



TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU
Tampere University of Applied Sciences

PROSENTEISTA PALKANSAAJIKSI

Arvonlisäverokannan alenemisen oletettu vaikutus ravintola-alalla

Emilia Sulamäki

Opinnäytetyö
Maaliskuu 2010
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Hotelli ja ravintola-alan koulutusohjelma

SULAMÄKI, EMILIA

Prosenteista palkansaajiksi – Arvonlisäverokannan alenemisen oletettu vaikutus ravintola-alalla

Opinnäytetyö s. 56, liitteet s. 2
Maaliskuu 2010

Opinnäytetyö tutkii arvonlisäverokannan alenemisen oletettuja vaikutuksia ravintola-alan kysyntään ja työllisyyteen. Suomessa on vuodesta 1994 saakka elintarvikkeilla ja ravintolapalveluilla ollut eri verokannat. Tämän on sanottu vääristävän kilpailua, ja mm. ravintola-alan etujärjestö MaRa on ajanut arvonlisäverokantojen yhdenmukaistamista. Aleneminen mahdollistui Euroopan unionin direktiivimuutoksella, ja Suomen hallituksen tekemän veromuutoksen myötä arvonlisäverokannat ovat yhtenäiset heinäkuusta 2010 alkaen.

Opinnäytetyön teoriaosassa selvitettiin arvonlisäverotusta ja siinä tapahtuvia muutoksia ja määritettiin verokannan alenemisen vaikutuksia havainnollisin laskelmin. Pyrkimyksenä oli osoittaa kannan alenemisen todellinen vaikutus ravintolatuotteen hintaan. Lisäksi tutkittiin aiempaa lehtikirjoittelua aiheesta. Tutkimusosiossa haastateltiin arvonlisäverotuksen eri osapuolia; yritysmaailman, valtiovarainministeriön ja MaRan edustajia. Saatujen tietojen pohjalta rakennettiin tulevaisuutta arvioivia skenaarioita, joiden avulla määriteltiin muutoksen mahdollisia vaikutuksia ravintola-alan työllisyyteen ja kannattavuuteen.

Tutkimuksen tuloksena huomattiin, että vaikkakin kaikki haastateltavat suhtautuivat positiivisesti ja luottavaisesti siihen, että ravintolat tulevat siirtämään alennuksen jonkinasteisena hintoihinsa, luottamus aiemmin arvioituun työllistävään vaikutukseen on heikko. Uskottavammaksi skenaarioksi määritettiin vähäinen lisätyöllisyysvaikutus. Pidemmällä tähtäimellä nähtiin työllisyysvaikutuksen kasvavan, mutta todettiin myös työllisyysvaikutusten aiheuttajan määrittelemisen olevan vaikeaa.

Johtopäätöksenä todettiin, että koska arvonlisäverotuksen alenemisen vaikutuksia työssä käsiteltiin lähinnä perustelluin olettamuksin, työ loi pohjaa tuleville tutkimuksille. Ravintola-alan arvonlisäverokannan alenemisen vaikutuksien todellisuuden pohtimisessa riittänee työtä useampaankin opinnäytetyöhön.

Asiasanat: Arvonlisävero, ravintola-ala, MaRa, veromuutos

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree program in Hotel and Restaurant Management

SULAMÄKI, EMILIA:

From figures to employees –How the reduction of “value added tax rate” can affect restaurant business

Bachelor’s thesis 56 pages, appendices 2 pages.
March 2010

This thesis examines the possible effects of lowering VAT (value added tax) rate in Finland and its influence on restaurant business. In Finland, VAT rate has been lower on groceries than restaurant services. This phenomenon seems to have made the market situation unfair toward the restaurants. MaRa (hotel and restaurant lobbyist) has been very active in of lowering the rate. After the European Union has decided to change their directive on VAT, it has been possible to lower VAT on services in Finland too. The purpose of this study is to examine the process of the tax rate reduction and the consequences it may cause after its implementation in July 2010.

The study consists of literary survey, interviews and recounts. Literary survey is based on the information available on VAT and on the media debate over the issue. The interviews were conducted face-to-face, on telephone and by e-mail. Counting was made to check how self counted numbers matched with argued figures. After the information was gathered, it was used for predictions and scenarios.

The Results show that even though all interviewed experts believed that the reduction would affect prices, the rise in employment was not considered to be as high as predicted. Much of the responsibility for following the future process had been given to the consumer him/herself. It was suggested that the reduction would show in prices of the MaRa member restaurants in big cities, but it might not attract so many new costumers as predicted earlier.

In conclusion, the thesis suggests that further research should be carried out on the effects of the reduction. A Study of employment and demand in restaurant services provide many possibilities for future thesis writers. The application of this thesis helps finding the necessary information gathered in a concise form.

Key words: VAT (value added tax), restaurant business, MaRa, tax change

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	ARVONLISÄVEROTUS	9
2.1	Arvonlisäverotus yleensä	9
2.2	Arvonlisäverotuksen vähennysoikeus.....	10
2.3	Arvonlisäveron määrittäminen.....	11
2.4	Arvonlisäverontilitys valtiolle uuden verotilin kautta	12
3	ARVONLISÄVEROKANNAT JA NIIDEN MUUTOKSET	14
3.1	Arvonlisäverokannat	14
3.2	Elintarvikkeiden arvonlisäverokannan laskeminen 12 %	16
3.3	Muissa arvonlisäverokannoissa tapahtuvat muutokset	17
4	ALV:N LASKUN VAIKUTUS KULUTTAJAHINTOIHIN.....	19
4.1	Laskennan perusteet	19
4.2	Hella & Huone: menu ja uudet hinnat.....	20
4.3	Koskipuiston Rosso: menu ja uudet hinnat.....	21
4.4	Kasvisravintola Gopal: menu ja uudet hinnat	22
4.5	Käytäntö lukujen takana.....	23
5	ARVONLISÄVERON ALENEMISTA EDELTÄNEET LUPAUKSET	25
5.1	Laskelmien tarkistamisen perusteet	25
5.2	Arvonlisäverotuksen osuus vanhoilla veroprosenteilla.....	26
5.3	Arvonlisäveron osuus uusilla veroprosenteilla	28
5.3.1	Arvonlisäverokantojen summaerojen vertailu	29
5.3.2	Työntekijöiden palkan muodostuminen	30
5.3.3	Teoria liikevaihdon kasvun vaikutuksesta työllistymiseen.....	31
5.4	MaRan tutkimat luvut, tuoreimmat näkökannat.....	32
5.5	Aikaisempi laskutapa	33
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	35
7	ASiantuntijahaastattelujen SATOA.....	37
7.1	Arvonlisäverotuksen alennuksen toteutuminen	37
7.2	Työllisyys ja liikevaihdon kasvu ravintola-alalla ja matkailussa.....	38
7.3	Elvyttävän vaikutuksen mittaaminen	39
7.4	Muutoksen jälkeinen aika	40

	5
8 TULOKSET	42
8.1 Nykytilanne	42
8.2 Optimistinen skenaario.....	43
8.3 Uskottava skenaario	44
8.4 Huonoin mahdollinen skenaario	45
9 PÄÄTÄNTÄ	47
LÄHTEET.....	52
LIITTEET	55

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aihe alkoi kehittyä, kun monien vuosien ajan keskustelun alla ollut elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden arvonlisäverokantojen yhdenmukaistaminen mahdollistui EU:n tekemän direktiivimuutoksen myötä joulukuussa 2008. Julkisuudessa oli hyvin esillä pääministeri Matti Vanhasen ja valtiovarainministeri Jyrki Kataisen välinen ajoittain kiivaskin väittely tulevista arvonlisäverokantojen muutoksista. Vanhasen piti tiukasti kiinni vaalilupauksissa esiin tulleesta 12 % Kataisen pitäytyessä valtiontaloudelle tarpeelliseen, maltillisempaan alennukseen 14 %. Näiden kahden vaihtoehdon välinen taistelu päättyi erikoiseen ratkaisuun. Elintarvikkeiden verokanta laski yhdeksäksi kuukaudeksi 12 %:iin, vain noustakseen uudelleen, ravintolapalveluiden verokannan laskiessa, 13 %:iin.

Uusi ratkaisu miellytti myös majoitus- ja ravintola-alan etujärjestöä MaRaa, joka oli ajanut verokantojen yhdenmukaistamista sen käyttöönotosta lähtien. MaRa etujärjestönä on argumentoinut yhdenmukaistamisen puolesta käyttäen hyväkseen monialaisia puolusteluita, joista monet ovat olleet myös lehdistön ylläpitämässä keskustelussa mukana.

Arvonlisäverotus perustuu lakeihin ja niiden pilkuntarkkaan tulkintaan, ja kaikki lopulliseen hinnanmuodostukseen vaikuttavat seikat ovat matemaattisesti määriteltävissä ja todennettavissa. Molemmat ovat seikkoja, jotka ovat aina olleet minua kiehtovia. Samalla aiheen ajankohtaisuus ja sen ympärillä pyörivä mielenkiintoinen, argumentoiva keskustelu vahvistivat haluani perehtyä asiaan.

Aiheena verotus ja erityisesti arvonlisäverotus on moniulotteinen ja mielenkiintoinen, mutta minulle aluksi vieras. Ajoittain pelkästään aiheen hahmottaminen ja rajaaminen osoittautui vaikeaksi. Hetkittäin mietin jopa aiheen vaihtamista. Kun ymmärsin perehtyä lähemmin siihen, mikä on johtanut ravintolapalveluiden arvonlisäverokannan alentamiseen, ajatukseni selkeytyivät. Lupaukset paremmasta: tuhannet uudet työpaikat, kirkkaampi tulevaisuus mahdollisena matkailun uutena kohdemaana ja muut majoitus- ja ravitsemisalan etujärjestön MaRan laatimat perustelut alkoivat kiinnostaa. Tutkimusksymykseksi muodostui: Kuinka arvonlisäverokannan laskun odotetaan vaikuttavan ravintola-alaan?

Työni teoriaosuudessa esittelen lähemmin arvonlisäverotusta niin, että se avautuu myös verotukseen perehtymättömille lukijoille. Kerron myös siitä, miten verotus laskennallisesti muodostuu ja mitkä ovat arvonlisäverokannoissa tapahtuvan muutoksen taustat. Tämän taustatiedon jälkeen osoitan arvonlisäverotuksen merkityksen esittämällä konkreettisia esimerkkejä kolmen liikeidealtaan eroavan ravintolan ruokalistoja hyväksikäyttäen. Näin alennuksen todellisuus selkeytyy lukijalle.

Selvitettyäni teorian aloitan varsinaisen tutkimuksen, jolla pyrin osoittamaan, kuinka arvonlisäverokannan alentaminen vaikuttaisi ravintoloiden liikevaihtoon ja sitä kautta työllisyyteen. Käytän hyväkseni julkisesti saatavissa olevia tietoja, joiden avulla selvitan mihin lupaukset perustuvat. Tavoitteenani on osoittaa, miten puheissa olleisiin työllisyyslukuihin mahdollisesti päästään ja ovatko lupaukset realistisia. Saatujen tietojen avulla rakennan kolme teoreettista skenaariota tulevasta muutoksesta ja sen aikaansaamista muutoksista. Lopuksi analysoin tietoja ja määrittelen mielestäni todennäköisimmiltä tuntuvia tulevaisuusnäkymiä.

Kvalitatiivisessa, eli laadullisessa tutkimuksessa haluan haastattelujen avulla selvittää, miten verotukseen osallisten osapuolten mielestä verokannan lasku vaikuttaa sekä ravintoloiden ja työllisyyden tulevaisuuteen. Tutkimuksessani en siis suorita laajaa kyselytutkimusta, vaan tutkimus tulee perustumaan omaan tiedonhakuuni ja tekemiini asiantuntijahaastatteluihin sekä saamani tiedon käsittelyyn, laskemiseen ja tulkintaan. Työssäni määrittelen, kuinka arvonlisäverokannan lasku voi vaikuttaa ravintola-alan työllisyyteen ja muihin osa-alueisiin annettujen lupauksien puitteissa.

Tutkimukseni teko on siis tiedonhankintaa, kokoamista, tuloksien tulkitsemista ja asiantuntijoiden näkemyksien hakemista ja jakamista. Pyrin myös luomaan selkeitä taulukoita, jotka voivat hyödyttää alan opiskelijoita, yrittäjiksi aikovia sekä jo valmiita yrittäjiä, mutta myös asiakkaita palvelun kuluttajina. Lisäksi taulukoiden luomisella pyrin havainnollistamaan ja yksinkertaistamaan arvonlisäverotuksen merkitystä ja vaikutusta entisestään.

Arvonlisäverotuksesta löytyy lähdemateriaalia paljonkin. Ongelmalliseksi muodostui saatujen lähteiden kirjoitustyyli: lakitekstin ymmärtäminen ja sisäistäminen vaatii useamman lukukerran ja lähdemateriaalin muokkaaminen ymmärrettäväksi tekstiksi tuoman haasteensa kirjoittamiseen. Opinnäytetyöni aihe vaatii asioiden syvällistä ym-

märtämistä, jotta sen pystyy purkamaan omin sanoin paperille. Näin tekstin tuottaminen on hidasta, mutta perusteellista. Artikkeliviitekannoista löytyi runsaasti aiheesta käytyä keskustelua ja mielipiteitä vaihtelevine perusteluineen.

Arvonlisäverotus Suomessa perustuu kansallisesti verotuksessa tehtäviin ratkaisuihin ja lainsäädäntöön EU:n direktiivien puitteissa. Suomessa asiasta käytiin poliittista debattia ja esitettiin mielipiteitä. Aiheen rajoittuessa Suomeen ei englanninkielisiä lähteitä ollut työssä käytettävissä. Pyrin lähdevalinnoissa kuitenkin huomioimaan lähteiden monipuolisuuden, jotta tutkimukseni olisi sitäkin kautta riippumaton ja puolueeton. Samalla työstä tulee luotettava tiedonlähde.

Opinnäytetyöni avulla arvonlisäverotuksen käsitteet ja merkitykset valtiontaloudelle, työllisyydelle ja ravintola-alan yleiselle kannattavuudelle selkeytyvät ja muodostavat yhtenäisen kokonaisuuden, jonka avulla itsenäisesti ajatteleva lukija voi muodostaa myös omia näkemyksiään aiheesta.

2 ARVONLISÄVEROTUS

2.1 Arvonlisäverotus yleensä

Arvonlisäverotus on yleinen ja välillinen kulutusvero, joka kohdistuu tavaroiden ja palveluiden kuluttamiseen. Terminä välillinen tarkoittaa veron maksun vyöryttämistä kuluttajan/asiakkaan maksettavaksi. Arvonlisäverotusjärjestelmän kehittäminen alkoi jo vuonna 1964, kun liikevaihtoverotuksessa siirryttiin järjestelmään, jossa vero kannettiin kaikissa vaihdannan vaiheissa. Vero kohdistui tuotteen koko kuluttajahintaan, verokannan muuttuessa useasti, viimeiseksi verokannaksi jäi 22 %. (Linnakangas & Juanto 2008, 13–14.)

Varsinaiseen arvonlisäverotukseen siirryttiin 1.6.1994, kun arvonlisäverolaki (1501/1993) säädettiin. Koska Suomen arvonlisäverojärjestelmää oli muutettava EY:n sisämarkkina-alueeseen sopivaksi, muuttui järjestelmä perusteellisesti vielä 1.1.1995. Muutoksia lakiin on tullut runsaasti tämän jälkeenkin. (Linnakangas & Juanto 2008, 13–14.)

Arvonlisäverojärjestelmä tarkoittaa joka vaiheessa suoritettavaa, kertautumatonta, järjestelmää joka suoritetaan jokaisessa tuotanto- ja jakeluportaissa syntyvälle arvonlisälle. Siten arvonlisäverotus on valtiontalouden tuottavin välillinen vero. Järjestelmää laadittaessa on pyritty neutraaliin järjestelmään, joka ei vaikuta kuluttajien valintoihin. Yksi järjestelmän pääperiaate on, että verotus kohdistuu kaikkiin tavaroihin sekä useimpiin palveluihin. Verotetuksi tulee koko ostajan maksama tavarain tai palvelun hinta. (Heikkilä & Viljanen 2000, 192–194; Murtomäki 2008, 7.)

Arvonlisäverotusjärjestelmä jakaa taloudellisen toiminnan kolmeen osa-alueeseen: arvonlisäverolliseen toimintaan, arvonlisäverolain soveltamisalaiseen toimintaan, joka ei aiheuta veron maksuvelvollisuutta ja arvonlisäverotuksen ulkopuoliseen toimintaan. Ravintola-alan kaikki palvelut ovat arvonlisäverotuksen alaisia. (Heikkilä & Viljanen 2000, 192–194; Murtomäki 2008, 7.) Tässä työssä keskitytään järjestelmän arvonlisäverolliseen ravintola-alan toimintaan, jonka arvonlisäverokanta on tällä hetkellä 22 %.

Arvonlisäverotus perustuu arvonlisäverolakiin (ALV 1501/1993) ja arvonlisäveroasetukseen (AVA/1994). ”Tavaran myynnillä tarkoitetaan tavaran omistusoikeuden vastikkeellista luovuttamista. Palvelun myynnillä tarkoitetaan palvelun suorittamista tai muuta luovuttamista vastiketta vastaan.” (Arvonlisäverolaki 1501/1993, 18§.) Nyt voimassa oleva arvonlisäverolaki määrittää suoritettavan verokannan olevan 22 % veron perusteista, ellei toisin säädetä (§ 84). Suomessa tapahtuvasta myynnistä ja muista verollisuuden aiheuttavista toimituksista maksetaan Suomen arvonlisäveroa. Myös tappiolla tai omakustannushintaan tapahtuvasta myynnistä on suoritettava arvonlisäveroa, eli myynnin ei tarvitse olla tuottavaa kuuluakseen arvonlisäveron alaiseen toimintaan (Murtomäki 2008, 63.)

Arvonlisäverovelvollinen on aina tuotteen tai palvelun myyjä, jonka myynti tapahtuu ansiotarkoituksessa, jatkuvasti, ulospäin suuntautuvasti ja itsenäisesti, tavanomaisella yrittäjäriskillä. Veronmaksusta on mahdollisuus saada vähäisen liiketoiminnan takia huojennusta, mutta ravintola-alalla nämä huojennukseen oikeuttavat rajat ylittyvät helposti, joten asiaan ei sen tarkemmin perehdytä. (Linnakangas & Juanto 2008, 22–26.)

2.2 Arvonlisäverotuksen vähennysoikeus

Arvonlisäverojärjestelmään liittyy vähennysoikeus, jolla avulla estetään veron kertaantumisen. Arvonlisäverovelvollinen saa vähentää toiselta arvonlisäverovelvolliselta ostamastaan tavarasta tai palvelusta suoritettavan veron. Tämä vähennysoikeus tarkoittaa veron suorittamisvelvollisuuden aiheuttavan toiminnan harjoittamista verottomin tuotantopanoksina. (Arvonlisäverolaki 102§; Myrsky & Ossa 2008, 241–242.) Käytännössä tuotteen tai palvelun myyjä tilittää verottajalle verokaudelle myyntinsä perusteella kohdistuvien verojen ja edelliselle tuotanto- tai jakeluportaalille maksamiensa verojen erotuksen (Murtomäki 2008, 45).

Veron muodostumista ja arvonlisäveron maksun vyöryttämistä kuluttajalle voidaan havainnollistaa taulukon 1 mukaisesti. Taulukon pohjana on käytetty Linnankankaan ja Juannon (2008, 11) kirjassa ollutta taulukkoa. Taulukosta voidaan nähdä, kuinka valtiolle tilitettävästä määrästä aina vähennetään edellisen portaan maksama arvonlisävero ja kuinka koko matkan aikana kertynyt arvonlisävero vyöryttyy asiakkaan maksettavaksi. Näin jokainen suorittaa veroa portaassaan syntyneestä arvonlisästä ja kuluttajalta veloi-

tettu vero on samalla valtiolle tilitetyn veron yhteismäärä (Linnakangas & Juanto 2008, 11–12).

TAULUKKO 1. Veron kertautumattomuus

Tavaran myyjä	Myyntihinta - alv (A) €	Vero 22 % A:sta €	Myyntihinta €	Valtiolle tili- tettävää €
Raaka-aineen toimittaja	100	22	122	22
Tehdas	300	66	366	66-22= 44
Tukkukauppa	400	88	488	88-66= 22
Vähittäiskauppa	550	121	671	121-88= 33
Kuluttaja			671	

Ravintolapalveluissa raaka-ainehinnoissa maksettu arvonlisävero vähennetään asiakkaan palvelusta maksamasta arvonlisäverosta. Saatu erotus on valtiolle tilitettävä arvonlisävero. Vähennysoikeuden edellytyksenä on, että verovelvollisella on ostamastaan tavarasta (tai palvelusta) myyjän antama lasku tai muu laskuna toimiva tosite ja että hankinta tapahtuu yrityksen verollista liiketoimintaa varten (Arvonlisäverolaki 102a§). Arvonlisäveron vähennykset kohdistetaan sille kalenterikuukaudelle, jonka aikana ostettu tavara tai palvelu on vastaanotettu, ostohinta tai sen osa on maksettu (jos maksu on suoritettu ennen tavarantoimituksen vastaanottamista) tai tavara tai palvelu on otettu vähennykseen oikeuttavaan käyttöön (Murtomäki 2008, 58).

2.3 Arvonlisäveron määrittäminen

Arvonlisävero lasketaan tavarasta tai palvelusta peritystä koko vastikkeesta, eli myyjän ja ostajan sopimasta hinnasta, ilman veron osuutta. Tämän vastike sisältää kaikki hintalisät, laskutuslisät, kuljetus ja postituskustannukset. Osamaksu- ja viivästyskorkoja ei lueta veron perustukseen. (Arvonlisäverolaki 1501/1993 73§; Myrsky & Ossa 2008, 268.) Jos arvonlisäveron prosentuaalista osuutta halutaan määritellä verollisesta hinnasta, verokannan ollessa 22 %, muodostuu veroprosentiksi 18,0327 % (Murtomäki 2008, 70).

Tavaralla tarkoitetaan aineellista esinettä sekä sähköä, kaasua, lämpöä, kylmyyttä ja muuta niihin verrattavaa energiahyödykettä. Palvelulla tarkoitetaan kaikkea muuta, mitä voidaan myydä liiketoiminnan muodossa. (Arvonlisäverolaki 17§.)

Ruoan myyntihinnan määrittäminen tapahtuu laskemalla raaka-ainehintojen päälle haluttu myyntikate. Tämän kate pitää sisällään myös kiinteiden kustannuksien ja palkkakustannuksien osuuden. Palvelulle määritettävä arvonlisävero lasketaan kertomalla myytävän tuotteen hinta arvonlisäverokannan mukaisella kertoimella. Asiakas maksaa arvonlisävero-osuuden laskunsa loppusummassa. Jos myytävän lounaan kustannuspohjainen hinta katteineen on 5,5€, lasketaan myyntihinta 22 % arvonlisäveroineen kertomalla ne keskenään, jolloin summaksi saadaan 6,71 euroa.

Veron suuruus siis lasketaan verokannan osoittamalla prosenttiosuutena veron laskenta-perusteista, joka ei sisällä arvonlisäveron osuutta. Vero lasketaan verottomasta hinnasta. Myynnistä suoritettava veron perustetta sanotaan vastikkeeksi, joka sisältää kaikki hintalisät. (Linnakoski & Juanto 2008, 142–143.) Arvonlisäveron osuuden aikaansaamista hintaeroista voidaan tehdä havaintoja laskemalla edellä olevan lounaan hinta elintarvikkeiden arvonlisäveroprosentin, 12 mukaan, jolloin summaksi saadaan 6,16 euroa.

Arvonlisäveron osuuden laskiessa kymmenen prosenttiyksikköä, laskee esimerkkituotteen hinta 0,55€ Tällä hintaerolla voidaan ajatella olevan jo vaikutusta asiakkaiden valintoihin. Näistä ja muista vaikutuksista kerrotaan myöhemmin.

2.4 Arvonlisäverontilitys valtiolle uuden verotilin kautta

Valtiolle tilitetään arvonlisävero kuukausittain. Laskentamenetelmänä käytetään ns. vero verosta -menetelmää. Yksi 1.1.2010 saapuva uudistus, joka olennaisesti koskee myös ravintola-alaa ja arvonlisäverotusta, on verotilin käyttöönotto. Tällöin verotilijärjestelmään siirtyvät arvonlisäverotuksen lisäksi työnantajasuoritukset ja ennakkopidätykset työ- ja käyttökorvauksista (Salin 2009, 6-9).

Kaikkien oma-aloitteisessa maksussa olevat verot ilmoitetaan ja maksetaan verotilin kautta, verovelvollisuuskohtaisella viitenumerolla. Verotilin avulla vähennetään maksetutapahtumia ja ilmoituskertoja sekä edestakaista rahaliikennettä. Järjestelmän tarkoitus

on helpottaa verohallinnon ja verovelvollisen työtä. Verotilin avulla arvonlisäverotuksen palautuksen maksu aikaistuu jo verovuoden aikaiseksi. (Korpela 2009, 6-9.) Kunkin verokauden yhteydessä negatiivinen arvonlisävero luetaan verovelvollisen hyväksi verotilijärjestelmässä, eikä sitä vyörytetä vähennettäväksi seuraavien kuukausien arvonlisäverosta, eikä ennakkopalautus tai tilikausipalautuksia tarvitse erikseen hakea (Salin 2009, 6-9).

Verohallinto kirjaa tilitapahtumat verotilille aikajärjestyksessä ja päiväkohtaisesti. Muutaman päivän viiveellä näkyvät velvoitteet kirjataan eräpäivälle ja hyvityksen arvopäivälle. Velvoitteeksi tilille kirjataan kausiveroilmoituksella ilmoitetut verot ja niiden muutokset, verohallinnon maksuksi määrittelemät verot ja niiden muutokset sekä viivästyskorot. Hyvitykseksi tilille lasketaan verotiliviitteellä maksetut maksut, verotiliverojen veronpalautukset ja hyvityskorot. Saldo lasketaan aina tilitapahtuman yhteydessä. (Verohallinto 2009b.)

Kun verotili otetaan käyttöön tammikuussa 2010, maksetaan ja ilmoitetaan arvonlisävero jo tammikuun osalta uuden menettelyn mukaan. Arvonlisäveronmaksu aikaistuu kolmella päivällä, yleisen eräpäivän muuttuessa kuukauden 12. päivään. (Salin 2009, 6-9.) Verotilijärjestelmässä tehtävä kausiveroilmoitus korvaa nykyisen valvontailmoituksen. Yhteenvetona voidaan sanoa, että verotilijärjestelmä kokoaa verolajit yhteen, jolloin verovelvollisen vastuulla on vain yhden verotilin loppusumman tarkkaileminen. Tulevaisuudessa saatetaan siirtyä myös henkilöverotuksessa verotilin käyttämiseen.

Kirjanpidosta voidaan nähdä verollisiin myynteihin sisältyvä arvonlisävero ja ostoihin sisältyvä arvonlisävero, sekä näiden oikaisuerät. Erotuksesta muodostuu valtiolle tilitettävä arvonlisävero. Näin kirjanpito toimii arvonlisäverotilitysten perustana. (Heikkilä & Viljanen 2000, 192.) Valtiolle tilitettävä arvonlisävero lasketaan vähentämällä suoritettavista veroista vähennettävien verojen osuus. Tämä on nähtävissä myös taulukosta 1.

3 ARVONLISÄVEROKANNAT JA NIIDEN MUUTOKSET

3.1 Arvonlisäverokannat

Euroopan unioni säätelee kansallista arvonlisäverotusta yhteisellä arvonlisäverodirektiivillä 2006/112/EY. Sen mukaan verollisesta liiketoiminnasta kannetaan veroa jäsenvaltion asettaa kannan ja edellytysten mukaisesti, yleisen verokannan ollessa prosenttiosuus veron perusteesta. Yleinen arvonlisäverokanta on säädetty vähintään 15 prosenttiin, 31.12.2010 asti. Direktiivin mukaisesti jäsenvaltiot voivat ottaa käyttöön yhden tai kaksi alennettua verokantaa, joiden prosenttiaste on vähintään 5 prosenttia.

Suomessa käytössä oleva yleinen arvonlisäverokanta on 1.7.2010 asti 22 %, ja alennetut kannat ovat heinäkuuhun asti 12 % ja 8 %. Eritellysti arvonlisäverokannat ovat nähtävissä taulukossa 2. Arvonlisäverolaissa on lueteltu tyhjentävästi ne tuotteet ja palvelut, joihin sovelletaan alennettuja ja nollaverokantaa. (Murtomäki 2008, 70–71; Europa 2009.)

Ravintolapalveluiden arvonlisäverokannan lasku on pitkäaikaisen työn tulos. Suomessa erityisesti Majoitus- ja ravitsemisalan liitto on voimakkaasti ajanut arvonlisäverokannan laskemista. Ensimmäisen kerran asia nousi esille jo vuonna 1995, kun alan yrittäjäliiton hallituksen puheenjohtaja Ari Karvonen vaati Helsingin Sanomien taloussivuilla ravintoloiden arvonlisäveron laskemista samalle tasolle muun elintarvikemyynnin kanssa. Karvosen (1995) mukaan ratkaisu toisi alalle uusia työpaikkoja ja valtiolle lisää tuloja.

Optimistit olivatkin jälleen varmoja verokannan laskemisesta elintarvikkeiden tasolle 17 % vuonna 2005, jolloin Eero Heinäluoma (Sd) ehdotti ravintolassa tarjottavan ruoan arvonlisäverokannan laskua. Silloin työllisyysvaikutukseksi määriteltiin 3000 uutta työpaikkaa. Veronalennuksen oli kuitenkin estänyt EU:n direktiivi, jonka mukaan arvonlisävero ei saa poiketa yleisestä alv-kannasta. Samassa artikkelissa Valtiovarainministeriön ylitarkastaja Marja Hokkanen toteaa että Ecofin-neuvoston pitäisi tehdä jonkinlainen päätös ennen joulua 2005. Valtiovarainministeriön neuvotteleva virkamies Markku Puurula muistuttaa, että SHR:n (nykyinen MaRa) laskelmat eivät perustu tie-

teellisiin tutkimuksiin vaan arvioihin. Tosin hän myös uskoo, että veronalennuksen työllisyysvaikutus jäisi plussan puolelle. (Tolvanen 2005, 16.)

TAULUKKO 2. Lakisääteiset arvonlisäverokannat Suomessa 2009. (Veronmaksajain keskusliitto 2009)

22 %	yleinen veroaste
12 %	Elintarvikkeet ja eläinten rehut (ei eläimet, juomavesi, alkoholijuomat ja tupakka)
8 %	Henkilökuljetukset Kirjat Liikuntapalvelut Lääkkeet Majoituspalvelut Pääsyliput kulttuuri-, sirkus- ja urheilutapahtumiin, elokuvaan ja huvipuistoihin Yleisradion televisiolupamaksu 2007–2010: parturi- ja kampaamopalvelut sekä polkupyöriin, kenkiin, nahkatavaroihin, vaatteisiin ja liinavaatteisiin kohdistuvat pienet korjauspalvelut
0 %	Vienti Suomen ulkopuolelle suuntautuvat tavarakuljetukset Osa rahoitus- ja vakuutuspalveluiden liitännäispalveluista kuten sijoitusneuvonta ja tallelokeroiden vuokra Vähintään kuukaudeksi tilatut sanoma- ja aikakauslehdet sekä yleishyödyllisten yhteisöjen jäsenlehtien painosten myynnit Vesi- ja ilma-alusten sekä niihin kohdistuvien töiden myynti
Vapautus	Sairaanhoido, lääkärinhoito, hammashoido Sosiaalihuoltoon ja sosiaaliturvaan liittyvät palvelut Koulu- ja yliopisto-opetus, ammattikoulutus Rahoitus- ja vakuutuspalvelut (huom. poikkeus) Arpajaiset ja rahapelit, Esiintyvien taiteilijoiden palkkiot Kiinteistöjen sekä rakennusmaan myynti Julkiset hautauspalvelut

Ravintolapalveluiden arvonlisäverotuksen aleneminen kuitenkin estettiin EU-direktiivillä, joka kielsi kansallisella päätöksellä tehdyn ravintolaruoan alv-prosentin laskun (Vanas 2006). Tämän myyntiveroa valvovan direktiivin, 2006/112/EY, mukaan jäsenvaltiot eivät saaneet laskea yleistä arvonlisäveroaa alle 15 prosenttiin, ja ravintolapalveluiden arvonlisäverokantaa ei saanut muuttaa yleistä arvonlisäverokantaa alemmaksi.

Vuoden 2008 joulukuussa EU:n huippukokous kehotti Euroopan talous- ja valtiovarainministereiden-neuvostoa (Ecofin) ratkaisemaan, voisiko alv-kantojen alenemisella olla piristävä vaikutus kulutukseen ja uusien työpaikkojen luomiseen. (Eurooppa-tiedotus 2009.) Ecofin-neuvosto pääsi poliittiseen yhteisymmärrykseen siitä, että kaikilla jäsenvaltioilla olisi oltava mahdollisuus soveltaa alennettuja alv-kantoja pysyvästi mm. ravintolapalveluihin (Euroopan unionin neuvosto 2009).

Suomen hallitus tarttuikin ravintolapalveluiden arvonlisäverokannan laskemismahdollisuuteen lähes välittömästi ja teki vuoden 2010 budjettiriihessään ehdotuksen arvonlisäverokannan laskemisesta. Valtionvarainministeriön vuoden 2010 talousarvioesityksessä ravintola- ja ateriapalveluiden arvonlisäverokantaa esitetään alennettavaksi 1.7.2010 lähtien 22 %:sta 13 %:iin. (Valtionvarainministeriö 2009a.)

Hallitusohjelmassa ravintolapalveluiden arvonlisäveron alentamista perustellaan MaRan mukaan (2009b) mm tehokkaana keinona uusien työpaikkojen luomiseen ja toimialan työttömyyden kasvun estämiseen. Artikkelissa puhutaan jopa 3000–4000 syntyvästä työpaikasta. Huomiota on myös kiinnitetty siihen, että lainsäätäjän ei pidä luoda verotuksellista kilpailuetua toiselle samanlaista toimintaa harjoittavalle toimialalle.

Ravintolapalvelut poistuvat yleisen arvonlisäverokannan alaisuudesta ja siirtyvät elintarvikkeiden kanssa samaan arvonlisäverokantaan, 13 %, 1.7.2010 alkaen. Tämän uudistuksen myötä odotetaan ravintolapalveluiden kysynnän parantuvan ja työllisyyden kasvavan. Ravintola-alan odotuksista kerrotaan enemmän luvuissa 5 ja 6.

3.2 Elintarvikkeiden arvonlisäverokannan laskeminen 12 %

Tasavallan Presidentti Tarja Halonen hyväksyi 5.12.2008 eduskunnan päätöksen mukaisesti arvonlisäverolain 85§ pykälän muutoksen. Pykälän mukaisesti elintarvikkeiden arvonlisäverokannasta suoritettava vero laskettiin 12 prosenttiin ja laki tuli voimaan 1.10.2009. (Finlex 2008.) Arvonlisäverolaki (§ 85) määrittää 12 % arvonlisäveron alaiset tavarat seuraavasti: ”ruokatavara, juoma ja muu sellaisenaan ihmisen nautittavaksi tarkoitettu aine sekä niiden raaka-aine ja niitä valmistettaessa tai säilöittäessä käytettävä mauste, säilöntäaine, väri- ja muu lisäaine (*elintarvike*)...” Samaan 12 % verokantaan kuuluvat myös eläinten rehuna myytävät tuotteet.

Elintarvikkeiden arvonlisäveron laskemista on ajettu erityisesti keskustalaisissa piireissä eteenpäin hyvin voimakkaasti. Veronalentumisen on ajateltu auttavan köyhiä ja eläkeläisiä. Esimerkiksi vuonna 2006, Matti Vanhanen piti ruoan arvonlisäveron pudottamista talouskehitystä ja työllisyyttä tukevana ja tehokkaampana keinona kuin yleistä tuloveronalennusta (Helsingin Sanomat). Arvonlisäverotus on veromuotona regressiivinen, eli pienituloinen maksaa veroa suhteessa tuloihinsa enemmän kuin suurituloinen. Veron laskemisen vaikutusta ihmisten työllistymiseen ja ostokyvyn paranemiseen ei kuitenkaan ole aukottomasti voitu vielä todistaa, vaikkakin aiheesta on tehty monia teorioita.

Elintarvikkeiden arvonlisäverokannan laskua voidaan pitää myös esimerkkinä siitä, kuinka alennukset yleensä siirtyvät hintoihin. Taloussanomissa 27.9.2009 uutisoitiin jo päivittäistavarakauppiaiden vihjanneen, että elintarvikkeiden arvonlisäalennuksen maksavan kaupalle muutos- ja tietokonetöinä 5—10 miljoonaa euroa, ja ylimääräisten kulujen viivästyttävän hintojen laskua. (Korhonen 2009.) Vuoden kuluttua voitaneen nähdä todellisuus arvonlisäverokannan alennuksen takana.

3.3 Muissa arvonlisäverokannoissa tapahtuvat muutokset

Heinäkuussa 2010 muita arvonlisäverokantoja korotetaan yhdellä prosenttiyksiköllä yleisen arvonlisäverokannan noustessa samalla 23 %, majoituspalveluiden, kirjojen ym. arvonlisäverokannan noustessa 9 % ja elintarvikkeiden arvonlisäverokannan noustessa 13 %. Muutoksen arvellaan nostavan valtion verotuloja vuositasolla noin 430 milj. euroa. (Valtiovarainministeriö 2009a.)

Yleisen verokannan korotus vaikuttanee eniten ihmisten kulutukseen, lähinnä koska se koskettaa laajinta osuutta kulutustuotteista. Näillä arvonlisäverokantojen korotuksella valtio yrittää kerryttää kassansa ne summat, jotka se ravintolapalveluiden ja elintarvikkeiden aikaisemmalla alennuksella menettää. (Valtiovarainministeriö 2009a.)

Korotukset vaikuttavat myös ravintolan myyntiin. Tällä hetkellä ulosmyytävän ruoan arvonlisäverokanta on sama kuin elintarvikkeilla, 12 %. Tämä kanta yhdenmukaistuu muun ravintolamyynnin kanssa 1.7.2010. Mutta ravintolat joutuvat tulevaisuudessakin

tilittämään kahden eri arvonlisäverokannan tuotteita, koska alkoholi ja tupakkatuotteiden arvonlisäverokanta on 23 %. (Valtionvarainministeriö 2009b.)

4 ALV:N LASKUN VAIKUTUS KULUTTAJAHINTOIHIN

Arvonlisäverotus on yksi osa ravintolan laskentaa, ja sen perusteiden sekä laskutapojen osaaminen kuuluu yrittäjän perustaitoihin. Vaikka tilitoimistot hoitavatkin yritysten kirjanpidon, on yrittäjän hyvä osattava tuotteita hinnoitellessaan vähentää ostamiensa raaka-aineidenhinnasta arvonlisäveron osuuden ja vastaavasti laskea myytävälle tuotteelle arvonlisäveroa. Varsinainen arvonlisäveron tilittäminen tapahtuu 1.1.2010 jälkeen käyttöönottettavan verotilin kautta. Arvonlisäverotuksessa on huomioitava, että se ei ole ravintolan tuloa vaan valtiolle kuukausittain tilitettävä maksu. Näin ollen arvonlisäveron kautta kerättyjä euroja ei koskaan ole tarkoitettu ravintolan käyttöön.

Kirjanpidossa kirjausten on perustuttava asianmukaiseen tositteeseen ja arvonlisäverolain mukaisesti verovelvollisen on järjestettävä kirjanpitonsa niin, että siitä saadaan veron määräämistä varten tarvittavat tiedot. Myös uudelle verotilille on myydyt tavarat ja palvelut eriteltävä verokannoittain. (Verohallinto 2009b.) Koska arvonlisäveron laskeminen kuuluu olennaisesti itse palvelun hinnan muodostumiseen, on perusteltua määritellä tarkemmin sitä, kuinka arvonlisävero lasketaan. Samalla nähdään arvonlisäverokannan alenemisen vaikutus tuotteiden hintaan.

4.1 Laskennan perusteet

Seuraavissa kappaleissa on laskettu arvonlisäveron osuutta ravintolaruoan hinnoissa. Esimerkkiravintoloiksi on valittu yksittäisiä finedining-ravintoloita edustava Hella & Huone, ketjuravintolaa edustava Koskipuiston Rosso ja lounasravintolaksi on valittu kasvisravintola Gopal. Jotta arvonlisäverokannan muutoksesta saataisiin validia, vertailukelpoista materiaalia, on jokaisen ravintolan menu kerätty taulukoksi. Kunkin ravintolan kohdalla on kerrottu, jos koostamisessa on jotakin erilaista muihin verrattuna.

Arvonlisäveron osuus myytävän ruoan hinnasta on määritelty laskemalla myyntihinnasta arvonlisävero, jolloin saadaan veroton hinta. Kertomalla veroton hinta uudella arvonlisäverokannalla saadaan laskettua teoreettinen uusi hinta. Huomioitavaa on, että

vaikka palveluiden arvonlisäverokanta laskee yhdeksän prosenttiyksikköä, on prosentuaalisesti hintoihin siirtyvä alennus 7,4 %. Taulukossa määritelty alennus on saatu vähentämällä 22 % arvonlisäverollisesta hinnasta 13 % arvonlisäverollinen hinta.

4.2 Hella & Huone: menu ja uudet hinnat

Hella & Huone on pieni 38 asiakaspaikkainen illallisravintola Tampereen keskustassa. Ravintolan ajatus pohjaa ranskalaiseen ruokakulttuuriin, jossa myös skandinaavisuus, raikkaus ja selkeys ovat tärkeitä. Hella ja Huone on finedining-ravintola, joka kertoo sivuillaan haluavansa yllättää ja tuottaa makuelämyksiä. (Rastas 2009.)

Hellan & Huoneen kotisivuilta oli nähtävissä ravintolan marraskuun 2009 menukokonaisuuudet. Ravintolan liikeidean mukaisesti ruokaa myydään kolmen, neljän, kuuden tai kahdeksan ruokalajin menukokonaisuuksina. Koska ruokaa myydään näin, on laskennallinen arvonlisäveronalennus huomattavampi. Kuten taulukosta 3 voidaan nähdä, jos alennus siirtyisi kokonaisvaltaisesti hintoihin, laskisi esimerkiksi kahdeksan ruokalajin hinta 6,05€, jolloin menukokonaisuutta voitaisiin myydä 75,95€hintaan.

TAULUKKO 3. Hella & Huone, hintalaskelmat.

Menut	Hinta €- alv	Hinta nyt	Uusi hinta	Alennus €
Kolmen lajin	42,62	52	48,16	3,84
Neljän lajin	47,54	58	53,72	4,28
Kuuden lajin	57,38	70	64,84	5,16
Kahdeksanlajin	67,21	82	75,95	6,05

Fine dining-ravintoloiden hintoihin arvonlisäverokannan laskeminen ei silti välttämättä vaikuttaisi näin paljon. Kahden Michelin-tähden ravintolan, Chez Dominiquen keittiömestari Hans Välimäki toteaa City-lehden haastattelussa (2009), että alv-kannan laskiessa 10 prosenttiyksikköä siirtyisi Chez Dominiquessa hintoihin 5 ja katteisiin 5 prosenttiyksikköä. Hänen mukaansa alv-laskulla voidaan vaikuttaa irtisanomisien väheneemiseen, eikä heidän ravintolansa hintoihin. (City-lehti 2009.) Tämä mielipide kuulostaa uskottavalta ja saattaa pitää paikkansa myös muiden ravintolatyyppien kohdalla.

4.3 Koskipuiston Rosso: menu ja uudet hinnat

Vuonna 1978 perustettu Rosso on osa S-ryhmän ravintolaketjua, ja Koskipuiston Rosso on yksi Suomen 42:sta Rosso-ravintolasta. Kotisivuilla Rosso määritellään suosituksi lapsiperheiden sekä rentojen seurueiden seurustelupaikaksi. (Rosso 2009.) Koska Rosson ruokalista on hyvin laaja, nostetaan tässä taulukossa esiin eri ruokaryhmien edullisin ja kallein ruoka ja lasketaan niille uudet hinnat. Näin saadaan laskettua arvonlisäveron laskun vaikutuksen alin ja ylin summa. (Taulukko 4.)

TAULUKKO 4. Rosso, hintalaskelmat.

	Hinta € alv	Hinta nyt €	Uusi hinta €	Alennus €
Antipastot				
<i>Pienet ranskalaiset</i>	1,80	2,2	2,04	0,16
<i>Vihreä salaatti</i>	3,20	3,9	3,61	0,29
Salaatit				
<i>Toscanan maalais-</i>	10,16	12,4	11,49	0,91
<i>Broiler-</i>	10,98	13,4	12,41	0,99
Keitot				
<i>Pieni tomaatti-</i>	4,67	5,7	5,28	0,42
<i>Savuporo-juusto-</i>	9,59	11,7	10,84	0,86
Bruchetat	8,93	10,9	10,10	0,80
Ruispizzat				
<i>norm. Juho</i>	8,93	10,9	10,10	0,80
<i>iso Ilmari</i>	17,46	21,3	19,73	1,57
Pannupizzat				
<i>norm. Pepperoni</i>	9,02	11	10,19	0,81
<i>iso Hot Pueblo</i>	18,77	22,9	21,21	1,69
Pizzat				
<i>norm. Alla Rosso</i>	8,93	10,9	10,10	0,80
<i>iso Matador</i>	16,80	20,5	18,99	1,51
Pastat				
<i>Vegetariana</i>	8,44	10,3	9,54	0,76
<i>Savujuustobroileri</i>	11,72	14,3	13,25	1,05
Grillistä				
<i>Puutarhurin parhaat</i>	9,75	11,9	11,02	0,88
<i>Pippuripihvi 300g</i>	34,75	42,4	39,27	3,13
Jälkiruoat				
<i>Piroetta</i>	3,93	4,8	4,45	0,35
<i>Pannacotta</i>	5,82	7,1	6,58	0,52

Taulukosta 4 voidaan todeta alennuksen oleman alimmillaan 0,16€ ranskalaisissa ja ylimmillään 3,13€ pippuripihvissä. Hintoja lähemmin katsoessa huomataan, että hinnat eivät ole ”tasamääräisiä” jolloin voidaan olettaa hintoja pyöristettävän. Esimerkiksi savuporojuustokeiton uusi hinta 10,84€ pyöristettäisiin 10,90€. Näin alennusta tulisikin 0,8€ ja todelliseksi alennusprosentiksi muodostuisi 7,4 % sijaan 6,8 %.

Koska Rossossakin syödessä asiakkaat voivat ottaa alku- ja jälkiruoan lienee perusteltua myös laskea teoreettisten menukokonaisuuksien muodostamat arvonlisäveroalennukset. Esimerkkimenu 1 koostuu listan edullisimmista alku-, pää- ja jälkiruoista ja menu 2 lista kalleimmista alku-, pää- ja jälkiruoista (taulukko 5).

TAULUKKO 5. Esimerkki Rosson menulaskennasta.

	Hinta €- alv	Hinta nyt €	Uusi hinta €	alennus €
Menu1	13,89	16,95	15,70	1,25
Menu2	43,77	53,4	49,46	3,94

Taulukosta 5 on nähtävissä asiakkaan saama kokonaishyöty arvonlisäverokannan laskusta, edellyttäen, että alennus siirtyisi kokonaisuudessaan hintoihin. Kokonaisalennus liikkuisi yhden asiakkaan ostoksissa 0,16€ ja 3,94€ välillä (taulukko 4, 5.)

4.4 Kasvisravintola Gopal: menu ja uudet hinnat

Kolmanneksi vertailuravintolaksi on valittu kasvisravintola Gopal, joka on toiminut Tampereella vuodesta 1997 lähtien. Ravintola tarjoaa alusta asti itse valmistettua, intialaisittain maustettua kasvisruokaa, luomutuotteita suosien. (Gopal 2009.) Gopalissa ei ole alkoholin myyntiä.

Gopal profiloituu kasvislounasravintolaksi, jolloin se liikeidealtaan eroaa sekä fine dining ravintoloista että ketjujohteisesta suurien massojen ravintoloista. Gopal myy lounasta painon mukaisesti hinnoiteltuna, hinta/100g ruokaa. Koska Gopalista saa ruokaa myös mukaan, pitäisi ravintolassa käytössä kaksoishinnoittelu arvonlisäveron suhteen. Näin ei kuitenkaan nettisivujen mukaan ole.

TAULUKKO 6. Gopal, hintalaskelmat.

Lounas g	Hinta € - alv	Hinta nyt €	Uusi hin- ta €	alennus €
100	1,43	1,75	1,62	0,13
200	2,87	3,5	3,24	0,26
300	4,30	5,25	4,86	0,39
400	5,74	7	6,48	0,52
500	7,17	8,75	8,10	0,65
600	8,61	10,5	9,73	0,77
700	10,04	12,25	11,35	0,90
800	11,48	14	12,97	1,03
Keitto	3,69	4,5	4,17	0,33

Koska ravintolan hinnoittelussa käytetään painon mukaista hinnan muodostusta, vaikuttaa arvonlisäverokannan alennus kertautuvasti tuotteen hintaan. Siinä missä Rosson ruokalajien hinta muodostuu aina annoskohtaisesti, jolloin hintaa voidaan pyöristellä tarpeen mukaisesti ylös tai alaspäin, vaikuttaa Gopalin hinnanmuodostukseen etukäteen määriteltä sadan gramman painon hinta. Näin ollen todellisuudessa hinnan alennus määriteltäneen jonkinlaisen järkevän tasasumman kautta. Riippuen annoksen painosta alennus liikkuisi n. 0,13–1,03€ välillä. (Taulukko 6.)

4.5 Käytäntö lukujen takana

Koostamalla nämä erilaisten ravintoloiden ruokalistat hintoineen yhteen on helppo havaita, että todennäköisesti arvonlisäverokannan lasku vaikuttaa eriävästi ravintoloiden hintoihin. Siinä missä Hellan ja Huoneen kaltaisen ”paremman” ravintolan hintoihin verokannan alenemisella olisi teoreettisesti suurin euromääräinen merkitys, ei se mahdollisesti ole ollenkaan välttämätöntä. Menusta nähdään hinnoittelun pyörivän euromäärien tasalukujen ympärillä, jolloin todennäköinen alennus olisi laskennallista pienempi, ja koska en usko ravintolan laskevan katteitaan verokannan alennuksen takia, tapahtunee pyöristys ylöspäin. Muutenkin, Hellan ja Huoneen asiakaskunnalle 3-6 euron alennus lienee vähemmän merkityksellinen. Tätä näkemystä mielestäni tukee aiemmin mainittu Hans Välimäen toteamus, jonka mukaisesti laskettuna mahdollinen alennus liikkuisi 1-3 euron välillä (City-lehti 2009).

Esimerkkiravintoloista Rosso on ainoa, joka pystynee houkuttelemaan uusia asiakkaita arvonlisäverokannan alentamisen seurauksena. Rosso on myös ainoa, joka mainitaan MaRan keräämällä arvonlisäverokannan laskuun sitoutuneiden jäsenravintoloiden listalla (MaRa 2009a). Vaikkakin euromääräinen alennus ei olisikaan suuri, Rosso S-ryhmän jäsenenä luottanee myynnin kasvuun tehokkaan markkinointistrategian kautta. Huomattavaahan on se psykologinen merkitys, jonka hinnan lasku saa aikaan asiakkaisissa.

Todennäköisesti Rosso ja muut S-ryhmän ravintolat painottavat tulevassa mainonnassaan uusia, edullisempia hintoja. Nämä työssä esiintyvät ruokalistat on kerätty marraskuussa 2009, jonka jälkeen ruokalistat todennäköisesti vielä muuttuvat ennen veronalennusta. Kiinnostavaa onkin nähdä, nostavatko esimerkkinä toimivat ravintolat nyt hintojaan nojaten esimerkiksi nousseihin henkilöstökustannuksiin ja raaka-ainehintoihin. Uskoisin, että ainoa esimerkkiravintola, joka todennäköisesti laskee hintojaan 1.7.2010, on Rosso.

Samoin kuin Hellan ja Huoneen kohdalla, on vaikea uskoa että, kasvisravintola Gopal lähtisi hinnanalennukseen mukaan yhtä suurella voimalla kuin Rosso. Vaikkakin MaRan luettelossa on mukana myös pienempiä ravintoloita, ei Gopal löydy joukosta. Jos Gopal kokee hinnoittelunsa olevan jo nyt asiakaskunnalleen sopivaa ja tarjoavansa tuotetta, jota muilta ei löydy, ei hintojen laskuun ole syytä. Todennäköisenä pidänkin, että hinnoissa ei tapahdu merkittävää muutosta, jos muutosta tapahtuu ollenkaan. Koska Gopal ei muuttanut takeaway-hintojaan elintarvikkeiden arvonlisäverokannan laskemisen yhteydessä, ei ole suurta syytä uskoa, että hinnat laskisivat heinäkuussa 2010.

5 ARVONLISÄVERON ALENEMISTA EDELTÄNEET LUPAUKSET

Ajaessaan ravintolapalveluiden arvonlisäverokannan alentamista elintarvikkeiden kanssa samalle tasolle Majoitus- ja ravitsemisalan liitto MaRa on perustellut monin eri tavoin alennuksen tarvetta ja siitä yhteiskunnan saamaa hyötyä. Lokakuussa 2009, MaRa perusteli arvonlisäverokannan alentamisen tarpeellisuutta seitsemällä seikalla. Käsittelen tässä luvussa niistä muutamia.

Ensimmäisenä ja kenties tärkeimpänä argumenttina esitettiin, että ravintola-ala on yksi työvoimavaltaisimmista elinkeinoista. Veronalennuksen sanottiin säilyttävän ja luovan 3000–4000 työpaikkaa. Lisäksi tiedotteessa väitetään alennuksesta seuraavan kuluttajahintojen alennuksen lisäävän enemmän ravintolapalveluiden kysyntää kuin vastaavaan suuruinen elintarvikkeiden arvonlisäveron alennus. (MaRa 2009b.) Tämä on totta, koska elintarvikkeiden arvonlisäveron alennus ei kasvata yhtään ravintolapalveluiden kysyntää, vaan päinvastoin siirtää kysyntää enemmän elintarvikemyyntiin.

Argumenttina tiedotteessa todetaan, edelleen työllisyyden kasvua tukevasti, että matkailu- ja ravintola-ala voisi olla työllistävä kasvuala tulevaisuudessa Suomessa, kun kilpailuedellytykset vain ovat suotuisat. Arvonlisäverokannan korkeutta pidetään siis kasvun esteenä. Viimeisenä toteamuksena kerrotaan, että kireän kilpailutilanteen vuoksi alennus siirtyy kuluttajahintoihin. Näin MaRa on jäseniään suosittanut tekemään. (MaRa 2009b.)

5.1 Laskelmien tarkistamisen perusteet

Lähtökohtana arvonlisäverokannan laskun tulevia muutoksia kartoittaessa pidän juuri näitä MaRan lupauksia työllisyyden paranemisesta ja alennuksen siirtymisestä suoraan hintoihin. Tarkastelua varten etsin erilaisia tietoja ja lukuja useista eri lähteistä. Etsiessäni tietoa valtion keräämän arvonlisäveron määrästä huomasin, että julkisesti jaossa oli ainoastaan arvonlisäverotuksen kokonaissumma. Julkisesti jaetussa tiedoissa puhutaan vain elintarvikkeiden arvonlisäverokannan laskun aiheuttamasta vajauksesta valtion

budjettiin, tai elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden arvonlisäverokannan laskun yhdessä aiheuttamasta vaikutuksesta.

Elintarvikkeiden arvonlisäverokannan muutoksen todetaan vaikuttavan verotuloja vähentävästi täysimääräisenä vuonna 2010, mutta 1. heinäkuuta toteutettavan arvonlisäverokannan muutoksen verotuloja kohottavan vaikutuksen kohdistuvan vuoden 2010 loppuun ja vuoden 2011 puolelle. Kokonaisuudessaan talousarvioesityksessä todetaan arvonlisäverokertymän vähenevän 350 miljoonalla eurolla vuonna 2010, mutta 1.7.2010 jälkeen valtion arvonlisäverokertymä nousisi vuositasolla 426 miljoonalla eurolla. (Valtionvarainministeriö 2009b.) Eli jo vuonna 2011 olisi arvonlisäverotuksen kautta kerätävä summa suurempi kuin vuonna 2009.

Suoritan laskutoimituksia tilastokeskuksen MaRan pyynnöstä tekemää tilinpäätöstilastoa apuna käyttäen. Saatavilla olivat vuoden 2007 tilinpäätöstilastot, jotka oli jaoteltu kategorioihin. Tuloslaskelmat on laskettu tilinpäätöstilaston palvelutietokannasta, jonka tietolähteitä ovat mm. verohallinnon elinkeinoverotusrekisteri, tilastokeskuksen yritysrekisteri ja tilastokeskuksen suoran tiedustelun kautta saadut tilinpäätöstiedot (MaRa 2009c.) Koska tehtävä tutkimus koskee ravintola-alaa, otin aineistosta käyttöön ravintoloihin, henkilöstöravintoloihin ja kahvilaravintoloihin tehdyt tilinpäätöstilastot. Huomioitava on, että ravintoloihin lasketaan myös alkoholimyynnistä tuottoensa saavat yritykset, eivät pelkästään ruokaravintolat.

5.2 Arvonlisäverotuksen osuus vanhoilla veroprosenteilla

Liikevaihto muodostuu kun myyntituloista vähennetään myynnin oikaisu- ja siirtoerät, joihin kuuluu mm. arvonlisävero. Liikevaihdosta voidaan näin kertomalla laskea maksettu arvonlisävero. Samoin tilinpäätöstilastossa on saatavissa aine- ja tarvikekustannukset, joten niiden arvonlisävero voidaan myös laskea. Samoin voidaan laskea tilastoitujen tilinpäätöksien mukainen ravintoloiden teoreettisesti tilittämä arvonlisävero. Tilinpäätöstilastosta työni kannalta tärkeitä lukuja koostin taulukkoon 7, jossa laskin ravintoloiden, kahvilaravintoloiden ja henkilöstöravintoloiden liikevaihdot (LV), aine- ja tarvikekäytöt ja henkilöstökustannukset sivukuluineen yhteen.

TAULUKKO 7. Tuloksen muodostuminen tilinpäätöstilastossa

	Ravintolat	Kahvila-ravintolat	Henkilöstö-ravintolat	Yhteensä	
2007	1 000 €	1 000 €	1 000 €	1 000 €	%
Liikevaihto	1 522 411	1 006 744	605 028	3134183,2	100
Aine- ja tarvike-käyttö	482 017	437 631	223 899	1143546,7	36,5
Palkat ja hlösivu-kulut	467 380	239 386	237 298	944063,9	30,1

Tästä eteenpäin kaikki tekstissä käyttämäni tilinpäätöstilastoja koskevat luvut ovat yhteenlaskettuja. Näin saatavat luvut ja prosenttiosuudet ovat parhaiten todenmukaisia. Koska ravintolapalveluiden ja alkoholimyynnin arvonlisäveroprosentti on 2007 ollut 22 %, voidaan liikevaihdon koko summasta laskea 22 % mukainen tulos. Näin kertomalla liikevaihto arvonlisäverokannalla saadaan laskettua kokonaisuudessaan myynnistä maksettava arvonlisävero. Tässä tilanteessa maksettavaksi tulee 689,5 miljoonaa euroa.

Myynnistä maksettavaksi tulevasta arvonlisäverosta vähennetään ostojen yhteydessä jo maksettu arvonlisävero. Tämän summan määrittäminen osoittautui hankalaksi, koska ravintoloihin tehdään hankintoja kahden eri arvonlisäverokannan mukaisesti. Vuonna 2007 nämä olivat elintarvikkeissa 17 % ja alkoholissa 22 %. Aine- ja tarvikekäytön prosenttiosuuksien määrittämisen pohjana päätin käyttää Sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskuksen monitorointihankkeessa laatimaa ravitsemismyynnin jakaumaa (taulukko 8).

Monitorointihanke koski tupakkalain muutoksen vaikutusta ravintoloiden toimintaan ja kokonaistalouteen. Hankkeen otanta on 68 ravintolayrittäjää, joiden ravintolat vaihtelivat pubeista ruokaravintoloihin. Taulukon alimman rivin myynnillistä jakaumaa voidaan käyttää laskennassa pohjana. Tilinpäätöksen aine- ja tarvikekäyttökohdat lasketaan yhteen ja saatu ostojen summa jaetaan elintarvike raaka-aineostoihin (50,8 %) sekä alkoholi- ja tupakkaostoihin (49,2 %). (Honkanen & Wahlfors 2008, 10.)

TAULUKKO 8. Ravitsemismyynnin jakauma heinä-joulukuussa 2007 (Honkanen & Wahlfors 2008, 10).

	Olut	Muu alko- holi	Ruoka	Muu myynti	Yhteensä
Siirtymäaika	19,2	30,9	40,0	9,8	100
Tupakointitila	22,4	38,7	28,2	10,6	100
Savuttomat	15,2	19,9	55,3	9,6	100
Koko aineisto	16,4	23,1	50,8	9,7	100

Jakamalla ostot näiden prosenttiosuuksien mukaisesti sain määriteltä ostojen yhteydessä maksetun arvonlisäveron, joka on 222,5 miljoonaa euroa. Näiden lukujen avulla määrittelen ravintoloiden maksaman arvonlisäveron kokonaissumman vuodelta 2007 vähentämällä myyntien arvonlisäverosta ostojen yhteydessä maksetun arvonlisäveron. Maksettavaksi summaksi tulee näin 466,9 miljoonaa euroa.

5.3 Arvonlisäveron osuus uusilla veroprosenteilla

Seuraavaksi käytän samoja vuoden 2007 tilinpäätöslukuja, mutta laskenkin maksettavan arvonlisäveron osuuden uusilla arvonlisäveroprosenteilla. Näin saan laskettua myös kahden eri arvonlisäverokannan erotuksen, jota voidaan käyttää pohjana kun MaRan lupauksien toteuttamisen todenperäisyyttä tutkitaan. Koska 1.7.2010 alkaen ravintolapalveluiden ja elintarvikkeiden arvonlisävero laskee 13 %, mutta alkoholin arvonlisävero nousee 23 %, on liikevaihto taas jaettava prosenttiosuuksiin. Jako tapahtuu samoin perustein kuin edellisessä luvussa, jakamalla myynnit näihin prosenttiosuuksiin, kertomalla ja lisäämällä yhteen saan määriteltä maksettavan arvonlisäveron osuuden. Apuna käytän taulukkoa 8.

Näin laskien maksettavaa kertyy yhteensä 561,6 miljoonaa euroa. Sama laskutoimitus uusilla veroprosenteilla on tehtävä myös aine- ja tarvikeostoissa, jolloin summaksi muodostuu 204,9 miljoonaa euroa. Näiden lukujen avulla määrittelen jälleen ravintoloiden maksaman arvonlisäveron kokonaissumman vähentämällä myyntien arvonlisäverosta ostojen yhteydessä maksetun arvonlisäveron. Maksettavaksi summaksi tulee näin 356,7 miljoonaa euroa.

5.3.1 Arvonlisäverokantojen summaerojen vertailu

Saatujen summien erotusta tarkastelen nyt ravintola-alan antamien lupauksien muodostamien rajojen mukaisesti. Jotta tarkastelun lähtökohdat olisivat selkeämmät, on edellisissä luvuissa lasketut summat koostettu taulukkoon 9, josta voidaan nähdä, että teoriassa uusilla arvonlisäverokannoilla laskettaessa olisi valtion menettämä arvonlisäverosumma 110,2 miljoonaa euroa. Tarkastelussa keskityn erityisesti työllisyyteen ja niihin vaikuttaviin lukuihin.

Ravintola-ala on arvonlisäverokannan laskuvaatimuksiensa yhteydessä korostanut verokannan alentamisen alaa virkistävää ja työllisyyttä parantavaa vaikutusta. Eri lähteissä on kerrottu eri työllisyyslukuja, lukujen vaihdellessa 3000–8000 uuden työpaikan välillä. MaRan toimitusjohtaja Timo Lappi puhui 3000- 4000 uudesta ja säilyvästä työpaikasta tiedotteessaan 16.10.2009 (MaRa 2009b).

Koska uutena painotuksena tuoreimmissa lähteissä esiintyy termi ”säilyvät työpaikat”, otan mukaan laskuihin myös 1500 uutta työpaikkaa. Näin oletan toisen 1500 työpaikan kuuluvan ”säilyviin”. Lähteen virallisesta luonteesta johtuen käytän näitä 1500–4000 työpaikkaa laskujeni pohjana. Laskennallisesti voidaan myös ajatella, että yhden työpaikan kustannukseksi valtiolle tulisi näillä rajaluvuilla 73 509€ – 27 566€ Koska useimmissa ravintolapalveluiden arvonlisäverokannan laskua kannattavissa artikkeleissa puhutaan 3000 uudesta työpaikasta, lasken kaikki laskut myös sillä. Näin pyrin näyttämään todellisuuden lupauksien takana.

TAULUKKO 9. Eri verokannoilla lasketut arvonlisäverot

Verokannat	Ostojen alv €	Myyntien alv €	Tilitettävä alv €
2007 todelliset	222 534 188	689 520 304	466 986 116
2010 tulevat	204 923 569	561 645 629	356 722 061
Erotukset	17 610 619	127 874 675	– 110 264 055

Koska uusi työpaikka kuitenkin myös toisi uusia tuloja valtiolle ansiotuloverotuksen kautta ja ravintolan kasvanut myynti yhteisöverona, todellinen veronmenetys ei tietenkään olisi niin suuri. Näitä lukuja voitaisiin pyöritellä edelleen, laskemalla esim. työntekijöiden ansiotuloista maksama vero. Seuraavaksi teen laskutoimituksen siitä, kuinka

paljon ravintoloiden tekemän liikevaihdon tulisi kasvaa, jotta ravintola-ala todellisuudessa palkkaisi 1500–4000 uutta työntekijää.

5.3.2 Työntekijöiden palkan muodostuminen

Majoitus- ja ravitsemisalalan palkkataulukot on jaoteltu kahteen palkkakalleusluokkaan ja neljään työkokemusvuosien mukaan määriteltävään kuukausi- ja tuntipalkkaan. Käytän laskelmissani pohjana palkkaryhmää 4., johon kuuluvat tarjoilijat, kokit yms. sekä ensimmäistä palkkakalleusluokkaa, johon sisältyvät Helsingin lisäksi 44 kuntaa ja kaikki Ahvenanmaan kunnat. Koska Timo Lappi toteaa City-lehden artikkelissa (2009) ”Ravintola-ala työllistää eritoten nuoria naisia.”, määrittelen työntekijät alalle kohtalaisen uusiksi ja otan laskujen pohjaksi vain 0-2v ja 2-5v työkokemusvuosien mukaisen peruskuukausipalkat, 1621€ ja 1653€ Lomarahan otan huomioon 1,5kertaisena kuukausipalkkana. Näin ollen vuosipalkka saadaan kertomalla kuukausipalkka 13,5 kuukaudella. (PAM 2008, 37, 52–72, 112–113.)

Näiden taustatietojen valossa voidaan määritellä 1500–4000 uuden työntekijän saama palkka vuositasolla, niistä maksetut verot ja työnantajamaksut. Työnantajamaksujen suuruudeksi määrittelin verohallinnon sivuilla kerrottujen vuoden 2010 työnantajamaksujen mukaiset prosenttiosuudet, jolloin kokonaisprosenttiosuudeksi muodostui 25,052 % (Verohallinto 2009a). Selvyiden vuoksi laskin aluksi yhden työntekijän palkan muodostumisen kahden eri kuukausipalkkasumman mukaisesti (taulukko 10). Näin sain pohjan seuraavalle taulukolle.

TAULUKKO 10. Uusien työpaikkojen laskennalliset kustannukset.

Uusia	Palkka/ hlö	Palkat yht	T.A maksut.	Kust. yht.
1500	19971	29 956 080	7 504 597	37 460 677
	20910	31 365 675	7 857 729	39 223 404
3000	19971	59 912 160	15 009 194	74 921 354
	20910	62 731 350	15 715 458	78 446 808
4000	19971	79 882 880	20 012 259	99 895 139
	20910	83 641 800	20 953 944	104 595 744

Taulukosta 10 nähdään työnantajien maksettavaksi tulevat uusien työntekijöiden kokonaiskustannukset. Summa liikkuu n. 37 – 104,5 miljoonan euron välillä. Tämä on hyödyllinen tieto, koska sitä voidaan käyttää seuraavassa luvussa kun määritellään ravintolapalveluiden liikevaihdon kasvua.

5.3.3 Teoria liikevaihdon kasvun vaikutuksesta työllistymiseen

Tilinpäätöstilastoja tarkastellessa voidaan todeta henkilöstökulujen olevan 30,1 % liikevaihdosta (taulukko 7). Tämä on alalla yleisesti hyväksyttävä ja tiedossa oleva henkilöstökustannuksien keskiarvo. Nyt voin käyttää taulukossa 10 saatuja lukuja ja lisätä tilinpäätöstilaston henkilöstökustannuksiin nämä rajaluvut 37– 104,5 miljoonaa euroa. Näiden lukujen avulla voin määritellä edelleen sitä, mikä olisi ravintola-alan liikevaihdon oltava, jotta uusia työpaikkoja syntyisi 1500–3000–4000 kappaletta. Teen laskutoimituksia, jotka luovat liikevaihdon teoreettiset ylä- ja alarajat.

Jos ajatellaan henkilöstökustannuksien nousevan vuositasolla 37 miljoonalla, ja sen olevan liikevaihdosta 30,1 %, saadaan liikevaihdoksi 3 258 548 325€ (100 %), eli n. 3,26 miljardia. Luku on n. 172 miljoonaa euroa suurempi kuin tilinpäätöstilastojen alkuperäinen liikevaihto. Liikevaihdossa olisi tapahduttava kasvua 4 % vuoden 2007 liikevaihtoon verrattuna. Teoriassa 1500 uutta ravintola-alan työpaikkaa vaatisi siis 154 miljoonan euron liikevaihdollisen kasvun. Tätä lukua voidaan nyt ajatella kasvun vaatimuksen miniminä. Ajateltuna keskilukuna yleisessä keskustelussa olevan 3000 uuden työpaikan syntymiseen tarvitaan 7,9 % liikevaihdollinen kasvu, joka tarkoittaisi 248 miljoonaa euroa. (Taulukko 11.)

TAULUKKO 11. Työpaikkojen luomiseen tarvittava liikevaihdon kasvu.

uusia työntekijöitä	palkkojen lisämaksu	palkat yhteensä	liikevaihto	kasvu €	kasvu %
1500 hlö	37 460 677	981 524 577	3 258 548 325	124 365 125	4
3000 hlö	74 921 354	1 018 985 254	3 382 913 450	248 730 250	7,9
4000 hlö	104 595 744	1 048 659 644	3 481 428 999	347 245 799	11,1

Jos taas henkilöstökustannukset nousisivat vuositasolla 104,5 miljoonalla ja summan ajatellaan olevan sama 30,1 % liikevaihdosta, saadaan liikevaihdoksi 3 481 428 999€ eli n. 3,48 miljardia euroa. Tämä luku onkin jo n. 350 miljoonaa euroa suurempi kuin alkuperäinen liikevaihto. Kasvua olisi tapahduttava 11,1 %. Tätä lukua voidaan nyt ajatella eräänlaisena lupausten maksimina, 4000 uuden työpaikan 2-5v. kokemuslisän aiheuttamana kasvun vaatimuksena. Huomioitavaa kuitenkin on, että palkkakustannuksiin ei ole laskettu minkäänlaisia lisiä. Tämä tarkoittaisi korkeampia maksimipalkkakustannuksia ja sitä kautta yhä kasvavaa liikevaihtoa. Koostetusti nämä luvut ovat nähtävillä taulukossa 11.

Teoriassa voidaan ajatella myös sitä, että ravintolapalveluiden arvonlisäveronkannan laskusta valtion menettävä tulo käytettäisiinkin kokonaisuudessaan työllistämiseen, siten, että ravintolassa myytävien annoksien hinnat pysyisivät samoina huolimatta verokannan alenemisesta. Tällöin työllisyyden tukemiseen käytettäisiin 110,2 miljoonaa euroa, joilla saataisiin palkkakulujen ollessa 24 974 € uusi työntekijä, 4415 uutta työntekijää. Tämä teoria on hyvin epätodennäköinen, koska kasvava henkilökunnan määrä ei sinällään lisää myyntiä, jolloin lisähenkilökunnan palkkaaminen olisi tuloksetonta ja täysin perusteetonta.

5.4 MaRan tutkimat luvut, tuoreimmat näkökannat

Joulukuussa 2009 ilmestyneessä Vitriinissä on Heikki Lankisen kirjoittama artikkeli, jossa hän viittaa valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen VATT:in arviointeihin alvratkaisujen vaikutuksesta koko kansantalouden tasolla. Koska kyseinen julkaisu; ”Verotuksen ja sosiaaliturvan uudistaminen: Miksi ja mihin suuntaan?” on juuri ilmestynyt ja vasta Tampereen kaupunginkirjaston hankintalistalla, en saanut käsiini itse julkaisua. Yritän kuitenkin saada artikkelista irti tarvitsemiä tiedot.

Lankinen kertoo veromuutoksien negatiivisen vaikutuksen olevan VATT:in mukaan bruttomenetyksenä arvonlisäverokertymään kauppapuolelta 400 miljoonaa ja ravintolapuolelta 260 miljoonaa euroa vuotuisesti. Muiden verokantojen noston vaikutus arvioidaan olevan 550 miljoonaa euroa, jolloin laskennallinen kokonaisvaikutus olisi -110 miljoonaa euroa. Ravintolapalveluiden verokannan lasku vähentäisi siis VATT:in mukaan 260 miljoonaa euroa, kuin omissa laskelmissani vuoden 2007 lukujen

mukaisesti, kyseinen luku on 110 miljoonaa euroa. Koska varsinaista tutkimusta en saanut käsiini, en voi tarkistaa, onko laskelmissa huomioitu esim. alkoholimyynnin osuutta ravintoloiden myynnistä. Tämän ongelman huomaa myös Lankinen, joka toteaa, että VATT ei pysty huomioimaan kaikkia yksityiskohtia, koska tilastoaineistosta ei pystytä erittelemään riittävän tarkasti ruoan ja alkoholittomien juomien myyntiä. (Lankinen 2009.)

Ruoan ravintolapalveluiden tuotannon sanotaan nousevan 3,4 %.(Lankinen 2009, 16). Jos ajatellaan tämän tarkoittavan samalla liikevaihtojen kasvua, ei kyseisen prosentin mukainen kasvu riittäisi edes aiemmin lasketun 1500 uuden työpaikan asettamaan liikevaihdollisen kasvun minimiin. Jos liikevaihdossa (LV) tapahtuisi 3,4% mukainen kasvu, kasvaisivat työvoimakustannukset (TVK) (olettaen suhdelukujen pysyvän samoina) 31,4 miljoonaa euroa, jolla saataisiin 1257 uutta työpaikkaa.

5.5 Aikaisempi laskutapa

Työllisyyteen vaikuttavien seikkojen laskentatapoja on useita. Vuonna 2005 Vitriini-lehdessä kerrottiin olevan tutkimusten perusteella arvioitavissa että ruokatarjoilukysynnän hinnanjoustoprosentin olevan noin 1,5. Tämä määritelmä tarkoittaa, että hinnanalennusta seuraa kysynnän kasvu, joka on puolitoistakertainen hinnanalennusprosenttiin verrattuna. Koska vuonna 2005 elintarvikkeiden arvonlisäveroprosentti oli 17, ajettiin MaRan puolelta samaa alv-prosenttia myös ravintolapalveluille. (Lankinen 2005.)

Lehdessä olevien laskelmien mukaisesti, viiden prosenttiyksikön alennus aikaansaa 4,1 prosentin alennusmahdollisuuden tarjoiluhintoihin. Näin ollen hinnanjoustoprocentin kautta kasvaisi kysyntä noin 6 prosenttia. Artikkelissa määritellään ruokatarjoilun nykyisen työllisyysvaikutuksen olevan 33 000 henkilötyövuotta, jolloin veronalennuksen työllisyysvaikutukseksi saadaan noin 2000 uutta työpaikkaa. Lisäksi todetaan, että osaaikatyövoima huomioon ottaen vaikutus työpaikkojen määrään on lähes 3000. (Lankinen 2005.)

Arvonlisäverokanta laskeekin nyt 9 prosenttiyksikköä, joka aikaansaa 7,4 % alennusmahdollisuuden tarjoiluhintoihin. Kun työllisyyslukuja lasketaan edellä mainitulla tavalla, saadaan kysynnän kasvuksi 11,1 %. Tähän samaan prosenttilukuun päädyin ai-

emmin (taulukko 11) määritellesäni, kuinka paljon liikevaihdon on kasvettava, jotta syntyisi 4000 uutta työpaikkaa. Kun lasketaan mahdollista työllisyysvaikutusta määrittelemällä 11,1 % 33 000 henkilötyövuodesta, saadaan 3663 uutta työpaikkaa. Jos otetaan osa-aikaisuus samalla suhdeluvulla huomioon kuin Lankisen esimerkissä, saadaan noin 5000 uutta työpaikkaa. Julkisuudessa on kuitenkin nyt puhuttu 3000–4000 uudesta ja säilyvästä työpaikasta.

Yhtenä argumenttina arvonlisäverokannan laskemisen puolesta Lankinen mainitsee, että vaikkakin välitöntä, sataprosenttista hintavaikutusta ei voidakaan taata, pitkällä tähtäimellä alennuksen näkymistä vapaan kilpailun tilanteessa ei pitäisi olla epäilystä. Hän uskoo mahdollisen kannattavuuden paranemisen houkuttelevan alalle lisää tarjontaa ja viimeistään kilpailun kiristymisen kautta hintojen laskemista. (Lankinen 2005.)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimukseni ravintoloiden arvonlisäverokannan laskun oletettavasta vaikutuksesta jatkuu kvalitatiivisena, laadullisena tutkimuksena. Laskemalla olen edellisissä luvuissa saanut määriteltyä joitakin seikkoja, mutta näkemyksellistä selkeyttä lähden hakemaan tekemällä teemahaastatteluja. Perehdyin arvonlisäverokannan alenemisen perusteiden faktisuuden tutkimiseen suorittamalla kolme eri alueen asiantuntijan ja asianosaisen haastattelua.

Teemahaastattelussa haastateltaville esitetään kysymyksiä, joiden muotoilussa saa ja voi olla eroavaisuuksia. Jokaisessa haastattelussa on syntynyt uusia, vastaajan vastauksista riippuvia, tarkentavia ja jatkokysymyksiä. Peruskysymykset olivat kaikille haastateltaville samoja, tosin sanamuotoja muokattiin vastaajan asemaan sopivaksi, esimerkiksi yrittäjältä kysyttiin näkemyksiä omista ravintoloista ja MaRan edustajalta Suomen kaikista ravintoloista yleisellä tasolla. Teemahaastattelun tyyli on keskustelevala.

Haastattelun rungon olin jakanut kahteen teemaan, nykyhetkeen ja tulevaisuuden skenaarioihin. Nykyhetkeen perustuvat kysymykset olin laatinut käyttäen pohjana MaRan lokakuista tiedotetta (2009b). Nykyhetkeä koskevassa kysymyksissä kartoitettiin vastaajien näkemyksiä arvonlisäverokannan alenemisesta, syistä ja tunnelmista. Tulevaisuuteen suuntautuvilla kysymyksillä kartoitin haastateltavien pitkän tähtäimen näkemyksiä ja uskomuksia arvonlisäverokannan alenemisen seurauksista.

Ajatuksenani alun perin oli haastatella myös verolaitoksen arvonlisäveroasiantuntijaa, mutta hän kieltäytyi vedoten asemaansa virkamiehenä. Onnekseni keskustelun aikana hän antoi minulle idean olla yhteydessä eduskuntaan. Vinkistä viisastuneena otin yhteyttä sekä työ- ja elinkeinoministeriöön että valtiovarainministeriöön. Valtiovarainministeriöstä haastateltava löytyikin. Soittaessani MaRaan minut ohjattiin soittamaan toimitusjohtaja Timo Lapille. Haastateltavaan yrittäjään päädyin opettajan suosituksesta. Näin ollen suoritin teemahaastattelun yritysmaailmaa edustavan yrittäjä ja toimitusjohtaja Jaakko Sinivuoren, MaRaa edustavan toimitusjohtaja Timo Lapin ja valtiovarainministeriötä edustavan Markku Puurulan kanssa. Laatimani kysymykset ovat työni liitteenä (liite 2).

Timo Lappi on ollut MaRan toimitusjohtajana esillä useissa lähdemateriaalina käytössä olleissa artikkeleissa, jolloin hänen asiantuntemuksensa on hyvin perusteltua. Jaakko Sinivuori on Aleksin ravintoloiden toimitusjohtaja. Aleksin ravintoloihin kuuluvat Tampereella Katupoika, Laterna, Henriks, Tiiliholvi, Norimaru ja Yökerho Doris. Markku Puurula on arvonlisäverotusyksikön neuvotteleva virkamies, joka on kommentoinut ravintolapalveluiden arvonlisäverokannan laskua sanomalehdissä aiemmin. Koska sekä Timo Lappi, että Markku Puurula ovat kiireisiä ja oleskelevat Helsingissä, oli minun tehtävä teemahaastatteluun tekemisessä myönnytyksiä. Lapin kanssa tein puhe-
linhaastattelun 28.1.2010, ja Puurula vastasi minulle sähköpostitse 21.1.2010. Sinivuoren tapasin hänen ravintolassaan Laternassa 22.1.2010.

Pisimpään haastattelin Jaakko Sinivuorta, jonka haastattelu kesti puoli tuntia. Timo Lapin haastattelu oli ohi kymmenessä minuutissa hänen nopean puhetapansa johdosta. Molemmat haastattelut litteroin sana sanalta ja kyseisestä aineistosta nostan esiin opinnäytetyöni kannalta olennaisimmat seikat. Haastateltavat edustavat arvonlisäverotukseen liittyviä osapuolia, kuluttajien mielipiteisiin ei tässä tutkimuksessa keskitytty.

7 ASIANTUNTIJAHAASTATTELUIJEN SATOA

7.1 Arvonlisäverotuksen alennuksen toteutuminen

Koska MaRa on ajanut arvonlisäverokannan alentamista ravintola-alalla jo vuodesta 1995, ei ollut yllättävää, että toimitusjohtaja Timo Lappi puhui asiasta mielellään ja voimakkain mielipitein. Sekä hän, että toimitusjohtaja Jaakko Sinivuori sanoivat arvonlisäverokannan muutoksen eteen tehtyjen toimenpiteiden ja asian etenemisen olleen hyvin tiedotettuna jäsenyrityksien ja liiton välillä. Sinivuori tosin koki saaneensa tulevan muutoksen ensimmäiset tiedot median kautta, mutta huomautti tiedotuksen MaRan kautta toimineen oikein hienosti. Lappi vakuutti, että yrityksiin ollaan oltu ja tullaan olemaan yhteydessä kevään kuluessa useammalla kirjeellä, joissa pyydetään arvonlisäverokannan laskun vaikutuksien siirtämistä suoraan kuluttajahintoihin. (Lappi 2010, Sinivuori 2010.)

Sinivuori oli yrittäjänä aiheesta innoissaan ja huomautti arvonlisäverokannan alenemisen olevan askel oikeaan suuntaan. Matkaa siihen, että ravintola-alan liikevoitto olisi suurempi kuin esimerkiksi hyvänä vuotena pidettynä vuotena 2007, jolloin liikevoitto oli 4 % liikevaihdosta, on kuitenkin. Hänen näkökulmastaan MaRan pitäisi ajaa seuraavaksi pakollisten työvoimakustannuksien alentamista, jolloin uusien työntekijöiden hankkiminen olisi entistä edullisempaa ja sitä kautta todennäköisempää. (Sinivuori 2010.)

Lappi mainitsi, että MaRan sivuilla olevassa arvonlisäveroalennukseen sitoutuneiden ravintoloiden listassa on jo kaksituhattakahdeksansataa ravintolaa (huom. tilanne 28.1.2010) jolloin alennuksen siirtyminen kuluttajahintoihin pitäisi olla selvää. Samaa sanoo Sinivuori (2010), joka sanoo kaikkien ravintoloidensa kuuluvan listalta löytyviin ravintoihin ja laskevan hintojaan 1.7.2010 alkaen. Lappi toteaaakin listalta löytyvien ravintoloiden edustavan jo yli puolta ravintola-alan liikevaihdosta. (Lappi 2010.)

Kysyttäessä kuinka arvonlisäverokannan laskun siirtymistä hintoihin aiottaneen seurata, yllättävä oli Lapin vastaus, jonka mukaan Mara ei aio seurata tilannetta ollenkaan, kos-

ka heillä ei ole keinoja siihen. Hänen mukaansa suuri yleisö, media ja viranomaiset hoitavat kuitenkin seurannan. (Lappi 2010.) Valtiovarainministeriössä oltiin asiasta niukkasanaisia, mutta todettiin kuitenkin, että heidän puoleltaan seurantaa kyllä tullaan suorittamaan (Puurula 2010).

Valtionvarainministeriössä kuitenkin uskotaan, että kireä kilpailutilanne aiheuttaa veronalennuksen menevän hintoihin välittömästi alennuksen tullessa voimaan, mutta pitkällä aikavälillä sen pysyvyyttä on vaikeampi seurata. Puurula uskoo alennuksen vaikuttavan hintoihin enemmän kuin aikoinaan partureiden ja kampaamoiden alennukset. (Puurula 2010.)

7.2 Työllisyys ja liikevaihdon kasvu ravintola-alalla ja matkailussa

Kukaan haastatelluista ei enää uskonut MaRan tiedotteessaan (2009b) ajamaan 3000–4000 uuteen työpaikkaan. Virkamies Puurula kertoi Valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen (VATT) laskentamallin mukaisesti hotelli- ja ravintola-alalle verokannan laskun seurauksena kohdistuisi 3000 työpaikkaa. Tämä on kuitenkin teoreettisesti laskettuna, työttömyyden vaikutusta huomioimatta. Hotelli- ja ravintolapalveluiden tuotannon Puurula olettaa kasvavan 3,4 %. (Puurula 2010.)

Suomen vetovoimaan matkailumaana tapahtuvaa vaikutusta on vaikea mitata kvantitatiivisesti, mutta sen välitön työllisyysvaikutus kohdistunee Puurulan mukaan enemmän ravintola-alaan. Samoin asian näkee toimitusjohtaja Sinivuori. Hän pitää matkailuun kohdistuvia vaikutuksia lähinnä marginaalisina, mutta toteaa samalla, että Suomi on nyt lähestymässä sitä keskiarvoa, jossa pitäisi hintojen suhteen olla ulkomaalaisia matkailijoita ajatellen. (Puurula 2010, Sinivuori 2010.)

Uusien työntekijöiden palkkaamiseen omiin ravintoihinsa Sinivuori piti erittäin todennäköisenä, jos myynnissä tapahtuu kasvua. Kuitenkin hän totesi, ettei hän välttämättä usko MaRan esittämään 3000–4000 työpaikkaan nyt välittömästi, mutta pitkällä aikavälillä uskoi sen olevan hyvinkin mahdollista. Mutta koska työllistämisestä seuraavat palkan päälle laskettavat työnantajan pakolliset maksut ovat korkeita, pitäisi hänen mukaansa työllistävää vaikutusta hakea enemmänkin pakollisten työllisyysvukulujen laskemisen kautta. Karkeasti arvioiden hän totesi, että kun työntekijälle maksetaan kymppi-

pi, yrittäjä maksaa siitä vielä seitsemän euroa lisää. Työntekijän maksamien veron jälkeen hänelle jää seitsemän euroa, joilla hän ostaa jotain arvonlisäverollista. Näin ei absoluuttinen raha hänen mukaansa kauheasti pyöri. Liikevaihdon kasvun Sinivuori määrittelee arvonlisäverokannan laskun suuruiseksi, tosin pitkällä aikavälillä. (Sinivuori 2010.)

MaRan Lappi sanoi suoraan, että tässä taloudellisessa tilanteessa uusia työpaikkoja ei synny niin paljoa, mutta arvonlisäverokannan laskun aikaansaama säilyttävä työllisyysvaikutus on sen suuruinen. Eli joko uusia syntyy tai sillä pelastetaan jo olemassa olevia työpaikkoja. Lappi nojaa myös taloustieteeseen, jonka teorian mukaan, kun ravintola-ala alentaa hintojaan, kysyntä kasvaa ja kilpailukyky paranee. Tällöin sekä liikevaihto kasvaa että työllisyys paranee. Lappi painottaa kaupalla olevan tällä hetkellä kohtuuton kilpailuetu alemman arvonlisäverokannan myötä. Samalla hän toteaa matkailualaan olennaisesti kuuluvan myös ravintolapalvelu, jolloin hänen mukaansa myös matkailualan työllisyys saattaa kohentua. (Lappi 2010.)

7.3 Elvyttävän vaikutuksen mittaaminen

Kuten kaikissa uudistuksissa, tärkeää olisi jotenkin pystyä osoittamaan muutoksen vaikutus käsillä olevaan asiaan. Tämän johdosta on oltava olemassa mittareita, joiden mukaisesti on pystyttävä arvioimaan aikaa ennen ja jälkeen muutoksen. Ilman oikeita, todellisia mittareita on muutoksen suunnittelukin turhaa.

Arvonlisäverokannan alentamisella pyritään vaikuttamaan ravintola-alaan työllisyyttä parantavasti ja alaa elvyttävästi. Valtiovarainministeriön edustaja Puurula toteaa, että mittaamisen vaatisi laajan tutkimuksen ja pitkäjänteisen työn keskipitkällä aikavälillä. Hänen mukaansa tämä olisi hyvä tutkimuskohde riittävät resurssit omaaville tutkimuslaitoksille. (Puurula 2010.)

Sinivuori miettii työllisyyden kasvun lisäksi yleisen kannattavuuden mittaamista, yritysten omavaraisuusasteita ja kuinka hyvää tulosta ravintola-ala tekee. Arvonlisäverokannan laskun vaikutuksia voitaisiin mitata sillä, kuinka suuri ravintoloiden tulosprosentti on ja miten se muuttuu. Hänen mukaansa tällä hetkellä tärkeintä on, että alennus näkyy kuluttajalle, mutta se, että yritykset toimivat hyvin ja tekevät tulosta on erittäin

hyvä asia pitkällä perspektiivillä. Sinivuoren huolena oli, että vaikkakin esimerkiksi Tiiliholvi laskisi hintojaan, mutta kukaan muu ei, niin käytännössä sillä ei olisi mitään merkitystä. Tuloksellisuuden mittaaminen ja muita tavallisimpia tunnuslukuja seuraamalla voidaan alan elpymistä mitata. (Sinivuori 2010.)

7.4 Muutoksen jälkeinen aika

Pyydettyäessä näkemyksiä ravintola-alan työllisyydestä ja suomalaisesta ravintolakulttuurista veromuutoksen jälkeen valtionvarainministeriön Puurula toteaa ravintolaruokailun olevan hintajoustavaa, jolloin veronalennuksen parantavan niiden kannattavuutta ja työllisyyttä. Tosin yleisen talouden suhdannekehityksen hän sanoo vaikuttavan alaan veronalennusta voimakkaammin. Ravintolakulttuurin kehitykseen hän ei usko. (Puurula 2010.)

Timo Lappi sanoo muutoksen olevan hyvin yritys kohtaista. Hän epäilee palvelun kysynnän vähentyneen vuonna 2009 yhdeksän, kymmenen prosenttia verrattuna vuoteen 2008. Näin ollen: Lapin mukaan, arvonlisäverokannan aleneminen toiminee elvytystoimenpiteenä ja pelastaa monen ravintolan tulevaisuuden. Ravintoloiden kysynnän kasvuun ja ravintolakulttuurin suhteen hän on myös positiivisesti suuntautunut. (Lappi 2010.)

Pitkällisimmin ja lähes filosofisesti asiaa lähestyy Sinivuori. Taantuman taittuessa hän uskoo liikevaihdon kasvavan hintojen laskiessa. Hän erittelee ravintola-alan kohentuvan kahden seikan vuoksi; hinnan laskun ja kaupan kilpailuedun poistumisen. Ravintolakulttuurin muutos tulee olemaan positiivinen. Koska suomalainen ravintolakulttuuri on vielä kaksituhattaluvullakin ns. lapsenkengissä, on kaikki kulttuuria kohentava äärimmäisen tervetullutta. Sinivuori huomauttaa, että suomalaisen ravintolakulttuurin aika on ollut todella lyhyt, pitokulttuuria on aiemminkin ollut, mutta ulkona syöminen on tiettyille sukupolville vielä vierasta. Tiukka alkoholipolitiikka ja tarkasti säännelty ravintola-ala ovat osaltaan vaikuttaneet ravintolakulttuuriin. (Sinivuori 2010.)

Vaikka arvonlisäverokannan alentuminen ei siirtyisikään hintoihin, mihin Sinivuori ei usko, sanoo hän kuitenkin sen näkyvän varmasti jossakin. Jos hinnat eivät laskisi, olisi

ravintolassa tarjoiltava ruoka korkealaatuisempaa. Sinivuori toteaa, että työllistämistä tule tapahtumaan, jos se on niin kallista, että se ei ole kannattavaa. (Sinivuori 2010.)

Arvonlisäverokannan alenemisen vaikutuksesta harmaaseen talouteen ovat haastateltavat yhtä mieltä. Vaikka lama lisää harmaata taloutta, sen houkuttavuus vähenee samalla kuin verovilpistä saatu hyöty. Sinivuori toteaa tärkeimmäksi alueeksi harmaassa taloudessa olevan työnantajakustannukset, joiden korkeus houkuttaa epärehellisempiä yrittäjiä palkkaamaan pimeätä työvoimaa. (Sinivuori 2010.) Lapin mielestä suurin yksittäinen harmaaseen talouteen vaikuttava tekijä on viranomaisten tarkastustoiminnan vähäisyys. Hänen mukaansa lisäämällä tarkastustoimintaa saataisiin vähennettyä harmaata taloutta ja verotulot lisääntyisivät. (Lappi 2010.)

Tulevaisuudessa Lappi kertoo MaRan jatkavan alan kilpailu vääristymien korjaamista. Seuraavaksi halutaan kiinnittää huomiota ilman anniskelulupaa tapahtuvaan alkoholin anniskeluun tilaus- ja pitopalvelutoiminnassa. (Lappi 2010.)

8 TULOKSET

Suoritettuani sekä omaehtoista arvioivaa laskentaa ja tehtyäni kolme haastattelua olen saavuttanut kaiken tarvittavan tiedon yhteenvedon vetämiselle. Hankitun tiedon käsittelyssä ja prosessoinnissa on ensiarvoisen tärkeää ymmärtää eri intressiryhmien tavat katsoa asioita omalta kannaltaan. Koska tulevaisuuden arvioinnissa ja määrittelemisessä ei koskaan tule olemaan yhtä oikeaa totuutta, ei sellaisena pidä kenenkään mielipidettä myöskään pitää. Seuraavassa pyrin kuitenkin kokoamaan yhteen kaiken koostamani tiedon ja muodostamaan erinäisiä skenaarioita arvonlisäverokannan muutoksen vaikutuksesta ravintola-alaan. Omat näkemykseni ja johtopäätökseni kerron luvussa 9.

8.1 Nykytilanne

Keväällä 2010 on Suomessa nähtävänä laman vaikutukset sekä työllisyyteen että yritysten kannattavuuteen. Kuten Timo Lappi haastattelussa toteaa, palveluiden kysyntä on vähentynyt vuodesta 2008. Tällä on suora vaikutus ravintola-alan työllisyyteen (Lappi 2010). Vaikkakin yrittäjä Jaakko Sinivuori on laajentamassa liiketoimintaansa uuden ravintolan muodossa ja on sitä varten palkkaamassa uutta henkilökuntaa, toteaa hän nykyhetken työllistämiskustannuksien olevan niin korkeat ja kysyntä entistä heikompaa, ettei se kannusta tai mahdollista uusien työntekijöiden palkkaamista muihin hänen omistamiinsa ravintoloihin. (Sinivuori 2010.)

MaRa on ajanut arvonlisäverokannan alenemista vuodesta 1995, heti arvonlisäverotuskäytännön voimaantulon jälkeen. Se on perustellut verokannan laskemisen tarvetta argumentoimalla työllistävällä vaikutuksella ja vääristyneellä kilpailutilanteella kaupan myymiin elintarvikkeisiin nähden. Tämän johdosta julkisuudessa on ollut esillä työllisyyttä puoltavia lukuja, joidenka mukaan ravintola-alalle tulisi 2000–8000 uutta työpaikkaa. Koska nykyhetki poikkeaa taloudelliselta tilanteeltaan hyvin paljon menneestä, todella paljon jopa läheisen vuoden 2007 tilanteesta, ei muutoksen yhteiskunta ole enää sama. Ravintolapalveluiden kysyntä on ollut laskusuhdanteessa jo useamman vuoden. Siksi Timo Lapin rehellinen toteamus siitä, että todellisuudessa työpaikkoja ei nyt syn-

ny, vaan ravintola-alalla säästyy 3000 työpaikkaa, kuulostaa todennäköisemmältä (Lappi 2010).

Todettavaa on, että MaRa ravintoloiden etujärjestönä ajaa ravintoloidensa etua uskoen korkean arvonlisäverokannan vähentävän ravintoloiden liikevaihtoa. Ajaakseen asiaa eteenpäin MaRa perustelee arvonlisäverokannan alenemisen tärkeyttä ja valtiontaloudellista merkityksellisyttä erinäisin seikoin, joiden perusteet pohjautuvat tieteellisyyden sijasta arvioihin. Kun kilpailua vääristävään arvonlisäverotukselliseen epäkohtaan on puututtu ja arvonlisäverokannat yhtenäistetty, on MaRalle kenties toissijaista se, alenevatko hinnat todella. Kuten Timo Lappi (2010) haastattelussa totesi, vaikka etujärjestö kehottaakin jäseniään siirtämään alennuksen täysimääräisenä hintoihin, se ei tule valvomaan, tapahtuuko todellisuudessa niin.

Nykyisen tilanteen vertaamisessa heinäkuun 2010 jälkeiseen tilanteeseen on perusteltua pitää mielessä veromuutosta edeltäviä hintoja, joita olen kolmen ravintolan osalta koostanut luvussa neljä. Kun katsotaan esimerkiksi Rosson hinnoittelua marraskuulta 2009, voidaan tehdä hintojen suhteen suoraa vertailua tuleviin uusiin hintoihin. Nämä tiedot ovatkin nyt dokumentoituna työssä, jolloin mahdollista lisätutkimusta tekevillä on tekstistä poimittavissa hyödyllisiä tietoja. Samalla kirjoitushetken tilanne on konkreettisesti havainnoitavissa.

8.2 Optimistinen skenaario

Kuluttajan ja valtionkin kannalta optimaalisessa tilanteessa ravintolat siirtävät arvonlisäverokannan alennuksen vaikutuksen suoraan hintoihin ja 1.7.2010 hinnat laskevat 7,4 %. Tätä mieltä olivat myös kaikki haastateltavat. He uskoivat myös, että alennuksien siirtyminen hintoihin on myös ravintola-alan kannalta paras ratkaisu. (Sinivuori 2010; Lappi 2010; Puurula 2010.)

Optimistisimmassa skenaariossa työllisyysvaikutus on täysimääräinen, ja työllisyys lisääntyy kysynnän kasvun seurauksena 3000 uudella työpaikalla. Tällöin ravintolat siirtäisivät alennuksen täysimääräisenä hintoihinsa ja kuluttajat kävisivät entistä useammin ulkona syömässä. Ravintolapalveluiden kysyntä kohoaisi uuteen huippuunsa ja työllistävä vaikutus olisi toteutettu.

Valtionvarainministeriön Markku Puurula kertoo VATT:n laskentamallilla hotelli- ja ravintola-alalle kohdistuvan 3000 uutta työpaikkaa. Samaa lukua MaRa on viimeisimmissä tiedotteissaan ajanut. Yrittäjä Jaakko Sinivuori (2010) ei kuitenkaan usko nopeaan työllisyysvaikutukseen vaan pitkän aikavälin positiivisiin vaikutuksiin.

Asiantuntijoiden mielipiteeseen on helppo yhtyä. Arvonlisäverokannan alenemisen siirtäminen hintoihin on ensiarvoisen tärkeää, jotta sekä kuluttajien että valtionhallinnon luottamus ravintola-alaan säilyy. Arvonlisäverokannan alenemisessa ei saa sortua samaan ansaan kuin parturi-kampaamoalan vastaavassa tilanteessa vuonna 2007, jolloin alan arvonlisävero laski 22 prosentista 8 prosenttiin. Kuluttajaviraston tekemässä selvityksessä ilmeni, että 52 % yrityksistä oli laskenut hintoja, mutta 48 % oli pitänyt hinnat ennallaan tai jopa nostanut niitä. (Kuluttajavirasto 2007.) Koska aihe on ollut jatkuvasti esillä, osaavat kuluttajat myös tarkkailla ja odottaa arvonlisäverokannan alenemista. Laskematta jättäminen ei jää medialta ja suurelta yleisöltä huomioimatta.

Mielenkiintoista ja merkillepantavaa on myös se, että jos veronalennus siirtyy hintoihin ja ravintolat käyttävät tätä tietoa yhtenä markkinointistrategiana, on kuluttajien kiinnostus ravintolassa syömiseen herätetty. Jos markkinointi saadaan suoritettua onnistuneesti ja kuluttajat omaksuvat mielikuvan aiempaa edullisemmista hinnoista voivat heinäkuussa ravintoloiden asiakaskäynnit lisääntyä paljonkin.. Uudet asiakkaat voisivat kiinnostua käymään ulkona, ja ravintolakulttuurissa voitaisiin siirtyä uuteen aikaan. Uuden sukupolven luomaan ravintolakulttuuriin kehitykseen uskoo myös haastateltu Sinivuori (2010).

8.3 Uskottava skenaario

Toisessa skenaariossa veronalennukseen lupautuneet ravintolat alentavat hintojaan hetkeksi, mutta aloittavat samalla vähittäin tapahtuvan hintojen nostamisen muihin kasvaaviin kustannuksiin vedoten. Yrittäjän on kuitenkin yritettävä kasvattaa voittoa ja parantaa kannattavuuttaan. Kun hintojen alhaisuus ei enää olisikaan todellista, jäisivät mahdolliset uudet asiakkaat saamatta ja työllisyysvaikutus jäisi alhaiseksi. Onnistuneella markkinointistrategialla pitää pyrkiä ylläpitämään ajatusmaailmaa edullisuudesta ja houkutella uusia asiakkaita ja saada vanhatkin pysymään. Tällöin hintojen korotukset eivät välttämättä kohoaisi alkuperäisiin, alennusta edeltäneisiin hintoihin saakka.

Koska arvonlisäverokannan aleneminen tulee olemaan yksi vuoden mediatapahtuma, on se todennäköisesti esillä useasti monissa tiedotusvälineissä. Tällöin ravintoloiden pitää laskea hintoja lupauksien mukaisesti, jolloin yleisö saa haluamansa. Mutta kukaan ei kuitenkaan tarkkaile ravintoloiden hintakehitystä jatkuvasti. Ymmärrettävää on, että ravintola-alan tuottoprosentti on alhainen ja jokainen yrittäjä pyrkii tuottamaan mahdollisimman paljon voittoa. Jos myynti pysyy liian pienenä, on katteita hilattava ylöspäin ja kustannuksia leikattava tuoton saamiseksi. Pitkällä tähtäimellä on hyvä, että yritykset toimivat hyvin ja tekevät tulosta. Silläkin on positiivinen vaikutus työllisyyteen.

Tässäkin tapauksessa oletettavaa olisi, että ravintola-alan työpaikat säilyisivät ja uusia syntyisi. Määrä ei kuitenkaan olisi luvatus 3000–4000 kaltainen vaan vähäisempi. Työllisyysvaikutus pikemminkin auttaisi säilyttämään jo olemassa olevia työpaikkoja, kuten Lappi (2010) haastattelussa toteaa. Tulevaisuudessa ravintola-ala kuitenkin kokisi jonkinlaisen imagollisen kohennuksen, joka osaltaan parantaisi ravintolapalveluiden kysyntää.

Haastatteluissa on ollut havaittavissa yhteinen positiivinen käsitys siitä, että Suomen hintataso alkaisi lähestyä yleistä eurooppalaista keskitasoa, jolloin matkailuala voisi kokea myös piristystä. Timo Lappi (2010) huomautti haastattelussaan, että ravintola-ala liittyy oleellisesti matkailuun. Sinivuoren (2010) mielestä yksittäisen tuotteen edullisuus ei yksinään houkuttele matkustajia, mutta saattaisi lisätä turistien ostohalukkuutta Suomessa oleskeluaikana. Puurula (2010) toteaa Suomen vetovoiman mahdollisesti paranevan, jos suomikuva muuttuu kohtuuhintaisemmaksi. Kuinka paljon matkailijoiden matkakohteen valintaan sitten todella vaikuttaisi 7,4 prosentin hinnanalennus, jää nähtäväksi.

8.4 Huonoin mahdollinen skenaario

Huonoimmassa mahdollisessa tilanteessa ravintolat eivät siirrä veronalennusta hintoihin edes osin. Näin tehdessään ravintola-alan yrittäjät pyrkisivät nostamaan myynnistä saatavaa katettaan ottamalla verohyödyn itselleen. Tällöin kysynnän kasvusta saatavaa työllisyyttä ei synny. Sinivuori toteaa tosin, että vaikka alennus ei näkyisikään hinnoissa, voi se vastuullisten yrittäjien yrityksissä näkyä kehityksenä, jolloin uusia yksiköitä ja asioita kehitellään ja alan työllisyys sen kautta paranee. Hän pohtii, että alennus

näkyä jollakin tapaa yhteiskunnallisesti hyödyllisenä joka tapauksessa. (Sinivuori 2010.)

Ravintola-alan kehittyminen ei ole kuitenkaan mittari, jota hintojen alentamista odottava suuri yleisö ymmärtää. Tällöin ravintoloille ei ainakaan tulisi uusia asiakkaita, vaan asiakasmäärät voisivat olla jopa laskevia mahdollisten protestien kautta. Lisäksi valtiovarainministeriö ilmoitti seuraavansa tilanteen kehitystä, jolloin asiaan saatettaisiin puuttua jollakin tapaa, vaikka nostamalla verokantoja (Puurula 2010.)

9 PÄÄTÄNTÄ

Arvonlisäverokannan aleneminen on voimakkaita mielipiteitä synnyttävä asia. Siinä missä toiset uskovat vakaasti tilanteen parantavan alan kysyntää, suhtautuu osa asiaan hyvinkin epäluuloisesti ja negatiivisesti. Ravintolapalveluiden alv:n alenemisen sanotaan helpottavan pienituloisia, mutta samalla mediassa on argumentoitu, etteivät ”köyhät” käy ulkona syömässä. Joka tapauksessa, alv:n alentamista on ajettu jo vuodesta 1995 lähtien, joten sen toteutuminen viimein on alalle varmasti äärimmäisen tyydyttävää.

Ennakkoon voisin ajatella, että merkityksellistä verokannan muuttuessa on tarkkailla laskun vaikutusta erityyppisten ravintoloiden hintoihin. Samoin tulee olemaan mielenkiintoista huomioida, kuinka paljon eri ravintolaryhmittymät käyttävät hintojen alenemista markkinointikikkana ja kuinka paljon ravintoloiden kysyntä kasvaa. Oletettavaa on, että suuremmat ketjut, kuten S-ryhmä, korostavat tulevassa mainonnassaan hintojen laskua. Tarkkailtavan arvoista on myös kysynnän kasvun mittaaminen ja sen vaikutus työllisyyteen. Vahvasti markkinoituna uutena edullisuutena voi ravintolapalveluiden kysyntä saavuttaa jonkinlaisen piikin kesäkaudella. Pelkkä lyhyen ajan tarkkailu ei kuitenkaan riitä. On huomioitava myös, onnistutaanko kysyntä pitämään korkealla vielä syksyn saapuessa, vai palataanko suoraan edellisen syksyn lukemiin.

Kun pohdin haastatteluissa ja lehtikirjoittelussa julkaistuja seikkoja on mielestäni ehkä kuitenkin kyseenalaista, voiko MaRa lokakuussa 2009 julkaistussa tiedotteessaan ajaa 3000–4000 uutta ja säilyvää työpaikkaa, kun kysymyksessä todellisuudessa ovatkin lähes ainoastaan säilyvät työpaikat. Yhteiskunnan tilanne ja laman vaikutus koko Suomen olivat silloin jo tiedossa. Tosin on ymmärrettävää, että etujärjestö ajaa asiaa eteenpäin esittämällä parhaita mahdollisia vaihtoehtoja.

Veronalennuksen toteutuminen on pitkän ajan lobbauksen ja hallituspuolueiden vaalilupauksien yhtyeensulautuneiden tavoitteiden tulos. Tähän ovat kiinnittäneet muutkin huomiota: taloustieteen professori Matti Virén kummastelee suomalaista tapaa antaa poliittisten paineiden ja lobbaajien vaikuttaa verotuksen valmisteluun. Hänen mukaansa ravintolaruoan arvonlisäverokannan aleneminen on verojojoilua, joka ei tule alentamaan

ravintolassa myytävän ruoan hintaa. (Kauppalehti.fi 2010.) Voidaankin aiheesta epäillä verokannan alhaisuuden pysyvyyttä.

On kuitenkin muistettava että sellaista demokraattista valtiota, jossa lobbarit ja poliittiset paineet eivät vaikuttaisi päätöksentekoon, ei ole. Suomalaisessa yhteiskunnassa on kautta aikain vaikutettu poliittiseen päätöksentekoon eduskunnan ulkopuolelta. Nykyisin asiaan suhtaudutaan uudenaikaisella herkkyydellä lähinnä voimakkaasti julkisuudessa olleen vaalirahakohun takia, joka heikensi Suomen asemaa maailman vähiten korruptoituneena maana. Vaalirahakohun keskiössä oli Kehittyvien maakuntien Suomi yhdistys, joka rahoitti avokätisesti tiettyjä ehdokkaita vuoden 2007 eduskuntavaaleissa.

Heinäkuussa 2010 voitaneen huomata, että mielikuva edullisuudesta ja hintojen todellinen lasku eivät kuitenkaan välttämättä kohtaa, koska hinnat eivät laske niin huomattavan paljoa. Lisäksi kuluttajia saattaa hämätä lehdistössä yleisenä virheenä kirjoitettava yhdeksän prosentin hinnanlasku, kun kysymyksessä onkin yhdeksän prosenttiyksikön lasku, jonka vaikutus ravintolan hintoihin on 7,4 %. Samoin yleisessä ja muissa arvonlisäverokannoissa tapahtuva prosenttiyksikön korotus nostaa hintoja 0,89 prosenttia. Pienemmillä luvuilla erotus ei ole niin suuri kuin suuremmilla.

Havainnollistavan Rosso-esimerkin mukaisesti (luku 4.3) pippuripihvin hinta laskisi 42,4 eurosta 39,3 euroon, jolloin hinta alenisi 3,1 euroa. Mietittävä on, voisiko tämän kaltainen hinnanalennus lisätä kysyntää ja nostaa ravintoloiden myyntiä niin paljon, että uusia työpaikkoja syntyisi. Oletettavaa kuitenkin on, että 2010 tulee olemaan vahvasti laman vaikutuksen alla oleva vuosi, jolloin ihmiset tarkkailevat entistä enemmän omaa rahankäyttöään. Edullisemmissa tuotteissa alennus on euromääräisesti vieläkin pienempi. Esimerkiksi pitsan hinta laskisi 0,80 euroa, jolloin uusi hinta olisi 10,10€

Mielestäni, kuten aiemmin totesinkin, suurin kysyntää kasvattava seikka on alv:n alennuksen mainostaminen. Ainakaan omalta osaltani en voisi sanoa, että pitsan hinnan aleneminen 0,80 eurolla lisäisi ostointoani. Toisaalta, kun asiakas on saatu ravintolaan, voi hän, psykologisesti asetettujen ennakko-olettamuksien mukaisesti, pitää hintoja huomattavasti alhaisempina ja lisätä keskiostonsa summaa. Pääruoan alennuksen vuoksi voidaan tilata jälkiruokaa. Tässäkin tarjoilijan ammattitaito ja lisämyyntikyky ovat omat tekijänsä.

Lisäksi voidaan pohtia, millaisten ravintoloiden kysyntä kasvaisi. Yleisesti on todettavissa, 1990-laman mukaisesti, laman lisäävän erityisesti edullisen pikaruuan kysyntää. Houkuttako halventunut hampurilainen yhä ylipainoistuvaa kansaa entistä useammin purilaiselle vai olisiko mahdollista, että nämä ihmiset siirtyvät hieman kalliimpiin ravintoloihin? Näin asiakasmäärien kasvun vaikutus kohdistuisi koko ravintola-alalle pelkän pikaruuan suosion kasvun sijaan. Huippuravintoloiden kysyntään hintojen aleneminen ei välttämättä vaikuttaisi, koska heidän asiakaskuntansa ei ole niin hintaorientoinutta.

Jos olen yltiöoptimistinen ja uskon vahvasti kaikkien ravintoloiden siirtävän alennuksen suoraan hintoihin ja palkkaavan kasvavaan kysyntäänsä uusia työntekijöitä, tarkoittaisi se 1500 uutta työpaikkaa, luvussa 5 suoritettujen suuntaa antavien laskujen mukaisesti 4 %:n kasvua ravintola-alan liikevaihtoihin. Tämä on puolet arvioidusta 3000 uudesta työpaikasta. Haastateltavista asiantuntijoista Markku Puurula uskoo ravintolapalveluiden tuotannon kasvavan 3,4 %, joka osaltaan tukee laskelmia. Tämä skenaario voisi mielestäni olla ideaalitulanteessa jopa mahdollinen, koska uskon kysynnän, ainakin hetkellisesti, kasvavan.

Nykyinen taloudellinen tilanne ei kuitenkaan mielestäni mitenkään mahdollista puheissa olleita 3000–4000 uutta työpaikkaa. Olen tätä mieltä lähinnä siksi, että se edellyttäisi ihmisten ostovoiman paranemista, kysynnän voimakasta kasvua ja ravintolapalveluiden käytön sulautumista osaksi ihmisten arkea entistä enemmän. Muiden arvonlisäverokantojen kokiessa yhden prosenttiyksikön nousun heikentyy kuluttajien ostovoima. Alv-kantojen nousu vaikuttaa tiukemmin pienituloisiin, jolloin ”irtonaista” rahaa ravintolapalveluihin käytettäväksi ei ole.

3000 uutta työpaikkaa vaatisi kysynnän pitkäaikaista kasvua ja ravintolakulttuuria kohtaan olevan asenteen muuttumista. Kuten Sinivuori haastattelussa totesinkin, on ravintolakulttuuri Suomessa vielä kohtalaisen uusi asia. Erityisesti vanhemmilla ihmisillä on vielä omia ennakkoasenteita ulkona syömistä kohtaan. Oma isoäitini käy juhlapalveluiden järjestämässä ”pidoissa” eläkeläisryhmän kanssa syömässä, mutta varsinaiseen ravintolaan menemisen kynnys on todella korkea. Samasta syystä seisovan pöydän suosio on Suomessa huomattava. Ravintolaruoka mielletään kalliiksi, mutta seisovassa pöydässä koetaan, että saa syödä koko rahan edestä.

Kaikkein realistisimmalta kuulostaakin mielestäni tilanne, jossa ravintolat kyllä siirtävät alennuksen hintoihinsa, mutta työllisyysvaikutuksen suuruus jää vähäisemmäksi. Ala kokee olevansa suurennuslasin alla, jolloin alennuksen siirtämättä jättäminen saisi aikaan negatiivista julkisuutta joka taas osaltaan vähentäisi edelleen nykyistä, pienentyntä kysyntää. Tähän ei mielestäni ole varaa. Ravintola-alan saama positiivinen julkisuus alennuksen johdosta voisi taasen herättää kuluttajien mielenkiinnon ja saada heidät käymään ravintoloissa useammin, ainakin aluksi. Tällöin ravintola-ala kasvaisi ja työllistäisi. Kehitys olisi jatkuvaa, jos uudet asiakkaat saataisiin jäämään ravintolan asiakkaiksi. Näin Sinivuoren ounastelema pitkän tähtäimen kasvu voisi ollakin todellinen.

Uskon kuitenkin suurimman osan ravintoloista siirtävän alennuksen suoraan hintoihinsa, kokonaisuudessaan tai osin. Alennuksen vaikutus ravintolapalveluiden työllisyyteen on kuitenkin vaikeasti määriteltävissä, erityisesti säilyvien työpaikkojen osalta. Työllisyysvaikutuksen kokonaismäärän arviointi onkin mahdotonta. Uusien syntyvien työpaikkojen kokonaismäärä voitaneen kuitenkin hahmottaa tiettyjen rajojen puitteissa. Mielestäni uskottavimmassa skenaariossa hintojen alentaminen alkaa nostaa ravintolapalveluiden kysyntää aluksi enemmän ja sitten hieman hiipuen. Parhaimmassa tapauksessa kysynnän kasvu jatkuisi, vaikka hitaastikin, jolloin työllisyysvaikutus olisi hidasta, mutta pysyvämpää.

Arvonlisäverokannan alenemisen todellinen vaikutus ravintola-alan mahdolliseen elpymiseen tulee olemaan havaittavissa tarkkailemalla kysynnän kasvua, tuloksessa tapahtuvia muutoksia ja työllisyyden kohenemista/heikkenemistä. Tämä huomioiden, tulee aiheessa olemaan paljon havainnoitavaa ja analysoitavaa materiaalia, erityisesti laman vaikutuksen heiketessä. Mielenkiintoista onkin ajatella, mikä olisi verokannan alenemisen vaikutus ollut, jos se olisi ajoitettu ravintolapalveluiden kysynnän huippukohtaan, nykyisen elvyttävän funktion sijasta.

Koska suorittamani tutkimus perustuu oletettavan vaikutuksen määrittämiseen, luo se paljon mahdollisuuksia uusien opinnäytetöiden pohjaksi. Tarvittava taustatyö on jo työssäni tehty, jolloin seuraavalle tutkijalle jää luomieni skenaarioiden todenperäisyyden tarkistaminen ja tekstissä luomani tulevaisuuden vahvistaminen tai kumoaminen. Ajatuksissani olisi jo monia työtäni mahdollisesti jatkavien opinnäytetöiden tutkimuskohteita ja avoimiksi jäävien kysymyksien määrä kiehtoo minua.

Voiko olla, että arvonlisäverokannan aleneminen on luonut ravintola-alalle täysin uuden toimintaympäristön, jolloin siihen johtaneiden syiden tulkinnassa on hyödyllistä tarkastella dokumentoituja mielipiteitä? Kuinka markkinoinnissa on käytetty hyväksi verokannan laskua? Mikä on markkinointitoimenpiteiden todellinen merkitys ravintolapalveluiden kysynnän kasvussa? Kuinka veronalennus todellisuudessa siirtyi hintoihin ja kuinka pitkäksi aikaa? Mikä oli työllistävä vaikutus todellisuudessa? Huimia kysymyksiä, jotka valitettavasti kaikki jäävät osaltani täysin avoimiksi.

Tutkimusta suorittaessani olen kiinnostunut enenevässä määrin arvonlisäverotuksesta ja työvoimapoliittisista kysymyksistä. Hotelli- ja ravintola-alan työllisyyskysymyksissä vastauksia olen hakenut tätä työtä varten lähinnä työnantajan näkökulmasta, koska päämääränäni oli selvittää oletettavia vaikutuksia ravintola-alaan. Perustellusti työnantaja-puolella on enemmän valmiiksi pureksittuja ajatuksia kannattavuudesta ja työllisyyden vaikutuksista. Muut valintani lähdemateriaalista ja haastateltavan valinnasta perustuvat tätä tiettyä puolueellisuutta vastaan.

Kiinnostuessani aiheesta on minulle luonteenomaista perehtyä kokonaisuuteen ja sen moniin haaroihin täydellisesti. Perusteellisuuteeni sisältyy vaara siitä, että työni alkaisi aiheesta kirjoittamisen sijaan kattaa kaiken maan ja taivaan väliltä. Siksi kannaltani äärimmäisen tarpeellisia ovat olleet opinnäytetyön ohjaustilanteet, joissa uskaliaimmilta ajatuksiltani on hellävaraisesti katkaistu siivet. Haluankin lopuksi kiittää molempia opinnäytetyön ohjaajani kärsivällisyydestä ja avusta.

Samoin kuin lukemani kirjallisuus vaikuttaa omaan kehitykseeni ja elämänvalintoihini, auttavat opinnäytetyön kaltaiset suuret kirjalliset kokonaisuudet määrittelemään omia kiinnostuksen kohteita suuntaamalla ajatuksia uusille suunnille. Tästä eteenpäin.

LÄHTEET

- Arvonlisäverolaki 1501/1993. Finlex.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931501>
- City-lehti. 2009. Alvi alas! 16/2009 Luettu 10.11.2009.
<http://www.city.fi/artikkeli/Alvi+alas/3157/> (16/2009)
- Gopal. 2009. Luettu 10.11.2009 <http://www.kasvisravintolagopal.fi/index.html>
- Euroopan unionin neuvosto. 2009. Neuvosto pääsi yhteisymmärrykseen alennetuista alv-kannoista tietyillä aloilla. [Lehdistötiedote] Päivitetty 10.03.2009. Tulostettu 23.09.2009.
http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/fi/misc/107196.pdf
- Eurooppa-tiedotus. 2009. EU-maat sopivat ravintolaruoan arvonlisäveron alentamisesta. Päivitetty 20.03.2009. Luettu 23.09.2009.
<http://www.eurooppatiedotus.fi/public/default.aspx?contentid=161102&contentlan=1&culture=fi-FI>
- Europa. 2009 Yhteinen arvonlisäverojärjestelmä. Päivitetty 30.5.2009. Luettu 16.11.2009. http://europa.eu/legislation_summaries/taxation/131057_fi.htm
- Finlex. 2008. laki arvonlisäverolain 85§ muuttamisesta. Päivitetty 5.12.2008. Tulostettu 23.09.2009. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2008/20080785>
- Heikkilä, P. & Viljanen, R. 2000. Yritystoiminta hotelli-, ravintola- ja matkailualalla. Neljäs painos. Juva. WS Bookwell Oy.
- Helsingin Sanomat. 2006. Vanhanen hoputtaa puolueita verokeskusteluun. (11.10.2006.) 5.
- Honkanen, R. & Wahlfors, L. 2008. Monitorointihanke 2007. Julkaisu. Sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskus. (23.04.2008)
http://www.sttv.fi/Monitorointihanke%202007_170408.pdf
- Karvonen, A. 1995. Ravintolat vaativat arvonlisäveron alennusta. Helsingin Sanomat (13.9.1995.)
- Kauppalehti.fi. 2010. Professori: Verojojoilu seis. Päivitetty 28.1.2010. Luettu 5.2.2010.
<http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/uutinen.jsp?oid=2010/01/30053>
- Korhonen, P. 2009. Kauppa ei köyhyd alv-muutoksesta. Taloussanomat (23.9.2009.)
- Korpela, V. 2009. Yritysverotuksen suuret muutokset jo valmisteilla. Taloustaito yritys (1). 6-9.
- Kuluttajavirasto. 2007. Arvonlisäveron alennuksen vaikutuksia kampaamohintoihin selvitetty. Päivitetty 06.06.2007. Luettu 16.09.2009. <http://www.kuluttajavirasto.fi/Page>

- /fea4b886-bf73-444f-927f-6bc787f11ac4.aspx?announcementId=570697d7-bd82-4261-8486-3657ccbae835&groupId=ca12b07e-d2cc-40df-b4d4-9318c32ade57
- Lankinen, H. 2005. Ruokatarjoilun alv-alennus toisi alallemme lähes 3000 työpaikkaa. Vitriini (8) 16.
- Lankinen, H. 2009. Arvonlisäverotuksen rakennemuutos lisää työllisyyttä. Vitriini (8). 16–18.
- Lappi, T. 2010. Haastattelu 28.1.2010.
- Linnakangas, E. & Juanto, L. 2008. Arvonlisäverotus ja muu kulutusverotus. Kuudes painos. Helsinki: Talentum.
- MaRa 2009a. Hinnanalennukseen sitoutuneet MaRan jäsenravintolat I- II. Päivitetty 29.12.2009. Luettu 4.1.2010. <http://www.mara.fi/?file=882>
- MaRa. 2009b. Ravintolapalveluiden arvonlisäveron alentaminen. Päivitetty 16.10.2009. Luettu 16.11.2009. <http://www.mara.fi/?file=693>
- MaRa. 2009c. Tilinpäätöstilastot 2007. Päivitetty 28.1.2009. Luettu 10.12.2009. <http://www.mara.fi/index.php?file=336>
- Murtomäki, O. 2008. Yrittäjän arvonlisäverokirja. Kolmas painos. Helsinki: Verotieto Oy.
- Myrsky, M. & Ossa, J. 2008. Verotuksen perusteet. Helsinki: Talentum
- PAM. 2008. Majoitus- ja ravitsemisalan työntekijöiden työehtosopimus 1.10.2007-31.3.2010.
- Puurula, M. 2010. Opinnäytetyöhön ja puheluun 21.1 liittyen.[Sähköposti] 21.1.2010.
- Rastas, A. 2009. Hella & Huone, cuisine authentique. Luettu 10.11.2009. <http://www.hellajahuone.fi/>
- Rosso. 2009. <http://www.rosso.fi/etusivu.html> Luettu 10.11.2009.
- Salin, M. 2009. Verotili käyttöön ensi vuonna. Taloustaito yritys. (4) 6-9.
- Sinivuori, J. 2010. Haastattelu. 22.1.2010.
- Tolvanen, K. 2005. Veroale toisi pannujen ääreen 2500 uutta työntekijää. Aamulehti. (18.11.2005.)
- Valtiovarainministeriö. 2009a. Budjettikatsaus 2010. Luettu 18.11.2009. http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/01_budjetit/Bk_2010_suomi.pdf
- Valtiovarainministeriö. 2009b. Talousarvioesitys 2010. Päivitetty 15.9.2009. Luettu 4.12.2009. http://budjetti.vm.fi/indox/tae/2010/he_2010.html

Vanas, A. 2006. Ravintola-alv alas: tavalla tai toisella. Aromi (10) 15.

Verohallinto. 2009a. Työnantajien eläke- ja vakuutusmaksuja 2010. Päivitetty 11.12.2009. Luettu 17.12.2009.
http://www.vero.fi/?article=8603&domain=VERO_MAIN&path=5,40&language=FIN

Verohallinto. 2009b. Verotilin ohjeet. Päivitetty 1.9.2009. Luettu 6.11.2009.
<http://portal.vero.fi/Public/default.aspx?nodeid=7882>

Veronmaksajain keskusliitto ry. 2009. Arvonlisävero. Päivitetty 10.11.2009. Luettu 17.11.2009.
<http://www.veronmaksajat.fi/fi-FI/tutkimukset/jatila/tot/kulutusverotus/arvonlisavero/>

LIITTEET

Hella & huone Menu

LIITE 1.

Scampia, munakoisoa ja tomaattia
Scampi tails with aubergine and tomatoes

Hanhenkoipimakkaraa H&H
Goose leg sausage H&H style

Häränposkicanneloni ja valkotryffeli sabayonea
Beef cheek canneloni with white truffle sabayone

"Merivedessä" haudutettua taimenta ja kurpitsaa
Salmon trout braised in "sea water" with pumpkins

Peuranpaistia ja manteliperunaa
Roast of deer and almond potato fondant

Juustoja nyt ja ennen
Cheeses now and before

Mangoa, melonia ja laventelia
Mango with melon and lavender

Rommi Baba "Hot Dog"
Rhum Baba "Hot Dog"

Kolmen ruokalajin menu / Three courses menu 52€
Neljän ruokalajin menu / Four courses menu 58€
Kuuden ruokalajin menu / Six courses menu 70€
Kahdeksan ruokalajin menu / Eight courses menu 82€

Listalta on mahdollisuus tilata myös yksittäisiä annoksia.

ARVONLISÄVEROKANNAN ALENEMINEN

Nykyisyys

- 1) Kuinka olette tiedottaneet arvonlisäverokannan laskusta?
- 2) Kuinka todennäköisenä pidätte tällä hetkellä 3000–4000 uuden työpaikan syntymistä?
- 3) Kuinka paljon luulet ravintoloiden liikevaihdon prosentuaalisesti kasvavan?
 - (a) Vaikuttaako asia ravintolakulttuuria parantavasti?
- 4) Miten mahdollista ravintola-alaa elvyttävää vaikutusta voitaisiin mitata?
- 5) Uskotko alennuksen vaikuttavan myös matkailualan työllisyyteen parantavasti?
- 6) MaRa on suositellut jäsenilleen verohyödyn antamista kuluttajille, miten aiotaan seurata toteutuvatko 7,4 % alennukset täysimääräisinä?
- 7) Uskotko kireän kilpailutilanteen aiheuttavan veronalennuksen täysimääräisen siirtymisen kuluttajahintoihin? Millä aikavälillä?

Muutoksen näkyminen

- 1) Kerro näkemyksesi ravintoloista veromuutoksen jälkeen.
 - (a) Työllisyyden kannalta
 - (b) Ravintolakulttuurin kannalta
- 2) Kuinka muutos on vaikuttanut harmaaseen talouteen?
- 3) Kerro näkemyksestäsi Suomesta matkailumaana ravintola-alan veromuutoksen jälkeen.