

Suomen matkatoimistoalan liitto ry:n (SMAL) matkailun kilpailukyvyyn kannalta tärkeimmistä linjauksista ja toimenpiteistä vietäväksi seuraavaan hallitusohjelmaan 2019

Suomen matkatoimistoalan liitto ry (SMAL) on noin 180 matkatoimiston, matkanjärjestäjän ja incoming-matkatoimiston yhteenliittymä, joka ajaa jäsentensä etuja suhteissa viranomaisiin, lainsäätäjiin sekä alan kotimaisiin ja kansainvälisiin järjestöihin. SMALin jäsenyritysten kokonaismyynti vuonna 2018 oli yli 2 miljardia euroa, mikä on noin 95 prosenttia Suomen koko matkatoimistomyyntistä. SMALin jäsenet työllistävät kotimaassa ja ulkomailla yhteensä yli 2 000 henkeä.

MATKATOIMISTO/MATKANJÄRJESTÄJÄ - GLOBAALI TOIMIJA

Matkatoimisto/matkanjärjestäjä on matkailualan ammattilainen, joka yhdistää asiakkaan ja palveluntuottajat. Se kantaa lainsäädännön määrittämät kovat vastuut ja asiakkaan on näin ollen turvallista ostaa matkansa luotettavalta taholta.

Matkatoimistoalan yritysten toiminnan ydin on matkapalveluiden globaalin tarjonnan tasapuolinen esittely, matkustajan avustaminen erilaisten matkapalveluiden (esim. lentojen, majoituksen ja autonvuokran) valinta- ja varaustoiminnoissa sekä matkaan liittyvien useiden eri palveluiden hankkiminen yhden tahon kautta. Voidaan siis sanoa, että matkatoimistot ja matkanjärjestäjät ovat matkailuun liittyvien eri toimialojen liima ja yhdistävä tekijä. Tässä roolissa toimiessaan matkatoimistot ja matkanjärjestäjät antavat asiakkailleen EU-lainsäädäntöön perustuvan turvan, jota matkustaja ei saa ostaessaan yksittäisiä palveluita palveluntuottajilta.

KILPAILUVÄÄRISTYMÄT OIKAISTAVA - SUOMALAISET MATKANJÄRJESTÄJÄT SAMAAAN ASEMAAN KUIN ULKOMAISET KILPAILIJANSA

Matkailuala toimii rajojen yli. Niin asiakkaat kuin myyjät voivat olla eri maista. EU-maissa myyjä koskevien velvoitteiden pitäisi olla yhdenmukaisia. Näin ei kuitenkaan ole, koska EU-lainsäädäntö on säädetty jäsenmaissa eri sisältöisenä esim. arvonlisäverotuksen osalta, vaikka lakien pitäisi lähtökohtaisesti olla pitkälti samanlaisia. Tämä vaikuttaa yritysten kilpailukykyyn. Yritykset eri jäsenmaissa tulisi saattaa samalle viivalle. Suomessa toimivien yritysten asemaa on yritettävä saada parannettua niin kansallisella kuin EU-tason lobbauksella.

Matkojen myynti on hyvin kilpailtua liiketoimintaa, ja viime vuosina kansainvälinen kilpailu on kasvanut merkittävästi myös Suomessa.

Esimerkiksi erilainen lainsäädäntö suomalaisten incoming-matkatoimistojen kilpailijoiden kotimaissa aiheuttaa kilpailuvääristymiä, kun ulkomaiset toimijat voivat tarjota kevyemmillä veroratkaisuilla Suomessa toteutuvia matkapaketteja kuin Suomeen sijoittautuneet yritykset.

Tähän ongelmaan yritetään saada ratkaisua EU-lainsäädäntöä muuttamalla. Lobbausta tehdään niin SMALissa kuin sen EU-tason kattojärjestössä ECTAAssa, jonka toiminnassa SMAL on aktiivisesti mukana.

MATKANJÄRJESTÄJÄT SAMALLE VIIVALLE MATKAPALVELUJA MYYVIEN TOIMIJOIDEN KANSSA - SAMA VEROKANTA KAIKILLE MATKAPALVELUJEN MYYJILLE

Matkanjärjestäjät soveltavat myyntiinsä 24 %:n arvonlisäverokantaa. Matkailualalla toimivien palveluntuottajien verokanta on sen sijaan alhaisempi (10 tai 14 %). Tämä epäkohta pitäisi saada korjattua ja myös matkanjärjestäjien tulisi päästä alennettujen verokantojen piiriin.

Myös suoria asiakassuhteita hakevat matkapalvelujen tuottajat haastavat sekä pienet että suuret matkatoimistot ja matkanjärjestäjät uudenlaiseen kilpailuun. Lainsäädäntö kohtelee meillä Suomessakin matkapalveluita myyviä tahoja eri tavoin riippuen siitä, missä roolissa myyjä toimii. Tästä on esimerkkinä seuraava:

Matkanjärjestäjät, jotka myyvät asiakkaille Suomessa tai EU-maissa toteutuvia matkapaketteja, tilittävät myynnin katteesta 24 %:n arvonlisäveron. Marginaalivero maksetaan kaikista toisilta elinkeinonharjoittajalta (alihankkijoilta eli palveluntuottajilta) ostetuista, edelleen myytävistä palveluista, joista tehdään paketti. Verokanta on aina 24 %, vaikka palvelut olisi ostettu alemmalla verokannalla. Suuri osa matkailualalla toimivista palveluista kuuluu alennetun verokannan piiriin, kuten majoitus-, kuljetus-, liikunta- ja urheilu- ja viihdetapahtumien liput 10 %:n ja tarjoilu- ja ravintolapalvelut 14 %:n piiriin. Näitä sovelletaan silloin, kun palveluntuottaja myy palvelut itse. Lisäksi on huomattava, että ulkomaille ja ulkomailta tänne suuntautuvat kuljetuspalvelut ovat 0 %:n verokannalla myytäviä palveluita palveluntuottajan näkökulmasta. Matkanjärjestäjä paketoidessaan kuljetuspalvelun osaksi pakettia maksaa sen sijaan myynnin katteesta 24 %:n verokannan mukaisen veron.

VEROHALLINNON KUMMALLISET TULKINNAT

Matkanjärjestäjien ahdinkoa lisäävät vaikean kilpailuaseman ja korkean verokannan lisäksi verohallinnon ottamat erikoiset tulkinnat esim. opaspalvelun myyntiä koskevasta käännetyn verovelvollisuuden soveltamisvelvollisuudesta. Nämä johtavat matkanjärjestäjien osalta jopa kaksinkertaisen veron maksuvelvollisuuteen. Tämä epäkohta tulisi oikaista.

Matkailualan huolena on verohallinnon tiettyjen linjausten haitalliset vaikutukset matkanjärjestäjätoimintaan. Verohallinto on ottanut yllättävän kannan ohjeessaan ns. yleisten myyntimaasäännösten piiriin kuuluvien myyntien verokohtelusta. Kyseisten linjausten perusteella matkanjärjestäjä joutuu maksamaan ulkomailta matkapaketin osaksi ostamastaan opas- tai muusta arvonlisäverolain 65 §:n piiriin kuuluvasta myynnistä veroa kahteen kertaan, sekä marginaaliverona että yleisen verokannan mukaisena verona käännetyn verovelvollisuusmenettelyn nojalla. Viimeksi mainittu ilman vastaavaa vähennysoikeutta. Tämä menettely on matkailualan näkemyksen mukaan kuudennen arvonlisäverodirektiivin periaatteiden vastainen.

Edellä kerrottu on matkanjärjestäjien kannalta erittäin suuri epäkohta. Matkatoimistot ovat verotuksellisesti paljon huonommassa asemassa kuin niiden alihankkijat, kuten laivayhtiöt, lentoyhtiöt ja hotellit. Tätä epäkohtaa voisi ainakin lieventää, mikäli marginaaliverokanta alennettaisiin, mieluiten 10 %:iin. Tällä tavoin matkanjärjestäjät asetettaisiin samalle viivalle palveluntuottajien kanssa.

SMAL on suorassa kontaktissa verohallintoon ja pyrkii saamaan verohallinnon päivittämään asiaan liittyvän ohjeistuksen näkemystämme vastaavaksi. Tavoitteena on korjata asia lainsäädännöllisin toimenpitein.

LIIKEMATKATOIMISTOT/TAPAHTUMATOIMISTOT VEROTUKSELLISESTI KOVILLA VERRATTUNA PALVELUNTUOTTAJIIN

Liikematkasiakkaille tapahtuvassa myynnissä olisi tärkeää, että ostava yritys saisi tehdä ostoistaan mahdollisimman suuret vähennykset maksamistaan arvonlisäveroista. Tällöin todelliset yritykselle jäävät kustannukset saataisiin mahdollisimman pieniksi. Kun yrityksen on pakko soveltaa myös liikematkamyyynnissä marginaaliverotusta, on vähennettävän veron määrä huomattavasti pienempi kuin mitä se olisi, jos matkanjärjestäjä saisi myydä ostamansa palvelut komissiokaupan muodossa eli samalla verokannalla kuin se on ostanut ne palveluntuottajilta. Tavoite matkailualalla on se, että marginaaliverotusta ei tulisi soveltaa yritysten väliseen kauppaan. Marginaaliverotusmenettelyn toimivuus on otettu EU-tasolla tarkastelun kohteeksi. Suomen päättäjien tulisi ajaa marginaaliverotuksen purkua, ainakin yrityksille tapahtuvan myynnin osalta.

Erityisen haasteellinen tilanne on toimijoilla, jotka myyvät **paketoituja kokonaisuuksia yritysasiakkaille**. Tästä esimerkkinä ovat konferenssipaketteja myyvät toimijat. Myynnin kate sisältää tässäkin tilanteessa 24 % arvonlisäveroa siltä osin kuin paketissa on mukana matkailullisia palveluita, kuten kuljetusta ja majoitusta. Jos konferenssiin tulija sen sijaan ostaa palvelut suoraan palveluntuottajilta, on verokanta edellä mainittujen palvelujen osalta 10 %. Tässä tilanteessa etua asiakkaalle tulee myös sitä kautta, että asiakas saa tehdä täysmääräiset ostovähennykset/ulkomaalaispalautukset ostaessaan palvelut suoraan palveluntuottajilta. Sen sijaan matkanjärjestäjältä matkapaketin ostosta vähennys/palautus koskee ainoastaan marginaaliveron osuutta.

Edellä mainittu saattaa kannustaa asiakkaita hankkimaan palvelut suoraan yksittäisiltä palveluntuottajilta. Tämä ei mielestämme saisi kuitenkaan olla tavoitetila. Monet palveluntuottajat käyttävät edelleen mielellään omien palveluidensa myynnissä myös muita kuin omia kanaviaan. Ostajille on helpompaa, jos palvelut voi ostaa kokonaisuutena. Lähtökohtana tulisikin olla, että verotukselliset seikat eivät ohjaa myynti- ja ostokäyttäytymistä. Näin ei tulisi olla, koska kaikille olisi eduksi, jos asiakas voisi käyttää itselleen helpointa asiantuntijakanavaa ostossaan. Matkatoimistoalan toive on siis, että marginaaliverotusmenettelyä ei uloteta elinkeinonharjoittajien väliseen kauppaan. Jos se kuitenkin katsotaan parhaimmaksi menettelyksi, tulee marginaaliverokantaa laskea nykyistä 24 %:n verokantaa alemmaksi, samalle tasolle palveluntuottajien maksaman arvonlisäverokannan kanssa. Ratkaisuna ongelmaan ei missään tapauksessa saa olla se, että alennetut verokannat nostetaan yleisen 24 %:n verokannan tasolle, vaan alennetut verokannat tulee joka tapauksessa säilyttää.

Marginaaliverotusmenettely on koettu koko EU-alueella huonoksi. Menettelyn muuttamista on yritetty komissiossa 2000-luvun alussa, mutta se kaatui pitkällisen valmistelun jälkeen. Nyt muutostyötä ollaan aloittamassa uudelleen. Pohjatyönä on teetetty KPMG:n toteuttama selvitys asiasta. Lähtökohtana tässä EU-vetoisessa selvityksessä oli kartoittaa, onko

marginaaliverotusjärjestelmää syytä muuttaa. Selvityksestä käy ilmi, että arvonlisäverotussysteemeissä on paljon kansallisia eroja, vaikka sen pitäisi tältä osin johtaa samaan lopputulokseen jokaisessa jäsenmaassa. Suomen järjestelmä on erityisen raskas elinkeinonharjoittajalle, koska meillä sovelletaan marginaaliverotusmenettelyä niin kuluttajille kuin elinkeinonharjoittajalle tapahtuvaan myyntiin, toisin kuin monissa maissa, joissa yritykselle tapahtuva myynti on jätetty menettelyn ulkopuolelle. Suomalaiset liikematkamyyjät ja incoming-matkatoimistot ovat paljon huonomassa asemassa kuin monien maiden vastaavat toimijat. Yhtenä lisänä hankaluuksiin ovat myös kansallisen lain soveltamiskäytäntöä ohjaavat verohallinnon ohjeistukset, jotka ovat tulkinnoiltaan raskaaseen verotukseen johtavia. Suomen tulisi voimakkaasti kannattaa arvonlisäverodirektiivin muuttamista, jos/kun se tulee ajankohtaiseksi. Ja sitä ennen tulisi jo miettiä, olisiko kansallisesti mahdollista tehdä asian osalta parannuksia.

MATKAPAKETILAINSÄÄDÄNTÖ EPÄSELVÄ JA SEN VASTUUT RASKAITA

Sopimusvastuut tasapuolisiksi kaikille toimijoilla – yhdenmukaiset velvoitteet kaikille samoja kokonaisuuksia myyville – lainsäädäntöaukot tukkoon

Matkapakettilainsäädäntö, joka tuli voimaan 1.7.2018, on osoittautunut jo alkumetreillä huonosti käytäntöön soveltuvaksi. Vaikka lähtökohtana EU:n pakettimatkadirektiivissä oli toimijoiden asettaminen samalle viivalle, mahdollistaa uusi lainsäädäntö kuitenkin tietyntyyppisten toimijoiden jättäytymisen sen soveltamisalan ulkopuolelle.

Säännökset selviksi – vastuiden hahmottaminen helpommaksi

Lisäksi on merkille pantavaa, että direktiivi täysharmonisointiluonteestaan huolimatta on johtanut perin erilaisiin kansallisiin tulkintoihin, koska esim. direktiiviin liittyvät peruskäsitteet, matkapaketti ja yhdistetty matkajärjestely, ovat epäselviä. Toimijoille voi olla epäselvää, missä roolissa ne kulloinkin toimivat. Näin ei saisi olla, koska asiakkaille pitäisi aina kertoa, ovatko he ostaneet matkapaketin, jota koskevat niin sopimus- kuin vakuusvastuut tai mahdollisesti vain vakuusvelvoitteen piiriin kuuluvan yhdistetyn matkajärjestelyn. Käytännön kannalta on erittäin ongelmallista, että sopimusvastuut on säilytetty usein välittäjälle, joka ei ole sopimussuhteessa asiakkaaseen. Kyseisenlainen tilanne syntyy, kun kahden tai useamman eri palveluntuottajan palvelut ostetaan välittäjänä toimivan tahon ylläpitämästä yhdestä myyntipisteestä ja ne valitaan ennen kuin matkustaja sitoutuu maksamaan ne. Tämä myyntipiste voi olla esim. matkatoimiston nettisivusto, josta asiakas voi kerätä eri tuottajien palveluja ostoskoriin ja ostaa ne kokonaisuutena.

Raskaat vakuusvelvoitteet/ keventävien ratkaisujen hakeminen

Myös elinkeinonharjoittajalle Suomessa säädetty vakuusjärjestelmä on äärimmäisen raskas taloudellisesti verrattuna usean muun maan toimijoihin. Tämä johtuu siitä, että riittävän vakuuden varmistamistapa on direktiivissä jätetty kansallisesti päätettäväksi. Tältä osin direktiivi ei siis ole täysharmonisoiva. Monissa maissa on rahastopohjainen vakuusjärjestelmä, joka on suomalaista versiota huomattavasti kevyempi. Meilläkin yritettiin saada aikaan tämän tyyppinen systeemi, mutta se kaatui siihen, että rahasto katsottiin perustuslain vastaiseksi meillä, vaikka sitä pidetään muissa maissa sallittuna.

Tärkeää olisi myös kohdella kaikkia kuluttajille myyviä toimijoita samalla tavoin vakuusasioissa. Kuluttajakauppaa koskevien vakuusvelvoitteiden tulisi koskea kaikkia aloja tasapuolisesti, joko niin, että ne poistetaan matkailualalta tai että ne koskevat kaikkea kuluttajakauppaa.

Suomen oltava ajamassa aktiivisesti pakettimatkadirektiivin virheiden korjaamista

Kun matkapakettilainsäädäntö avataan uudelleen EU-tasolla, pitäisi Suomen olla aktiivisesti ajamassa sen muutosta ja pyrkiä saamaan kesällä 2018 voimaan tulleessa lainsäädännössä olevat epäkohdat korjattua.

NORMINPURKU TAVOITEENA – KÄYTÄNTÖ MUUTA

EU-tasolta tulee vyörymällä uutta matkailualaa koskevaa epäselvää, tulkinnallista ja suuria vastuita tuovaa lainsäädäntöä. Tavoitteena Suomessa on ollut keventää lainsäädännön tuomaa taakkaa yrityksille ns. normipurku-tavoiteasetannalla. Tähän tavoitteeseen ei olla päästy, vaan menty paremminkin toiseen suuntaan. Pakottavan EU-lainsäädännön lisäksi Suomessa on säädetty lukuisia kansallisia, erittäin epäselviä lakeja; tästä esimerkkinä liikennepalvelulaki. Nyt olisi tärkeää saada tälle linjalle loppu ja lähtökohtaisesti pitäytyä vain EU:n tuomien velvoittavien säädösten kansallisessa käyttöönnotossa.

Epätietoisuutta matkailutoimialalla on herättänyt myös tuore liikennepalvelulaki sekä siihen liittyvä Lippu-hanke. SMAL monien muiden tahojen tapaan antoi jo keväällä 2017 varauksellisen lausunnon tästä täysin kansallisesta lainsäädäntöhankkeesta siihen liittyvien epäselvyyksien ja olemattomien vaikutusarviointien vuoksi. Suurimmat epäselvyydet mielestämme liittyvät liikkumispalveluiden tarjoajia koskevaan vaatimukseen lippu- ja maksujärjestelmien myyntirajapintojen avaamiselle ja matkakettujen tuottamiselle yhden luukun periaatteella. Liikennepalvelulain perustarkoitus eli useiden eri kuljetuspalveluiden samanaikaisen myynnin mahdollistaminen ja asiakkaiden matkavarausten ketjuttaminen yhdeksi kokonaisuudeksi ovat kannatettavia asioita. Ne ovat myös palveluita, joita matkatoimistot ovat jo vuosikymmeniä asiakkailleen tarjonneet. Liikennepalvelulaissa matkailuyrityksiä kuitenkin huolettaa se, että kuljetuspalveluiden välityksen ja myynnin vastuukysymykset on lainsäädännössä ohitettu täysin, eikä maksunperimiseen ja siihen liittyviin käytännön kysymyksiin ole myöskään otettu laissa kantaa. Myös lainsäädännössä mainittu puolesta-asiointi on hämärä käsite, jonka juridista sisältöä ei ole kunnolla avattu. Näiden epäselvyyksien vuoksi sekä matkatoimisto- että muut matkailuyritykset odottavat, että liikennepalvelulain soveltamista ja käytännön vaikutuksia seurataan tarkasti myös viranomaisten taholta.

Matkatoimistoalan vero- ja muu lainsäädäntö on monimutkaista ja äärimmäisen hankalasti avautuvaa. Annamme mielellämme asiasta lisätietoja.

KILPAILUTUS TASAPUOLISEKSI

Matkailualan kilpailutusta koskeva käytäntö tulisi saattaa sellaiseksi, että yhä useampi toimija voisi aidosti osallistua kilpailutukseen.



Suomen matkatoimistoalan liitto ry SMAL

Vilhonkatu 4 B, FI-00100 Helsinki

www.smal.fi, smal@smal.fi

Julkisia hankintoja koskevien kilpailutusehtojen tulisi olla sellaisia, että nykyistä suurempi määrä yrityksiä voisi osallistua kilpailutukseen. Ehtojen tulisi olla yritysten näkökulmasta tasapuoliset ja valintakriteereiden sellaiset, että hinta on vain yksi tasavertainen osatekijä muiden joukossa. Laadun tulisi olla yksi tärkeimmistä kriteereistä. Toimialalla ei koeta kohtuullisena lähes näennäisesti toteutettua kilpailusta, johon voi osallistua vain kourallinen toimijoita.

Helsinki, 25.3.2019

SUOMEN MATKATOIMISTOALAN LIITTO RY (SMAL)

Anne-Marjut Väänänen
Puheenjohtaja

Heli Mäki-Fränti
Toimitusjohtaja