Suomen Hiusyrittäjien ja Hairdressers of Finlandin tekemää tutkimusta, jonka perusteella koko maan arvonlisäverollinen keskituntiveloitus vuonna 2023 oli 62 euroa. Suurimmalla osalla vastaajista (noin 43 %) tuntiveloitus oli 56-70 euroa.

Tässäkin kysymyksessä huomionarvoiseksi nousee kohta *En osaa sanoa*, jonka valitsi 2,5 %. Kenties nämä yrittäjät itse eivät ole kiinnostuneita tuntiveloituksestaan tai eivät osaa laskea sitä. On myös mahdollista, että he ovat vuokratuoli- tai sopimusyrittäjiä, joille liikkeenomistajat eivät ole tuoneet hinnoittelua ja sen perusteita heille tarpeeksi selkeäksi ja näkyväksi. Ilman tietoa tuntiveloituksesta on vaikeaa esimerkiksi tietää, paljonko työtunteja on tehtävä päästäkseen myyntitavoitteisiin päivä- tai viikkotasolla.

Millä perusteella olet määrittellyt tuntiveloituksesi tai palvelujen yksittäiset hinnat?



Kuvio 12: Yrityksen tuntiveloituksen perusteet

Vastaajista vain noin 37 % on käyttänyt kannattavuuslaskelmaa tai vastaavaa tuntiveloituksen perustana. Noin 40 % ilmoittaa käyttävänsä perusteena alueen yleistä hintatasoa ja 10 %:lla ei ole hinnoitteluun lainkaan erityisiä perusteita. *Muu*-vastauksista suurin osa vaikuttaisi kuuluvan kohtaan *minulla ei ole mahdollisuutta vaikuttaa hinnoitteluuni tai kaupungin tai alueen perusteella*, mikä nostaa kyseisten osioiden osuutta hivenen.

Kaupungin tai alueen yleinen hintataso näyttää ohjaavan hinnoittelua merkittävästi, noin 40 %:lla vastaajista. Tämä on ymmärrettävää, jos yrittäjä ajattelee keskivertoa korkeampien hintojen pelästyttävän asiakkaat. Alueen hintataso ei kuitenkaan kerro mitään yksittäisten yritysten kuluista, jotka voivat merkittävästi vaihdella. Hintatason mukaileminen voi riittää monelle yritykselle, mutta kaikkien kuluja ja palkkatoivetta se ei välttämättä kata.

11. Mikäli parturi-kampaamopalvelujen arvonlisäverokanta laskettaisiin pysyvästi alennettuun verokantaan (esimerkiksi 14 %), mitä s...

● Erittäin epätodennäköisesti ● Melko epätodennäköisesti ● En osaa sanoa ● Melko todennäköisesti ● Erittäin todennäköisesti



Kuvio 13: Toimenpiteet, joita yrittäjä voisi harkita tekevänsä, mikäli arvonlisäverokanta laskettaisiin esimerkiksi 14 prosenttiin

Kysymys numero 11 oli kokonaisuudessaan ”Mikäli parturi-kampaamopalvelujen arvonlisäverokanta laskettaisiin pysyvästi alennettuun verokantaan (esimerkiksi 14 %), mitä seuraavia toimenpiteitä voisit harkita tekeväsi veroalennuksesta jäävällä tulolla? Tässä kysymyksessä oletus on, että palveluhintoja ei laskettaisi merkittävästi, sitä käsitellään kyselyssä myöhemmin”. Kysymyksessä käytettiin muista poikkeavasti vastausvaihtoehtoina viisiportaista Likert-asteikkoa, jossa mitataan väitteen todennäköisyyttä. Likert-asteikossa on useita vaihtoehtoja, jotka voivat olla numeerisia tai sanallisia, ja niillä tutkitaan aiheeseen liittyviä mielipiteitä. Sillä saa kattavamman näkemyksen mielipiteiden vaihtelusta kuin esimerkiksi vaihtoehdoilla *kyllä* tai *ei*. Likert-asteikon heikkouksia ovat subjektiivisuus (ihmiset voivat olla eri mieltä mielipiteidensä äärrajoista) ja se, että neutraalit vastaukset saattavat vääristää dataa. (SurveyMonkey 2024.)

Tämä kysymysosio oli yksi tutkimuksen oleellisimmista. VATT:n tutkimuksessa arvonlisäveroalennuskokeilun loppupuolella huomioitiin vain työllisyyden kasvu, palvelujen

kysynnän nousu ja palveluhintojen aleneminen. Tutkimuksessa ei huomioitu sitä, mihin veroalennuksesta jäänyt tulo siirtyi.

Nyt saaduista vastauksista ilmenee, että palkkasuhteisen työntekijän harkitsemiseen ei juuri ole kiinnostusta. Yli 70 % harkitsee työntekijän palkkaamista melko tai erittäin epätodennäköisesti. Vain yksi kymmenestä palkkaisi työntekijän melko tai erittäin todennäköisesti. Uuden vuokratuoli- tai sopimusyrittäjän etsimistä harkittiin enemmän: noin viidennes näki sen melko todennäköisenä ja yksi kymmenestä erittäin todennäköisenä.

Uusien toimitilojen hankkiminen ei myöskään ollut todennäköistä (70 % melko tai erittäin epätodennäköistä). Kiinnostus liiketilojen remontointiin tai suurempiin kalustehankintoihin oli korkeampaa, kun noin 45 % vastaajista harkitsi niitä melko tai erittäin todennäköisenä. Tuotemyynti- tai teknisten aineiden valikoiman laajentaminen ei vaikuta erityisen kiinnostavalta, kun yli puolet näkee sen melko tai erittäin epätodennäköisenä.

Kaiken kaikkiaan edellisiä todennäköisempää olisi yrittäjän oman taloudellisen tai henkisen ja fyysisen hyvinvoinnin kohentaminen. Lisäksi asiakaspalvelun ja ammattitaidon kehittäminen vaikutti kiinnostavalta. Lähes 80 % kouluttautuisi enemmän, lähes puolet erittäin todennäköisesti ja viidennes melko todennäköisesti. Reilu 70 % haluaisi kehittää liikeideaansa ja asiakaspalvelua.

Eläketurvaansa arvioisi nostavansa noin 74 %, josta 38 % erittäin todennäköisesti. Tämä tapahtuisi joko eläkevakuutusmaksua nostamalla tai kerryttämällä eläkemaksuja jotakin muuta kautta. Hieman vajaa puolet voisi nähdä ottavansa sairausvakuutuksen tai jonkin muun vapaaehtoisen vakuutuksen, jota ei vielä ole. Tämä aiheutti jonkin verran hajontaa, kun hieman vajaa kolmannes näki sen melko tai epätodennäköisenä. Sairaus- tai muun vakuutuksen kohdalla oli myös eniten *En osaa sanoa* -vastauksia, 26 %. Säästöjään haluaisi kerryttää yhdeksän kymmenestä. Palkkansa liian matalana näkee suuri osa vastaajista. Lähes puolet tasoittaisi palkkaansa erittäin todennäköisesti ja reilu kolmannes melko todennäköisesti.

Työtuntien vähentäminen jakoi mielipiteitä melko tasaisesti. Tämä kertonee siitä, että vajaa puolet on tyytyväisiä työmääräänsä, mutta toinen vajaa puolikas ei ole. Noin 45 % vähentäisi työtuntejaan melko tai erittäin epätodennäköisesti, samalla kun noin 40 % näki sen melko tai erittäin todennäköisenä. Enemmän lomaa sen sijaan haluaisi pitää suurehko enemmistö, yli 70 % melko tai erittäin todennäköisesti.

Omaan hyvinvointiin panostaminen liikunnan, hierojapalvelujen tai vastaavien avulla vaikutti todennäköiseltä. Yli puolet näkisi sen erittäin todennäköisenä ja kolmannes melko todennäköisenä.

Vastauksista voisi päätellä, että veroalennuksesta jäävä tulo ei luultavasti jäisi parturi-kampaajayrittäjän tilille. Raha lähtisi kiertoon eläkemaksuihin, asiakaspalvelun kehittämiseen, koulutukseen, hyvinvointiyrittäjien palveluihin, lomailuun ynnä muuhun. On myös huomioitava, että mahdollisesta arvonlisäveroalennuksesta yrittäjälle jäävä tulo saattaisi osin kompensoitua verottajalle yrittäjän tuloverotuksessa. Tulon lisääntyessä ennakkoeroa maksettava määrä kasvaisi.



Kuvio 14: Mahdollisen arvonlisäveron alennuksen vaikutus palveluhintoihin

Kysymys 12 oli ikään kuin jatkoa edelliseen, ja yhtä lailla yksi kyselyn kiinnostavimmista asioista. Tässä haluttiin tiedustella yrittäjien näkemyksiä mahdollisen arvonlisäveroalennuksen siirtymisestä palveluhintoihin. Noin neljännes pitäisi hinnat nykyisellään. Kolmannes laskisi hintoja hieman (alle 5 %). Noin 14 % vastaajista laskisi hintoja lähes arvonlisäveroalennusta vastaavan määrään. Myös noin 14 % ilmoitti harkitsevansa kampanja-alennuksia tai muita satunnaisia alennuksia, mutta ei pysyvää hintatason alennusta. Hintoja nostavien osuus oli niin pieni (0,5 %), että sen vaikutus kokonaisuuteen näyttäisi olevan lähes mitätön. Tämä tukee aiempia tutkimuksia siitä, että arvonlisäveron alennus ei siirtyisi palveluhintoihin täysimääräisesti, ainoastaan osittain.

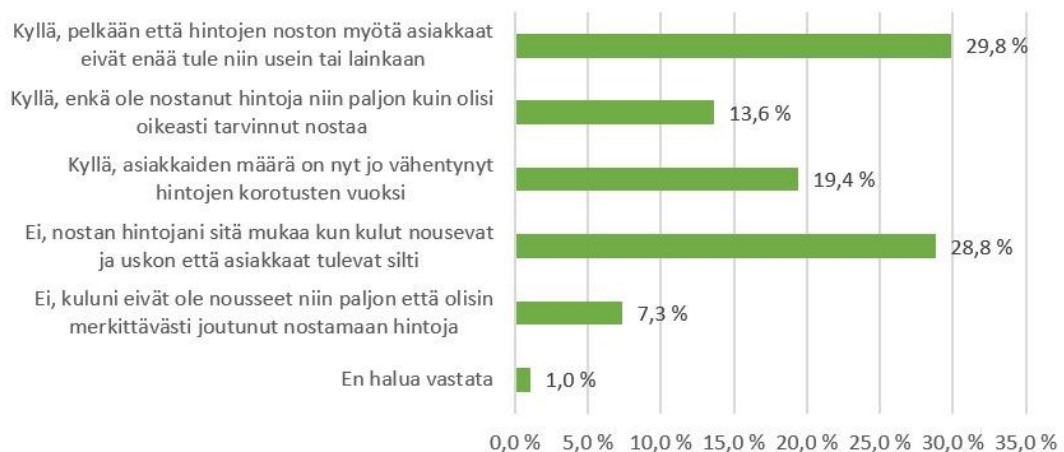
Annatko palveluhinnoista alennuksia?



Kuvio 15: Alennukset palveluhinnoista

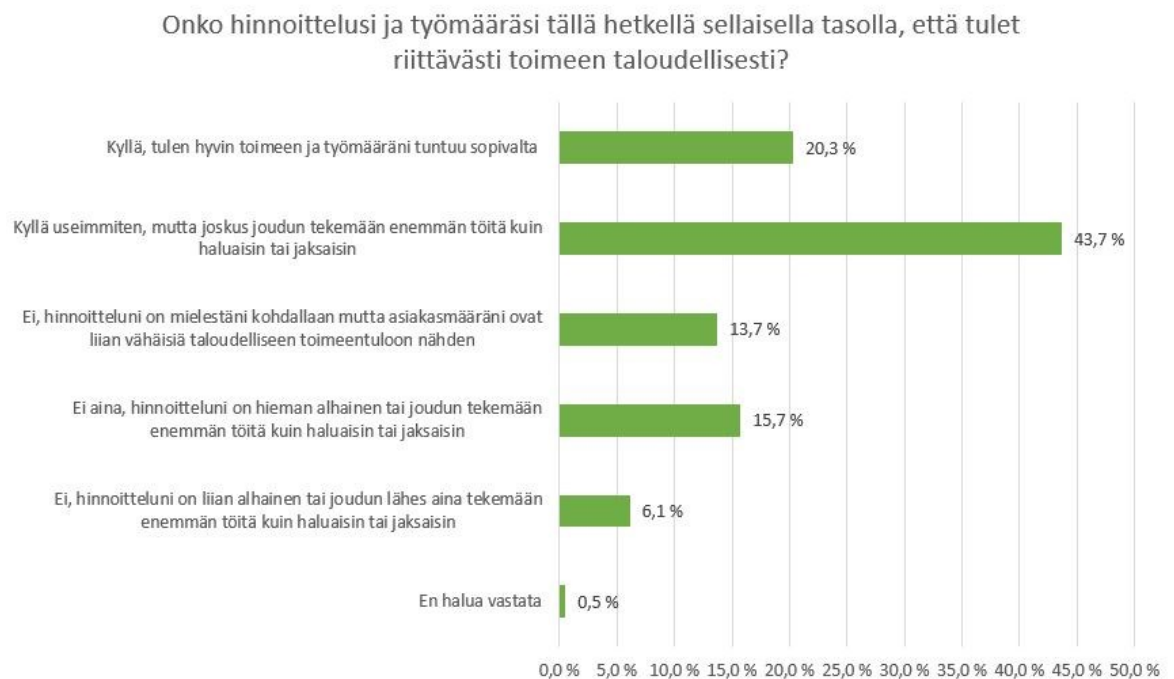
Jonkunlaisia palveluhintojen alennuksia antaa suurin osa, lähes 80 %. Pääasiassa alennukset annetaan lähimmille perheenjäsenille tai ystäville. Noin 15 %:lla on jonkinlainen kanta-asiakas- tai bonusjärjestelmä, joka oikeuttaa vakioasiakkaat alennuksiin. Noin viidennes ei anna alennuksia lainkaan tai antaa niitä vain satunnaisina kampanja-alennuksina. Jälkikäteen ajateltuna tässä kysymyksessä olisi voinut antaa mahdollisuuden valita useamman vaihtoehdon. On hyvinkin mahdollista, että esimerkiksi ne, jotka käyttävät kanta-asiakasjärjestelmää antavat alennuksia myös läheisilleen. Kysymys ei myöskään tarkenna alennusten prosentti- tai euromäärää.

Aiheuttaako yleisen hintatason nousu ja viimeisimpänä arvonlisäveron noston tuomat hinnannostopaineet sinulle huolta?



Kuvio 16: Hinnannostopaineiden aiheuttamat huolet

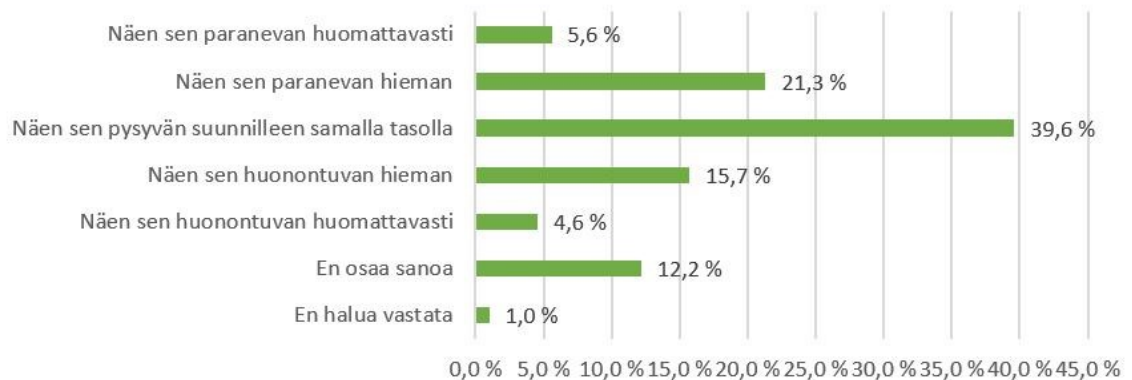
Vastaajista reilu viidennes kokee, että heidän hintatasonsa on kulujen tasolla, eikä se vaikuta asiakkaiden käynteihin. Hieman suurempi osa, noin 30 %, pelkää, että hintoja nostaessa asiakkaat eivät kävisi yhtä usein kuin ennen tai lainkaan. Noin viidenneksen näkemyksen mukaan asiakkaiden määrä on jo vähentynyt hintojen korotuksen seurauksena. 13 % ei ole nostanut hintatasoaan tarpeelliselle tasolle. Kokonaisuudessaan noin 36 % vastaajista ei näe hinnankorotuksia huolettavina tai tarpeellisina, mutta yli 60 % kokee korotukset jollakin tavalla huolettavina.



Kuvio 17: Hinnoittelun ja työmäärän suhde taloudelliseen toimeentuloon

Työmäärän suhdetta hinnoitteluun arvioitiin seuraavassa kysymyksessä. Viidennes vastaajista kokee työmäärän ja toimeentulon sopivana. Vajaa puolet kokee, että taloudellinen toimeentulo on yleensä ihan riittävä, mutta vaatii joskus enemmän töitä kuin he itse haluaisivat tai jaksaisivat tehdä. Noin 14 % arvioi, että hinnoittelu on kohdillaan, mutta asiakasmäärät ovat liian vähäisiä riittävään toimeentuloon nähden. Yhteensä noin viidennes arvioi hinnoittelunsa liian alhaiseksi työmäärään nähden. Tässä kysymyksessä *riittävä toimeentulo* on vastaajan subjektiivinen näkemys. Jollekin riittävä toimeentulo voi olla sitä, että kulut ja laskut saa katettua. Toinen voi ajatella, että toimeentulo on riittävää vasta silloin, kun rahaa jää säästöön tai kun tulolla katetaan tietynlainen elintaso. *Työmäärä* on yhtä lailla subjektiivinen, kun itselle sopiva työmäärä voi olla 20 tuntia viikossa tai 50 tuntia viikossa. Oleellista onkin niiden suhde eli kokeeko yrittäjä työmäärän ja taloudellisen tilanteen suhteen itselleen sopivaksi.

Minkälaisena näet yrityksesi taloudellisen kehityksen tulevaisuudessa? (1-5 vuoden ajanjaksolla)



Kuvio 18: Yrityksen taloudellisen tilanteen kehittyminen tulevaisuudessa

Yrityksen taloudellinen kehitys tulevaisuudessa nähtiin enemmän positiivisena tai neutraalina kuin negatiivisena. Noin viidennes arvioi taloudellisen tilanteen huonontuvan hieman tai huomattavasti. Reilu neljännes näki tilanteen positiivisena sen parantuessa hieman tai huomattavasti. Suurin osa, noin 40 %, ajatteli tilanteen pysyvän jotakuinkin nykyistä vastaavalla tasolla. Noin 12 % vastaajista ei osannut arvioida tulevaisuutta. Tähän voi olla montakin syytä. Ehkä vastaaja ei ole pohtinut asiaa, ei ehkä osaa arvioida sitä taloudellisesta näkökulmasta tai ei yksinkertaisesti jaksanut vastaushetkellä käyttää pohtimiseen aikaa. Kysymyksestä ei voi suoraan päätellä, onko vastaaja tyytyväinen nykyiseen taloudelliseen tilanteeseensa. Mikäli tilanne on tällä hetkellä hieman huono ja jatkuu samanlaisena, tulevaisuus ei varsinaisesti näytä positiiviselta tai ehkä edes neutraalilta.

Lomakkeen viimeinen kysymys ei ollut pakollinen. Vastauksen sai antaa sanallisesti tekstilaatikkoon. Kysymyksen otsikkona oli ”Vapaa sana: onko sinulla jotakin arvonlisäverotukseen tai hinnoitteluun liittyvää ajatusta, jonka haluaisit jakaa?”. Vajaa kolmannes vastaajista jätti kommentin. Vastaukset olivat aiheeltaan ja näkemykseltään varsin vaihtelevia, mutta arvonlisäverotus ja hinnoittelu kirvoitti myös melko kärkkäitä mielipiteitä. Alla joitakin poimintoja erilaisista vastauksista suorina lainauksina.

Kampaajat tarvisivat enemmän tietoutta hinnoittelusta ja heidän tulisi oikeasti laskea kulunsa jotta tajuaisivat kuinka halvalla moni tekee näitä töitä = toivon mukaan nostettaisiin omia hintoja sitä kautta alan arvostusta

Kannatan alennetun kannan ajamista alalle. Arvonlisäverotuksen kanta tulee olla suhteessa ihmisten ostovoimaan. Useat kollegat ovat joutuneet luopumaan liikkeistään kohonneiden kulujen takia. Alvin korotus sattui samaan saumaan kuin YEL tarkastukset, joka puolestaan on hyvin jäykkä järjestelmä esim. yrittäjän sairastuessa.

Käsityö ammateissa sama alv kuin myynneissä on täysin väärin. Kahdella kädellä kun ei vaan voi määräänsä enempää tehdä tulosta ja yksin tekijänä on vaihtoehdot aika vähissä. Moni asiakaskaan ei ole edes ajatellut, että meillä on niin iso alv vaan kuvittelevat että se satanen jää meille suunnilleen suoraan.

Alallamme polkee moni kampaaja hintoja itse alaspäin (tekee myös harmaata taloutta) niin siihen pitäisi puuttua

Olen aloittanut yrittäjänä 1994 kun ALV tuli. Olen kokenut nousut ja laskut. Hyvällä asiakaspalvelua ja ammattitaidolla pärjää aina.

Pitäisi saada yrittäjät ymmärtämään se fakta että alv ei ole koskaan yrittäjän rahaa, sillä ei voi hintoja veivata. On omat hinnat, ja päälle tulee valtion määräämä asiakkaan ihan oma vero jonka me sitten tilitämme. Ne on kaksi eri veloitusta, vaikkakin asiakkaalle näkyy vain yksi veloitus. Ei asiakkaat edes lue kuitista veroerittelyä....

Alennetun arvonlisäverokannan aikana oli ensimmäistä kertaa tunne että ei tarvinnut joka kuukausi elää kädestä suuhun vaan jotain jäi kulujen jälkeen käteenkin. Joten todellakin alennettu kanta auttaisi pienyrittäjää isosti.

Meidän työtä ei korvaa kehittyvä teknologia eikä tekoäly.

Verokannan lasku on valtion tämänhetkisessä taloudellisessa tilanteessa turha haave. Edellisen kokeilun aikana tuloveroja nostettiin, joten taloudellinen hyöty jäi olemattomaksi. Julkisuudessa kuitenkin vaadittiin merkittävää hintojen laskua

Liiketoiminnan laajentaminen ei onnistu kun ei ole työntekijöitä saatavilla. Liiketoimintani on supistunut parissa vuodessa 10 työntekijästä 4.5 työntekijään

Alvikannan lasku avasi minulle mahdollisuuden ostaa ensimmäisen asuntoni. Yritys jossa työskentelin silloin laski hieman hintojaan ja etsimme jatkuvasti työvoimaa. Moni meistä hyödynsi kasvaneen ostovoiman ja raha todellakin lähti kiertoon. Kokeilu lopetettiin mielestäni väärin perustein.

Vastauksista voi tulkita yrittäjien erilaisten mielipiteiden lisäksi myös eritasoista liiketalouden ymmärtämistä. Osa korosti, ettei arvonlisävero ole yrittäjän omaa rahaa, vaan se on laskettava erillisenä hintojen päälle. Osa ehdotti parturi-kampaajille (ja muille käsityöaloille) 0 % arvonlisäveroa, mikä lienee mahdotonta nykyisessä taloustilanteessa. Monet olivat yhtä mieltä siitä, että 25,5 % arvonlisäveron on kohtuuton käsityönä tehtävälle työlle, jota ei voi monistaa tai varastoida. Huolta aiheutti myös hintojen polkeminen ja sitä kautta ammatin arvostuksen laskeminen tai harmaa talous. Osa vastaajista moitti YEL-uudistusta, joka on nostanut eläkevakuutusmaksuja. Vastaajista harva kommentoi arvonlisäverovelvollisuuden alarajaa eikä kukaan alarajahuojennusta.

Kyselyn tuloksissa ei ilmennyt yhteistyökumppanille mitään erityisen yllättävää. He osasivat odottaa, että osalla yrittäjistä talousosaaminen ei välttämättä ole vahva osaamisalue. Se taas johtaa liian alhaiseen hinnoitteluun ja siten taloudelliseen tilanteeseen, joka ei aina ole kannattava. Hiusalalla useat tekevät työtä eräänlaisena kutsumusammattina ja ”tekemisen

ilosta”. Yrittäjyyteen liittyvät talousasiat ovat pakollinen osuus, johon kohdistuva kiinnostus vaihtelee. Osaamattomuus ei kuitenkaan koske kaikkia parturi-kampaajia, vaan monet hallitsevat yrityksen talouden, jolloin talous on tasapainossa ja kannattavaa. Tulokset antoivat vahvistusta Suomen Hiusyrittäjät ry:n ajatuksiin hiusalan tämänhetkisestä tilanteesta.

11 Johtopäätökset

Arvonlisävero ei ole yrittäjän omaa rahaa, vaan läpikulkuerä, joka lisätään varsinaisen hinnan päälle. Arvonlisävero on kulutusvero, jonka lopullinen maksaja on kuluttaja. Yritysten välisessä kaupassa arvonlisävero ei ole kokonaishinnassa erityisen merkityksellinen, sillä yrittäjät pystyvät tekemään verovähennyksiä ostamistaan tuotteista tai palveluista. Kuluttajan sijaan ei pysty vähentämään maksamiaan veroja omassa taloudessaan, minkä vuoksi se täytyy ottaa huomioon osana kokonaishintaa. Kuluttaja ei välttämättä myöskään osaa erotella palvelusta tai tuotteesta maksamaansa veroa tai muita kuluja, joita palvelun tai tuotteen tuottamiseen menee. Hän näkee kokonaissumman, jonka euromääräisen hinnan, arvon ja hinta-laatusuhteen hän itse omien lähtökohtiensa perusteella arvioi. Siksi arvonlisäveron merkitystä yrittäjän ja kuluttajan välisessä kaupassa ei voi aliarvioida.

Arvonlisävero ja sen kehitys 1990-luvulta tähän päivään on vaikuttanut yrittäjien hinnoitteluun merkittävästi. Arvonlisäverotukseen siirtyminen vuonna 1994 osui juuri vuosisadan pahimman laman jälkeiseen aikaan, jolloin suomalaisten taloudellinen tilanne oli valmiiksi heikko. Vero olisi pitänyt kokonaisuudessaan siirtää hintoihin, mutta monet parturi-kampaajat eivät uskaltaneet, sillä he pelkäsivät asiakkaiden vähentävän käyntejään hinnankorotuksen vuoksi. Työntekijöitä jouduttiin irtisanomaan.

Arvonlisäveron alennuskokeilu vuosina 2007-2011 toi monelle yrittäjälle helpotusta taloudelliseen tilanteeseen eikä alennusta siirretty kokonaan hintoihin. Yleinen hintataso oli noussut, ja yrittäjät halusivat myös käyttää veroalennuksesta jäävää tuloa muuhun kuin hintojen alentamiseen. He kouluttautuivat, tasoittivat palkkaansa sekä panostivat omaan ja henkilökuntansa hyvinvointiin. Jotkut palkkasivat uusia työntekijöitä. Veroalennus oli kokeilu, joten sen jatkosta ei ollut takeita. Epävarmuus jatkumisesta saattoi estää tai hidastaa rohkeimpien taloudellisten päätösten tekemistä. Kokeilun lopettamisen aikaan Suomen talous ei ollut yhtä huonossa tilassa kuin 1990-alun lamassa, mutta taantumassa kylläkin. Hintoja jouduttiin lopulta nostamaan yli kokeilua edeltävän hintatason. Yleisesti ottaen yrittäjät kokivat ja kokevat yleisen arvonlisäverokannan liian suureksi käsin tehtävälle palvelutyölle, jota ei voi monistaa, myydä ennakoon tai varastoida.

Vuonna 2024 yleinen hintataso on jatkanut nousua samalla kun yleinen arvonlisäverokanta nostettiin 24 prosentista 25,5 prosenttiin. Samoihin aikoihin YEL-maksuja alettiin tarkistaa, minkä seurauksena itsensä alivakuuttaneet yrittäjät joutuivat nostamaan YEL-maksujaan. Tämä lienee hyvä asia tulevaisuuden kannalta, mutta korotetut YEL-maksut on huomioitava kulurakenteeseen jo tässä hetkessä.

Arvonlisäverokokeiluun liittyvien VATT:n tekemien tutkimusten perusteella arvonlisäveroalennus ei kannata. Tutkimuksissa arvioitiin palvelun kysynnän lisääntymistä, veroalennuksen siirtymistä hintoihin ja työllisyysvaikutusta. Minkään näistä ei katsottu toteutuneen. Opinnäytetyön tutkimuksen perusteella kyseiset asiat eivät ehkä toteutuisi tänäkään päivänä. Uuden työntekijän palkkaaminen ei vaikuttanut yrittäjistä todennäköiseltä, sillä yli 70 % vastaajista näki työsuhteisen parturi-kampaajan palkkaamisen melko tai erittäin epätodennäköisenä. Uuden vuokratuoli- tai sopimusyrittäjän etsiminen oli todennäköisempää kuin työntekijän palkkaaminen. Suurin osa vastaajista ei myöskään olisi valmiita laskemaan palveluhintojaan merkittävästi. Noin 14 % laskisi hintoja lähes alentuneen arvonlisäveron verran. Reilu 70 % pitäisi hinnat ennallaan, laskisi hintoja hieman (alle 5 %) tai harkitsisi vain joitakin satunnaisia alennuksia. Palvelujen kysynnän muutosta ei tässä opinnäytetyössä pystytty tutkimaan, joten sitä ei myöskään pystytty vertailemaan. Jos hinnat eivät merkittävästi muuttuisi, voisi palvelukysynnänkin ajatella pysyvän jotakuinkin samana. VATT:n tutkimuksessa Kosonen ehdotti pienituloisille yrittäjille arvonlisäverokannan alentamisen sijaan tuloverotuksen pienentämistä tai tulonsiirtoja (valtion tai Kelan tukia). Lienee selvää, että pyrkimys pitäisi olla yrittäjien itsenäiseen toimeentuloon ilman tukia. Tuloverotuksen pienentäminen voisi olla pienituloisia yrittäjiä helpottava tekijä.

Työntekijän palkkaaminen on melko kallista ja siihen sisältyy riskejä, mutta hiusalan työllisyyden lisäämisessä on muitakin haasteita. Ne yritykset, jotka haluaisivat työntekijöitä palkka- tai yrittäjäsuhteeseen, eivät löydä sopivia henkilöitä. Hiusalan opiskelijoista valitettavan suuri osa ei jää alalle tai keskeyttää opintonsa (Lassuri 2024). Työllisyys ei lisääny sillä, että työvoimaa rekrytoidaan parturi-kampaamosta toiseen, vaan alalle on saatava uusia tekijöitä, jotka jatkavat urallaan. He myös voisivat tulevaisuudessa paikata eläkkeelle jääviä tai muista syistä lopettavia yrittäjiä. Vuodesta 2010 vuoteen 2022 parturi-kampaajien (yrittäjät ja työntekijät yhteensä) määrä on Tilastokeskuksen tietojen mukaan vähentynyt noin kolmella tuhannella eli parturi-kampaajia on hieman reilu 20 % vähemmän kuin 2010. Arvonlisäverokeskustelun lisäksi ehdottoman tärkeää olisi keskustelu koulutuksesta ja alalle jäämisestä sekä alan houkuttelevuuden lisäämisestä.

Parturi-kampaamoissa tehtävät työt ja asiakkaiden vaatimukset ovat muuttuneet opinnäytetyön tekijän viidentoista työvuoden aikana. Edelleen tehdään paljon perustyötä, mutta siinä ohella erilaisia erikoisvärjäys- ja leikkaustekniikoita, joita asiakkaat osaavat Internetin ja sosiaalisen median perusteella vaatia. Yrittäjiltä odotetaan työn teknisen

osaamisen lisäksi esimerkiksi aktiivisuutta ja portfolioita sosiaalisessa mediassa. Työ on fyysistä seisomatyötä, työaineille allergisoituminen on riski ja työ on sosiaalisesti vaativaa asiakaspalvelua. Opinnäytetyön tekijän mielestä työssä parasta on juuri sosiaalisuus, mutta se voi olla toisinaan kuormittavaa. Nämä tekijät yhdistettynä melko pieneen palkkaan työsuhteissa sekä joidenkin yrittäjien omaan negatiiviseen ajatteluun alan kannattavuudesta eivät välttämättä houkuttele uusia tekijöitä. Parturi-kampaajien yrittäjävoittoisuus voi tuntua eräänlaiselta pakkoyrittäjyydeltä.

Arvonlisäverotuksen vaikutusten lisäksi kyselytutkimuksessa nousi esiin se seikka, että osalta hiusalan yrittäjiltä puuttunee taitoa tai halua tehdä oikeanlaista kulurakenteen tarkastelemista tai hinnoittelun suunnittelua. Osalla hinnoittelu on tehty kannattavuuden perusteella, tuntiveloitus on tarpeeksi korkea ja hinnoittelu on työmäärään nähden sopiva. Valitettavan moni kuitenkin perustelee tuntiveloituksen alueen hintatasolla tai ilman perusteita lainkaan. Sen seurauksena hinnoittelu on liian alhainen ja yrittäjät joutuvat pidentämään päiviään paremman tulotason saavuttamiseksi. Pieni osa ei edes osaa nimetä omaa tuntiveloitustaan tai yrityksensä arvonlisäverokautta. Yrittäjistä osa pelkää hinnannostoja. Pelko voi olla aiheellinen, sillä viidennes kyselyyn vastaajista ilmoitti asiakkaiden jo vähentäneen käyntejään hinnannostojen vuoksi. Yleisen hintatason nousu on todellista, eikä kaikilla asiakkailla yksinkertaisesti ole varaa käydä parturi-kampaamoissa yhtä usein kuin ennen. Arvonlisäveron alennus voisi hillitä hinnannostopaineita tai antaa yrittäjille mahdollisuuden maltilliseen palveluhintojen alennukseen.

Ammattikoulutuksen perustutkintoon kuuluu yrittäjyysopinnot, mutta vaikuttaa siltä, etteivät ne tuo tarpeeksi osaamista. Opiskelijat eivät välttämättä vielä siinä vaiheessa ymmärrä parturi-kampaamon toimintaa käytännössä ja kokonaisuutena, mikä voi vaikeuttaa talousasioiden ymmärtämistä. Jokaiselle yrittäjälle voisi olla hyväksi kouluttautua ammattiosaamisen lisäksi myös talousosaamisessa, esimerkiksi liiketoiminnan perustutkinnolla (merkonomi), erikoisammattitutkinnolla tai lyhyillä koulutuskokonaisuuksilla. Yrittäjyyttä ja yrityksen perustamista voi opiskella myös itsenäisesti luotettavista lähteistä, kuten Digi- ja väestötietoviraston ylläpitämästä Suomi.fi -internetpalvelusta (Suomi.fi, 2024). Yritysosaaminen auttaisi hallitsemaan yrityksen taloutta kokonaisuutena. Osaamisen kautta yrittäjä osaisi paremmin arvioida tulojensa ja menojojensa vaikutusta sekä tarvittaessa reagoida muutoksiin.

Arvonlisäverokannan alentaminen ei luultavasti tänäkään päivänä juuri vaikuttaisi VATT:n tutkimiin asioihin. Sillä saattaisi kuitenkin olla muuta vaikutusta. Opinnäytetyön tutkimuksen perusteella veroalennuksesta jäävä tulo ei jäisi yrittäjälle itselleen, vaan lähtisi kiertoön eri muodoissa. Näitä olisivat erityisesti yrittäjän oma hyvinvointi, mutta myös asiakaspalvelun laadun kehittäminen. Asiakkaan maksama hinta ei juuri muuttuisi, mutta samalla hinnalla hän voisi saada parempaa ja osaavampaa palvelua yrittäjältä, jonka jaksaminen ja hyvinvointi

olisi paremmalla tasolla. Asiakkaan kokema hinnan arvo voisi siis nousta. Haasteena voisi olla hinnan perustelu asiakkaalle: miksi veroalennusta ei siirrettäisi asiakkaille, vaan kampaaja pitäisi hyödyn itsellään?

Yrittäjät voisivat viedä rahaa muille palveluyrittäjille, kuten liikunta- ja hyvinvointiyrityksiin. Kouluttautuminen toisi tuloja muihin hius- ja kauneudenhoitoalan yrityksiin. Yrittäjät haluaisivat myös kohentaa eläkesäästämistään, minkä vaikutukset eivät näkyisi heti vaan vasta vuosien tai vuosikymmenten päästä. Yrittäjillä voisi olla mahdollisuus nykyistä parempaan eläkkeeseen, jolloin valtion eläketukia ei välttämättä tarvitsisi ja rahan kierto jatkuisi myös eläkeikäisten parturi-kampaajien kohdalla.

Arvonlisäveron alarajalla on oma vaikutuksensa. Alarajan nosto voisi helpottaa osaa yrittäjistä, mutta esimerkiksi Iso-Britanniassa korkealla alarajalla on ollut negatiivista vaikutusta hiusalan kasvuun. Sikäläiset yritykset pysyttelevät arvonlisäveron alarajan alapuolella (vuonna 2024 reilu 100 000 euroa) välttyäkseen arvonlisäverotukselta. Tämä hidastaa kasvua, mutta voi myös lieveilmionä lisätä harmaata taloutta, kun alarajan yli menevät tulot jätetään ilmoittamatta. Alaraja eriarvoistaa yrityksiä, jos pienemmät yritykset voivat jättää arvonlisäveron kokonaan maksamatta.

Veroalennuksella voisi olla paljon hyviä vaikutuksia, mutta valtion verotulojen menetystä ei voi olla huomioimatta. Jos Suomessa parturi-kampaamo yritysten liikevaihto (myyntitulot, joista vähennetty arvonlisävero) on vuodessa noin 600 miljoonaa euroa, siitä tilitettävä 25,5 % arvonlisävero olisi 153 miljoonaa. 14 % arvonlisäverokannalla tilitettävä vero olisi 84 miljoonaa eli lähes puolet vähemmän. Nämä ovat karkeita laskelmia, mutta antavat suuntaa verovajeesta. Nykyisen taloustilanteen ja esimerkiksi ikääntyvän väestön vuoksi voi olla vaikea perustella näin suurta verovajetta.

Ei myöskään voi perustella, miksi veroalennukseen oikeutettuja olisivat vain hiusalan yrittäjät. Saman tyyppistä, käsityönä tehtävää palvelutyötä tekevät esimerkiksi kosmetologit, kynsi- ja ripsiteknikot, suutarit, ompelijat ja kultasepät. Alennus olisi siis tasapuolisuuden nimissä luultavasti kohdennettava kaikkiin saman tyyppisiin palveluihin, mikä nostaisi verovajetta entisestään. 14 % arvonlisävero voi olla liian matala, mutta ehkä käsityöpalveluilla voisi olla oma verokantansa, esimerkiksi 18 %. 18 prosentin arvonlisäverolla verovaje ei olisi niin valtava, mutta yrittäjien omassa taloudessa edelleen merkittävä helpotus. 5000 euron kuukausittaisesta palvelumyynnitulosta tilitettävä 25,5 % arvonlisävero on 1016 euroa, mutta 18 % arvonlisäverolla se olisi 763 euroa. Vuositasolla yrittäjälle jäisi kyseisellä veroalennuksella 3036 euroa muuhun käyttöön. Verovajetta laskiessa tulisi huomioida myös tuloverotuksessa maksettava veron määrä, sillä tulojen kasvaessa maksettavan veron määrä kasvaa. Tuloverotus voisi kompensoida osan arvonlisäverotuksen vajeesta.

Parhaimmassa positiivisessa skenaariossa hiusalan ja muiden käsityönä tehtävien palvelualojen hyvinvointi voisi lähteä arvonlisäverotuksen laskemisen seurauksena kasvuun. Ehkä työnantajayritykset olisivat valmiita hieman nostamaan palkkasuhteisten työntekijöiden palkkaa, mikä voisi houkutella vastavalmistuneita osaajia jäämään alalle. Raha kiertäisi ja palaisi verotuloina jotakin muuta kautta. Todellisuudessa aihe vaatii laajempaa taloustieteen osaamista ja tutkimusta kuin tässä opinnäytetyössä oli mahdollista. Olisi siis syytä tutkia lisää veroalennuksesta jäävän tulon siirtymistä muualle talouteen nyt ja tulevaisuudessa sekä tuloverotuksen mahdollisesti tuomaa kompensatiota, jotta arvonlisäveroalennuksen seurauksia voisi arvioida kokonaisuutena.

Tämän opinnäytetyön tekeminen oli mielekästä ja kiinnostavaa. Tekijällä oli jo ennestään tietämystä aiheista, mutta työn edetessä osaaminen syventyi ja laajentui merkittävästi. Myös kiinnostus aiheeseen kasvoi työtä tehdessä. Yhteistyökumppanin kanssa kommunikointi oli mutkatonta ja tiivistä, joten molemmat osapuolet pysyivät työssä ajan tasalla. Yhteistyökumppanin palaute työstä oli positiivista siitä huolimatta, että tulokset eivät aivan tukeneet heidän näkemystään arvonlisäveron alentamisesta. Opinnäytetyöstä saa hiusalan arvonlisäverotuksen tilasta ajantasaista tietoa, jota yhteistyökumppani voi mahdollisesti myöhemmin käyttää osana laajempaa tiedonkeruuta.

Lähteet

- Ahtiala, P. 1997. Talouspolitiikka ja lama. Kansantaloudellinen aikakauskirja 1/1997. Viitattu 27.10.2024.
<https://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/images/stories/kak/KAK11997/KAK11997Ahtiala.pdf>
- Arene ry. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. Viitattu 23.10.2024.
<https://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/AMMATTIKORKEAKOULUJEN%20PINN%C3%84YTET%C3%96IDEN%20EETTISET%20SUOSITUKSET%202020.pdf?t=1578480382>
- Bangma, K. & Vroonhof, P. 2008. Evaluation of the impact of the reduction of VAT in the hairdressing sector. Viitattu 13.10.2024.
https://www.coiffure.eu/media/project_item/EN%20VAT-report.pdf
- Caragher, J. 2024a. Netherlands ends 9 % reduced rate accommodation, books & cultural services 2026. Viitattu 14.10.2024. <https://www.vatcalc.com/netherlands/netherlands-to-simplify-reduced-vat-rates/>
- Caragher, J. 2024b. 2025 European VAT registration & Intrastat thresholds. Viitattu 14.10.2024. <https://www.vatcalc.com/eu/2023-eu-vat-registration-intrastat-thresholds/>
- Core-Econ 2024. Talous. Viitattu 14.10.2024. <https://www.core-econ.org/the-economy/v1/book/fi/text/17.html#178-finanssikriisin-aineksia-kotitaloudet-pankit-ja-luottobuumi>
- ePerusteet 2018. Tutkinnon perusteet. Hius- ja kauneudenhoitoalan perustutkinto. Viitattu 25.10.2024. <https://eperusteet.opintopolku.fi/eperusteet-service/api/dokumentit/9099702>
- European Union 2024. VAT rules and rates. Viitattu 4.11.2024.
https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index_en.htm
- Frisörföretagarna 2024. Frisörbarometern 2024:1. Viitattu 26.10.2024.
<https://frisor.se/media/v5dmic1g/frisorbarometern-hela-riket-ulrika.pdf>
- Heikkilä, M. 2020. VATT: Väliaikainen arvonlisäveron alennus johtaa jopa alkuperäistä korkeampiin hintoihin. YLE. Viitattu 14.10.2024. <https://yle.fi/a/3-11522662>
- Hirvonen, M., Lith, P. & Walden, R. 2010. Suomen kansainvälistyvä harmaa talous. Eduskunnan tarkastusvaliokunnan julkaisu 1/2010. Viitattu 29.9.2024.
https://www.eduskunta.fi/FI/naineduskuntatoimii/julkaisut/Documents/trvj_1+2010.pdf
- Hämeen Sanomat 2011. Hintojen korotus jää nähtäväksi. Viitattu 5.10.2024.
<https://www.hameensanomat.fi/paikalliset/5114922>
- Ilmarinen 2024. Kenelle ja milloin YEL-vakuutus? Viitattu 19.10.2024.
<https://www.ilmarinen.fi/yrittaja/yel-vakuutus/kenelle-ja-milloin-yel-vakuutus/>
- Jokinen, M., Kojonkoski, M. & Takalo, T. 2019. Käytännön arvonlisäverotus. 6. uudistettu painos. Viro: Printon Trükikoda.
- Jongen, E., Lejour, A. & Massenz, G. 2017. Cheaper and More Haircuts After VAT Cut? Evidence from the Netherlands. CPB Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis. CBP Discussion Paper 368. Viitattu 13.10.2024.
<https://www.cpb.nl/sites/default/files/omnidownload/CPB-Discussion-Paper-368-Cheaper-and-more-haircuts-after-VAT-Cut.pdf>

- Karhunsaaari, K. 2010. Arvonlisäveron alennuskokeilun vaikutukset parturi-kampaamoihin. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Kajaani. Viitattu 14.10.2024. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/7863/karhunsaaari_kaija.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Karjalainen, L. 2013. Yrittäjän talousopas. Helsinki: Hakapaino.
- Kosonen, T. 2013. More haircut after VAT cut? On the efficiency of service sector consumption taxes. Government Institute for Economic Research. Working papers 49. Viitattu 13.10.2024. <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/148788/wp49.pdf>
- Kosonen, T. 2016. Alennetuille alv-kannoille ei ole hyviä perusteita. Talous ja yhteiskunta 2/2016. Viitattu 13.10.2024. <https://labore.fi/wp-content/uploads/2016/05/ty22016Kosonen.pdf>
- Kuula, A. 2011. Tutkimusetiikka: Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino.
- Lassuri, A. 2024. Opinnot kestävät pidempään kuin ura - kampaajista on niin kova pula, että se vaikuttaa jo liikkeiden aukioloaikoihin. YLE. Viitattu 27.10.2024. <https://yle.fi/a/74-20114111>
- Männistö, E. 2023. Yrittäjän eläkelakiin (YEL) muutoksia 2023. Taloushallintoliitto. Viitattu 25.10.2024. <https://taloushallintoliitto.fi/yrittajan-elakelakiin-yel-muutoksia-2023/>
- Nalbantoglu, M. 2014. Ompelimot ja suutarit ahtaalla. Helsingin Sanomat. Viitattu 14.10.2024. <https://www.hs.fi/talous/art-2000002728353.html>
- Nalbantoglu, M. & Saarinen, J. 2014. Taantuma vie kampaajien asiakkaat. Helsingin Sanomat. Viitattu 14.10.2024. <https://www.hs.fi/talous/art-2000002728361.html>
- NHBF 2024a. VAT Reform. National Hair and Beauty Federation. Viitattu 14.10.2024. <https://www.nhbf.co.uk/supporting-your-business/vat/>
- NHBF 2024a. VAT Threshold Smoothing. National Hair and Beauty Federation. Viitattu 14.10.2024. <https://www.nhbf.co.uk/documents/vat-threshold-smoothing/>
- Nissinen, K. 1998. Parturi-kampaamoiden toiminta ja kuluttajan käyttäytyminen arvonlisäverovelvollisessa Suomessa. Pro gradu -tutkielma. Oulun yliopisto. Kansantaloustiede. Oulu.
- Nummila, R. & Ristola, K. 2021. Arvonlisäveron virheet - Maksetun arvonlisäveron vaje. Verohallinnon ja Harmaan talouden yksikön selvitys 1/2021. Viitattu 29.9.2024. https://www.vero.fi/globalassets/harmaa-talous-ja-talousrikollisuus/selvitykset/2021_01-arvonlis%C3%A4veron-virheet---maksetun-arvonlis%C3%A4veron-vaje.pdf
- PALTA ry 2024. Palvelualat Suomessa. Viitattu 20.10.2024. <https://www.palta.fi/palvelualat-suomessa/#top>
- PAM 2017. Hiusalalle uusi työehtosopimus. Viitattu 26.10.2024. <https://www.epressi.com/tiedotteet/talous/hiusalalle-uusi-tyoehtosopimus.html>
- PAM 2024. Hiusalan työehtosopimus ja hiusalan työehdot. Viitattu 26.10.2024. <https://www.pam.fi/tes/hiusalan-tyoehtosopimus-ja-hiusalan-tyoehdot/>
- Profea Oy 2021. Kauppakorkeaan Yhteiskuntaoppi. Taloustieto. Turku: Profea.
- Rikoslaki 19.12.1889/39.

Räsänen, J. 2024. Kirjanpitolaki lyhyesti - ainakin nämä asiat yrittäjän pitäisi tietää. Procounor. Viitattu 28.9.2024. <https://procounor.fi/blogi/kirjanpitolaki/>

Simon, H., Orvomaa, M., Jonason, A. & Mörée, F. 2021. Hinnoittelun voima - miten kaikki pyörii hinnan ympärillä. Helsinki: Alma Talent.

Sipilä, J. 2003. Palvelujen hinnoittelu. Helsinki: WSOY.

Somervuori, O. 2018. Mitä maksaa? Hinnoittelun psykologiaa. Jyväskylä: Docendo.

Studentum 2024. Parturi-kampaajan koulutus. Viitattu 25.10.2024. <https://www.studentum.fi/koulutushaku/parturi-kampaajan-koulutus>

Suomen Hiusyrittäjät ry 2023a. Hiusalan kyselytutkimuksen tulokset. Viitattu 6.10.2024. <https://www.hiusyrittajat.fi/ajankohtaista/hiusalan-kyselytutkimuksen-tulokset>

Suomen Hiusyrittäjät ry 2023b. Suomen suurimmat hius- ja kauneudenhoitoalojen yhdistykset esittävät yhdessä käsityöaloille arvonlisäveroa 14%! Viitattu 7.10.2024. <https://www.hiusyrittajat.fi/ajankohtaista/arvonlisaverohiusjakauneudenhoitoaloilla>

Suomen Hiusyrittäjät ry 2024a. Yhdistys. Viitattu 9.9.2024. <https://www.hiusyrittajat.fi/yhdistys>

Suomen Hiusyrittäjät ry 2024b. Jäsenyys. Viitattu 9.9.2024. <https://www.hiusyrittajat.fi/jasenyys>

Suomi.fi 2024. Tietoa ja palveluja yrityksille ja yrityksen perustajille. Viitattu 27.10.2024. <https://www.suomi.fi/yritykselle>

SurveyMonkey 2024. Mikä on Likert-asteikko? Viitattu 24.10.2024. <https://fi.surveymonkey.com/mp/likert-scale/>

Söderström, T., Stenbacka, J. & Mäkinen, I. 2017. Katteella tulosta. Helsinki: SanomaPro.

Taanila, A. 2019. Otantamenetelmä. Blogikirjoitus. Viitattu 25.10.2024. <https://tilastoapu.wordpress.com/2012/03/09/otantamenetelma/>

Talenom 2024. Yrittäjän pakolliset vakuutukset: Välttämättömyys vai lisätaakka? Viitattu 19.10.2024. <https://talenom.com/fi-fi/blog/yrittajan-pakolliset-vakuutukset/>

Tilastokeskus 2024a. Yritykset toimialoittain (oikeudellinen yksikkö) muuttujina Toimiala (TOL 2008), Vuosi ja Tiedot. Viitattu 25.10.2024. https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_yrti/statfin_yrti_pxt_13w3.px/table/tableViewLayout1/

Tilastokeskus 2024b. Työssäkäynti. Työlliset muuttujina Ammattiryhmä, Tiedot, Ammattiasema ja Vuosi. Viitattu 25.10.2024. https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_tyokay/statfin_tyokay_pxt_115q.px/table/tableViewLayout1/

Tilastokeskus 2024c. Arvonlisäveron korotus ei nostanut hintoja täysimääräisesti. Viitattu 27.10.2024. <https://stat.fi/uutinen/arvonlisaveron-korotus-ei-nostanut-hintoja-taysimaaraisesti>

Turtola, I. 2013. Kampaajat haluavat ALV-alen takaisin - ”Kovasti yritettiin kertoa, mitä tapahtui 90-luvulla”. YLE. Viitattu 14.10.2024. <https://yle.fi/a/3-6529680>

Työeläke.fi 2024. Yrittäjän eläketurva. Viitattu 19.10.2024.

<https://www.tyoelake.fi/yrittajan-elaketurva/yrittajaelakkeen-maara-ja-maksut/>

Työ- ja elinkeinoministeriö 2012. Harmaa talous parturi- ja kampaamoalalla sekä kauneudenhoitoalalla -työryhmän loppuraportti. Viitattu 29.9.2024.

https://www.edilex.fi/ministerioiden_julkaisut/8930.pdf

Unika 2024. Opiskele parturi-kampaajaksi 18 kuukaudessa. Viitattu 25.10.2024.

<https://unika.fi/parturi-kampaaja-koulutus/>

Verohallinto 2009. Verotuksen historiaa Suomessa. Viitattu 5.10.2024.

https://www.vero.fi/globalassets/tietoa-verohallinnosta/esitys--ja-opetusmateriaalit/381v09_verotuksen_historiaa.pdf

Verohallinto 2015. Viitattu 5.10.2024. Verotus 1865-2015 - Näkökulmia Suomalaiseen verotukseen.

https://www.vero.fi/globalassets/tietoa-verohallinnosta/esitys--ja-opetusmateriaalit/verotus_1865-2015.pdf

Verohallinto 2022. Suomessa tehdään pimeää työtä jopa 1,4 miljardilla eurolla vuodessa.

Viitattu 29.9.2024. <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/uutishuone/lehdist%C3%B6tiedotteet/2022/suomessa-tehdään-pimeää-työtä-jopa-14-miljardilla-eurolla-vuodessa/>

Verohallinto 2024a. Tilastot ja tilastotietokanta. Viitattu 9.9.2024.

<https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/tilastot/>

Verohallinto 2024b. Verokortti ja tuloraja. Viitattu 9.9.2024.

<https://www.vero.fi/henkilöasiakkaat/verokortti-ja-veroilmoitus/verokortti/veroprosentti-ja-tuloraja/>

Verohallinto 2024c. Yleinen arvonlisäverokanta on 1.9.2024 alkaen 25,5, %. Viitattu

12.9.2024. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisäverotus/arvonlisäveroprosentit/Yleinen-arvonlisäverokanta-nousee-syyskuussa/>

Verohallinto 2024d. Arvonlisäveroprosentit. Viitattu 12.9.2024.

<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisäverotus/arvonlisäveroprosentit/>

Verohallinto 2024e. Millainen toiminta on arvonlisäverotonta? Viitattu 12.9.2024.

<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisäverotus/arvonlisäveroprosentit/arvonlisäveroton-liiketoiminta/>

Verohallinto 2024f. Pienten yritysten arvonlisäverotukseen muutoksia 2025 - vähäisen toiminnan raja nousee, alarajahuojennus poistuu ja vähäisen toiminnan verovapautus laajenee EU-maihin. Viitattu 12.9.2024.

https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/uutishuone/verotuksen_muutoksia/pienyriyten-arvonlisäverotukseen-muutoksia-2025/

Verohallinto 2024g. Arvonlisäveron ilmoitus- ja maksuohjeet. Viitattu 28.9.2024.

<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisäverotus/ilmoitus-ja-maksuohjeet/>

Verohallinto 2024h. Arvonlisäveron verokausi ja sen muutokset. Viitattu 28.9.2024.

<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisäverotus/ilmoitus-ja-maksuohjeet/verokauden-muutos/>

Verohallinto 2024i. Arvonlisäveron, valmisteveron ja muiden oma-aloitteisten verojen palautuksen maksaminen. Viitattu 28.9.2024. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/omaaloitteiset-verot/palautuksen-maksaminen/>

Verohallinto 2024j. Suomalaisten asenteet veroista ja verojen maksamisesta 2024. Viitattu 7.11.2024. https://www.vero.fi/contentassets/744f4f6f036f43678b4ade18d5cd2ce1/verohallinto_suomalaisen-asenteet-veroista-ja-verojen-maksamisesta-2024.pdf

Verotieto Oy 2022. Yrityksen verotietopaketti 2022. Helsinki: Verotieto.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-0099-9>

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. 5. päivitetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vilkkumaa, M. 2011. Kansantaloutta kansalaisille: Mitä kaikkea sinun pitää tietää taloudesta. Helsinki: Suomen Yrityskirjat.

Viren, M. 2005. Miten arvonlisävero vaikuttaa kuluttajahintoihin? Valtion taloudellinen tutkimuskeskus. VATT-keskustelualoitteita. Viitattu 5.10.2024. <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/148359/k380.pdf?sequence=1>

YLE 2011. Kampaamojen veroale kummastuttaa. Viitattu 14.10.2024. <https://yle.fi/a/3-5310413>

Yli-Kovero, K. 1994. Alv nosti kampaamohintoja Helsingissä 15-21 prosenttia. Helsingin Sanomat. Viitattu 5.10.2024. <https://www.hs.fi/suomi/art-2000003360301.html>

Julkaisemattomat lähteet

Promise Helsinki Oy 2022. Maailman paras kampaaja -tutkimus. Tilaaaja Markku Hakala. Tutkimuksen tekijä Omnicom Media Group.

Kuviot

Kuvio 1: Arvonlisäveron vähennysoikeus verovelvollisten välisessä kaupassa (mukaillen Verotieto 2022, 127)	14
Kuvio 2: Esimerkki tuntiveloituksen laskemisesta (mukaillen Karjalainen 2013, 71-72)	25
Kuvio 3: Yritysten sijainti maakunnittain	41
Kuvio 4: Yrittäjäkokemus vuosina	41
Kuvio 5: Yrittäjän rooli	42
Kuvio 6: Yrittäjät, joilla on palkkasuhteisia työntekijöitä	42
Kuvio 7: Yrittäjät, joilla on työntekijöitä vuokratuoli- tai sopimusyrittäjinä	43
Kuvio 8: Yrittäjien keskimääräinen viikkotyötuntimäärä	43
Kuvio 9: Yrityksen arvonlisäverokauden pituus	44
Kuvio 10: Kuka tekee yrityksen arvonlisäveroilmoituksen	44
Kuvio 11: Yrityksen keskimääräinen arvonlisäverollinen tuntiveloitus	45
Kuvio 12: Yrityksen tuntiveloituksen perusteet	46
Kuvio 13: Toimenpiteet, joita yrittäjä voisi harkita tekevänsä, mikäli arvonlisäverokanta laskettaisiin esimerkiksi 14 prosenttiin	47
Kuvio 14: Mahdollisen arvonlisäveron alennuksen vaikutus palveluhintoihin	49
Kuvio 15: Alennukset palveluhinnoista	50
Kuvio 16: Hinnannostopaineiden aiheuttamat huolet	50
Kuvio 17: Hinnoittelun ja työmäärän suhde taloudelliseen toimeentuloon	51
Kuvio 18: Yrityksen taloudellisen tilanteen kehittyminen tulevaisuudessa	52

Taulukot

Taulukko 1: Suomessa käytettävät arvonlisäverokannat (mukaillen Verohallinto 2024d)	11
Taulukko 2: Arvonlisäveron osuuden laskeminen (mukaillen Karjalainen 2013, 107)	12
Taulukko 3: Esimerkki arvonlisäveron kertymisestä (mukaillen Vilkkumaa 2011, 92-93)	13
Taulukko 4: Tuntiveloituksen laskeminen (mukaillen Karjalainen 2013, 71)	24
Taulukko 5: Esimerkki parturi-kampaamon kiinteistä ja muuttuvista kustannuksista (mukaillen Söderström ym. 2017, 6-11; Karjalainen 2013, 16-21)	27
Taulukko 6: Esimerkkejä Euroopan valtioiden arvonlisäverovelvollisuuden alarajoista (mukaillen Caragher 2024b)	33

Liitteet

Liite 1: Kysely arvonlisäveronvaikutuksesta hiusalalla -kyselylomake.....	66
---	----

Liite 1: Kysely arvonlisäveronvaikutuksesta hiusalalla -kyselylomake

Kysely arvonlisäverotuksen vaikutuksesta hiusalalla - opinnäytetyö

Kiitos kiinnostuksestasi kyselyä kohtaan!

Tämä on Laurea-ammattikorkeakoulun estenomiopiskelijan opinnäytetyöhön liittyvä kyselytutkimus. Tutkimusta ja koko opinnäytetyötä teen yhdessä Suomen Hiusyrittäjät ry:n kanssa. Tutkin arvonlisäverotuksen vaikutusta hiusalalla yrittämiseen ja siihen liittyen esimerkiksi hinnoitteluun.

Arvonlisävero otettiin Suomessa käyttöön vuonna 1994, jolloin myös parturi-kampaamopalvelut siirtyivät arvonlisäverotuksen piiriin. Arvonlisäveron suuruus on viime vuosikymmenten aikana vaihdellut verokantojen prosenttimäärien noston seurauksena, mutta myös alennetun verokannan kokeilulla 2010-luvun taitteessa. Viimeisimmät keskustelut liittyvät yleisen arvonlisäverokannan, johon parturi-kampaamopalvelut myös kuuluvat, nostoon 1.9.2024. Arvonlisäveroprosentti nostettiin 24 prosentista 25,5 prosenttiin. Suomen Hiusyrittäjät ry on yhdessä Suomen Hiusalan ammattilaiset ja Yrittäjät ry:n (SHAY) sekä Suomen Kosmetologien yhdistys ry:n kanssa esittänyt hius- ja kauneudenhoitoaloille (sekä muille käsityöaloille) alennettua verokantaa 14 %.

Tutkimuksen tuloksia käytetään opinnäytetyön tekemiseen sekä mahdollisesti Suomen Hiusyrittäjät ry:n omiin tarpeisiin ja tilastointiin. Kysely on anonymi eikä vastauksia voi yhdistää suoraan keneenkään yksittäiseen vastaajaan. Tutkimuslomakkeen vastaukset hävitetään opinnäytetyön valmistuttua. Opinnäytetyö tulee julkiseksi ja löytyy valmiina opinnäytetöiden Theseus-palvelusta loppuvuodesta, mutta se jaetaan myös linkkinä Facebookin Parturi-kampanjat-ryhmään, jotta halukkaat pääsevät tutustumaan siihen.

Kyselyyn vastaamiseen menee aikaa noin 7 minuuttia. Tämä on tärkeä ja ajankohtainen aihe niin hiusalalla kuin muillakin käsityöaloilla, joten toivomme runsaasti vastauksia. Kysely on suunnattu tällä kertaa vain yrittäjille (liikkeenomistajat, vuokratuolilaiset, sopimusyrittäjät, kevytyrittäjät joilla y-tunnus).

Olemme kiitollisia kaikista vastauksista. Vastaa mielelläni lisäkysymyksiini!
Saat minuun yhteyden sähköpostilla siina.ylitalo@student.laurea.fi.

Ystävällisin terveisin

Siina Ylitalo
Suomen Hiusyrittäjät ry

1. Missä maakunnassa toimit yrittäjänä? *

- Uusimaa
- Kanta-Häme
- Päijät-Häme
- Varsinais-Suomi
- Kymenlaakso
- Pohjois-Karjala
- Etelä-Karjala
- Etelä-Savo
- Pohjois-Savo
- Kainuu
- Satakunta
- Pirkanmaa
- Keski-Suomi
- Pohjanmaa
- Etelä-Pohjanmaa
- Keski-Pohjanmaa
- Pohjois-Pohjanmaa
- Lappi
- Ahvenanmaa
- En halua vastata

2. Mikä on roolisi yrittäjänä? *

- Liikkeenomistaja
- Vuokratuolliyrittäjä
- Sopimusyrittäjä
- Kevytyrittäjä
- En halua vastata

3. Kuinka kauan olet toiminut yrittäjänä? *

- Alle vuoden
- 1-5 vuotta
- 6-10 vuotta
- 11-20 vuotta
- 21-30 vuotta
- yli 30 vuotta
- En halua vastata

4. Onko sinulla työntekijöitä palkkasuhteessa? *

- Kyllä
- Ei
- En halua vastata

5. Onko sinulla työntekijöitä vuokratuolilla tai sopimusyrittäjänä? *

- Kyllä
- Ei
- En halua vastata

6. Kuinka monta tuntia viikossa keskimäärin työskentelet parturi-kampaamoyrittäjänä? *

- Alle 15 tuntia
- 15-25 tuntia
- 26-35 tuntia
- 36-45 tuntia
- 46-55 tuntia
- Yli 55 tuntia
- En halua vastata

7. Teetkö itse arvonlisäveroilmoituksesi? *

- Kyllä
- En, kirjanpitäjä tai muu ulkopuolinen taho tekee sen puolestani
- En halua vastata

8. Minkä mittainen on yrityksesi arvonlisäverokausi, eli kuinka usein ilmoitat arvonlisäverosi verottajalle? *

- Kuukausi
- Neljännesvuosi
- Vuosi
- En tiedä
- En halua vastata

9. Mikä on yrityksesi keskimääräinen arvonlisäverollinen tuntiveloitus tällä hetkellä? *

- Alle 40 euroa
- 41-55 euroa
- 56-70 euroa
- 71-85 euroa
- 86-100 euroa
- 101-120 euroa
- yli 120 euroa
- En osaa sanoa
- En halua vastata

10. Millä perusteella olet määritellyt tuntiveloituksesi tai palvelujen yksittäiset hinnat? *

- Kannattavuuslaskelman tai muun vastaavan avulla
- Kaupungin tai alueen yleisen hintatason perusteella
- Minulla ei ole erityisiä perusteita tuntiveloitukselle (hinnoittelu on tehty tunteen tai oman arvion perusteella)
- Minulla ei tällä hetkellä ole mahdollisuutta vaikuttaa hinnoitteluuni (liikkeen omistaja tai joku muu tekee hinnoittelun)
- En halua vastata
- Muu

11. Mikäli parturi-kampaamopalvelujen arvonlisäverokanta laskettaisiin pysyvästi alennettuun verokantaan (esimerkiksi 14 %), mitä seuraavia toimenpiteitä voisit harkita tekeväsi veroalennuksesta jäävällä tulolla? Tässä kysymyksessä oletus on, että palveluhintoja ei laskettaisi merkittävästi, sitä käsitellään kyselyssä myöhemmin. *

	Erittäin epätodennäköisesti	Melko epätodennäköisesti	En osaa sanoa	Melko todennäköisesti	Erittäin todennäköisesti
Remontoisin liikettäni tai tekisin suurempia kalustehankintoja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hankkisin uudet toimitilat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkkaisin työntekijän (palkkasuhteeseen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etsisin uuden sopimusyrittäjän tai vuokratuoliyrittäjän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kouluttautuisin enemmän ja useammin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maksaisin enemmän yrittäjän eläkevakuutusmaksua tai kerryttäisin enemmän eläkemaksujotakin muuta kautta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ottaisin sairausvakuutuksen tai muun vapaaehtoisen vakuutuksen, jota minulla ei vielä ole	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vähentäisin työtuntejani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kerryttäisin säästöjä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pitäisin lomaa nykyistä enemmän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laajentaisin tuotemyyntivalikoimaa tai teknisten aineiden valikoimaa (hiusvärit, permanenttiaineet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tasoitaisin palkkaani, joka tällä hetkellä on liian matala	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kehittäisin liikeidea ja asiakaspalvelua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Panostaisin omaan hyvinvointiini enemmän (liikunta, hieroja ym.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Mikäli muuttaisit palvelujesi hintoja arvonlisäveron laskemisen seurauksena, kuinka paljon? *

- Pitäisin hinnat ennallaan
- Laskisin hintoja hieman (alle 5 %)
- Laskisin hintoja lähes alentunutta arvonlisäveroa vastaavan määrän
- En alentaisi pysyvästi, mutta voisin harkita kampanja-alennuksia tai muita satunnaisia alennuksia
- Nostaisin hintoja
- En pysty tällä hetkellä vaikuttamaan hinnoitteluuni (liikkeen omistaja tai joku muu tekee hinnoittelun)
- En osaa sanoa
- En halua vastata

13. Annatko palveluhinnoista alennuksia? Alennuksen määrällä ei ole merkitystä. *

- Kyllä, muutamille lähimmille perheenjäsenille tai ystäville
- Kyllä, useammille perheenjäsenille tai ystäville
- Kyllä, vakioasiakkaille
- Kyllä, käytössäni on kanta-asiakaskortti tai vastaava bonusjärjestelmä
- Kyllä, kampanja-alennuksia tiettyinä ajankohtina tai tietyistä palveluista
- En anna lainkaan alennuksia
- En halua vastata

14. Onko hinnoittelusi ja työmääräsi tällä hetkellä sellaisella tasolla, että tulet taloudellisesti riittävästi toimeen? *

- Kyllä, tullen hyvin toimeen ja työmääräni tuntuu sopivalta
- Kyllä useimmiten, mutta joskus joudun tekemään enemmän töitä kuin haluaisin tai jaksaisin
- Ei aina, hinnoitteluni on hieman alhainen tai joudun tekemään enemmän töitä kuin haluaisin tai jaksaisin
- Ei, hinnoitteluni on liian alhainen tai joudun lähes aina tekemään enemmän töitä kuin haluaisin tai jaksaisin
- Ei, hinnoitteluni on mielestäni kohdallaan mutta asiakasmääräni ovat liian vähäisiä taloudelliseen toimeentuloon nähden
- En halua vastata

15. Aiheuttaako yleisen hintatason ja viimeisimpänä arvonlisäveron noston tuomat hinnankorotuspaineet sinulle huolta? *

- Ei, nostan hintojani sitä mukaa kun kulut nousevat ja uskon että asiakkaat tulevat silti
- Ei, kuluni eivät ole nousseet niin paljon että olisin merkittävästi joutunut nostamaan hintoja
- Kyllä, pelkään että hintojen noston myötä asiakkaat eivät enää tule niin usein tai lainkaan
- Kyllä, asiakkaiden määrä on nyt jo vähentynyt hintojen korotusten vuoksi
- Kyllä, enkä ole nostanut hintoja niin paljon kuin olisi oikeasti tarvinnut nostaa
- En halua vastata

16. Minkälaisena näet yrityksesi taloudellisen kehityksen tulevaisuudessa? (1-5 vuoden ajanjaksolla) *

- Näen sen paranevan huomattavasti
- Näen sen paranevan hieman
- Näen sen pysyvän suunnilleen samalla tasolla
- Näen sen huonontuvan hieman
- Näen sen huonontuvan huomattavasti
- En osaa sanoa
- En halua vastata

17. Vapaa sana: onko sinulla jotakin arvonlisäverotukseen tai hinnoitteluun liittyvää ajatusta, jonka haluaisit jakaa? Tähän emme pysty vastaamaan sinulle suoraan, mutta kaikki vastaukset huomioidaan opinnäytetyön kyselyn vastausten pohdinnassa. Tämä kysymys ei ole pakollinen.

Kirjoita vastaus