



Sanna Kultala, Eeva Leppä-aho & Perttu Vartio

RAVINTOLARUOAN ARVONLISÄVERON ALENTAMISEN VAIKUTUS KULUTTAJAHINTOIHIN OULUSSA

**RAVINTOLARUOAN ARVONLISÄVERON ALENTAMISEN
VAIKUTUS KULUTTAJAHINTOIHIN OULUSSA**

Sanna Kultala,
Eeva Leppä-aho &
Perttu Vartio
Opinnäytetyö
Syksy 2010
Liiketalouden koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma, Liiketoimintaosaamisen suuntautumisvaihtoehto

Tekijät: Sanna Kultala, Eeva Leppä-aho & Perttu Vartio
Opinnäytetyön nimi: Ravintolaruoan arvonlisäveron alentamisen vaikutus kuluttajahintoihin Oulussa
Työn ohjaaja: Arja Itkonen
Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: syksy 2010 Sivumäärä: 56 + 3 liitesivua

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, siirtyikö 1.7.2010 voimaan tullut ravintolaruoan arvonlisäverokannan alennus kuluttajahintoihin. Lisäksi haluttiin tietää, minkä syiden takia ravintolat eivät laskeneet hintojaan arvonlisäveron alennuksen yhteydessä sekä kävikö ravintolaruoan arvonlisäveroalennuksen kanssa samoin kuin palveluyritysten arvonlisäveroalennuksen kanssa. Työn toimeksiantaja oli Oulun seudun ammattikorkeakoulu ja kiinnostus aiheeseen heräsi sen ajankohtaisuuden vuoksi.

Opinnäytetyössä käsiteltiin arvonlisäverotusta yleensä sekä seikkoja, jotka mahdollistivat ravintolaruoan arvonlisäverokannan muutoksen voimaantulon. Lisäksi käsiteltiin aikaisempia kokemuksia arvonlisäverokantojen muutoksista ja niiden vaikutuksista. Opinnäytetyön selvitysmenetelminä käytettiin hintojen keräystä ennalta valituista 56 ravintolasta sekä sähköpostikyselyä, joka lähetettiin noin 30 ravintolalle. Selvitykseen pyrittiin ottamaan mukaan mahdollisimman kattava otos Oulun keskustan alueelta. Hintojenkeruu suoritettiin neljä kertaa touko-lokakuun välisenä aikana. Jokaiselta ravintolalta valittiin etukäteen tuotteet, joita selvityksen aikana seurattiin.

Selvityksen mukaan ravintolaruoan arvonlisäveroalennuksen tulokset eivät olleet odotusten mukaiset. Todennäköisesti myöskään arvonlisäveroalennuksen toivotut vaikutukset eli esimerkiksi työpaikkojen lisääntyminen ravintola-alalla ei tule toteutumaan. Näyttää siis siltä, että ravintolaruoan arvonlisäverokannan muutoksen kohdalla tulee käymään samoin kuin palveluyritysten arvonlisäveroalennuksen kanssa. Myös syyt siihen, miksi alennusta ei siirretty hintoihin, ovat samansuuntaisia. Näyttää siltä, että ravintolaruoan arvonlisäveron alennus oli epäonnistunut toimenpite, koska ainoat hyödyn saajat olivat ravintolat.

Jatkossa voitaisiin selvittää, kuinka hinnat kehittyvät pitkällä aikavälillä eli nostavatko hintoja nyt laskeneet ravintolat hintansa entiselle tasolle ja vaikuttavatko mahdolliset hallituksen toimenpiteet jatkossa hintakehitykseen. Lisäksi olisi kiinnostavaa selvittää, minkälaiset vaikutukset ravintolaruoan arvonlisäveroalennuksella todella oli työllisyyteen.

Asiasanat: arvonlisävero, ravintolaruoka, MaRa, hinnat, työllisyys, kuluttaja

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Business Economics

Authors: Sanna Kultala, Eeva Leppä-aho & Perttu Vartio
Title of thesis: The effect of reduced value added tax for restaurant food on consumer prices in Oulu
Supervisor: Arja Itkonen
Term and year when the thesis was submitted: autumn 2010
Number of pages: 56 + 3 appendices

ABSTRACT

The purpose of this Bachelor's thesis was to study whether the reduced VAT for restaurant food on 1 July 2010 actually transferred to consumer prices. In addition, it was studied why the restaurants did not lower prices even though the VAT was reduced. Moreover, we examined whether the result of this reduction was identical to that of service firms. This thesis commissioned by Oulu University of Applied Sciences and the topic was selected due to its current nature.

The thesis deals with VAT in general and the circumstances which enable the changing of restaurant VAT. This thesis also summarizes previous experiences on changing the VAT rate and their related effects. The research methods consisted of collecting prices from the chosen 56 restaurants and of sending an e-mail survey to approximately 30 restaurants. The survey was constructed so that it included a wide range of restaurants in the Oulu city centre. Price information was collected four times between May and October 2010. From each restaurant certain products were chosen in advance and their prices were monitored.

According to the survey, the outcome of revising the restaurant VAT did not measure up with the expectations. It is also very likely that the desired consequences such as an increase in employment in the restaurant branch will not be realised. It seems that the VAT reduction for restaurant food will have the same result as the reduced VAT for service firms. Furthermore, the reasons why the reduction in taxes did not transfer to consumer prices are similar. Apparently the reduction in the restaurant food VAT was a failure, because the only beneficiaries are the restaurants.

It would be interesting to study further how the prices would develop in the long run and whether the restaurants with reduced prices would later return to their previous level. Another aspect for future studies could be the possible government actions and their influence on the price development. It would also be important to determine what actual type of effects the reducing of restaurant food tax has on employment.

Keywords: value added tax, VAT restaurant food, MaRa, prices, employment, consumer

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	ARVONLISÄVERO	8
	2.1 Taustaa	9
	2.2 Nykytilanne.....	11
	2.3 Arvonlisäverotus Euroopan unionissa	12
3	RAVINTOLA-ALAN KEHITYSNÄKYMÄT.....	16
	3.1 Hinnoittelu ja kuluttajakäyttäytyminen	17
	3.2 Työllisyys.....	19
4	RUOAN ARVONLISÄVEROTUS	20
	4.1 Elintarvikkeiden arvonlisäveron alennus vuonna 2009.....	21
	4.2 Ravintolaruoan arvonlisäveron alennus heinäkuussa 2010	22
	4.3 Elintarvikkeiden arvonlisäveron muutokset Euroopan unionissa.....	25
	4.4 Ravintolaruoan arvonlisäveromuutokset Euroopan unionissa – Ranska- CASE	25
5	AIKAISEMPIA KOKEMUKSIA PALVELUIDEN ARVONLISÄVERON ALENTAMISESTA SUOMESSA	28
6	SELVITYKSEN TOTEUTTAMINEN	31
7	TULOKSET	34
	7.1 Ruokaravintolat	35
	7.2 Etniset ravintolat.....	37
	7.3 Pizzeriat ja kebab-ravintolat	38
	7.4 Pikaruokaravintolat.....	38
	7.5 Lounasravintolat.....	39
	7.6 Kyselyn tulokset	40
	7.7 Yhteenveto	41
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	43
9	POHDINTA	49
	LÄHTEET	52
	LIITTEET	57

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää ravintolaruoan arvonlisäverotuksen alentamisen vaikutuksia kuluttajahintoihin. Ravintolaruoan arvonlisäveroalennus on astunut voimaan 1.7.2010 ja tällöin on tullut muutoksia myös kaikkiin muihin verokantoihin. Ravintolaruoan arvonlisäverokanta on laskenut 22 prosentista 13 prosenttiin ja muut verokannat ovat nousseet kukin yhden prosenttiyksikön. Ravintolaruoan arvonlisäveroalennuksesta johtuva verovaje jää valtion maksettavaksi, jolloin muiden verokantojen nostolla pyritään kattamaan osa tästä vajeesta.

Aiheesta on puhuttu mediassa jo elintarvikkeiden arvonlisäverotuksen alennuksen tultua ajankohtaiseksi, jolloin muun muassa Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry herätti keskustelua vaatimalla samaa alennusta myös ravintolaruoalle. Huolena oli, että elintarvikkeiden arvonlisäveroale vähentäisi ravintoloiden asiakasmääriä. Ravintolaruoan arvonlisäveroalennuksen odotetaan vaikuttavan kuluttajakäyttäytymiseen ja sitä kautta työllisyyteen.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry on matkailu-, hotelli-, ravintola- ja vapaaajan palvelualan ja niihin liittyvän hyvinvointipalvelualan edunvalvoja ja työmarkkinajärjestö. MaRa edustaa muun muassa ravintoloita, hotelleja, kylpylöitä, leirintäalueita, kahviloita, yökerhoja, catering-yrityksiä, pubeja, keilahalleja, festivaaleja, konserttitapahtumia sekä hiihtokeskuksia. MaRaan kuuluu 2400 jäsentä, joilla on yli 5700 toimipaikkaa ja ne työllistävät noin 60 000 henkilöä. Itsenäisenä työmarkkinajärjestönä ja Elinkeinoelämän keskusliiton jäsenenä MaRa vastaa sekä elinkeino- että työmarkkinapoliittisesta edunvalvonnasta ja palveluista. (Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa ry 2010, hakupäivä 19.9.2010.) MaRa ry:llä on ollut keskeinen rooli alennetun arvonlisäverokannan käyttöönotossa ravintolaruoan verotuksessa.

Aihe on kiinnostava, koska ravintolaruoan arvonlisäverokannan muuttaminen on ollut vireillä jo vuosien ajan ja muutokset kohdistuvat tavalliseen kuluttajaan.

Viimeisen sysäyksen muutokselle antoi elintarvikkeiden arvonlisäveron alentaminen sekä EU:n päätös, joka mahdollisti alennetun arvonlisäverokannan käytön ravintolaruoan verotuksessa.

Aikaisempi palveluiden arvonlisäveroalennus, joka kohdistui muun muassa parturi- ja kampaamoalaan, ei toteutunut odotetulla tavalla. Oletettiin, että alennus siirtyy kokonaisuudessaan kuluttajahintoihin parturi- ja kampaamoalalla sekä muilla pieniä korjauspalveluja tuottavilla aloilla. Näin ei kuitenkaan tapahtunut, joten nyt odotetaan mielenkiinnolla, kuinka 1.7.2010 voimaantulleelle ravintolaruoan arvonlisäveroalennukselle käy. Useat valtakunnalliset ravintolaketjut ovat julkisesti sitoutuneet siirtämään alennuksen suoraan kuluttajahintoihin, joten myös kuluttajat ja media seuraavat kiinnostuneina tapahtumien kulkua.

Alennuksen siirtymistä hintoihin selvitetään kuluttajanäkökulmasta ja lisäksi selvitetään yrityksen mahdollisia syitä olla siirtämättä alennusta hintoihin. Hintatietoja kerätään Oulun seudun ruokaravintoloista, jotka jaetaan erilaisiin kategorioihin toimintatavan ja tarjottavan ruoan mukaan. Opinnäytetyössä käytetään havainnointia hintojen seurannassa sekä selvitetään haastatteluin yritysten motiiveja hinnanlaskuun.

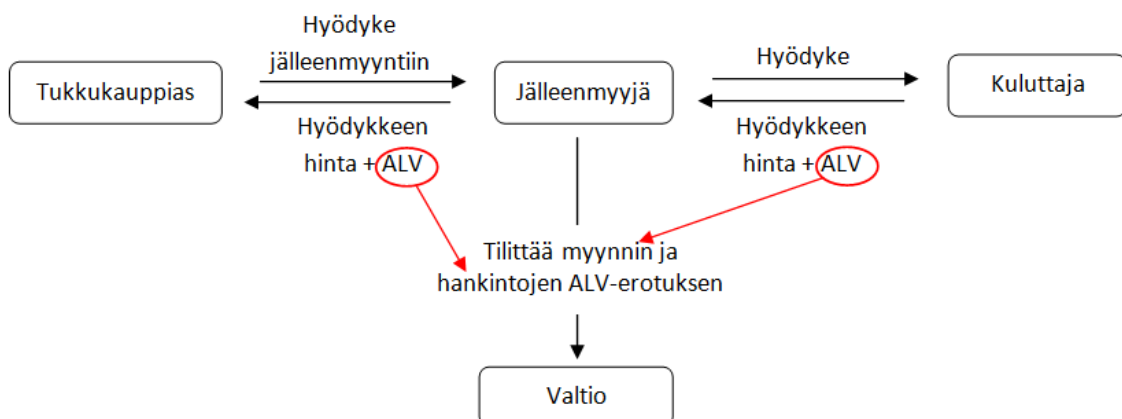
Pääkysymys on: siirtyykö arvonlisäveroalennus täysimääräisenä ravintolaruo-
kien kuluttajahintoihin? Alakysymyksiä ovat: Minkä syiden takia ravintolat eivät laskeneet hintojaan arvonlisäveron alennuksen yhteydessä? Käykö ravintolaruoan arvonlisäveroalennuksen kanssa samoin kuin palveluyritysten arvonlisäveroalennuksen kanssa?

Opinnäytetyössä kerrotaan elintarvikkeiden ja ravintolaruoan arvonlisäverotuksesta sekä yleisesti arvonlisäverotuksesta Suomessa ja Euroopan unionissa. Euroopan unionissa toteutuneista ravintolaruoan arvonlisäveron alennuksista on otettu esimerkiksi Ranska. Lisäksi kerrotaan ravintola-alan kehityksestä ja kehitysnäkymistä sekä palvelualalla aikaisemmin toteutetusta arvonlisäveroalennuskokeilusta, joka koski Suomessa parturi- ja kampaamopalveluita sekä eräitä pieniä korjauspalveluita. Tietoperusta koostuu muun muassa aiheita käsittelevistä kirjoista, laeista, artikkeleista, tutkimuksista sekä selvityksistä.

2 ARVONLISÄVERO

Arvonlisävero on kulutusvero, joka on käytössä laajalti Euroopan maissa. Euroopan lisäksi arvonlisäverojärjestelmää käytetään yhä kasvavissa määrin esimerkiksi Aasiassa ja Afrikassa. Kulutusvero on vero, jota maksetaan hyödykkeiden kulutuksesta. Kulutusveron piirteisiin kuuluu, että veron maksajia ovat hyödykkeiden kuluttajat. Kansainvälisessä kaupassa kulutusverolla tarkoitetaan verotulojen kertymistä ensisijaisesti hyödykkeen kulutusmaahan. (Nyrhinen & Äärilä 2010, 28–29.)

Arvonlisävero lasketaan verottomasta hinnasta eli veron perusteesta. Veron peruste sisältää muun muassa yrityksen myyntikatteen sekä muut kustannukset tuotteesta tai palvelusta. Arvonlisäveron maksavat tavaroiden ja palveluiden lopulliset kuluttajat. Kuluttajat eivät kuitenkaan tilitä arvonlisäveroa suoraan valtiolle, vaan se on välillinen vero, jolloin myyjäyritys tilittää arvonlisäveron kuluttajan puolesta. (Nyrhinen & Äärilä 2010, 28–29.) Myyjä tilittää valtiolle myynneistä ja hankinnoista syntyvien arvonlisäverojen välisen erotuksen (kuvio 1). Myyjä voi siis vähentää hankinnoistaan maksamansa arvonlisäveron, jolloin tämä vähennysoikeus estää veron kertaantumisen kuluttajahintoihin.



KUVIO 1. Arvonlisäveron kulku.

Vero kannetaan jokaisesta tuotanto- ja jakeluketjussa tapahtuneesta myynnistä, mutta jokainen porras suorittaa valtiolle veroa vain siinä portaassa syntyneestä arvonlisästä. Lopulliseen kuluttajahintaan sisältyy veroa verokannan mukainen määrä, joka on yhtä suuri kuin arvonlisistä maksettu vero yhteensä. Käytännössä veron kertaantuminen on estetty vähennysoikeuden avulla: tuotantopanosostoihin sisältyneen veron saa vähentää myynnistä suoritettavasta verosta. (Valtiovarainministeriö 2010, hakupäivä 19.9.2010.)

Arvonlisävero on tärkeä osa valtion tulolähteitä ja sitä tarvitaan erityisesti rahoittamaan julkisia menoja. Arvonlisäverotus vaikuttaa myös hintoihin, jolloin hyödykkeiden kysyntä ja tarjonta muuttuvat. Tällä on siten vaikutusta yritysten kannattavuuteen ja sitä kautta myös työllisyyteen. (Peltoniemi & Rauhanen 2006, hakupäivä 26.9.2010.)

Punakallion (2007, hakupäivä 28.9.2010) mukaan arvonlisäverotuksessa on tällä hetkellä vaihe, jossa mahdollisia verohelpotuksia ohjataan tuloverotukseen ja veronkiristystä toteutetaan tarvittaessa kulutusverotukseen. Esimerkiksi Saksassa yleistä arvonlisäverokantaa korotettiin kolmella prosenttiyksiköllä kompensoimaan julkisen sektorin rahoitusvajetta, mutta samalla yritysverotukseen suunniteltiin verohelpotuksia.

Suomessa kulutusverotus koostuu yhä enemmän arvonlisäverotuksesta. Sen sijaan erityisiä kulutusveroja on karsittu. Esimerkiksi vuonna 1965 erityiset kulutusverot muodostivat lähes 25 % koko verotuotosta, kun taas nykyään osuus on 10 %. Arvonlisäverotuksen merkitys lisääntyy, kun tuloverotusta kevennetään. (Punakallio 2007, hakupäivä 28.9.2010.)

2.1 Taustaa

Arvonlisäveron edeltäjän, liikevaihtoverotuksen, synty voidaan sijoittaa vuoteen 1916, jolloin ensimmäisen maailmansodan rahoitustarpeet johtivat kulutusveron syntymiseen. Ensimmäisenä tämä verotusmuoto otettiin käyttöön Saksassa, josta se myöhemmin levisi muuallekin Eurooppaan. On kuitenkin viitteitä, että jo antiikin Kreikassa on kerätty liikevaihtoveron kaltaisia veroja. (Tikka 1991, 25.)

Liikevaihtovero otettiin käyttöön Suomessa toisen maailmansodan jälkeen vuonna 1941. Liikevaihtoverolaki säädettiin kohentamaan valtion taloutta ja sen piti olla väliaikainen. Järjestelmä toimi kaksivaiheisesti. Tällöin tuottaja suoritti veron (6 % hyödykkeen hinnasta), kun myi hyödykkeen eteenpäin. Kauppaliike taas suoritti veron (4 % hyödykkeen hinnasta), kun hyödyke myytiin kulutukseen. Veron osuus kuluttajille myytävissä hyödykkeissä oli noin 8 %. Tukku-kauppaporras ei suorittanut lainkaan veroa myynnistään. (Tikka 1991, 25; Nyrhinen & Äärilä 2010, 25–26.)

Liikevaihtovero erosi arvonlisäverosta siinä, että läheskään kaikki hyödykkeet eivät kuuluneet liikevaihtoveron piiriin. Verovelvolliset yritykset eivät myöskään saaneet vähentää kaikkien ostojen arvonlisäveroa. Tämä yhdessä suppean veropohjan kanssa aiheutti sen, että liikevaihtoveron aikana tavaroiden sekä verottomien hyödykkeiden hintoihin sisältyi kertaantuvaa ja piilevää veroa. (Tikka 1991, 25; Nyrhinen & Äärilä 2010, 25–26.)

Vuonna 1991 tuli voimaan uusi liikevaihtoverolaki, joka oli hyvin samankaltainen kuin nykyinen arvonlisäverojärjestelmä. Kolme vuotta myöhemmin tuli voimaan vielä tänäkin päivänä käytössä oleva arvonlisäverojärjestelmä. (Nyrhinen & Äärilä 2010, 25.) Vuoden 1995 alusta Suomen liittyessä EU:hun tehtiin alvjärjestelmään mittavia muutoksia. Tällöin myös alkutuottajista tuli verovelvollisia. Arvonlisäveron soveltaminen oli edellytys EU-jäsenyydelle (Teppala 2006, 14; Valtiovarainministeriö 2010, hakupäivä 19.9.2010.)

Euroopan unionin arvonlisäverodirektiivi sitoo Suomea eikä Suomen arvonlisäverolaki voi poiketa direktiivin pakottavista säännöksistä. Muutokset Suomen arvonlisäverolakiin koskivat lähinnä veropohjan laajuutta ja ulkomaankauppaa. Suomi sai liittyessään Euroopan unioniin luvan soveltaa niin kutsuttua nollaverokantaa, jota sovellettiin muun muassa tilattaviin sanoma- ja aikakauslehtiin. (Nyrhinen & Äärilä 2010, 28.)

Ensimmäiseksi yleiseksi verokannaksi vuonna 1994 tuli 22 % ja alennetut verokannat olivat 12 % ja 5 %. Vuonna 1995 verokantoja muokattiin niin, että alennettuja verokantoja muodostui kolme, 17 %, 12 % ja 6 %. Vuonna 1998

12 %:n ja 6 %:n verokannat yhdistettiin 8 %:n verokannaksi. (Teppala 2006, 14.)

2.2 Nykytilanne

Vuoden 1998 arvonlisäverokannat pysyivät samoina lähes kymmenen vuotta vuoteen 2009, jolloin elintarvikkeiden ja rehujen arvonlisäverokanta aleni 17 %:sta 12 %:iin. Vuoden 2010 heinäkuussa tapahtui lisää suuria muutoksia arvonlisäverokannoissa. Tällöin ravintola- ja ateriapalveluiden arvonlisävero laski 22 %:sta 13 %:iin ja yleinen arvonlisäverokanta sekä molemmat alennetut arvonlisäverokannat nousivat kukin yhden prosenttiyksikön (taulukko 1). Voimassa olevan EU:n arvonlisäverodirektiivin mukaan nykyään sallitaan vain kaksi alennettua arvonlisäverokantaa (Valtiovarainministeriö 2010, hakupäivä 19.9.2010).

Alennettujen verokantojen lisäksi voidaan käyttää myös niin kutsuttua nollaverokantaa. Nollaverokanta tarkoittaa sitä, että tavara tai palvelu myydään loppukäyttäjälle verottomana, mutta myyjällä on oikeus vähentää toimintaa varten tekemiinsä hankintoihin sisältyvät verot. Tällöin veroviranomainen palauttaa tavarat tai palvelun tuottamisesta syntyneisiin ostoihin sisältyvät verot. (Nyrhinen & Äärilä 2010, 142.)

TAULUKKO 1. Arvonlisäverokannat 1.7.2010 alkaen.

22 → 13 %	22 → 23 %	12 → 13 %	8 → 9 %	0 %
Ravintola- palvelut	Yleinen verokanta	Elintarvik- keet, rehuaineet	Lääkkeet, kirjat, henkilökuljetus, majoituspalvelut, pääsymaksut, parturikampaamo- palvelut, pienkor- jauspalvelut	Tilatut sanoma- ja aikakauslehdet, ter- veydenhuolto- ja so- siaalipalvelut, koulu- tutus, rahoitus- ja va- kuutuspalvelut, esiin- tymispalkkiot

2.3 Arvonlisäverotus Euroopan unionissa

Liikevaihtoverotus otettiin käyttöön ensimmäisenä Saksassa, mutta arvonlisäverotus tuli ensimmäisenä käyttöön Tanskassa vuonna 1967. Ranska otti arvonlisäveron käyttöön vuotta myöhemmin, jolloin se yhdistettiin liikevaihtoveron kanssa ja tällöin myös palvelut ja jälleenmyyntituotteet tulivat veronalaisiksi. (Teppala 2006, 9.)

Euroopan Yhteisön alkuperäisissä kuudessa jäsenvaltiossa, joita ovat Alankomaat, Belgia, Italia, Luxemburg, Ranska ja Saksa, oli käytössä moniasteikollisia välillisiä veroja, joita perittiin jokaisessa tuotantoportaassa. Koska vero kertaantui, ei voitu tietää, paljonko veroa oli kertynyt lopputuotteen hintaan. Vuonna 1970 Euroopan talousyhteisö otti käyttöön arvonlisäveron ensimmäisellä ja toisella arvonlisäverodirektiivillä. Tämän uuden veron ajateltiin vähentävän kaupankäynnin haittoja, joita tuotanto- ja kulutusverot aiemmin aiheuttivat. Näiden direktiivien ansiosta tuotantopanoksista maksetuista arvonlisäveroista tuli vähennyskelpoisia eikä arvonlisävero näin ollen enää kertaantunut tuotantoportaasta toiseen. Veron lopullisia maksajia olivat kuluttajat sekä verovähennysoikeudettomat tahot. Vuonna 1977 luotiin niin kutsuttu kuudes alv-direktiivi, joka yhtenäisti veron sekä loi lainsäädäntökehyksen ja mahdollisti sen, että arvonlisäverojärjestelmää voitaisiin alkaa muokkaamaan siten, että se vastaisi ilman sisärajoja toimivien yhteismarkkinoiden vaatimuksia. (Teppala 2006, 10.)

Vuonna 1996 Euroopan komissiossa laadittiin ohjelma, jossa siirryttäisiin yhteiseen järjestelmään, jolloin verotus tapahtuisi alkuperämaassa ja verot tilittettäisiin kulutusmaahan. Tavoitteena oli myös verokantojen yhtenäistäminen, jotta yritykset eivät siirtyisi alempien verokantojen maihin. (Teppala 2006, 11.)

Jäsenvaltiot eivät kuitenkaan olleet innokkaita yhtenäistämään verokantoja ja verorakenteita ohjelman mukaisesti, joten vuonna 2000 laadittiin uusi ohjelma, joka pohjautui nykyiseen verojärjestelmään. Ohjelmassa panostettiin siihen, että toimijoiden velvoitteita yksinkertaistettaisiin ja vahvistettaisiin sitä ajatusta, että verotus tapahtuisi kulutuspaikalla. Tämä tarkoittaisi siirtymistä niin kutsuttuun yhden luukun järjestelmään, joka helpottaisi niiden toimijoiden asemaa, joiden

on maksettava arvonlisäveroa joissakin muissa jäsenvaltioissa, kuin siinä mihin ne ovat sijoittuneet. (Teppala 2006, 11.) Yhden luukun järjestelmässä esimerkiksi sähköisiä palveluja kuluttajille tarjoava yhteisökaupan ulkopuolinen yritys voisi täyttää koko yhteisön alueen arvonlisäverovelvoitteensa yhteen ennalta valittuun valtioon. Kyseinen valtio jakaisi puolestaan kertyneet verotulot niihin oikeutettujen valtioiden kanssa. (Punakallio 2007, hakupäivä 28.9.2010.)

Vuoden 2010 alusta siirryttiin järjestelmään, jonka mukaan esimerkiksi verovelvollisille myytävät palvelut verotetaan pääsääntöisesti siinä maassa, johon ostaja on sijoittunut. Tällöin näihin palveluihin sovelletaan käännettyä verovelvollisuutta. Nämä muutokset helpottavat kansainvälistä kauppaa käyvien yritysten arvonlisäverovelvoitteita. Kuitenkin kuluttajille myytävät palvelut verotetaan edelleen pääsääntöisesti siinä maassa, johon myyjä on sijoittunut. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010, 26.9.2010.)

Koska arvonlisäverotus vaikuttaa suurissa määrin Euroopan unionin sisämarkkinoiden toimintaan sekä sen laajuisen kilpailun tasapuolisuuteen, Euroopan unioni puuttuu siihen jossain määrin. Siksi Euroopan unioni on määrittänyt enimmäis- ja vähimmäisrajat arvonlisäverokannoille, joita EU-maat voivat käyttää (nykyinen kuudes arvonlisäverodirektiivi). Yleisenä arvonlisäverokantana on käytettävä vähintään 15 %:n verokantaa ja alennettuina verokantoina vähintään 5 %. Vähimmäisrajoja voidaan kuitenkin myös alittaa, esimerkiksi Suomessa on käytössä niin kutsuttu nollaverokanta (taulukko 2). Poikkeukset, eli alennettujen verokantojen käyttö, koskevat yleensä niitä tavaroita ja palveluja, jotka eivät ole kilpailuasemassa toisen jäsenvaltion kanssa tai ovat välttämättömyystarvikkeita, kuten ruokaa. (Euroopan unionin portaali 2010, hakupäivä 25.9.2010.)

Euroopan unionin jäsenmaat saavat soveltaa alennettua verokantaa myös erityisiin työvaltaisiin palveluihin vuoden 2010 loppuun saakka. Lisäksi alennettua verokantaa voidaan soveltaa muun muassa sähköön, maakaasuun ja kaukolämpöön. Jäsenvaltiot saavat soveltaa luvanvaraisesti joihinkin hyödykkeisiin tai palveluihin viiden prosentin alittavaa verokantaa (niin kutsuttu erityinen alennettu verokanta) tai nollaverokantaa. Niin kutsuttu parking rate (taulukko 2) on väliaikainen siirtymäkauden verokanta hyödykkeille, joiden verokanta muuttuu.

Siirtymäkaudella tarkoitetaan usein siirtymistä alkuperämaaperiaatetta noudattavaan arvonlisäverojärjestelmään eikä siirtymäkauden verokanta saa alittaa 12 prosenttia. (Punakallio 2007, hakupäivä 28.9.2010.) Alkuperämaaperiaate tarkoittaa sitä, että vero maksetaan maassa, josta hyödyke ostetaan.

TAULUKKO 2. Arvonlisäverokannat EU-maittain 1.7.2010 (European Commission 2010, hakupäivä 28.7.2010; Veronmaksajain Keskusliitto ry 2010, hakupäivä 28.9.2010).

Jäsenvaltiot	Yleinen verokanta	Alennettu verokanta	Eriytynen alennettu verokanta	"Parking rate"	Nollaverokanta
<i>Alankomaat</i>	19	6	-	-	Käytössä
<i>Belgia</i>	21	6/12	-	12	Käytössä
<i>Britannia</i>	17,5	5	-	-	Käytössä
<i>Bulgaria</i>	20	7	-	-	Käytössä
<i>Espanja</i>	18	8	4	-	Käytössä
<i>Irlanti</i>	21	13,5	4,8	13,5	Käytössä
<i>Italia</i>	20	10	4	-	Käytössä
<i>Itävalta</i>	20	10	-	12	Käytössä
<i>Kreikka</i>	23	10	4,5	-	Käytössä
<i>Kypros</i>	15	5/8	-	-	Käytössä
<i>Latvia</i>	21	10	-	-	Käytössä
<i>Liettua</i>	21	5/9	-	-	Käytössä
<i>Luxemburg</i>	15	6/12	3	12	Käytössä
<i>Malta</i>	18	5	-	-	Käytössä
<i>Portugali</i>	21	6/13	-	12	Käytössä
<i>Puola</i>	22	7	3	-	Käytössä
<i>Ranska</i>	19,6	5,5	2,1	-	Käytössä
<i>Romania</i>	24	5/9	-	-	Käytössä
<i>Ruotsi</i>	25	6/12	-	-	Käytössä
<i>Saksa</i>	19	7	-	-	Käytössä
<i>Slovakia</i>	19	10	-	-	Käytössä
<i>Slovenia</i>	20	8,5	-	-	Käytössä
<i>Suomi</i>	23	9/13	-	-	Käytössä
<i>Tanska</i>	25	-	-	-	Käytössä
<i>Tšekki</i>	20	10	-	-	Käytössä
<i>Unkari</i>	25	5/18	-	-	Käytössä
<i>Viro</i>	20	9	-	-	Käytössä

Sen lisäksi, että arvonlisäverokannoissa on eroavaisuuksia Euroopan unionin jäsenvaltioissa, eroja on myös siinä, mikä taho veron kerää ja päättää niiden käytöstä. Pohjoismaissa veron keräävät valtiot ja kunnat, kun taas muualla Euroopan unionissa veron keräävät useimmiten keskushallinnot paikallishallintojen roolien ollessa pieni. (Teppala 2006, 11.)

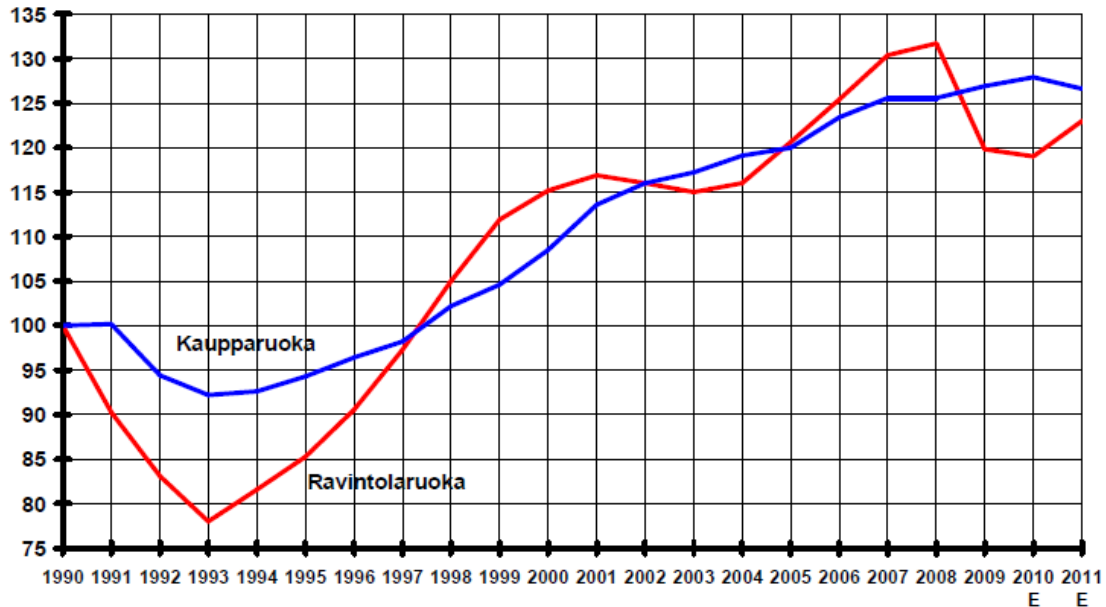
3 RAVINTOLA-ALAN KEHITYSNÄKYMÄT

Matkailu- ja ravintola-alalla on jo parin vuoden ajan jatkunut kysynnän lasku ja myös vuoden 2010 alku oli heikko. MaRan toimitusjohtaja Timo Lappi sanoo Helsingin Sanomien (hakupäivä 24.6.2010) haastattelussa, että matkailu- ja ravintolayritysten tulosta heikensi viime vuonna muun muassa veromuutokset ja työttömyys. Matkailu- ja ravintola-alan kokonaisymyynti laski vuoden 2010 tammi-kesäkuussa noin yhden prosentin verrattuna edelliseen vuoteen. Myyntihinnot nousivat 2,5 % palveluiden kysynnän laskiessa samanaikaisesti yli kolme prosenttia. (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2010, hakupäivä 23.9.2010.)

Poikkeuksena olivat suurimmat pikaruokaravintolaketjut, joiden veroton myynti kasvoi vuoden 2010 tammi-kesäkuussa noin kaksi prosenttia. Ravintolaruoan arvonlisäveron alennuksella ei ole pikaruokaravintoloiden kohdalla suurta vaikutusta kysyntään. Tähän vaikuttaa se, että niiden myynnistä iso osa tulee take away -tuotteiden myynnistä. Take away -tuotteisiin on sovellettu jo pitkään alennettua verokantaa, mutta ravintoloissa paikan päällä tarjoiltaviin ruokiin alennettu verokanta tuli sovellettavaksi vasta heinäkuussa 2010. (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2010, hakupäivä 23.9.2010.)

Kauppalehden (3.9.2010, 11) haastattelussa SOK:n matkailu- ja ravitsemispalveluiden johtaja Sari Palokangas toteaa viestin alan elpymisestä olevan helppoa. Eritoten heinäkuussa tapahtui käänne parempaan ja kesä oli rohkaisevaa aikaa. Kuitenkin tulevaisuudesta on vielä epävarmuutta, koska kilpailu alalla on kiristynyt kovaa vauhtia.

MaRa arvioi kuitenkin suhdanneraportissaan (hakupäivä 23.9.2010), että matkailu- ja ravintola-alan kokonaisymyynti tulee loppuvuodesta 2010 kasvamaan (kuvio 2).



KUVIO 2. Ravintoloiden ja kaupan ruokamyynnin kysynnän kehitys (1990 = 100) (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2010, hakupäivä 23.9.2010).

Elintarvikkeiden arvonlisäveron laskettua vuonna 2009 12 %:iin ja ravintolaruoan arvonlisäveron jäädessä samanaikaisesti 22 %:iin, ravintolaruoan kysyntä laski entisestään. Vuonna 2010 lasku tasaantuu ja kääntyyneen vuodenvaihteen jälkeen nousuun. (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2010, hakupäivä 23.9.2010.)

3.1 Hinnoittelu ja kuluttajakäyttäytyminen

Yksityisten kuluttajien ostopäätöksiin vaikuttaa ostokäyttäytyminen, joka ohjaa esimerkiksi millä perusteella valintoja tehdään sekä mitä, mistä ja miten ostetaan. Kuluttajien yhteydessä käytetään usein termiä kuluttajakäyttäytyminen. (Bergström & Leppänen 2007, 97.)

Kuluttajat hankkivat haluamiaan hyödykkeitä, mutta siihen vaikuttaa olennaisesti kuluttajan ostokyky. Ostokyvillä tarkoitetaan ostajan taloudellista mahdollisuutta ostaa ja siihen vaikuttavat muun muassa kuluttajan käytettävissä olevat varat ja tuotteiden hintakehitys. Kuluttajakäyttäytyminen ja sitä seuraava

ostopäätöksen tekeminen on useiden tekijöiden summa. Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat ympäröivä yhteiskunta ja markkinoivien yritysten toiminta. (Bergström & Leppänen 2007, 98–99, 213.)

Hinta on tuotteiden ja tarjonnan lisäksi yksi tärkeimmistä kilpailukeinoista. Sitä käytettäessä on otettava huomioon useita asioita ja näkökulmia. Hinnoittelun lähtökohtana on pidetty kustannuksia, mutta nykyään ollaan yhä enenevässä määrin siirtymässä markkinahinnoitteluun. Markkinahinnoittelussa lähtökohtana ovat kilpailutilanne ja kysyntä. (Bergström & Leppänen 2007, 98–99, 213.)

Hinta on kilpailuun ja kannattavuuteen vaikuttava tekijä. Tuotteen korkealla hinnalla on yleensä negatiivinen vaikutus tuotteen myyntiin, mutta toisaalta hinnan ollessa matala toiset yritykset eivät pyri niin herkästi samoille markkinoille, jos ne eivät voi pitää yllä yhtä matalaa hintatasoa. Hinnalla on vaikutusta myös myynnin määrään ja tuottoihin. Kannattavuus paranee hintaa korottamalla, jos lisähinta ei vaikuta tuotteen myyntiin. Hinnan ollessa alhainen myynti voi kasvaa, mutta samalla kannattavuus voi huonontua. (Bergström & Leppänen 2007, 213–214.)

Kun yritys hinnoittelee tuotteitaan, sen on otettava tavoitteiden ja kustannusten lisäksi huomioon yrityksen ulkopuoliset hinnoitteluun vaikuttavat seikat. Tällainen on esimerkiksi julkinen valta. Julkinen valta vaikuttaa yhä hinnoitteluun, vaikka hintasääntely onkin mennyttä, sillä viranomaiset perivät esimerkiksi erilaisia veroja ja maksuja. Lainsäädännön muutokset voivat vaikuttaa nopeasti kysyntään ja luoda hintapaineita yrittäjälle. (Bergström & Leppänen 2007, 214.)

Arvonlisävero ja sen muutokset välittyvät täysimääräisesti tai osittain hintoihin. Veron välittyminen hintoihin voi vaihdella muun muassa aikavälin, toimialan, kilpailu- ja taloustilanteen, veromuutoksen suuruuden ja pysyvyyden mukana. On myös havaittu, että arvonlisäveron nostot ja alennukset eivät käyttäydy samalla tavalla. Monissa valtioissa on viime aikoina korotettu arvonlisäverokantoja, kun samalla pohditaan hyötyjä, jotka voitaisiin saada alentamalla vähemmän kannattamattomien mutta kuitenkin hyvinvointia edistävien toimintojen arvonlisäverokantoja. (Punakallio 2007, hakupäivä 28.9.2010.)

3.2 Työllisyys

Elintarvikkeiden arvonlisäveron alentamisen vaikutukset työllisyyteen näyttäisivät olevan vähäisiä, koska elintarvikkeilla on matala hintajousto. Koska ravintolapalvelut on selvästi hintajoustavampi, arvonlisäveron alennuksella on sen kohdalla paremmat työllisyysvaikutukset. (Peltoniemi & Rauhanen 2006, hakupäivä 26.9.2010.)

Hyödykkeen kysynnän hintajousto tarkoittaa sitä, kuinka suuren muutoksen hinnan suhteellinen muutos aiheuttaa kysytyyn hyödykemäärään. Eli hinnan nousu pienentää kysyttyä määrää ja kääntäen, hinnan lasku nostaa kysyttyä määrää. (Taloussanomien 2010, hakupäivä 26.9.2010.) Koska ravintolapalvelut on hintajoustava, hintojen lasku nostaa kysyntää ja sitä kautta työllisyyttä enemmän kuin elintarvikkeiden kohdalla.

Jos ravintolapalveluiden arvonlisäverokantaa ei olisi alennettu, kymmenen prosenttiyksikön ero elintarvikkeisiin olisi MaRan ja työntekijöitä edustavan Palvelualojen ammattiliitto PAM:in mielestä tarkoittanut kilpailuvääristymää. Tästä olisi seurannut muun muassa harmaata taloutta ja irtisanomisia. (Tyynysniemi 2009, hakupäivä 25.9.2010.)

Valtion taloudellisen tutkimuskeskus VATT:n mukaan ruokaverojen (elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden) kokonaistyöllisyysvaikutus olisi 9500 henkilöä, josta ravintolapalveluiden osuus olisi 3000 henkilöä. Suurin osa positiivisesta työllisyysvaikutuksesta tulisi siitä, että ruoan hinnan laskiessa kuluttajien ostovoima lisääntyisi ja varat kohdistettaisiin muille aloille ja niihin syntyisi lisätyöpaikkoja. Kuitenkin ravintolaruoan hinnanlaskusta seuraavan ostovoiman kasvun voidaan ajatella kohdistuvan täysin ravintolaruokaan. (Lankinen 2009, hakupäivä 26.9.2010.)

4 RUOAN ARVONLISÄVEROTUS

Elintarvikkeiksi katsotaan ruokatavarat, juomat, muu sellaisenaan ihmisen nautittavaksi tarkoitettu aine sekä niiden raaka-aine ja niitä valmistettaessa tai säilöttäessä käytettävä mauste, säilöntäaine, väri- ja muu lisäaine (Arvonlisäverolaki 1780/2009 8:85.1 §). Ravintolapalvelua on myyjän tiloissa tapahtuva tarjoilu ja ateriapalvelua on ostajan osoittamissa tiloissa tapahtuva tarjoilu. Pakattuna myyty ruoka-annos katsotaan elintarvikkeeksi, kun ruoka-annos ostetaan mukaan. (Nyrhinen & Äärilä 2010, 194–195.)

Suomen elintarvikkeiden 17 %:n verokanta oli vuonna 2007 OECD-maiden korkeimpia Tanskan pitäessä kärkisijaa. Tilapäisestä 17 %:n verokannasta on ollut tarkoitus luopua jo joulukuussa 1997. Näin ei kuitenkaan tapahtunut ja verokannan alentamista siirrettiin toistuvasti valtiontaloudellisista syistä johtuen. Ravintola- ja ateriapalveluihin sovellettiin 22 %:n yleistä arvonlisäverokantaa eikä sitä voitu muuttaa EU:n arvonlisäverodirektiivin vuoksi. Direktiivin mukaan elintarvikkeisiin voitiin jäsenvaltion niin halutessa soveltaa alennettua verokantaa, mutta ravintola- ja ateriapalveluiden kohdalla alennetun verokannan soveltaminen ei ollut mahdollista. (Holm, P., Kiander, J., Rauhanen, T. ja Virén, M. 2007, 1–3.)

Euroopan unionin neuvoston talous- ja rahoitusasioiden kokoonpano Ecofin sai kokouksissaan vuoden 2009 keväällä aikaan päätöksen, jonka mukaan jokainen jäsenvaltio voi soveltaa ravintolapalveluihin joko normaalia arvonlisäverokantaa tai alennettua verokantaa. Alennetun arvonlisäverokannan soveltaminen ravintolapalveluihin tuli mahdolliseksi 1.6.2009 alkaen. (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2009, hakupäivä 6.9.2010.)

Pääministeri Matti Vanhasen II hallituksen ohjelmassa on todettu, että verotuksen oikeudenmukaisuuden lisäämiseksi elintarvikkeiden arvonlisävero alennetaan 17 %:sta 12 %:iin. Vuoden 2008 talousarvion laadinnan yhteydessä hallitus päätti, että alennus toteutetaan vuoden 2009 lokakuun alusta, mikä toteutettiin lailla 785/2008. Hallituksen ohjelmaan on kirjattu tavoitteeksi myös ravintoloiden ja henkilöstöruokailun arvonlisäverokannan

alentaminen elintarvikkeiden arvonlisäveron tasolle. (Hallituksen esitys 137/2009.)

Suomessa käytiin pitkään keskustelua elintarvikkeiden arvonlisäveron alentamisen vaikutuksista. Elintarvikkeiden arvonlisäveronalennuksen kohdistumisen kannalta ongelmallisinta oli, että kotitalouksien ostovoiman lisääntyessä ruoan osuus kulutuksesta on pienentynyt. Lisäksi vaikutti se, että elintarvikkeiden kysynnän hintajousto on pieni ja alennuksen suorat työllisyysvaikutukset ovat pienet. Holmin (2007) mukaan hallituksen päätökseen alentaa elintarvikkeiden arvonlisäverokantaa vaikutti suuresti se, että elintarvikkeiden verotus koskettaa kaikkia kansalaisia. Kuluttajien saamaan verohyötyyn vaikuttaa kuitenkin kauppojen hinnoittelu ennen ruoan arvonlisäveron alennuksen voimaantuloa sekä hinnoittelu voimaantulon jälkeen. (Punakallio 2007, hakupäivä 28.9.2010.)

4.1 Elintarvikkeiden arvonlisäveron alennus vuonna 2009

Vuoden 2009 lokakuussa elintarvikkeiden arvonlisävero alennettiin 17 %:sta 12 %:iin, kuten hallitusohjelmassa luvattiin. Elintarvikkeiden arvonlisäveron alennuksen vaikutus kuluttajahintoihin oli noin 4,3 %. Arvonlisäveron alennuksen pääperusteena olikin sen kuluttajahintoja alentava vaikutus ja sen ajateltiin kohdentuvan erityisesti pienituloisille kotitalouksille, joiden elinkustannukset olivat elintarvikkeiden osalta suhteellisesti suuremmat kuin suurituloisilla kotitalouksilla. (Peltoniemi & Varjonen 2010, 6.)

Kuluttajaviraston suorittaman hintaseurannan mukaan elintarvikkeiden arvonlisäveron alennus siirtyi kuluttajahintoihin. Seurannasta ei ilmennyt, että kaupat olisivat nostaneet hintojaan ennen alennuksen voimaantumista. Hintaseurannan mukaan elintarvikkeiden hinnat laskivat noin 5,7 % heti arvonlisäveroalennuksen tultua voimaan. Veroalennuksen jälkeen hinnat nousivat hieman ja tammikuussa 2010 elintarvikkeet maksoivat noin 1,7 % enemmän kuin lokakuussa 2009. (Suurtalousuutiset 2010, hakupäivä 29.4.2010.)

Elintarvikkeiden arvonlisäveron laskeminen 12 %:iin ei ollut kuitenkaan pysyvä toimenpide, sillä Suomen hallitus päätti vuonna 2009 elokuussa, että vuonna

2010 heinäkuussa tulisi voimaan uusi arvonlisäveromuutos. Tällöin kaikki arvonlisäverokannat nousisivat yhdellä prosenttiyksiköllä. Samalla ravintolapalveluiden arvonlisäverokanta laskisi 22 %:sta 13 %:iin. (Peltoniemi & Varjonen 2010, 6.)

Elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden arvonlisäverokannan muutokset johtavat verotulojen menetyksiin. Näitä menetyksiä kompensoidaan yleisen sekä toisen alennetun verokannan nostoilla. Elintarvikkeiden kohdalla bruttomenetyksen arvioitiin olevan 405 miljoonaa euroa ja ravintolapalveluiden 260 miljoonaa euroa. Yleisen verokannan nosto tuottaa 480 miljoonaa euroa ja toisen alennetun verokannan nosto 70 miljoonaa euroa. Näiden muutosten kokonaisvaikutus vähentää verotuloja 110 miljoonaa euroa. (Hallituksen esitys 137/2009.)

Hallituksen esityksen (137/2009) mukaan elintarvikkeiden arvonlisäveroalennus ei lisää ruoan kulutusta, vaan parantaa kuluttajan ostovoimaa. Ravintola- ja ateriapalveluiden kohdalla verokannan alennus taas lisää ravintolaruoan kysyntää sekä työpaikkoja noin 3000 henkilöllä.

4.2 Ravintolaruoan arvonlisäveron alennus heinäkuussa 2010

Suomen Hotelli- ja Ravintolaliitossa (SHR; nykyinen MaRa ry) uskottiin jo vuonna 2007, että jos kaupassa myytävien elintarvikkeiden arvonlisävero laskisi 12 %:iin ravintolatarjoilun arvonlisäveron pysyessä 22 %:ssa, ravintoloiden kilpailutilanne kiristyisi entisestään ja työllisyys heikkenisi merkittävästi. SHR oli sitä mieltä, että valtion olisi kompensoitava ravintoloille veroerosta johtuva haitta, 290 miljoonaa euroa, siihen saakka, kunnes Euroopan unioni sallisi alennetun verokannan soveltamisen myös ravintolapalveluihin. (Suurtalousuutiset 2007, hakupäivä 14.9.2010.)

MaRa tapasi ravintolaruoan arvonlisäveron alentamisen tiimoilta kaikki merkittävät päättäjät ja pyrki varmistamaan, että ravintolaruoan arvonlisäveron alennus tapahtuu Suomessa, jos Euroopan unioni hyväksyy direktiivin muutoksen. Päättäjät suhtautuivat asiaan myönteisesti, mutta ehtona oli, että verohyöty todella siirretään hintoihin. (Suurtalousuutiset 2010, hakupäivä 14.9.2010.)

Euroopan unionin arvonlisäverodirektiivi esti ravintola- ja ateriapalveluiden arvonlisäverokannan muutoksen. Direktiivin mukaan ei ollut mahdollista soveltaa alennettua verokantaa ravintola- ja ateriapalveluihin. Keväällä 2009 Ecofin teki kuitenkin päätöksen, jonka mukaan jäsenvaltiot voivat soveltaa halutessaan alennettua verokantaa 1.6.2009 alkaen. (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2009, hakupäivä 6.9.2010.) Alennetun verokannan on kuitenkin oltava vähintään 5 % (Euroopan unionin neuvosto 2009, hakupäivä 13.9.2010).

Syksyllä 2009 hallitus esitti (137/2009), että elintarvikkeiden ja ravintolaruoan välisen kilpailutilanteen parantamiseksi elintarvikkeisiin ja ravintolaruokaan sovelletaan samaa verokantaa vuoden 2010 heinäkuun alusta. Tällöin elintarvikkeiden sekä ravintola- ja ateriapalveluiden verokannaksi tulisi 13 %.

MaRa ry:n toimitusjohtaja Timo Lapin mukaan (Kaleva 30.7.2010, 23) MaRa suositteli jäsenilleen arvonlisäveroalennuksen siirtämistä suoraan hintoihin ja kesäkuun loppuun mennessä noin 3800 ravintolaa oli sitoutunut siirtämään alennuksen hintoihinsa. Alennukseen ovat sitoutuneet muun muassa Amarillo, Rosso, Hesburger, Fazer Amica ja Antell-Catering (Petäinen 2010, 15).

Suomessa toimii Tilastokeskuksen tietojen mukaan noin 10 000 ravintolaa, joista valtaosa on pieniä anniskeluravintoloita, joilla on vain vähän ruokatarjoilua. Suurin osa näistä anniskeluravintoloista ei kuulu MaRaan. Pizzeriat ja kebabravintolat ovat toinen suuri MaRaan kuulumaton ryhmä. Toimitusjohtaja Timo Lapin mukaan järjestö ei voi vaikuttaa järjestäytymättömien ravintoloiden toimintatapoihin. (Taloussanomien 2010, hakupäivä 24.6.2010.)

Ravintolaruoan arvonlisäveron alennus tuli voimaan 1.7.2010. Ravintolaruoan arvonlisävero laski tällöin 22 %:sta yhdeksän prosenttiyksikköä 13 %:iin. Prosentteina tämä lasku on 7,4 % ravintolaruoan bruttohinnasta.

Arvonlisävero lasketaan verottomasta hinnasta, eli jos ravintolaruoka-annos maksaa verottomana 10,00 euroa, verollinen hinta oli kesäkuussa 2010:

Veroton hinta	10,00 €
Arvonlisävero 22 % (0,22 * 10,00 €)	2,20 €
Verollinen hinta	12,20 €

Vuoden 2010 heinäkuun alusta, ravintolaruokan arvonlisäveron alennuksen tultua voimaan, sama 10,00 euroa verottomana maksanut ravintolaruoka-annos maksaa verollisena:

Veroton hinta	10,00 €
Arvonlisävero 13 % (0,13 * 10,00 €)	1,30 €
Verollinen hinta	11,30 €

Ravintolaruoka-annoksen alennus prosentteina on tällöin:

$$((12,20 \text{ €} - 11,30 \text{ €}) / 12,20 \text{ €}) * 100 \% = 7,377 \% \approx \mathbf{7,4 \%}.$$

Ravintolan myydessä annoksen, jonka hinta kuluttajalle on 11,30 euroa, sisältää arvonlisäveroa 1,30 euroa, joka tilitetään valtiolle. Ravintolalle jää kassaan veroton hinta eli 10,00 euroa, joka sisältää myyjän katteen annoksesta. Arvonlisävero on aina läpikulkuerä ja näin ollen se ei vaikuta ravintolan katteeseen. Mikäli arvonlisäveron alennus siirtyy kokonaan ravintolaruokan hintoihin, laskennallisesti hintojen pitäisi laskea noin 7,4 % (Peltoniemi & Varjonen 2010, 6).

Helsingin Sanomien (13.7.2010, A11) tekemän selvityksen mukaan Helsingin kantakaupungin 30 ravintolasta vain kahdeksan huomioi veroalennuksen. Yleisimpiä perusteluita sille, että hintoja ei ole alennettu, olivat muiden kustannusten, kuten raaka-aineiden, nousut, laiskuus, tietämättömyys arvonlisäveroalennuksesta sekä se, että hintoja olisi nostettu ilman veroalea. MaRan toimitusjohtaja Lappi ymmärsi kyllä yrittäjien vaikeudet, mutta sanoi kuitenkin, että verojen alentaminen on valtion varoista pois eivätkä ne rahat kuulu ravintolayritykselle.

Lappi kirjoittaa mielipideosastonkirjoituksessaan (Kaleva 30.7.2010, 23), että verohallituksen selvityksen mukaan noin kahdeksan prosenttia ravintolayrityksistä toimii harmaassa taloudessa ja siksi on selvää, että ne ravintolat, jotka eivät maksa veroja eivät myöskään huomioi veroalea hinnoissaan.

4.3 Elintarvikkeiden arvonlisäveron muutokset Euroopan unionissa

Euroopan unionin jäsenvaltioiden arvonlisäverokannat olivat vuoden 2010 alussa elintarvikkeissa 0–25 %:n välillä. Niin kutsuttu nollaverokanta oli käytössä Isossa-Britanniassa, Irlannissa, Kyproksella ja Maltalla. Muun muassa Tanskassa, Liettuassa, Virossa ja Latviassa elintarvikkeisiin sovellettiin korkeampaa arvonlisäverokantaa kuin Suomessa. Ruotsissa oli käytössä 12 %:n verokanta, kuten Suomessakin (1.7.2010 alkaen 13 %). (Taloustaito 2010, hakupäivä 26.9.2010.)

Suomen lisäksi vuodesta 2008 on useammassa Euroopan unionin valtiossa muutettu jollain tavalla elintarvikkeiden arvonlisäverokantoja. Ne valtiot, jotka muutoksen ovat tehneet (muun muassa Viro, Latvia ja Liettua), ovat muuttaneet arvonlisäverokantaa ylöspäin. Vain Suomi on laskenut elintarvikkeiden arvonlisäverokantaa. (Taloustaito 2010, hakupäivä 26.9.2010.)

4.4 Ravintolaruoan arvonlisäveromuutokset Euroopan unionissa – Ranska-CASE

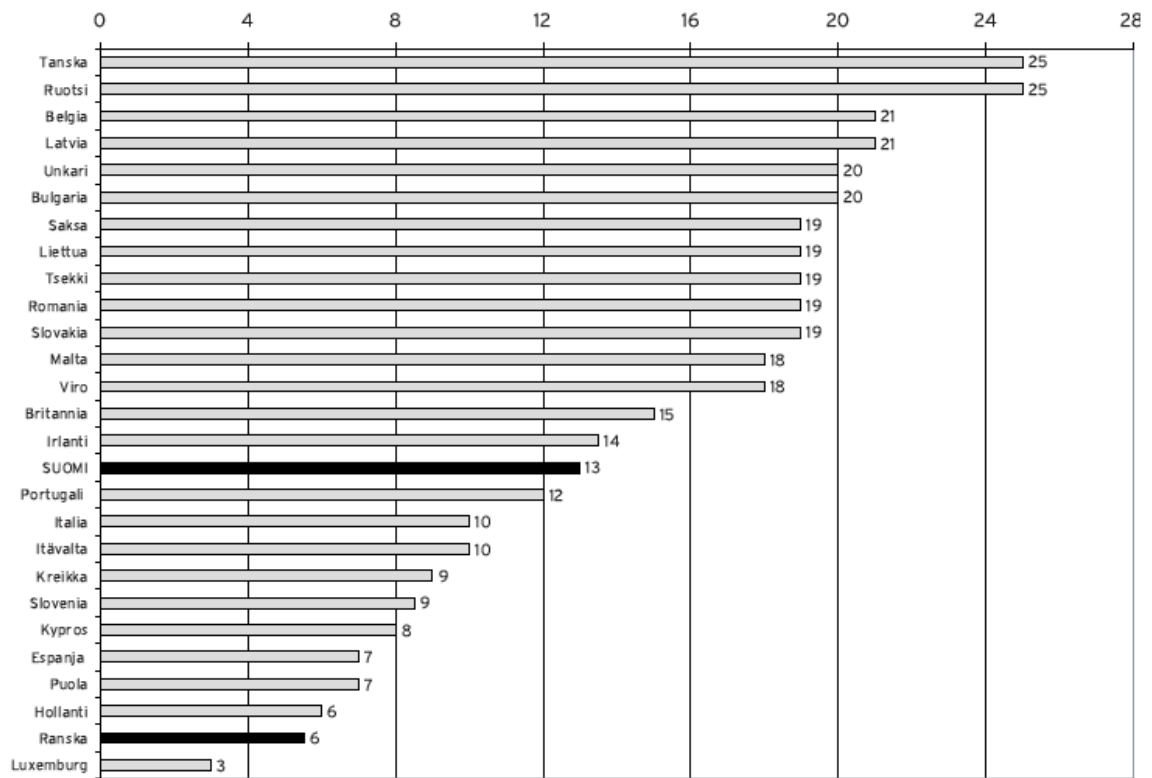
Ranska aloitti Euroopan unionin puheenjohtajana vuoden 2008 heinäkuussa. Yksi sen tavoitteista oli tällöin ravintolapalveluiden arvonlisäveron alentaminen. EU oli koettanut saada useiden vuosien ajan aikaan muutosta, jotta jäsenvaltiot voisivat itse päättää, soveltavatko ne ravintolapalveluihin normaali- vai alennettua arvonlisäverokantaa. Suurin osa EU-maista oli muutoksen kannalla, mutta yksimielisyysvaatimuksen takia muutama jäsenvaltio pystyi vesittämään muutoksen. (Suurtalousuutiset 2008, hakupäivä 26.4.2010.)

Euroopan unioni sai kuitenkin keväällä 2009 aikaan muutoksen arvonlisäverodirektiiviin, jotta jäsenvaltiot voisivat soveltaa alennettua arvonlisäverokantaa ravintolapalveluihin (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2009, hakupäivä 6.9.2010). MaRan mukaan (2010, hakupäivä 19.9.2010) Ranska laski saman vuoden heinäkuussa ravintolaruoan arvonlisäverotuksen 19,6 %:sta 5,5 %:iin. Ranskassa oli tavoitteena luoda alalle 20 000 uutta työpaikkaa kahden vuoden sisällä arvonlisäveroalennuksen tultua voimaan.

Ranskan tilastokeskuksen INSEE:n mukaan ravintolaruoan hinnat laskivat muu-
tosta seuranneina neljänä kuukautena vain 1,4 %. Ravintoloista vain puolet las-
ki hintojaan ja marraskuussa hintataso oli jo korkeampi kuin vuotta aiemmin.
(Matti Viren 2010, hakupäivä 19.9.2010.)

YLE Uutisten mukaan (2010, hakupäivä 19.9.2010) tulokset Ranskassa ovat
jääneet laimeiksi ja Ranskan parlamentin ylähuone onkin jo uhannut nostaa ra-
vintolaruoan arvonlisäveron entiselleen. Suuret ravintolaketjut ovat laskeneet
hintojaan, mutta pienet kortteliravintolat eivät niinkään. Erään haastatellun ra-
vintoloitsijan mielestä arvonlisäveron alennuksesta hyötyivät vain suuret ketjut,
jotka valmistautuivat uudistukseen nostamalla hintoja rutkasti kahden edeltävän
vuoden aikana.

Ranska ja Suomi laskivat ravintolaruoan arvonlisäverokantojaan tuntuvasti ai-
emmasta. Molemmat maat olivat aiemmin kärkisijoilla ravintolaruoan arvon-
lisäverotasossa, mutta EU:n arvonlisäverodirektiivin sallittua alemman verokan-
nan myös ravintolaruoan tarjoilussa Ranska ja Suomi putosivat EU-maiden ar-
vonlisäverotason keskiarvon alapuolelle. Tämä voidaan nähdä kuviosta 3.
Ranskaa alempaa arvonlisäverokantaa soveltaa vain Luxemburg, jonka ravinto-
laruoan arvonlisäverokanta on ollut 1.7.2010 alkaen 3 %. Korkeinta arvonlisäve-
rokantaa ravintolaruokaan soveltavat Tanska ja Ruotsi, joiden verokanta on ol-
lut 25 %.



KUVIO 3. Ravintolaruoan arvonlisävero EU-maissa 1.7.2010. (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2010, hakupäivä 23.9.2010).

5 AIKAISEMPIA KOKEMUKSIA PALVELUIDEN ARVONLISÄVERON ALENTAMISESTA SUOMESSA

Suomi lähti vuoden 2007 alussa mukaan kokeiluun, jossa Euroopan unionin jäsenvaltioille annettiin mahdollisuus soveltaa alennettua arvonlisäverokantaa joihinkin työvaltaisiin palveluihin. (Verohallinto 2006, hakupäivä 27.9.2010.) Kokeilu päättyi Suomessa vuoden 2011 lopussa (Valtioneuvosto 2010, hakupäivä 3.11.2010).

Kokeiluun osallistui aluksi yhdeksän valtiota, joissa melkein kaikissa alennetun ja yleisen verokannan ero oli vähintään kymmenen prosenttiyksikköä. Näin ollen verotuella oli suuri merkitys kokeilussa mukana olleille palveluille. Euroopan komission vuonna 2003 laatiman arvioinnin mukaan veroalennus ei siirtynyt kokonaan hintoihin eikä veroalennuksella ollut juurikaan vaikutusta työllisyyteen. Kokeilua jatkettiin vuoden 2005 ja myöhemmin vielä vuoden 2010 loppuun, koska verokannoista ja järjestelmän uudistamisesta oli erimielisyyksiä. Suomi lähti kokeiluun mukaan vuonna 2007 alentamalla parturi- ja kampaamo sekä eräiden pienten korjauspalveluiden arvonlisäverokantaa. (Punakallio 2007, hakupäivä 28.9.2010.) Hallituksen esityksen mukaisesti alennetun arvonlisäverokannan soveltamista parturi- ja kampaamopalveluihin sekä pieniin korjauspalveluihin päätettiin jatkaa syksyllä 2010 vuoden 2011 loppuun (Valtioneuvosto 2010, hakupäivä 3.11.2010).

Kokeilun ajan näihin palveluihin sovelletaan alennettua 8 %:n arvonlisäverokantaa (1.7.2010 alkaen 9 %). Kuitenkin parturi- ja kampaamoliikkeiden sekä pienten korjauspalveluliikkeiden erikseen myymiin tai vuokraamiin tavaroihin sovelletaan yleistä verokantaa. Palvelun tuottamiseen käytettyihin tarveaineisiin, jotka tavanomaisesti kuuluvat palvelun hintaan, sovelletaan myös alennettua verokantaa. (Verohallinto 2006, hakupäivä 27.9.2010.)

Hallituksen tarkoituksena oli arvonlisäveroalennuksella lisätä palveluiden kysyntää ja työllisyyttä sekä vähentää harmaata taloutta edullisempien hintojen avul-

la. Kuitenkaan parturikampaajat eivätkä myöskään pienien korjauspalveluiden tarjoajat aikoneet viedä alennusta hintoihinsa. Syitä olivat muun muassa kauan odotetut palkankorotukset, yleiset hinnankorotuspaineet sekä halu palkata lisää työntekijöitä. (YLE Kuningaskuluttaja 2006, hakupäivä 27.9.2010.)

Vuonna 2007 tehdyssä opinnäytetyössä (Paavola & Pernu 2007, 49), joka käsiteli parturi-kampaamoalan arvonlisäveroalennuksen vaikutuksia Oulussa, oli selvitetty syitä sille, miksi kaikki parturi-kampaamoalan yritykset eivät laskeneet hintojaan. Syitä olivat muun muassa hinnannostopaineiden purkaminen, yleinen kustannustason nousu, halu parantaa yrityksen kannattavuutta sekä investoinnit.

Kuluttajaviraston ja lääninhallitusten tekemän kyselyn perusteella noin puolet parturi- ja kampaamoalan liikkeistä oli vuoden 2007 maaliskuussa laskenut hintojaan (taulukko 3). Hinnanalennus oli noin kolme prosenttia koko maassa (taulukko 4). Myös Tilastokeskuksen tekemän seurannan mukaan voidaan todeta, että alennus on laskenut hintoja noin puolella arvioidusta. Tuloksiin vaikuttaa eritoten veroalennuksen tilapäisyys. (Punakallio 2007, hakupäivä 28.9.2010.)

TAULUKKO 3. Parturi- ja kampaamomaksut vuosina 2006–2007. Hintoja laskeneitten liikkeitten lukumäärä lääneittäin. (Kuluttajavirasto 2007, hakupäivä 29.9.2010).

Lääni	Hintoja laskeneet, kpl	%	Ei hintoja laskeneet, kpl	%	Liikkeitä yhteensä, kpl
<i>Etelä-Suomen lääni</i>	61	51	59	49	120
<i>Länsi-Suomen lääni</i>	55	58	40	42	95
<i>Itä-Suomen lääni</i>	40	52	37	48	77
<i>Oulun lääni</i>	35	47	40	53	75
<i>Lapin lääni</i>	12	35	22	65	34
<i>Ahvenanmaa</i>	18	69	8	31	26
Koko maa	221	52	206	48	427

Eniten hintoja laskettiin Länsi-Suomen läänissä (58 % parturi- ja kampaamoliikkeistä) sekä Ahvenanmaalla (69 %).

TAULUKKO 4. Parturi- ja kampaamomaksut vuosina 2006–2007. Keskimääräinen hinnanlaskuprosentti lääneittäin (Kuluttajavirasto 2007, hakupäivä 29.9.2010).

Lääni	%
<i>Etelä-Suomen lääni</i>	–3,23
<i>Länsi-Suomen lääni</i>	–3,83
<i>Itä-Suomen lääni</i>	–2,61
<i>Oulun lääni</i>	–2,34
<i>Lapin lääni</i>	–2,07
<i>Ahvenanmaa</i>	–3,26
<i>Koko maa</i>	–2,98

Eniten hinnat laskivat Ahvenanmaan (3,26 %) sekä Länsi-Suomen läänin (3,83 %) alueilla.

6 SELVITYKSEN TOTEUTTAMINEN

Selvityksessä käytettävä aineisto kerättiin etukäteen valituista Oulun keskustan alueen ravintoloista. Alue rajautuu Oulun rautatieasemalta kauppatorille sekä Oulun tuomiokirkolta Heinätorinpuistoon.

Keskusta-alue valittiin hintojenkeruupaikaksi, koska sieltä saatiin monipuolinen ja kattava otos eri ravintolatyypeistä Oulun alueella ja ravintoloilla on samantyyppinen toimintaympäristö. Keskusta hintojenkeruupaikkana helpotti työtä sekä ajallisesti että taloudellisesti, sillä ravintolat olivat lähellä toisiaan.

Ravintolat (56 kpl) on jaettu viiteen eri kategoriaan sen mukaan, millaista ruokaa ne tarjoavat. Kategoriat ovat:

- Ruokaravintolat (18 kpl)
- Etniset ravintolat (11 kpl)
- Pizzeriat/Kebab-ravintolat (11 kpl)
- Pikaruokaravintolat (6 kpl)
- Lounasravintolat (10 kpl)

Jokaisesta kategoriasta otettiin mahdollisimman kattava otos. Seurattavien ravintoloiden lukumäärään vaikutti alkuhintatietojen saatavuus sekä ruokalistojen vaihdokset läpi hintojen keruun. Selvityksen edetessä jouduttiin pudottamaan joitain ravintoloita pois, koska hintatiedot oli ilmoitettu epäselvästi tai niitä ei ravintoloilta saatu. Osa ravintoloista oli kiinni hintaselvityksen aikana, joten hinnoista ei saatu riittävän tarkkaa tietoa. Lisäksi muutama ravintola kieltäytyi antamasta hintoja ja joidenkin kanssa oli myös kommunikointiongelmia.

Ravintoloille rakennettiin ennen hintojen keruuta ostoskorit, joihin koottiin kattava valikoima ravintoloiden ruoka- ja juomatarjonnasta. Ostoskoreihin pyrittiin valitsemaan tuotteet, jotka pysyisivät listoilla koko selvityksen ajan. Käytännössä tämä tarkoitti ravintoloiden tunnetuimpien, niin kutsuttujen klassikkoruokien

valitsemista. Lisäksi juomapuolelta otettiin joka ravintolasta mukaan vesi, virvoitusjuoma ja kahvi. Juomien hintoja seurattiin erillään ruokien hinnoista, koska juomilla on korkeat katteet ja pienikin hinnanmuutos on prosentuaalisesti suuri. Ostoskorien tuotteet valittiin internetin kautta löydettyjen hinnastojen perusteella.

Internetistä löydetty hintatiedot tarkistettiin toukokuun puoliväliin mennessä käymällä paikan päällä tai soittamalla ravintoloihin. Toinen hintojen tarkistuskierros tehtiin kesäkuun lopussa ennen 1.7.2010 voimaantullutta ravintolaruoan arvonlisäveron alennusta. Hinnat tarkistettiin myös välittömästi alennuksen voimaantulon jälkeen sekä vielä syksyllä, jotta voitiin nähdä ovatko tapahtuneet hintamuutokset olleet pysyviä vai vain väliaikaisia.

Hintamuutosten analysoimisessa käytettiin apuna Microsoft Office Excel -ohjelmaa, jolla voitiin helposti käsitellä selvitysaineistoa ja muodostaa tiedoista selventäviä kaavioita. Excelillä aineistoa pystyttiin käsittelemään monipuolisemmin kuin esimerkiksi tilastollisen tutkimuksen tekoon tarkoitettulla ohjelmalla. Hintamuutoksista laskettiin ravintoloittain tuotekohtaiset muutosprosentit sekä ravintolakohtaiset keskimääräiset muutosprosentit.

Hintatietojen keräyksen lisäksi toteutettiin sähköpostitse (liite 1) kysely, joka lähetettiin 30 ravintolalle. Sähköposti lähetettiin niille ravintoloille, joiden osoitteet löytyivät ravintoloiden kotisivuilta. Sähköpostissa pyydettiin ravintoloilta muun muassa yleisesti mielipiteitä ravintolaruoan arvonlisäveron alennuksesta sekä syitä siihen miksi joissain ravintoloissa hintoja ei ehkä olisi alennettu.

Ravintoloista ei anneta nimi-, hinta- ja tuotetietoja, jotta ravintoloita ei voida yksilöidä. Työhön liitettäviin taulukoihin ravintolat on numeroitu eikä siinä käsitellä hintoja euromääräisesti vaan vain hintojen muutosprosentteja. Lisäksi myös tuotteet on numeroitu, jotta ravintolaa ei voida tunnistaa ruoka-annosten nimien perusteella.

Taulukoissa (liitteet 2 ja 3) sarake ”muutos 2” kuvaa hintojen muutosta kesä-heinäkuun vaihteessa, jolloin ravintolaruoan arvonlisävero aleni 22 %:sta

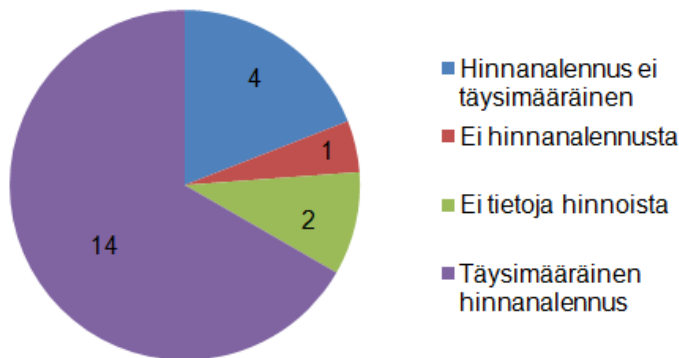
13 %:iin. Sarakkeesta "muutos 1" näkee, ovatko ravintolat nostaneet hintoja juu-
ri ennen alennuksen voimaantuloa ja sarake "muutos 3" puolestaan kertoo,
ovatko tuotteiden hinnat muuttuneet heinäkuun jälkeen.

7 TULOKSET

Hinnat koottiin jokaisen hintojenkeruukierroksen jälkeen Excel-taulukoihin. Näistä taulukoista saatiin laskettua ravintolakohtaiset muutosprosentit sekä ruoka-annoskohtaiset muutosprosentit. Lisäksi käsiteltiin sähköpostiviestikyselyn vastauksia, joita saatiin kolme kappaletta 30 lähetetystä.

Tulokset esitetään ravintolaryhmittäin. Lisäksi esitetään erikseen ruoissa ja juomissa tapahtuneet hintamuutokset, koska pienetkin euromääräiset muutokset juomien hinnoissa vaikuttavat suuresti kokonaiskuvaan. Juomien hinnoissa 0,50 euronkin nousu tai lasku on prosentuaalisesti merkittävä. Tuloksissa on otettu huomioon ne ravintolat, joista saatiin kerättyä luotettavasti vähintään kahden ruoka-annoksen sekä kahden juoman hinnat. Ravintoloiden katsotaan laskeneen hintojaan täysimääräisesti, jos keskimääräinen hinnanmuutosprosentti on vähintään -7 %. Keskimääräinen alennusprosentti ei välttämättä ole juuri 7,38 %, vaikka ravintolat olisivatkin ottaneet alennuksen huomioon. Tämä voi johtua siitä, että jotkin ravintoloista haluavat ilmoittaa hinnat pyöristettynä lähimpään kymmeneen senttiin.

Niistä 56 ravintolasta, joista hinnat kerättiin, 21 oli MaRan mukaan (2010, hakupäivä 11.10.2010) sitoutunut alentamaan hintojaan täysimääräisesti ravintolaruoan arvonlisäveron alennuksen astuessa voimaan 1.7.2010. Kuitenkin vain 14 ravintolaa laski ruokien hintoja täysimääräisesti ja neljän ravintolan osalta hinnanalennus ei ollut täysimääräinen (kuvio 4). Vaikka 13 ravintolaa siirsi arvonlisäveron alennuksen suoraan ruokien hintoihin, juomien ja lounaiden hintoihin alennus ei yltänyt. Yksi ravintoloista siirsi alennuksen täysimääräisenä kaikkiin hintoihin, mutta oli kuitenkin nostanut hintojaan noin 4,7 % syys-lokakuuhun mennessä (liite 2).



KUVIO 4. Hinnanalennukseen sitoutuneiden ravintoloiden lupauksen toteutumisen ruoka-annosten suhteen.

7.1 Ruokaravintolat

Hintoja kerättiin 18 ruokaravintolasta, joista 15:stä saatiin kokonaisuudessaan kerättyä luotettavasti ruokien hintatiedot. Kolmen ravintolan kohdalla tuotteet olivat hintojen keruun aikana poistuneet listalta. 73,33 % ruokaravintoloista laski ruokien hintoja 1.7.2010, kun ravintolaruoan arvonlisäveron alennus astui voimaan (taulukko 5). Yksi ravintola laski kuitenkin hintojaan arvonlisäveroalennuksen verran jo kesäkuussa ennen kuin alennus oli astunut voimaan (liite 2).

Täysimääräisesti arvonlisäveron alennuksen siirsi ruokien hintoihin yhdeksän ravintolaa. Liitteestä 2 nähdään myös, että yksi ravintola nosti hintojaan keskimäärin 10,74 % kesäkuussa ennen arvonlisäveroalennuksen voimaantuloa. Tämä ravintola lukeutuu kuitenkin yhdeksään hintoja laskeneeseen ravintolaan. Keskimäärin ravintolat laskivat ruoka-annosten hintoja 5,20 % suurimman pudotuksen ollessa 8,39 % (taulukko 5). Neljä ravintolaa ei muuttanut ruokien hintoja lainkaan.

TAULUKKO 5. Yhteenveto ruoka-annosten hintamuutoksista ruokaravintoloissa 1.7.2010.

Keskimääräinen hintamuutos	-5,20 %
Suurin hinnanalasku	-8,39 %
Pienin hinnanalasku	0,00 %
Hintoja laskeneet	11 kpl
Täysimääräisesti hintoja laskeneet	9 kpl
Hintoja nostettu ennen alennusta	1 kpl

Taulukosta 6 nähdään, että arvonlisäveromuutoksen jälkeen hinnat olivat nousseet syyskuuhun mennessä noin 0,37 %. Yksi ravintola laski hintojaan 0,78 % ja neljä nosti hintojaan suurimman hinnannousun ollessa 2,98 %.

TAULUKKO 6. Yhteenveto ruoka-annosten hintamuutoksista syys-lokakuussa ruokaravintoloissa.

Keskimääräinen hintamuutos	0,37 %
Suurin hinnanalasku	-0,78 %
Suurin hinnannousu	2,98 %
Hintoja laskeneet, lkm	1 kpl
Hintoja nostaneet, lkm	4 kpl

Juomien osalta hinnat saatiin kerättyä 15 ruokaravintolasta. Kolmen ravintolan kohdalla juomien hintoja ei voitu ottaa huomioon, koska niistä ei saatu ravintoloilta tarkkaa tietoa. 53,33 % ruokaravintoloista laski juomien hintoja 1.7.2010. Täysimääräisesti näistä ravintoloista juomien hintoja laski 37,5 % ja keskimäärin juomien hinnat laskivat 4,11 % (taulukko 7).

TAULUKKO 7. Yhteenveto juomien hintamuutoksista ruokaravintoloissa 1.7.2010.

Keskimääräinen hintamuutos	-4,11 %
Suurin hinnanlasku	-28,41 %
Pienin hinnanlasku	0,00 %
Hintoja laskeneet, lkm	8 kpl
Täysimääräisesti hintoja laskeneet, lkm	3 kpl
Hintoja nostettu ennen alennusta, lkm	1 kpl

7.2 Etniset ravintolat

Hintoja kerättiin 11 etnisestä ravintolasta ja näistä kaksi siirsi arvonlisäveron alennuksen suoraan ruokien hintoihin (liite 2). Kaksi muuta ravintolaa nosti hintojaan ennen alennuksen voimaantulua, mutta ne eivät kuitenkaan laske-neet hintojaan 1.7.2010. Keskimääräinen ruoka-annosten hinnanalennus oli 1,36 %, koska 81,8 % ravintoloista ei muuttanut hintojaan lainkaan (taulukko 8).

TAULUKKO 8. Yhteenveto etnisten ravintoloiden ruoka-annosten hintamuutok-sista 1.7.2010.

Keskimääräinen hintamuutos	-1,36 %
Suurin hinnanlasku	-7,57 %
Pienin hinnanlasku	0,00 %
Hinnat muuttumattomia	9 kpl
Täysimääräisesti hintoja laskeneet, lkm	2 kpl
Hintoja nostettu ennen alennusta, lkm	2 kpl

Syys-lokakuuhun mennessä etnisten ravintoloiden ruoka-annosten hinnoissa ei ollut tapahtunut muutoksia (liite 2).

Juomien hinnat saatiin kerättyä kymmenestä ravintolasta, mutta hintoja laski täysimääräisesti vain yksi ravintola (liite 2). Sama ravintola laski myös ruoka-annostensa hintoja arvonlisäveroalennuksen verran. Muut ravintolat pitivät juomien hinnat ennallaan arvonlisäveron alennuksen astuttua voimaan.

7.3 Pizzeriat ja kebab-ravintolat

Pizzeriaista ja kebab-ravintoloista vain yksi ravintola 11 ravintolasta laski ruokien hintoja 1.7.2010, mutta hinnanalennus ei kuitenkaan ollut täysimääräinen (taulukko 9). Kesä-heinäkuussa ruoka-annosten hintoja nosti kaksi ravintolaa ja syys-lokakuussa kolme ravintolaa (liite 2).

TAULUKKO 9. Yhteenveto ruoka-annosten hintamuutoksista 1.7.2010.

Keskimääräinen hintamuutos	-0,41 %
Suurin hinnanalasku	-6,02 %
Suurin hinnannousu	1,55 %
Hintoja laskeneet, lkm	1 kpl
Täysimääräisesti hintoja laskeneet, lkm	0 kpl

Juomien hinnat pizzeriaissa ja kebab-ravintoloissa nousivat hieman 1.7.2010 (liite 2).

7.4 Pikaruokaravintolat

Pikaruokaravintoloista hinnat kerättiin kuudesta ravintolasta, mutta kahden ravintolan tuloksia ei voitu ottaa huomioon. Kyseiset ravintolat ovat take away-ravintoloita, vaikka ne tarjoavat mahdollisuuden syödä paikan päällä sisätiloissa. Loput neljä ravintolaa laski ruokien hintoja heinäkuussa, mutta vain kaksi ravintolaa siirsi alennuksen hintoihin täysimääräisesti. Keskimääräisesti hinnat laskivat 5,78 % (taulukko 10).

TAULUKKO 10. Yhteenveto pikaruokaravintoloiden ruoka-annosten hintamuutoksista 1.7.2010.

Keskimääräinen hintamuutos	-5,78 %
Suurin hinnanlasku	-9,48 %
Pienin hinnanlasku	-1,22 %
Hintoja laskeneet, lkm	4 kpl
Täysimääräisesti hintoja laskeneet, lkm	2 kpl

Syys-lokakuussa ruoka-annosten hintoja oli nostanut vain yksi paikka, jonka hinnat olivat nousseet keskimäärin 4,22 % (liite 2).

Kaksi ravintolaa laski juomien hintoja 1.7.2010, toinen 7,42 % ja toinen 1,33 % (liite 2). Täysimääräisesti juomien hintoja laskenut ravintola korotti hintojaan heti syyskuussa 5,33 %.

7.5 Lounasravintolat

Lounasravintoloista hinnat kerättiin kymmenestä ravintolasta, joista yhdestä ei saatu riittävän tarkkoja hintatietoja eikä sitä voitu ottaa huomioon. Jäljelle jääneistä ravintoloista yli puolet laski hintojaan arvonlisäveron alennuksen tultua voimaan (liite 2). Niistä vain yksi siirsi alennuksen täysimääräisesti hintoihin. Tämä ravintola nosti kuitenkin syyskuussa hintoja 3,70 %. Keskimääräinen hinnanlasku oli 2,65 %, mutta kaksi lounasravintolaa laski hintojaan huomattavasti jo kesäkuussa (taulukko 11).

TAULUKKO 11. Yhteenveto ruoka-annosten hintamuutoksista lounasravintoloissa 1.7.2010.

Keskimääräinen hintamuutos	-2,65 %
Suurin hinnanalasku	-7,68 %
Pienin hinnanalasku	0,00 %
Hintoja laskeneet, lkm	5 kpl
Täysimääräisesti hintoja laskeneet, lkm	1 kpl
Hintoja laskettu ennen alennusta, lkm	2 kpl

Lounasravintoloista saatiin juomista erikseen selville vain kahvin hinta. Yksikään lounasravintoloista ei siirtänyt alennusta kahvin hintaan täysimääräisesti (liite 2).

Lounashintoja kerättiin myös niiltä ruoka- ja etnisiltä ravintoloilta, joilla on tarjolla lounas. Nämä ravintolat laskivat lounaiden hintoja keskimäärin noin kolme prosenttia, mikä on hieman enemmän kuin varsinaisten lounasravintoloiden keskimääräinen hinnanalennus (liite 3).

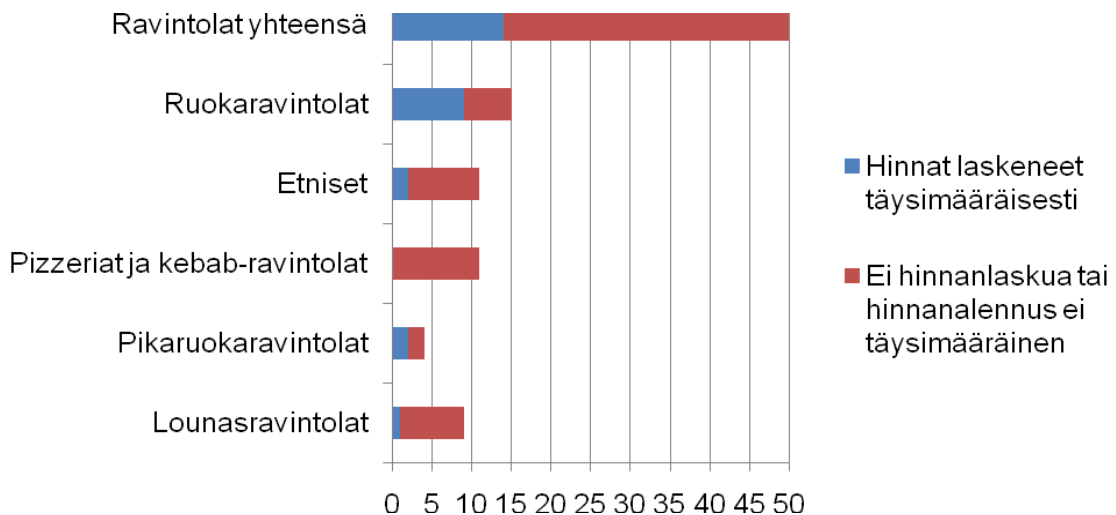
7.6 Kyselyn tulokset

Sähköpostitse toteutettuun kyselyyn vastasi kolme ravintolaa. Vastaajat totesivat saaneensa riittävästi informaatiota ravintolaruoan arvonlisäveron alennuksesta. Tietoa he saivat muun muassa uutisista, muilta yrittäjiltä sekä MaRasta. Kaikki vastaajat kertoivat myös arvonlisäveron alennuksen olevan hyvä asia, vaikkakin yksi vastaajista totesi, että heillä alennusta ei hintoihin ollut siirretty. Kyselystä ilmeni myös, että ainakin yhdessä ravintolassa kaupankäynti vilkastui hieman arvonlisäveron alennuksen myötä.

Ravintoloilta kysyttiin myös syitä siihen, miksi osa ravintoloista ei olisi siirtänyt alennusta hintoihin. Syitä vastaajien mielestä olivat muiden kulujen jatkuva nousu, kuten vuokrien, palkkojen, sähkön ja vakuutusmaksujen korotukset. Lisäksi mainittiin kasvavat hinnankorotuspaineet, ruokalistojen uusimismaksut sekä suurempi voitontavoittelu.

7.7 Yhteenveto

Selvityksessä saatiin lopulta käytettyä 50 ravintolasta kerätyt hinnat. Yhteensä näiden ravintoloiden ruoka-annosten hinnat laskivat heinäkuussa keskimäärin 2,94 % (liite 2). Eniten ruokien hintoja laskivat pikaruokaravintolat sekä ruokaravintolat (kuvio 5). Näistä 19 ravintolasta 11 siirsi alennuksen hintoihin täysimääräisesti. Etnisistä ravintoloista vain kaksi alensi ruokien hintoja täysimääräisesti ja pizzerioista ja kebab-ravintoloista yksikään ei laskenut ruokien hintoja täysimääräisesti. Lisäksi lounasravintoloista vain yksi laski hintojaan täysimääräisesti. Suurin osa ruoka-annosten hintoja laskeneista ravintoloista oli ketjuihin kuuluvia ravintoloita.

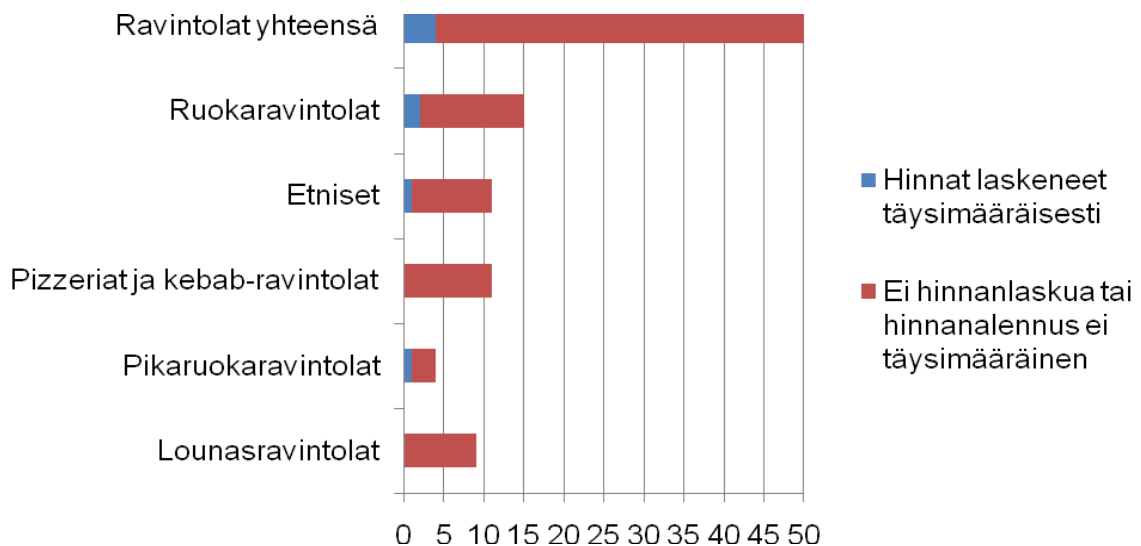


KUVIO 5. Arvonlisäveroalennuksen siirtyminen ruoka-annosten hintoihin ravintolatyypeittäin (kpl).

Juomien kohdalla kaikkien ravintoloiden keskimääräinen alennus oli heinäkuussa 1,46 % (liite 2). Myös juomien kohdalla pikaruoka- ja ruokaravintolat laskivat hintoja eniten. Pizzerioiden ja kebab-ravintoloiden juomien hinnat sen sijaan nousivat hieman.

Kaikkien lounasravintoloiden ja lounasta tarjoavien muiden ravintoloiden lounaiden hinnat laskivat keskimäärin 2,83 % (liite 3). Eniten lounaiden hintoja pudotivat ruokaravintolat, jotka laskivat lounashintoja kaksinkertaisesti verrattuna varsinaisiin lounasravintoloihin.

Kaikkien ravintoloiden keskimääräinen hinnanalennus kaikkine tuotteineen oli 2,35 % arvonlisäveromuutoksen tultua voimaan (liite 2). Vain neljä ravintolaa siirsi alennuksen hintoihinsa kokonaan (kuvio 6) ja yksi ravintola oli alentanut kaikkia hintojaan täysimääräisesti jo kesäkuun puolella. Lounasravintoloista sekä pizzerioista ja kebab-ravintoloista yksikään ei alentanut kaikkien tuotteiden hintoja täysimääräisesti.



KUVIO 6. Arvonlisäveroalennuksen siirtyminen kaikkien tuotteiden hintoihin ravintolatyypeittäin (kpl).

Lisäksi yksi ravintola, joka oli kyllä pitänyt MaRalle antamansa lupauksen laskea hintoja, oli kuitenkin nostanut kesäkuussa ennen alennuksen voimaan tuloa ruokien hintoja reilusti (liite 2). Syys-lokakuussa ravintoloiden hinnat taas olivat nousseet vain hieman heinäkuusta, vaikkakin yksi täysimääräisesti hintojaan laskenut oli nostanut hintoja reilusti.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, siirtyikö ravintolaruoan arvonlisäveron alennus täysimääräisenä kuluttajahintoihin. Lisäksi selvitettiin miksi jotkin ravintolat eivät laskeneet hintojaan sekä kävikö ravintolaruoan arvonlisäveroalennuksen kanssa samoin kuin palveluyritysten arvonlisäveroalennuksen kanssa.

Kulutusveron, joka myös arvonlisävero on, piirteisiin kuuluu, että veron maksajia ovat hyödykkeiden kuluttajat (Nyrhinen & Äärilä 2010, 28–29). Tällöin arvonlisäveron alennuksenkin pitäisi näkyä kuluttajahinnoissa. Selvityksen mukaan ravintolaruoan arvonlisäveron alennus ei kuitenkaan siirtynyt kokonaisuudessaan kuluttajahintoihin, sillä keskimääräinen alennusprosentti oli vain 2,35 %. Mikäli arvonlisäveron alennus olisi siirtynyt kokonaan ravintolaruoan hintoihin, laskennallisesti hintojen olisi pitänyt laskea noin 7,4 % (Peltoniemi & Varjonen 2010, 6). Alennuksen siirsi hintoihinsa täysimääräisesti vain kahdeksan prosenttia selvityksessä mukana olleista ravintoloista. Sähköpostikyselyyn vastanneet kertoivat kuitenkin arvonlisäveron alennuksen olevan hyvä asia, vaikkakin yksi vastaajista totesi, että heillä alennusta ei hintoihin ollut siirretty.

92 % selvityksessä mukana olleista ravintoloista ei siirtänyt alennusta hintoihin kokonaisuudessaan tai ei muuttanut hintoja lainkaan. Tämä voi johtua siitä, että ravintolat ovat voineet kokea ravintolaruoan arvonlisäveroalennuksen hyvänä mahdollisuutena korottaa hintoja muuttamatta kuitenkaan myyntihintoja. Asiakkaat huomaavat hintojenkorotukset herkemmin kuin sen, että hinnat ovat pysyneet samana. Tämän vuoksi ravintolat eivät ole aiemmin voineet korottaa hintojaan huomattavasti, vaikka hinnankorotuspaineita onkin ollut.

Koska arvonlisäverotus vaikuttaa hintoihin, myös hyödykkeiden kysyntä ja tarjonta muuttuvat. Tällä on siten vaikutusta yritysten kannattavuuteen ja sitä kautta myös työllisyyteen. (Peltoniemi & Rauhanen 2006, hakupäivä 26.9.2010.) Selvityksen mukaan suurin osa ravintoloista ei siirtänyt arvonlisäveroalennusta hintoihin, joten arvonlisäverokannan alennuksen ansiosta ravintolat saavat

tuotteistaan isomman katteen kuin aiemmin, vaikka tarkoitus oli, että hintojen alennuksen myötä ravintoloiden asiakasmäärät lisääntyisivät ja sitä kautta lisätyövoiman tarve kasvaisi. Koska ravintolaruokien hinnat eivät laskeneet suunnitellusti, ainoat hyötyjät olivat ravintolat valtion kustannuksella. MaRan toimitusjohtajan Timo Lapin mukaan verojen alentaminen on kuitenkin valtion varoista pois eivätkä rahat kuulu ravintolayrityksille (Helsingin Sanomat 13.7.2010).

Valtion taloudellisen tutkimuskeskus VATT:n mukaan ruokaverojen (elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden) kokonaistyöllisyysvaikutuksen pitäisi olla 9500 henkilöä, josta ravintolapalveluiden osuus olisi 3000 henkilöä. Ravintolaruoan hinnanalaskusta seuraavan ostovoiman kasvun voidaan ajatella kohdistuvan täysin ravintolaruokaan. (Lankinen 2009, hakupäivä 26.9.2010.) Koska ravintolapalvelut on hyvinkin hintajoustava, arvonlisäveron alennuksella pitäisi olla sen kohdalla suuret työllisyysvaikutukset (Peltoniemi & Rauhanen 2006, hakupäivä 26.9.2010). Jotta arvonlisäveron alennuksen työllisyysvaikutukset olisivat huomattavat, hintojen olisi pitänyt laskea toteutunutta hinnanalaskua enemmän. Koska ravintolaruoan arvonlisäverokannan alennus ei siirtynyt kuluttajahintoihin, voidaan ajatella, että arvio työllisyysvaikutuksista ei tule toteutumaan.

Arvonlisäveroalennuksen siirtämistä hintoihin vaikeuttivat kustannusten nousut, tietämättömyys sekä hintojen nostopaineet (Helsingin Sanomat 13.7.2010). Opinnäytetyössä tehdyn kyselyn mukaan syitä siihen, miksi hintoja ei laskettu, voisivat olla kulujen jatkuva nousu, kasvavat hinnankorotuspaineet, ruokalistojen uusimismaksut sekä suurempi voitontavoittelu. Ravintoloitsijat ovat voineet kokea, että alennuksesta tuleva hyöty, esimerkiksi asiakasmäärien kasvu, ei kuitenkaan kata jatkuvasti kasvavia pakollisia kuluja, kuten vuokria, raaka-ainekustannuksia ja palkkoja.

Isompi arvonlisäverokannan lasku olisi voinut saada ravintolat tekemään nykyistä näkyvämmän muutoksen hintoihin. Toisaalta MaRan mukaan (2010, hakupäivä 19.9.2010) Ranska laski ravintolaruoan arvonlisäverotuksen 19,6 %:sta 5,5 %:iin eikä sillä ollut vaikutusta ravintolaruoan hintoihin. Ranskan tilastokeskuksen INSEE:n mukaan ravintolaruoan hinnat laskivat muutosta seuranneina neljänä kuukautena vain 1,4 % (Matti Viren 2010, hakupäivä 19.9.2010).

YLE Uutisten mukaan (2010, hakupäivä 19.9.2010) Ranskan parlamentin ylähuone onkin jo uhannut nostaa ravintolaruoan arvonlisäveron entiselleen. Samoin voi tapahtua myös Suomessa, koska Suurtalousuutisten mukaan (2010, hakupäivä 14.9.2010) päättäjät suhtautuivat ravintolaruoan arvonlisäveron alennukseen myönteisesti, mutta ehtona oli, että verohyöty todella siirretään hintoihin.

Hallituksen tarkoituksena oli myös parturi-kampaamo- ja pienpalvelualan arvonlisäveroalennuksella vuonna 2007 lisätä palveluiden kysyntää ja työllisyyttä sekä vähentää harmaata taloutta edullisempien hintojen avulla (YLE Kuningaskuluttaja 2006, hakupäivä 27.9.2010). Tämän kokeilun on tarkoitus päättyä vuoden 2011 lopussa, jonka jälkeen päätetään jääkö arvonlisäverokannaksi alennettu verokanta vai nouseeko se takaisin yleisen verokannan tasalle.

Kuluttajaviraston ja lääninhallitusten tekemän kyselyn perusteella noin puolet parturi- ja kampaamoalan liikkeistä oli vuoden 2007 maaliskuussa laskenut hintojaan. Hinnanalennus oli noin kolme prosenttia koko maassa. (Punakallio 2007, hakupäivä 28.9.2010.) Parturi- ja kampaamoyritysten hinnat laskivat keskimäärin vain noin kolme prosenttia, vaikka alennuksen olisi pitänyt olla 11,48 %. Koska alennus ei siirtynyt kokonaisuudessaan kuluttajahintoihin, voi käydä niin, että verokanta nostetaan jossain vaiheessa entiselle tasolle, vaikkakin kokeilua on jatkettu vielä vuoden 2011 loppuun.

Parturi- ja kampaamoyrittäjillä sekä pienten korjauspalveluiden tarjoajilla oli samankaltaisia syitä olla alentamatta hintoja kuin ravintolayrityksilläkin. Syitä olivat muun muassa kauan odotetut palkankorotukset sekä yleiset hinnankorotuspaineet (YLE Kuningaskuluttaja 2006, hakupäivä 27.9.2010). Samansuuntaisia syitä ilmeni myös vuonna 2007 tehdyssä opinnäytetyössä koskien parturi-kampaamoalan arvonlisäveroalennusta (Paavola & Pernu 2007, 49). Myös parturi-kampaamoalan yritykset vetosivat muun muassa hinnannostopaineisiin, yleiseen kustannustason nousuun sekä haluun parantaa yrityksen kannattavuutta. Kummallakin alalla toteutetut arvonlisäverokannan alennukset siis epäonnistuivat eivätkä tuottaneet toivottua tulosta.

YLE Uutisten mukaan (2010, hakupäivä 19.9.2010) Ranskassa suuret ravintolaketjut ovat laskeneet hintojaan, mutta pienet kortteliravintolat eivät niinkään. Selvityksen mukaan myös Oulun keskustan alueella ravintola-annosten hintoja laskeneet ravintolat olivat lähinnä ruokaravintoloita. Etniset ravintolat, pizzeriat sekä kebab-ravintolat huomioivat alennuksen hinnoissa heikoimmin. Timo Lapin mukaan (Taloussanomien 2010, hakupäivä 24.6.2010) pizzeriat ja kebab-ravintolat ovat yksi suuri MaRaan kuulumaton ryhmä ja hänen mukaansa järjestö ei voi vaikuttaa järjestäytymättömien ravintoloiden toimintatapoihin.

Suurin osa selvityksessä mukana olleista Oulun keskustan alueen pizzerioista ja kebab-ravintoloista on ulkomaalaistaustaisten henkilöiden omistuksessa, joten voi olla, että he eivät ole olleet tietoisia arvonlisäverokannan muutoksesta ja suomalaisen verotusjärjestelmän tietämys voi olla myös yleisellä tasolla heikkoa. Joidenkin pizzerioiden ja kebab-ravintoloiden kohdalla hinnat saatiin tietoon usean vuoden takaa eivätkä hinnat olleet juurikaan tuona aikana muuttuneet. Koska hintoja ei ole muutenkaan usean vuoden aikana muutettu, ravintoloitsijat eivät ehkä ole nähneet nytkään mitään syytä laskea hintoja.

Kuitenkin sähköpostikyselyyn vastanneet ravintolat olivat saaneet mielestään riittävää tietoa arvonlisäveroalennuksesta. Tietoa he olivat saaneet muun muassa uutisista, muilta yrittäjiltä sekä MaRasta. Informaatio ei ilmeisesti kuitenkaan ollut riittävän selkeää, koska alennusta ei ollut siirretty kaikkiin tuotteisiin, kuten juomiin tai lounaisiin.

Alennuksen olisi pitänyt näkyä myös juomien ja lounaiden hinnoissa, mutta moni ravintola oli huomionnut arvonlisäveroalennuksen vain ruoka-annosten hinnoissa. Koska mediassa on puhuttu paljon alennuksesta ravintolaruoan arvonlisäveroalennuksen nimellä, ravintolat ovat voineet ymmärtää, että alennus koskee vain varsinaisia ruoka-annoksia. Toisaalta ravintolat ovat voineet ajatella, että asiakkaat kohdistaisivat huomionsa vain ruoka-annosten hintoihin, jolloin ravintolat voisivat ottaa suuremman katteen niin sanotuista sivutuotteista, kuten juomista.

Elintarvikkeiden ja ravintolaruoan arvonlisäverokannoissa oli suuri, kymmenen prosenttiyksikön ero, joka aiheutti epäreilun kilpailutilanteen ravintola-alaa kohtaan. Elintarvikkeiden arvonlisäveroalennuksella pyrittiin siihen, että kuluttajille jää hintojen laskettua enemmän rahaa muuhun kuluttamiseen. Kuluttajaviraston suorittaman hintaseurannan mukaan elintarvikkeiden hinnat laskivat noin 5,7 % heti arvonlisäveroalennuksen tultua voimaan (Suurtalousuutiset 2010, hakupäivä 29.4.2010).

Elintarvikkeiden arvonlisäveroalennus käyttäytyi siis eri tavalla kuin ravintolaruoan arvonlisäveroalennus. Tämä voi johtua siitä, että elintarvikkeiden hintojen muutoksia oli helpompi seurata, koska tuotteet ovat samankaltaisia ja hintatiedot helposti saatavilla. Myös paineet hintojen alennukselle olivat kovat kuluttajien ja median puolelta. Lisäksi Suomessa suurin osa ruokakaupoista kuuluu johonkin valtakunnalliseen ketjuun, joten ohjeistus hintojen muuttamiseen on voinut tulla ylemmältä taholta, koska haluttiin, että koko ketjulla oli yhteinen linja. Myös ravintoloiden kohdalla ketjuravintolat laskivat aktiivisimmin ruokien hintoja, kun taas selvityksessä mukana olleet ketjuihin kuulumattomat ravintolat eivät juurikaan siirtäneet alennusta hintoihin.

MaRa ry:n toimitusjohtaja Timo Lapin mukaan (Kaleva 30.7.2010, 23) MaRa suositteli jäsenilleen arvonlisäveroalennuksen siirtämistä suoraan hintoihin ja kesäkuun loppuun mennessä noin 3 800 ravintolaa oli sitoutunut siirtämään alennuksen hintoihinsa. Alennukseen ovat sitoutuneet muun muassa Amarillo, Rosso, Hesburger, Fazer Amica ja Antell-Catering (Petäinen 2010, 15). Selvityksessä mukana olleista ravintoloista 21 oli MaRan mukaan luvannut siirtää alennukseen suoraan hintoihinsa. Kuitenkin näistä vain 14 ravintolaa siirsi alennuksen ruoka-annosten hintoihin ja vain neljä kaikkien tuotteiden hintoihin. Ravintolat ovat voineet ajatella saavansa niin kutsuttua ilmaista mainosta olemalla MaRan listalla ja että kuluttajat eivät seuraisi hintoja niin aktiivisesti, että huomaisivat muuttumattomat hinnat.

Yksi täysimääräisesti hintoja laskeneista ja MaRalle antamansa lupauksen pitäneistä ravintoloista laski hintojaan alennuksen verran eli 7,4 % jo kesäkuussa. Ravintola on tällöin saanut kesäkuun ajan tuotteistaan matalampaa katetta kuin

aiemmin, mutta toisaalta ravintola on voinut saada huomattavaa etua siitä, että hinnat ovat alentuneet ennen muita ravintoloita. Voi olla, että kyseinen ravintola uusii ruokalistansa tietyin, ennalta määrätyin väliajoin, jolloin alennus on otettu jo aiemmin huomioon, ettei tule lisäkustannuksia listojen jatkuvasta uusimisesta.

Lisäksi ravintolat ovat voineet käyttää listojen uusimista hyväkseen muuttamalla listan sisältöä niin, ettei alennusta tarvinnut ottaa huomioon. Jos tuote on muuttunut tai korvattu toisella, alennuksen toteutumista ei voida seurata, koska ei ole aikaisempaa hintaa, johon verrata. Selvityksessä ei voitu ottaa huomioon neljän ravintolan tuloksia, koska ne olivat joko vaihtaneet ruokalistat tai osan tuotteista kokonaan.

9 POHDINTA

Opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää siirtyikö ravintolaruoan arvonlisäveroalennus kuluttajahintoihin täysimääräisesti sekä saada vastaukset alakysymyksiin, joita olivat: Miksi jotkin ravintolat eivät laskeneet hintojaan? Kävikö ravintolaruoan arvonlisäveroalennuksen kanssa samoin kuin palveluyritysten arvonlisäveroalennuksen kanssa? Selvitysmenetelmänä käytettiin hintojenkeruuta sekä sähköpostikyselyä. Hinnat kerättiin ennalta valituista ravintoloista ja tuotteista soittamalla tai käymällä paikan päällä.

Selvityksen päätulokseksi saatiin, että arvonlisäverokannan muutos ei vaikuttanut hintoihin toivotulla tavalla. Myöskään hinnanalennukseen sitoutuneista ravintoloista kaikki eivät kuitenkaan toteuttaneet lupaustaan. Selvityksen perusteella ravintolaruoan arvonlisäverokannan muutoksella on samantyyppiset vaikutukset kuin palveluyritysten arvonlisäveroalennuksella. Arvioidut työllisyysvaikutukset eivät todennäköisesti tule toteutumaan, koska hinnatkaan eivät laske.

Käytetyt selvitysmenetelmät olivat työn ja tuloksien kannalta hyvät. Hintojenkeruulla saatiin kattava aineisto rajatulta alueelta ja sähköpostikyselyllä arvokasta lisätietoa itse ravintoloisijoilta. Selvityksessä oli mukana rajatulta alueelta lähes kaikki ravintolat. Jonkin verran ravintoloita ja tuotteita jouduttiin karsimaan matkan varrella, joten laajempi hintojenkeruualue ja tuotemäärä olisi voinut olla hyvä tarkemman tuloksen saamiseksi. Toisaalta, työmäärä olisi voinut herkästi kasvaa liian suureksi resurssien ja selvityksen kannalta, eikä sillä kuitenkaan loppujen lopuksi olisi välttämättä ollut suurta merkitystä tuloksiin. Sähköpostikysely toteutettiin paikan päällä tehtävien haastattelujen sijaan lähinnä ajanpuutteen vuoksi sekä siksi, että ravintoloitsijoiden ajateltiin vastaavan kyselyyn mieluiten anonymisti. Lisäksi päätökseen vaikutti se, että sähköpostikyselyyn saattaisivat vastata myös ne ravintolat, jotka eivät hintoja laskeneet. Vastauksia oletettiin tulevan enemmän kuin niitä lopulta tuli, joten työn kannalta olisi voinut kuitenkin olla parempi toteuttaa kysely haastatteluina paikan päällä.

Selvityksessä näkyy Oulun keskustan ravintoloiden todellinen hintojen kehitys, sillä hinnat on kerätty useaan otteeseen ja jokaisesta ravintolasta on otettu selvitykseen mukaan useita tuotteita. Luotettavuutta lisää se, että hintojenkeruu aloitettiin hyvissä ajoissa, jolloin juuri ennen alennusta tapahtuneet hintojen nousut sekä laskut voitiin ottaa huomioon. Luotettavuutta olisi voitu lisätä ottamalla jokaiselta ravintolalta selvitykseen mukaan vieläkin enemmän tuotteita ja seuraamalla hintoja viikoittain tai parin viikon välein kuukauden sijaan sekä aloittamalla hintojenkeruuprosessi jo vuoden 2009 puolella.

Suuremmilta ongelmilta vältyttiin koko opinnäytetyöprosessin ajan. Aikataulussa pysyttiin suhteellisen hyvin ja sairastumisilta vältyttiin. Vaikka kaikki ryhmän jäsenet kävivät töissä ja opiskelivat, yhteistä aikaa löytyi yllättävän helposti. Kaikki joustivat tarpeen mukaan ja hintojenkeruuta lukuun ottamatta kaikki työvaiheet tehtiin yhdessä.

Syksyllä aikataulua jouduttiin kiristämään, kun huomattiin kuinka aikaisessa vaiheessa valmistumispäivään nähden työ piti palauttaa. Tuloksien analysointi oli haastavaa, sillä etukäteen ajateltiin, että tulokset ovat yksioikoisemmat. Osa ravintoloista laski kaikkia hintoja, osa vain ruoka-annosten ja osa oli laskenut hintoja jo ennen alennuksen voimaanastumista.

Opinnäytetyöprosessin aikana esiin nousi useampi mahdollinen jatkoselvityskyky. Olisi kiinnostavaa tietää, miten hinnat jatkossa kehittyvät eli nostavatko hintoja nyt laskeneet ravintolat hintansa entiselle tasolle ja reagoiko hallitus siihen, että suuri osa ravintoloista ei laskenut hintoja. Koska ravintolaruoan ja palveluyritysten arvonlisäverokannan alennukset eivät tuottaneet toivottua tulosta, tuleeko hallitus enää esittämään vastaavia keinoja työllisyyden ja ostovoiman parantamiseksi? Lisäksi voitaisiin selvittää, mihin toimiin MaRa aikoo ryhtyä, koska hinnat eivät laskeneet lupauksen mukaisesti.

Opinnäytetyössä pyrittiin siihen, että selvityksessä mukana olleita ravintoloita ei pystyttäisi tunnistamaan. Jos esimerkiksi ravintoloiden nimet, tuotteet tai hinnat olisi julkaistu, olisi ravintoloilta pitänyt pyytää siihen erikseen suostumus ja täl-

löin aineisto olisi voinut jäädä hyvinkin suppeaksi. Siksi kaikki ravintolat ja tuotteet on numeroitu eikä hintojakaan kerrota.

Opinnäytetyöprosessi oli kokonaisuudessaan mielenkiintoinen ja haastava. Vaikka selvitysaineiston ja tietoperustan kokoaminen oli yllättävän aikaa vievää ja välillä hankalaakin, oli innostavaa huomata, että loppujen lopuksi tulokset ja tietoperusta saatiin sovitettua hyvin yhteen.

LÄHTEET

Arvonlisäverolaki 29.12.2009/1780.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2007. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2010. Arvonlisäverotus. Hakupäivä 26.9.2010
<http://www.ek.fi/www/fi/verotus/ALV.php>.

Euroopan unionin neuvosto. 2009. Lehdistötiedote - neuvoston 2940. istunto - talous- ja rahoitusasiat. Hakupäivä 13.9.2010
http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/fi/ecofin/107672.pdf.

Euroopan unionin portaali. 2010. Verotus. Hakupäivä 25.9.2010
http://europa.eu/pol/tax/index_fi.htm.

European Commission – Taxation and Customs Union. 2010. VAT Rates Applied in the Member States of the European Union. Hakupäivä 28.7.2010
http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf.

Hallituksen esitys 15.9.2009/137.

Helsingin Sanomat. 2010. Ravintoloiden kannattavuus heikkeni jyrkästi. Hakupäivä 24.6.2010
<http://www.hs.fi/talous/artikkeli/Ravintoloiden+kannattavuus+heikkeni+jyrk%C3%A4sti/1135253516942>.

Holm, P., Kiander, J., Rauhanen, T. & Virén, M. 2007. Elintarvikkeiden arvonlisäverokannan alentamisen vaikutukset. Pellervon taloudellinen tutkimuslaitos.

Kuluttajavirasto. 2007. Arvonlisäveron alennuksen vaikutuksia kampaamohintoihin selvitetty. Hakupäivä 29.9.2010

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/1ff07706-f0bb-428f-800e-4cef03495c01/Parturit%20ja%20kampaamot%20hintavertailu.pdf>.

Lankinen, Heikki. 2009. Arvonlisäverotuksen rakennemuutos lisää työllisyyttä. Hakupäivä 26.9.2010 http://www.mara.fi/files/vit09_8_16_18.pdf.

Lappi, T., 2010. Ravintolaruoan alv-alennuksesta. Kaleva 30.7.2010, 23.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. 2009. Ravintolapalvelujen arvonlisäveron alentaminen. Hakupäivä 6.9.2010 <http://www.mara.fi/?file=693>.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. 2010. Mikä MaRa on. Hakupäivä 19.9.2010 http://www.mara.fi/?path=mik_mara_on.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa. 2010. Ravintolaruoan alv:n alentamisesta hyvät tulokset Ranskassa. Hakupäivä 19.9.2010 <http://www.mara.fi/?file=1082>.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. 2010. Hinnanalennukseen sitoutuneet MaRan jäsenravintolat. Hakupäivä 11.10.2010 <http://www.mara.fi/index.php?file=972>.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. 2010. Suhdanne 3/2010 - Matkailu- ja ravintola-alan kehitysnäkymät. Hakupäivä 23.9.2010 http://www.mara.fi/files/suhdanne10_3.pdf.

Nyrhinen, R. & Äärilä, L. 2010. Arvonlisäverotus käytännössä. Juva: WS Bookwell Oy.

Paavola, S. & Pernu, J. 2007. Selvitys arvonlisäveromuutoksen vaikutuksista parturi-kampaamoalaan Oulussa. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Peltoniemi, A. & Rauhanen, T. 2006. Elintarvikkeiden ja ruokapalveluiden arvonlisäverotus EU:ssa ja Suomessa. Hakupäivä 26.9.2010
http://www.vatt.fi/file/vatt_publication_pdf/t122.pdf.

Peltoniemi, A. & Varjonen, J. 2010. Elintarvikkeiden alv-alennus ja hintakehitys – hintaseurannan tulokset ja katsaus kuluttajahintaa määrittäviin tekijöihin. Kuluttajatutkimuskeskus.

Petäinen, M., 2010. Ravintolaruoka halpenee heinäkuun alussa. Taloustaito 9.6.2010, 15.

Punakallio, M. 2007. Verottaja ostajan kukkarolla - kulutusverot Suomessa ja muissa maissa. Hakupäivä 28.9.2010
<http://www.veronmaksajat.fi/File/130a5334-5d2d-4fd5-856e-f5d344012b1b/Verottaja%20ostajan%20kukkarolla.%20Kulutusverot%20Suomessa%20ja%20muissa%20maissa.pdf>.

Sippola, J. 2010. Moni ravintolanpitäjä ei edes tiedä arvonlisäveron kevennyksestä – pienistä harva alensi hintoja. Helsingin Sanomat 13.7.2010, A11.

Suurtalousuutiset. 2007. Ruoan veroale löisi ravintola-alan lyttyyn. Hakupäivä 14.9.2010
http://www.suurtalousuutiset.fi/index.php?misc=search&subaction=showfull&id=1172189323&archive=&cnshow=news&ucat=&start_from=&.

Suurtalousuutiset. 2008. Suomalaisravintoloille vetoapua Ranskasta? Hakupäivä 26.4.2010
http://www.suurtalousuutiset.fi/index.php?misc=search&subaction=showfull&id=1212537724&archive=&cnshow=news&ucat=&start_from=&.

Suurtalousuutiset. 2010. MaRa suosittelee mahdollisen alv-alennuksen viemistä hintoihin. Hakupäivä 14.9.2010
http://www.suurtalousuutiset.fi/index.php?misc=search&subaction=showfull&id=1234863808&archive=&cnshow=news&ucat=&start_from=&.

Suurtalousuutiset. 2010. Kuluttajaviraston hintaseuranta:
Arvonlisäveron alennus siirtyi hintoihin. Hakupäivä 29.4.2010
http://www.suurtalousuutiset.fi/index.php?misc=search&subaction=showfull&id=1269873292&archive=&cnsshow=news&ucat=&start_from=&.

Taloussanomat. 2010. Ravintolahinnat nousseet prosentoin ennen alv-alea. Hakupäivä 24.6.2010
<http://www.taloussanomat.fi/palvelut/2010/06/24/ravintolahinnat-nousseet-prosentoin-ennen-alk-alea/20108917/12>.

Taloussanomat. 2010. Taloussanakirja. Hakupäivä 26.9.2010
http://www.taloussanomat.fi/porssi/sanakirja/?page_id=45&offset=0&A=hintajousto.

Taloustaito. 2010. Hintaseuranta: Ruuan alv-ale siirtyi kuluttajahintoihin. Hakupäivä 26.9.2010 <http://www.taloustaito.fi/fi-FI/u/?groupId=3232b57d-2477-42abb401-0a3473dca5e9&announcementId=8cb12317-9432-4ea5-8acc-8e140ca30f02>.

Teppala, T. 2006. Kulutusverotus teoriasta käytäntöön – vaikuttaako arvonlisäverotus kuluttajahintoihin? Valtion taloudellinen tutkimuskeskus.

Tikka, K.S. 1991. Suomen liikevaihtoverojärjestelmän kehitys ja arvonlisäverotus Euroopassa. Teoksessa M. Kallio (toim.), Uusi liikevaihtoverotus. Juva: WSOY:n graafiset laitokset, 19-37.

Tyynysniemi, M. 2009. Ravintola-ala ei ymmärrä ruoan alv:n laskua. Hakupäivä 25.9.2010 http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2009/07/ravintola-ala_ei_ymmarra_ruoan_alvn_laskua_897960.html.

Valtioneuvosto. 2010. Valtioneuvoston yleisistunto 10.9.2010. Hakupäivä 3.11.2010
<http://www.valtioneuvosto.fi/toiminta/paatokset/paatokset/fi.jsp?toid=175625&c=0&moid=175628&oid=305677>.

Valtiovarainministeriö. 2010. Arvonlisäverotus. Hakupäivä 19.9.2010
http://www.vm.fi/vm/fi/10_verotus/04_arvonlisaverotus/index.jsp.

Verohallinto. 2006. Parturi- ja kampaamopalveluiden sekä eräiden pienien korjauspalveluiden arvonlisäverokanta. Hakupäivä 27.9.2010
http://www.vero.fi/default.asp?path=5,40&article=5091&domain=VERO_MAIN.

Veronmaksajain Keskusliitto ry. 2010. Arvonlisäverotus ja arvonlisäverokannat eri maissa. Hakupäivä 28.9.2010 <http://www.veronmaksajat.fi/fi-FI/tutkimuksetjatilastot/kulutusverotus/arvonlisavero/>.

Viren, M. 2010. Vastine Lankiselle ravintolaruoan arvonlisäverosta. Hakupäivä 19.9.2010 <http://yp.stakes.fi/FI/keskustelu/100118viren.htm>.

Virtanen, H.S. 2010. Ravintoloiden näkymät kirkastuvat. Kauppalehti 3.9.2010, 11.

YLE Kuningaskuluttaja. 2006. ALV-ale – laskevatko parturi- ja suutarimaksut? Hakupäivä 27.9.2010 <http://kuningaskuluttaja.yle.fi/node/1413>.

YLE Uutiset. 2010. Ranskassa petyttiin ravintoloiden alv-aleen. Hakupäivä 19.9.2010
http://yle.fi/uutiset/ulkomaat/2010/03/ranskassa_petyttiin_ravintoloiden_alv-aleen_1522137.html.

Hyvä ravintoloitsija,

Olemme tradenomiopiskelijoita Oulun seudun ammattikorkeakoulusta ja teemme opinnäytetyönä selvitystä ravintolaruoan arvonlisäveron alennuksen vaikutuksista hintoihin Oulun alueella.

Pyytäisimme Teiltä mielipiteitä ravintolaruoan arvonlisäveron muutoksesta, joka tuli voimaan 1.7.2010. Vastauksenne auttaisivat meitä opinnäytetyössämme ja toisivat sille lisäarvoa. Emme esitä opinnäytetyössämme yrityksenne nimeä emmekä mitään tietoja, jotka voisi yhdistää ravintolaanne.

Mikäli ette halua vasta alla oleviin yksittäisiin kysymyksiin, voitte kertoa ajatuksianne asiasta yleisellä tasolla.

Oletteko saaneet riittävästi informaatiota ravintolaruoan arvonlisäveron alennuksesta?

Mistä olette saaneet tietoa ravintolaruoan arvonlisäveron alennuksesta?

Mitä mieltä olette ravintolaruoan arvonlisäveron alennuksesta?

Kuinka ravintolaruoan arvonlisäveron alennus on vaikuttanut toimintaanne?

Oletteko siirtäneet arvonlisäveroalennuksen hintoihinne?

Mitä syitä voisi olla sille, että osa ravintoloista ei olisi siirtänyt alennusta hintoihinsa?

Ystävällisin terveisin,

Eeva Leppä-aho, Sanna Kultala ja Perttu Vartio

	Ruoka							
	Muutos 2				Muutos 3			
	Ka.	Max	Min	Kpl	Ka.	Max	Min	Kpl
Ruokaravintolat	-5,20 %	-8,39 %	0,00 %	15	0,37 %	-0,78 %	2,98 %	15
Etniset	-1,36 %	-7,57 %	0,00 %	11	0,00 %	0,00 %	0,00 %	11
Pizzeriat/kebab	-0,41 %	-6,02 %	1,55 %	11	0,98 %	0,00 %	4,17 %	11
Pikaruoka	-5,78 %	-9,48 %	-1,22 %	4	1,05 %	0,00 %	4,22 %	4
Lounas								
Lounas ruoka/etniset								
Lounas kaikki								

	Lounas							
	Muutos 2				Muutos 3			
	Ka.	Max	Min	Kpl	Ka.	Max	Min	Kpl
Ruokaravintolat	-5,46 %	-10,00 %	-2,17 %	6	0,00 %	0,00 %	0,00 %	6
Etniset	0,00 %	0,00 %	0,00 %	5	0,00 %	0,00 %	0,00 %	5
Pizzeriat/kebab								
Pikaruoka								
Lounas	-2,65 %	-7,68 %	0,00 %	9	0,13 %	-2,56 %	3,70 %	9
Lounas ruoka/etniset	-2,98 %							
Lounas kaikki	-2,83 %	-10,00 %	0,00 %	20	0,06 %	-2,56 %	3,70 %	20

	Juoma							
	Muutos 2				Muutos 3			
	Ka.	Max	Min	Kpl	Ka.	Max	Min	Kpl
Ruokaravintolat	-4,11 %	-28,41 %	0,00 %	15	0,79 %	0,00 %	6,61 %	15
Etniset	-0,75 %	-7,50 %	0,00 %	10	-0,81 %	-8,06 %	0,00 %	10
Pizzeriat/kebab	0,22 %	0,00 %	2,17 %	10	-0,91 %	-15,91 %	6,82 %	10
Pikaruoka	-2,19 %	-7,42 %	0,00 %	4	1,33 %	0,00 %	5,33 %	4
Lounas	0,64 %	-6,67 %	17,65 %	9	0,00 %	0,00 %	0,00 %	9
Lounas ruoka/etniset								
Lounas kaikki								