



**TURUN  
YLIOPISTO**  
Oikeustieteellinen  
tiedekunta

## Sosiaalisen median vaikuttajan verotus

Yritysverotus (OT00BE22)

ON-työ

Laatija:

Jere Kääriäinen

30.12.2025

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu

Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

ON-työ

**Oppiaine:** Yritysverotus

**Tekijä(t):** Jere Kääriäinen

**Otsikko:** Sosiaalisen median vaikuttajan verotus

**Ohjaaja(t):** Jaakko Ossa

**Sivumäärä:** 21 sivua

**Päivämäärä:** 31.12.2025

Tutkielma perehtyy sosiaalisen median vaikuttamiseen urana, sekä alan verokohteluun. Lisäksi tutkielmassa tarkastellaan mediassakin huomiota herättänyttä osakevaihtoa ja siihen liittyviä ongelmia. Taustoitetaan aihetta määrittelemällä sosiaalisen median vaikuttajan käsitettä, urapolkua ja sosiaalisen median vaikuttajana toimivan henkilön verovelvollisuutta. Sen jälkeen siirryn käsittelemään osakevaihtoa, ja kuinka sosiaalisen median vaikuttajat ovat hyödyntäneet kyseistä järjestelyä. Avaan asian taustoja korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisun KHO 2017:72 kautta ja lopuksi analysoin hallituksen reagointia asiaan. Käsitelen myös aihepiirin mediassa saamaa huomiota ja selvitän, kuinka osakevaihto on näkynyt sosiaalisen median vaikuttajien keskuudessa.

Tutkielman tuloksena voidaan pitää, että ilmiö ei ole niin yleinen kuin annetaan median perusteella olettaa. Järjestelyä käyttivät jo aiemmin hyvää tulosta tehneet sosiaalisen median vaikuttajat, ja he ovatkin hyötynyt tästä. Kokonaisuudessaan sosiaalisen median vaikuttajat ovat vain pieni osa osakevaihdon toteuttaneita, ja osa suurempaa ongelmaa, jonka osakevaihto ja KHO:n aiemmin mainittu ratkaisu ovat mahdollistaneet. Hallitus on parasta aikaa tekemässä tarvittavia lakimuutoksia ongelman ratkaisemiseksi, ja tämän työn valossa voidaan nähdä, että ne ovat hyvä tapa ratkaista osakevaihtoon liittyviä ongelmatilanteita.

**Avainsanat:** Sosiaalinen media, vero-oikeus ja osakevaihto

## Sisällys

<b>Sosiaalisen median vaikuttajan verotus .....</b>	<b>I</b>
<b>Lähteet.....</b>	<b>IV</b>
<b>Lyhenteet .....</b>	<b>VII</b>
<b>1 Johdanto .....</b>	<b>1</b>
1.1 Tutkimuksen tausta ja ajankohtaisuus .....	1
1.2 Tutkimuskysymys ja rajaukset .....	3
1.3 Tutkimusmetodi.....	3
<b>2 Sosiaalisen median vaikuttajan tausta .....</b>	<b>5</b>
2.1 Vaikuttajatoiminnan määritelmä.....	5
2.2 Elinkeinotoiminnan tunnusmerkit ja verovelvollisuus .....	6
2.3 Arvonlisäverovelvollisuus.....	7
2.4 Yritysmuodon valinta.....	8
2.5 Tulonmuodostus .....	9
2.5.1 Kaupallinen yhteistyö .....	9
2.5.2 Muut tulonlähteet.....	11
<b>3 Osakevaihto.....</b>	<b>13</b>
3.1 Osakevaihto .....	13
3.2 KHO 2017:78 ja sen merkitys järjestelyyn .....	14
3.3 Listaamaton osakeyhtiö .....	15
3.4 Osakevaihdot sosiaalisen median vaikuttajien keskuudessa .....	16
3.5 Hallituksen reagointi järjestelyyn .....	17
<b>4 Yhteenveto .....</b>	<b>20</b>

## Lähteet

### Kirjallisuus

Hirvonen, Ari, Mitkä metodit? : Opas oikeustieteen metodologiaan, Yleisen oikeustieteen julkaisuja 17. Helsinki 2011.

Ossa, Jaakko, Yritystoiminnan verotus, 3. uudistettu painos. Helsingin kauppakamari 2020.

### Virallislähteet

HE 125/2025 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi elinkeinotulon verottamisesta annetun lain 52 ja 52 f §:n ja varojen arvostamisesta verotuksessa annetun lain muuttamisesta sekä tuloverolain 33 b §:n väliaikaisesta muuttamisesta.

PeVL 1/2009 vp. Perustusvaliokunnan lausunto, Hallituksen esitys laiksi tuloverolain 20 §:n muuttamisesta Valtionvarainkunnalle.

### Oikeustapaukset

KHO 2017:78

### Medialähteet

Sevimli, Adile, Liski, Jarno, Viestit paljastavat: Natalia Salmela markkinoi ”massimuijille” aggressiivista verosuunnittelua. Helsingin sanomat 17.2.2025.  
<https://www.hs.fi/tutkiva/art-2000010960240.html> (Luettu 25.10.2025).

### Muut lähteet

Finnwatch: Kevyempää osinkoverotusta Holdingyhtiöjärjestelyillä 2023.  
<https://finnwatch.org/fi/tutkimukset/kevyempaae-osinkoverotusta-holdingyhtioejaerjestelyilla> (luettu 28.10.2025)

Finnwatch: Osinkoverojen välttelyä holdingyhtiöjärjestelyn avulla 2024.  
<https://finnwatch.org/fi/julkaisut/osinkoverojen-vaeltelyae-holdingyhtioejaerjestelyn-avulla> (luettu 28.10.2025)

Finnwatch: Suomessa toteutetaan vuosittain satoja osakevaihtoja 2023.

<https://finnwatch.org/fi/tutkimukset/suomessa-toteutetaan-vuosittain-satoja-osakevaihtoja> (luettu 28.10.2025)

Kilpailu- ja kuluttajavirasto: Vaikuttajamarkkinointi sosiaalisessa mediassa 2025.

<https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiemiehen-linjaukset/vaikuttajamarkkinointi-sosiaalisessa-mediassa/#4-vaikuttajamarkkinoinnin-merkitseminen> (luettu 17.10.2025)

Parcero: Mikä ihmeen nano-, mikro-, makro- ja megavaikuttaja? 2022.

<https://parcero.fi/blogi/mika-ihmeen-nano-mikro-makro-ja-megavaikuttaja/>  
(luettu 25.10.2025)

Piippo, Tanja, Kuluttajasta sosiaalisen median vaikuttajaksi – vaikuttajan uskottavuus, vaikuttaminen ja menestymiseen vaikuttavat tekijät. Progradu tutkielma Helsingin yliopisto 2020.

Suomi.fi: Toiminimen perustaminen

<https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot/opas/yksityinen-elinkeinonharjoittaja/toiminimen-perustaminen> (luettu 20.10.2025)

Tilastokeskus: Snäppiä, podaamista, tokkerointia – vaikuttajat näkyvät nyt myös tilastoissa. <https://stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2023/snappia-podaamista-tokkerointia-vaikuttajat-nakyvat-nyt-myos-tilastoissa> (luettu 18.10.2025)

Tilastokeskus: Säännöllisesti työssä olevat yrittäjät sukupuolen ja toimialan mukaan 2000-2024

[https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin\\_sutivi/statfin\\_sutivi\\_pxt\\_13ud.px/table/tableViewLayout1/](https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_sutivi/statfin_sutivi_pxt_13ud.px/table/tableViewLayout1/)

Verohallinto: Arvonlisäveron verokausi ja sen muutokset.

<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisaverotus/ilmoitus-ja-maksuohjeet/verokauden-muutos/> (luettu 25.10.2025)

Verohallinto: Arvonlisäveron vähennys ostoista. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisaverotus/arvonlisaveron-vahennys-ostoista/>

(luettu 20.10.2025)

Verohallinto: Kevyt yrittäjä – näin hoidat veroasiat. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/yritystoiminta/uusi-yritys/kevytyrittaja/> (luettu 22.10.2025)

Verohallinto: Kirjanpito, tilikausi ja verokausi. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/yritystoiminta/uusi-yritys/kirjanpito-tilikausi-verokausi/>

Verohallinto: Liikevaihdoltaan pienen yrityksen arvonlisävero.

<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisaverotus/vahainen-liiketoiminta-on-arvonlisaverotonta/> (luettu 20.10.2025)

Verohallinto: Osingot listaamattomista yhtiöistä.

<https://www.vero.fi/henkiloasiakkaat/omaisuus/sijoitukset/osingot/osingot-listaamattomasta-yhtiosta/> (luettu 29.10.2025)

Verohallinto: Tulonhankkimistoiminta ja harrastustoiminta henkilöverotuksessa.

<https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/73274/yritystoiminta-tulonhankkimistoiminta-ja-harrastustoiminta-henkiloverotuksessa2/> (luettu 20.10.2025)

Verohallinto: Tulot somekanavista – henkilöasiakkaat.

<https://www.vero.fi/henkiloasiakkaat/verokortti-ja-veroilmoitus/tulot/ansiotulot/sometulot/> (luettu 21.10.2025)

Verohallinto: Tulot somekanavista – osakeyhtiöt.

<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/osakeyhtio-ja-osuuskunta/tuloverotus/tulot-blogista-vlogista-ja-somekanavista--osakeyhti%C3%B6t/> (luettu 24.10.2025)

## Lyhenteet

EVL	Laki elinkeinotulon verottamisesta (360/1968)
TVL	Tuloverolaki (1535/1992)
ALVL	Arvonlisäverolaki (1501/1993)
YEL	Yrittäjän eläkelaki (1272/2006)
KHO	Korkein hallinto-oikeus
KKV	Kilpailu- ja kuluttajavirasto

# 1 Johdanto

## 1.1 Tutkimuksen tausta ja ajankohtaisuus

Tämä tutkielma käsittelee sosiaalisen median vaikuttamista ja siihen liittyvää vero-oikeudellista sääntelyä, sekä osakevaihtoa.

Sosiaalinen media on kasvanut jatkuvasti valtavaa tahtia. Vuonna 2024 suomalaisista 72 % on käyttänyt yhtä tai useampaa yhteisöpalvelua viimeisen 3 kuukauden aikana. Lähes päivittäisessä tai päivittäisessä käytössä vastaava luku on jopa 59 %.<sup>1</sup> Vuonna 2022 vaikuttaja-markkinoinnin arvo oli 53 miljoonaa euroa Suomessa ja vajaa 30 000 suomalaista on ansainnut edes jonkinlaisia tuloja sosiaalisella medialla.<sup>2</sup>

Mediassa on uutisoitu useana vuonna näyttävästi, kuinka useat tunnetut sosiaalisen median vaikuttajat ovat minimoineet veronsa käyttämällä vero-oikeudellista ”porsaan reikää”.

Kaikki sai alkunsa vuonna 2023 kun Finnwatch-järjestön tutkimuksessa paljastui, että vaikuttajat olivat perustaneet holding-yhtiöitä, jotka mahdollistivat osinkotulojen nostamisen kevyesti verotettuna yritysjärjestelyn seurauksena. Finnwatch on oman määritelmänsä mukaan yritystoiminnan globaaleja vaikutuksia tutkiva kansalaisjärjestö, jonka tavoite on edistää ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti vastuullista liiketoimintaa vaikuttamalla yrityksiin, talouden sääntelyyn ja yhteiskunnalliseen keskusteluun. Finnwatch nostaa esiin myös yritystoimintaan liittyviä ongelmia. Asia on ollut suuressa julkisessa keskustelussa viimeaikoina ja näin ollen siitä on tarpeellista tuottaa riittävästi tieteellistä tietoa.

Julkisessa keskustelussa järjestelyä on pidetty sinänsä laillisena, mutta kuitenkin lain hengen vastaisena tai vähintäänkin epäeettisenä. Huomiota kohdistettiin erityisesti vaikuttaja Natalia Salmelaan, joka oli jo aiemmin tunnettu muun muassa raha- ja perheaiheisesta sisällöstään. Hän oli järjestänyt tapahtumia kollegansa kanssa, joissa puhuttiin verosuunnittelusta. Tapahtumissa on ollut mukana myös tilintarkastus- ja konsulttiyhtiö KPMG sekä yrityksen konsultteja. KPMG on myös maksanut näkyvyydestä edellä mainitun vaikuttajan podcastissa

---

<sup>1</sup> Tilastokeskus, ([https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin\\_\\_sutivi/statfin\\_sutivi\\_pxt\\_13ud.px/table/tableViewLayout1/](https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__sutivi/statfin_sutivi_pxt_13ud.px/table/tableViewLayout1/))

<sup>2</sup> Tilastokeskus, (<https://stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2023/snappia-podaamista-tokkerointia-vaikuttajat-nakyvat-nyt-myo-tilastoissa>)

ja myös tapahtuma ja siitä tehdyt sosiaalisen median julkaisut on tehty yhteistyössä KPMG:n kanssa.<sup>3</sup> Tapahtuma sai paljon huomiota ja sen on nähty olleen merkittävä tekijä siinä, että asiaan alettiin kiinnittämään huomiota myös päättäjien tasolla sekä muokkaamaan järjestelyä niin, että sen epätarkoituksenmukainen toiminta saadaan kuriin.

Järjestely toimii niin, että yrittäjä perustaa uuden holdingyhtiön ja holdingyhtiö järjestää apporttiehtoisen osakeannin. Osakeannissa merkittäväksi annettavien osakkeiden merkintähinta maksetaan apporttiomaisuudella eli operatiivisen yhtiön osakkeilla. Jos käytetään esimerkiksi substanssi- ja tuottoarvon mukaista määrittäytapaa arvostus perustuu siihen, että osakkeiden substanssiarvon lisäksi otetaan huomioon myös tuottoarvo, eli tulevaisuuden tuotto-odotukset. Koska verovapaiden osinkonostojen määrä on sidottu yhtiön nettovarallisuuteen, voidaan tästä seuranneella ”arvon nousulla” nostaa enemmän osinkoja edullisemmalla verotuksella. Raja verohuojennettujen osinkojen nostoon on 8 % yhtiön varallisuudesta enintään 150 000 euroon asti. Mikäli ehdot täyttyvät, osingosta 75 % on verovapaata ja 25 prosentista osinkoa maksetaan tavallista pääomatuloveroa. Koska järjestelyä ei saa tehdä ainoastaan verotuksellisista syistä, on järjestelyjä perusteltu usein riskienhallinnan tai suunnitteilla olevan uuden liiketoiminnan kautta. Järjestelyn on mahdollistanut korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisu KHO2007:78. Tapauksessa mahdollistettiin kuvatus kaltainen osakevaihto.

Suuren mediahuomion takia Petteri Orpon hallitus otti tarkasteluun huojennetun osinkoveron. Kirjoitus hetkellä käsittelyssä on hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi elinkeinotulon verottamisesta annetun lain 52 ja 52 f §:n ja varojen arvostamisesta annetun lain muuttamisesta sekä tuloverolain 33 b §:n väliaikaisesta muuttamisesta.

Tutkielman rakenne etenee niin, että ensin käyn läpi mitä sosiaalisen median vaikuttaminen on ja millaisia vero-oikeudellisia kysymyksiä siihen liittyy. Määrittelen sosiaalisen median vaikuttajan käsitteen ja siirryn tämän jälkeen alan vero-oikeudelliseen kohteluun. Seuraavaksi kappaleessa kolme siirryn käsittelemään osakevaihtoa ilmiönä, osakevaihdon mahdollistanutta korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisua KHO 2017:78, kuinka kyseistä järjestelyä on käytetty sosiaalisen median vaikuttajien keskuudessa ja lopuksi hallituksen

---

<sup>3</sup> Helsingin Sanomat, (<https://www.hs.fi/tutkiva/art-2000010960240.html>)

reagointia asiaan, sekä mitä lakiin tulevat muutokset muuttavat ja pitävät sisällään. Lopuksi kappale neljä käsittelee ja analysoi kokonaisuutta.

## 1.2 Tutkimuskysymys ja rajaukset

Tutkielma keskittyy ammattimaisiin sosiaalisen median vaikuttajiin, jotka harjoittavat toimintaa yrityksenä. Sen lisäksi käyn läpi päällisin puolin myös yksityishenkilöinä toimivia, sillä se on kokonaiskuvan hahmottamisen kannalta oleellista. Tutkimus pyrkii vastaamaan kysymyksiin: 1. Miten sosiaalisen median vaikuttamisen urapolku etenee ja millainen on alan verokohtelu? 2. Miten osakevaihto toimii ja miten sen käyttö näkyy sosiaalisen median vaikuttajien keskuudessa? Tiedon tuottaminen ja kokonaiskuvan luonti aiheesta on tärkeää, koska osakevaihto on erittäin ajankohtainen aihe. Myös sosiaalisen median vaikuttajana toimiminen on yhä yleisempää, joten oikeudenmukainen verotus ja siihen liittyvän ohjeistuksen tuottaminen on erittäin keskeistä.

Sosiaalisen median vaikuttajan urapolun käsitteleminen on tutkimuksen kannalta merkittävää, koska eri yhtiömuodoissa harjoitettu toiminta vaikuttaa niin vero-oikeudellisesti kuin kirjanpitoon liittyen.

## 1.3 Tutkimusmetodi

Tutkielman tutkimusmetodi on lainopillinen eli oikeusdogmaattinen. Lainoppia on pidetty perinteisesti oikeustieteen ydinalueena ja sen tutkimuskohde on voimassaoleva oikeus. Lainoppi selvittää voimassaolevien oikeusnormien sisältöä ja esittää normikannanottoja sekä tulkintakannanottoja.<sup>4</sup>

Lainopillinen tutkimus keskittyy tutkielmassa ennen kaikkea lakiin elinkeinoverotuksesta, arvonlisäverolakiin ja tuloverolakiin. Myös korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisua KHO2017:78 tarkastellaan, koska sillä on ollut merkittävä vaikutus tutkielman kohteena olevaan osakejärjestelyyn. Sallittuina oikeuslähteinä käytetään verohallinnon ohjeistuksia asiaan liittyvän teeman ympäriltä.

---

<sup>4</sup> Hirvonen 2011, S. 21-22

Käsittelyssä on edellä mainitun korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisun lisäksi etenkin elinkeinoverolain 52 f § joka koskee osakevaihtoa. Lopuksi käsittelen hallituksen esityksen HE 125/2025 vp. muutoksia ja kuinka ne tulevat vaikuttamaan oikeustilaan tulevaisuudessa.

Tämä tutkielma perustuu Finnwatchin tekemään selvitykseen, jossa tutkittiin sosiaalisen median vaikuttajien tekemiä osakevaihto järjestelyjä. Käytän Finnwatchin tekemiä tutkimuksia ja raportteja aineistona, jolle esitän tukea tai argumentteja verohallinnon julkisten tietojen kautta.

## 2 Sosiaalisen median vaikuttajan tausta

### 2.1 Vaikuttajatoiminnan määritelmä

Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) on määrittänyt sosiaalisen median vaikuttajia kahden eri kategorian mukaan. Näistä ensimmäinen on ammattimainen vaikuttaja. Tällä tarkoitetaan vaikuttajaa, jolle vaikuttaminen on elinkeinotoimintaa. Ammattimaisuus arvioidaan aina tapauskohtaisesti, mutta jos se toimii toiminimen tai osakeyhtiön kautta, voidaan lähtökohtaisesti katsoa, että kyseessä on ammattimainen vaikuttaja. KKV määrittelee myös harrastajavaikuttajan, joille sisällön tuottaminen on satunnaista harrastetoimintaa eikä elinkeinotoimintaa.<sup>5</sup>

Lisäksi vaikuttajia voidaan jaotella myös heidän sosiaalisen median seuraajamäärien perusteella. Koska tutkimus keskittyy suomalaisiin sosiaalisen median vaikuttajiin, käytän jaottelussa Tanja Piipon opinnäytetyössään käyttämiä vaikuttajien luokitteluja. Suomessa mikrovaikuttajaksi hän määrittelee henkilön, jolla on 1000–5000 seuraajaa. Nano vaikuttajia ovat puolestaan henkilöt, joiden seuraajamäärät ovat alle 1000 seuraajan.<sup>6</sup> Makro- ja megavaikuttajille ei ole Suomessa määritelty seuraajamääriä tutkijoiden toimesta. Kansainvälisesti makrovaikuttajina voidaan pitää henkilöitä, joilla on huomattava seuraajamäärä jopa sadastatuhannesta miljoonaan ja heitä voidaan pitää tunnettuina omassa yhteisössään tai alansa asiantuntijoina. Megavaikuttajien, joita kutsutaan myös julkkisvaikuttajiksi, seuraajamäärät alkavat miljoonasta. Yleensä he ovat esimerkiksi tunnettuja näyttelijöitä tai muusikoita.<sup>7</sup>

Piippo on käyttänyt sosiaalisen median vaikuttajan termistä määritelmää ”henkilö, joka on saavuttanut uskottavuutta ja kerännyt laajan yleisön seuraajia olemalla asiantuntija tietyllä osa-alueella pystyen näin ollen vaikuttamaan seuraajiinsa”. Lisäksi sosiaalisen median vaikuttajat ”edustavat uudentyyppisiä itsenäisiä kolmannen osapuolen mainostajia, jotka vaikuttavat blogien, twiittien ja muiden kanavien kautta yleisön asenteisiin”.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Kilpailu- ja kuluttajavirasto, (<https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/vaikuttajamarkkinointi-sosiaalisessa-mediassa/#4-vaikuttajamarkkinoinnin-merkitseminen>)

<sup>6</sup> Piippo 2020, s.18-19

<sup>7</sup> Parcero, (<https://parcero.fi/blogi/mika-ihmeen-nano-mikro-makro-ja-megavaikuttaja/>)

<sup>8</sup> Piippo 2020, s. 17-18

## 2.2 Elinkeinotoiminnan tunnusmerkit ja verovelvollisuus

Tuloverotuksen piiriin voidaan katsoa kuuluvan pääsääntöisesti kaikki rahana tai rahanarvoisena etuutena saadut tulot. Verovelvollisella on kolme tulolähdettä, joiden tulos lasketaan erikseen. Nämä ovat elinkeinotoiminta, maatalous ja muu toiminta (eli ns. henkilökohtaisen tulon lähde). Maataloustoimintaa en käsittele enempää, koska se rajautuu tutkielman ulkopuolelle. Luonnollisen henkilön saamia tuloja tarkastellaan teoksessa siis joko elinkeinotulon verottamisesta annetun lain (360/1986, EVL) tai tuloverolain (1535/1992, TVL) mukaan.

Tulolähteiden erot vaikuttavat muun muassa tulojen ja menojen veronalaisuuteen ja jaksotukseen, kirjanpito- ja muistiinpanovelvollisuuteen, verotettavan tulonjakoon ansio- ja pääomatuloksi sekä muihin yksityiskohtiin. Elinkeinotoiminnalla ja muulla tuloshankkimistoiminnalla tarkoitetaan toimintoja, joita harjoitetaan vakaassa tulonhankkimistarkoituksessa. Vakaa tulonhankkimistarkoitus on olemassa, mikäli toiminnasta on reaalisesti odotettavissa enemmän tuloja kuin menoja, vähintäänkin pitkällä aikavälillä.

Lainsäädännössä ei ole erikseen harrastustoiminnan määritelmää. Oikeuskäytäntöä on myös hyvin vähän. Harrastustoiminta on usein henkilön vapaa-aikaan sisältyvää toimintaa, jota harjoitetaan muussa kuin tulonhankkimismielessä. Henkilö ei myöskään saa toimeentuloaan harrastuksesta. Siltä osin, kun harrastustoiminnasta kertyy tuloja, verotetaan niitä TVL:n mukaan.<sup>9</sup>

Elinkeinotoiminnalla tarkoitetaan EVL 1 §:n mukaan liike- ja ammattitoimintaa. Lain 2 §:n mukaan verovelvollisen harjoittama liike- tai ammattitoiminta muodostaa elinkeinotoiminnan tulolähteen.

EVL 4 §:n mukaan veronalaisia elinkeinotuloja ovat elinkeinotoiminnassa rahana tai rahanarvoisen etuutena saadut tulot. Pykälä on yleissäännös, jossa tulon tunnusmerkit jätetään todella avoimeksi. Tulon perusosa muodostuu yrityksen tuottamista suoritteista, tavaroista ja palveluista saamasta vastikkeesta.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Verohallinto, (<https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/73274/yritystoiminta-tulonhankkimistoiminta-ja-harrastustoiminta-henkiloverotuksessa2/>)

<sup>10</sup> Ossa 2020, s. 89

## 2.3 Arvonlisäverovelvollisuus

Arvonlisäverovelvollisuus voi joissain tapauksia tulla kyseeseen myös sosiaalisen median vaikuttajan osalta. Seuraavaksi käyn läpi, milloin arvonlisäverovelvollisuus syntyy ja mitkä kaikki tekijät vaikuttavat siihen.

Arvonlisäverolain (1501/1993) 1 §:n ensimmäisen momentin mukaan arvonlisäveroa suoritetaan valtiolle sen mukaan kuin tässä laissa säädetään liiketoiminnan muodossa tapahtuvasta tavaran tai ja palvelun myynnistä. Lain 2 §:n mukaan velvollinen suorittamaan arvonlisäveroa (verovelvollinen) 1 §:ssä tarkoitettua myynnistä on tavaran tai palvelun myyjä, ellei toisin säädetä. Arvonlisäveroa (ALV) suoritetaan valtiolle siis tavaran tai palvelun myynnistä, joka tapahtuu Suomessa. Laissa esitetään myös liiketoiminnan muodon vaatimus eli arvonlisäverovelvollisuuden syntymiseksi voidaan lähtökohtana pitää, että tavaroita ja palveluita myydään liiketoiminnan muodossa.

Vähäisestä liiketoiminnasta säädetään lain 3 §:ssä. Sen mukaan myyjä ei ole verovelvollinen, jos kalenterivuoden ja sitä edeltäneen kalenterivuoden liikevaihto on enintään 20 000 euroa, ellei hän ole oman ilmoituksensa perusteella merkitty verovelvolliseksi. Tämä tarkoittaa sitä, että liikevaihto voi kumpanakin vuonna olla enintään 20 000 euroa, eikä niitä lasketa yhteen. Mikäli tilikausi poikkeaa kalenterivuodesta, kalenterivuoden liikevaihto lasketaan yhdistämällä eri tilikausien liikevaihtoja siten, että ne vastaavat kalenterivuotta. Yrittäjän tulee itse seurata, ylittääkö hänen liikevaihtonsa edellä mainitun rajan. Yrityksen on oltava ALV-rekisterissä siitä ajankohdasta lukien, kun raja on ylitetty. Näin ollen koko vuodelta ei tarvitse takautuvasti ilmoittautua rekisteriin. Tämä raja lasketaan myyntien verottoman arvon perusteella ja liikevaihtorajan ylittävä myynti on kokonaisuudessaan arvonlisäverollista.<sup>11</sup>

Yritys voi hakeutua myös vapaaehtoisesti arvonlisäverorekisteriin, vaikka raja ei ylittyisikään. Edellytyksenä on, että yritys harjoittaa tavaroiden tai palvelujen myyntiä liiketoiminnan muodossa. Hakeutumisella rekisteriin voi olla merkitystä etenkin oikeutena vähentää arvonlisävero verotuksessa. Vähennysoikeus voi syntyä tilanteessa, jossa on ostettu tavara tai palvelu toiselta arvonlisäverolliselta. Edellytyksenä on myös se, että tuote tai palvelu on

---

<sup>11</sup> Verohallinto, (<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisaverotus/vahainen-liiketoiminta-on-arvonlisaverotonta/>)

hankittu vähennykseen oikeuttavaa liiketoimintaa varten. Arvonlisäveroa ei saa vähentää, mikäli hankinnat on tehty yksityiskäyttöön tai toimintaan, joka ei ole vähennyskelpoista.<sup>12</sup>

Arvonlisäveron verokausi poikkeaa merkittävästi tavallisesta verokaudesta. Arvonlisäveron verokausi on yleensä kuukausi eli ALV tulisi ilmoittaa ja maksaa kalenterikuukausittain. Pienimuotoisessa yritystoiminnassa voidaan kuitenkin hakea oikeutta tavallista pidempään arvonlisäverokauteen, esimerkiksi neljännesvuoteen tai vuoteen.<sup>13</sup>

## 2.4 Yritysmuodon valinta

Yritystoiminnan muodon valinnalla on suuri merkitys verotukseen. Sosiaalisen median tuottajat toimivat pääsääntöisesti joko yksityishenkilöinä, kevytyrittäjinä, toiminimellä tai osakeyhtiönä. Loogisesti suurin osa aloittaa toiminnan yksityishenkilönä. Myös sosiaalista mediaa vain harrastusmielessä tekevien kannattaa ainakin aluksi toimia yksityishenkilönä. Toimittaessa yksityishenkilönä harrastuspohjalta merkitään sosiaalisesta mediasta saadut tulot omaan veroilmoitukseen. Tämä käy helpoiten Omavero-palvelun kautta.<sup>14</sup>

Kun palkkiot kasvavat ja toiminta alkaa siirtymään elinkeinotoimintaa kohden, on syytä siirtyä eteenpäin yksityishenkilönä toimimisesta. Kannattavimmat vaihtoehdot ovat tässä kohtaa joko kevytyrittäjäyys tai toiminimi. Kevytyrittäjäyys on helppo ratkaisu, koska se ei pidä sisällään samanlaista byrokratiaa kuin esimerkiksi osakeyhtiö. Kevytyrittäjäyys ei myöskään vaadi oman yrityksen perustamista. Kevytyrittäjäydessä vaikuttaja voi itse sopia työn sisällön ja hinnan ja laskuttaminen jää valitun kevytyrittäjäpalvelun huoleksi. Laskutuspalvelu myös vähentää palkasta verot ja muut lakisääteiset maksut, eli vaikuttajan ei tarvitse niistä itse huolehtia.<sup>15</sup>

Toiminimen voi puolestaan perustaa lähettämällä perustamisilmoituksen kaupparekisteriin. Toiminimessä yritystä ei pidetä itsenäisenä oikeushenkilönä kuten osakeyhtiössä. Tämä tarkoittaa sitä, että yrittäjä on henkilökohtaisesti vastuussa yritystoiminnasta syntyvistä veloista ja vastuista. Toiminimen perustaminen ei vaadi alkupääomaa.<sup>16</sup> Toiminimen

---

<sup>12</sup> Verohallinto (<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisaverotus/arvonlisaveron-vahennys-ostoista/>)

<sup>13</sup> Verohallinto, (<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisaverotus/ilmoitus-ja-maksuohjeet/verokauden-muutos/>)

<sup>14</sup> Verohallinto, (<https://www.vero.fi/henkiloasiakkaat/verokortti-ja-veroilmoitus/tulot/ansiotulot/sometulot/>)

<sup>15</sup> Verohallinto, (<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/yritystoiminta/uusi-yritys/kevytyrittaja/>)

<sup>16</sup> Ossa 2020, s. 73

perustamisessa yrittäjän tulee myös ilmoittautua verottajan rekistereihin.<sup>17</sup> Toiminimessä tulee kuitenkin huomioida, että yrittäjä on itse kirjanpitovelvollinen. Kirjanpidon tarkoitus on erottaa henkilökohtaiset ja yrityksen varat.<sup>18</sup> Arvonlisäverollisuuden selvittämisestä tulee myös huolehtia. Myös yrittäjän eläkevakuutuksen tarve tulee selvittää, mikäli YEL:n minimityötulo ylitetään. Kirjanpidon monimutkaisuuden osalta voikin olla kannattavaa palkata kirjanpitäjä, sillä se säästää huomattavasti vaivaa.

Kun toiminta ja tulot kasvavat, kannattaa harkita osakeyhtiömuotoon siirtymistä. Aiemmistä malleista poiketen osakeyhtiössä omistajan henkilökohtainen vastuu on rajattu vain yhtiöön sijoitettuun pääomaan. Kaikki tulot verotetaan osakeyhtiön tulona. Yrittäjä voi osakeyhtiössä nostaa palkkaa yhtiöstä omalle tililleen. Tuloveroprosentti määräytyy nostetun palkan mukaan. Osakeyhtiötä kannattaa harkita, mikäli tulot kasvavat merkittäviksi.

Osakeyhtiömuodon käyttäminen voi olla myös riskienhallinnan kannalta tärkeää, koska oma henkilökohtainen talous erotetaan tällä yhtiön taloudesta. Tämä voi olla merkittävä tekijä etenkin vahingonkorvauksen kannalta.

## 2.5 Tulonmuodostus

### 2.5.1 Kaupallinen yhteistyö

Seuraavaksi tarkastelen, mistä kaikesta sosiaalisen median vaikuttajien tulot koostuvat ja kuinka muodostuvia tuloja tulee kohdella vero-oikeudellisesti. Sosiaalisen median vaikuttajan tulot ovat yleensä korvausta, jonka he saavat tuotetusta sisällöstä. Lähtökohtaisesti kaikista sosiaaliseen mediaan liittyvistä tuloista tulee maksaa veroa. Vastuu tulojen ilmoittamisesta on aina vaikuttajalla itsellään. Yrityksillä, jotka maksavat palkkiot, on kuitenkin usein oikeus ilmoittaa palkkiot ja saatujen tuotteiden arvot. Yritysmuodosta riippumatta tästä syystä riittävän selkeä ja hyvä kirjanpito on tärkeää, jottei mitään jää merkitsemättä.

Sisällöntuottajat voivat saada rahapalkkioiden lisäksi palkkioita muillakin tavoin. Raha-palkkiona voidaan pitää yhteistyöstä tai yritykselle tuotetusta mainoksesta saatua palkkiota, joka maksetaan rahassa. Lisäksi palkkio voi olla esimerkiksi saatu tuote, etu, alennus tai palvelu. Kustakin palkkiomuodosta tulee maksaa veroa. Esimerkiksi jos vaikuttaja saa

---

<sup>17</sup> Suomi.fi, (<https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot/opas/yksityinen-elinkeinonharjoittaja/toiminimen-perustaminen>)

<sup>18</sup> Verohallinto, (<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/yritystoiminta/uusi-yritys/kirjanpito-tilikausi-verokausi/>)

palkkiona yhteistyöstään hotelliin ja keikkaliput, syntyy verotettavaa tuloa näiden käyvän hinnan arvosta. Käypä hinta tarkoittaa tässä tilanteessa hintaa, jonka henkilö olisi maksanut, jos hän olisi ostanut tuotteet tavallisen kuluttajan roolissa.

Yleisimpänä yhteistyön muotona voidaan pitää kaupallista yhteistyötä. Nämä ovatkin vahvasti esillä sosiaalista mediaa selatessa. Kaupallisessa yhteistyössä vaikuttaja tuottaa sovitun kaltaista sisältöä sovitun määrän verran markkinointipalvelun hankkivan yrityksen puolesta. Esimerkki: vaikuttaja solmii kaupallisen yhteistyön yrityksen Y kanssa, joka myy elektroniikkaa verkkokaupassaan. Sopimuksessa sovitaan, että vaikuttaja tuottaa X määrän postauksia, joissa esitellään viimeisimpiä teknologian alan tuotteita. Vaikuttaja saa vastineekseen 500 euroa ja 300 euron arvosta tuotteita verkkokaupasta sisällöntuotantoon. Palkkio on siis yhteensä 800 euroa, joka tulee merkitä kokonaisuudessaan verotukseen. Tilanteessa, jossa esitellyt tuotteet ovat vain lainassa esittelyä varten, ei kuitenkaan katsota vaikuttajan saaneen veronalaista tuloa, mikäli tuotteet palautetaan.

Palkkio vaikuttajalle voidaan maksaa myös tuotelahjana. Tämä tarkoittaa sitä, että rahapalkkion sijasta vaikuttaja saa vastikkeeksi yhteistyöstä tuotteen. Tuotelahjat osana yhteistyötä ovat veronalaista tuloa. Esimerkki tällaisesta tilanteesta voisi olla sellainen, jossa vaikuttajan tulee julkaista kuusi yhteistyövideota sosiaalisen median kanavillaan, ja palkkiona hän saa puhelimen, jonka arvo on 600 euroa. Tällöin vaikuttajan tulee merkitä puhelimen arvo eli 600 euroa verotukseensa.

Tuotelahjasta voidaan erottaa kuitenkin mainoslahja. Tällöin kyseessä on tuote, joka saadaan yritykseltä ilman, että siitä on sovittu. Mainoslahjan ja tuotelahjan ero on siis siinä, että mainoslahjasta ei ole sovittu, eikä siitä ole pakko julkaista sisältöä. Mainoslahjoja ei myöskään katsota verotettavaksi tuloksi, jos niiden arvo on alle 50 euroa. Mikäli 50 euron raja ylittyy, tulee se merkitä kokonaisuudessaan veronalaiseksi tuloksi.

Lisäksi tuloja voidaan saada muista rahanarvoisista eduista. Näitä ovat muun muassa alennukset ja palvelut. Kaikista näistä tulee maksaa veroa käyvän arvon mukaan. Käypä arvo tällaisessa tilanteessa on alennuksen arvo, eikä palvelun tai edun täysi kauppahinta. Esimerkiksi palvelusta sopii vaikka hieronta. Vaikuttaja saa hierontansa maksutta tekemällä hieronnasta mainoksen. Hieronnan arvo on 100 euroa, jolloin käypä arvo on siis 100 euroa ja tämä tulee ilmoittaa veronalaiseen tulokseen. Samaan hierontaesimerkkiin voidaan soveltaa

myös alennusta. Tällöin vaikuttaja saa mainoksesta 50 % alennuksen jolloin alennus vastaa 50 euroa. Veronalaista tuloa syntyy tällöin 50 euroa.<sup>19</sup>

Mikäli toimintaa harjoitetaan osakeyhtiönä, sosiaalisen median tulot verotetaan osakeyhtiön tuloina. Myös tuotelahjat ja muut rahan arvoiset edut ja korvaukset ovat osakeyhtiön veronalaista tuloa. Osakeyhtiön saamat sometulot verotetaan siis yleisten periaatteiden mukaisesti.<sup>20</sup>

## 2.5.2 Muut tulonlähteet

Tulonmuodostusta voidaan harjoittaa kuitenkin myös muuten kuin kaupallisella yhteistyöllä. Merkittävimpinä tapoina voidaan pitää mainoksia ja erilaisia keikkatöitä. Mainostulot ovat merkittävä tulonlähde etenkin pidemmän formaatin sisällön luojille. Se sopii erityisen hyvin juuri esimerkiksi YouTube-videoihin. Videon aikana katsojat joutuvat katsomaan mainoksia, ja sisällöntuottaja saa niistä maksun. Kaupallisesta yhteistyöstä mainostulot eroavat siten, että vaikuttaja ei itse mainosta tuotetta, vaan mainos on osana videonkatselukokonaisuutta. Esimerkiksi juuri YouTube-mainosten mainostulot tulevat Google Ireland Limited yhtiöstä. YouTube-mainosten myynti on siis EU-palvelumyyntiä, jolloin tulee tavallisen ALV-ilmoituksen lisäksi tehdä erillinen EU-ALV-yhteenvedoilmoitus kuukausittain.

Erilaiset keikkatyöt voivat puolestaan pitää sisällään esimerkiksi juonto- ja puhujakeikkoja tai läsnä olemista erilaisissa tilaisuuksissa, kuten avajaisissa. Sosiaalisen median vaikuttajien käyttöaste on kansainvälisesti ollut todella suurta erilaisissa tapahtumissa. Suomessa käyttö ei ehkä ole aivan samalla tasolla, ellei oteta huomioon hyväntekeväisyystapahtumia. Arvonlisäverolain 45 §:n mukaan arvonlisäveroa ei suoriteta esiintyvän taiteilijan tai muun julkisen esiintyjän ja urheilijan palkkiosta.

Monella sosiaalisen median vaikuttajalla on myös muita tulolähteitä näiden lisäksi. Ne eivät välttämättä liity suoraan itse sosiaalisen median tekemiseen. Moni toimii sosiaalisen median vaikuttamisen lisäksi myös yrittäjänä jollain alalla. Hyvänä esimerkkinä tästä toimivat useat hyvinvointivaikuttajat, jotka tarjoavat omia valmennuksiaan. Useilla hyvinvointivaikuttajilla

---

<sup>19</sup> Verohallinto, (<https://www.vero.fi/henkiloasiakkaat/verokortti-ja-veroilmoitus/tulot/ansiotulot/sometulot/>)

<sup>20</sup> Verohallinto, (<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/osakeyhtio-ja-osuuskunta/tuloverotus/tulot-blogista-vlogista-ja-somekanavista--osakeyhti%C3%B6t/>)

on lisäksi myös muita tulonlähteitä, kuten omia kuntosaleja, vaateketjuja ja lisäravinnekauppoja. Näiden toimintaa verotetaan elinkeinoverolain säännösten mukaisesti.

## 3 Osakevaihto

### 3.1 Osakevaihto

Lain elinkeinotulon verottamisesta (360/1968) 52 f §:ssä säädetään osakevaihdosta.

Ensimmäisen momentin mukaan osakevaihdolla tarkoitetaan järjestelyä, jossa osakeyhtiö hankkii sellaisen osuuden toisen osakeyhtiön osakkeista, että sen omistamat osakkeet tuottavat enemmän kuin puolet toisen yhtiön kaikkien osakkeiden tuottamasta äänimäärästä, tai jos osakeyhtiöllä on jo enemmän kuin puolet äänimäärästä, hankkii lisää tämän yhtiön osakkeita ja antaa vastikkeena toisen yhtiön osakkeenomistajille liikkeeseen laskemiaan uusia osakkeitaan tai hallussa olevia omia osakkeitaan. Vastike saa olla myös rahaa, mutta ei enempää kuin kymmenen prosenttia vastikkeena annettujen osakkeiden nimellisarvosta tai nimellisarvon puuttuessa osakkeita vastaan osuudesta maksettua osakepääomaa. Toisen momentin mukaan osakkeita luovuttaneen osakkeenomistajan verotuksessa osakevaihdossa syntynyttä voittoa ei katsota veronalaiseksi tuloksi eikä tappiota vähennyskelpoiseksi menoksi. Vaihdoissa vastaanotettujen osakkeiden hankintamenona pidetään luovutettujen osakkeiden verotuksessa poistamatta olevaa hankintamenon osaa. Siltä osin, kun vastikkeena saadaan rahaa, osakevaihtoa pidetään veronalaisena luovutuksena.

Osakevaihto on siis veroneutraali järjestely, kun lain edellytykset täyttyvät.

Osakkeenomistajan luovutusvoittoverotus lykkääntyy osakevaihdon toteutuessa tulevaisuuteen, jos osakkeet luovutetaan edelleen. Osakkeet hankkiva yhtiö kuitenkin suorittaa varainsiirtoveron luovutettavista osakkeista.

Osakevaihdon verovapauden tarkoitus on alun perin ollut helpottaa yrityskauppoja, joissa kohdeyhtiön alkuperäinen omistaja jää osaomistajaksi liiketoimintakonserniin saaden vastineena kohdeyhtiön eli hankkivan yhtiön osakkeita. Tällä on haluttu mahdollistaa se, ettei synny tilannetta, jossa alkuperäisellä omistajalla ei olisi varaa maksaa luovutusvoittoveroja, koska maksu saadaan osakkeina rahan sijasta. Tämä voisi estää mahdollisen yritysjärjestelyn, ja tätä on haluttu välttää.

Osakevaihtoa on kuitenkin mahdollista hyödyntää myös verosuunnittelussa, jossa omistaja ei tosiasiallisesti vaihdu. Se on mahdollista perustamalla holdingyhtiörakenteen jo toimivan yrityksen omistusrakenteeseen. Tällöin omistaja perustaa uuden holdingyhtiön, joka hankkii toimintaa harjoittavan yhtiön osakekannan. Järjestelyssä osakkeista ei kuitenkaan makseta kauppahintaa, vaan osakkeet luovuttava henkilö saa vastineena holdingyhtiön osakkeita.

Omistusrakenne muuttuu siis siten, että omistaja omistaa holdingyhtiön, joka puolestaan omistaa jo toimivan yhtiön. Järjestelyllä voi olla omistajalle merkittävä verohyöty, koska holdingyhtiön nettovarallisuus voi muodostua huomattavasti korkeammaksi kuin alkuperäisen yhtiön nettovarallisuus. Tämä puolestaan mahdollistaa isomman huojennetun osingon nostamisen.

Syy, miksi holdingyhtiön varallisuus nousee korkeammaksi kuin alkuperäisen yhtiön arvo, johtuu siitä, että osakkeiden siirto katsotaan omistajan tekemäksi apporttisijoitukseksi. Omaa pääomaa kasvattava apporttisijoitus arvostetaan kirjanpidossa sen käypään arvoon. Käyvän arvon määrittämisessä voidaan käyttää historiallisia tuloksia, mutta joissain tilanteissa myös yhtiön tulevia kassavirtoja. Näin ollen, jos hyvää tulosta on tehty usean vuoden ajan ja tulevat kassavirrat voidaan olettaa muodostuvan isoiksi, voidaan yhtiön osakkeet merkitä holdingyhtiön taseeseen korkeammalla arvolla kuin ne olisivat pelkän nettovarallisuuden perusteella. Järjestelyn avulla saatu nettovarallisuuden kasvu puolestaan mahdollistaa sen, että matalammalla veroasteella verotettavia osinkoja voidaan nostaa enemmän kuin alkuperäisessä toimivassa yrityksessä olisi voitu.<sup>21</sup>

### **3.2 KHO 2017:78 ja sen merkitys järjestelyyn**

Elinkeinoverolaki pitää sisällään veronkierto säännöksen. Laki elinkeinotulon verottamisesta 52 h §:n mukaan lain 52 ja 52 a-52 g §:ssä olevia säännöksiä ei sovelleta, jos on ilmeistä, että järjestelyjen yksinomaisena tai yhtenä pääasiallisista tarkoituksista on ollut veron kiertäminen tai veron välttäminen. Mikäli osakevaihdon yksinomainen tai pääasiallinen tarkoitus on ollut veronkierto tai veron välttäminen, ei osakevaihtoon voitaisi soveltaa elinkeinoverolain 52 g §:ä. Korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisussa 2017:78 oli kysymys verohallinnon antaman ennakkoratkaisun muutoksenhausta. Verovelvollinen oli hakenut ennakkoratkaisun verohallinnolta siitä, voidaanko hänen suunnittelemaan osakevaihtoon soveltaa elinkeinoverolain 52 g §:n mukaista osakevaihtoa ja voisiko tapauksessa tulla sovellettavaksi lain 52 h §:n mukaiset veronkiertosäännökset. Hakija oli perustellut järjestelyään sillä, että tavoitteena oli keskittää hänen harjoittamansa sijoitustoiminta ja osakevarallisuus hankkivana osapuolena toimivaan holdingyhtiöön. Perusteluina hakija ilmoitti tehokkuuden, helppouden, organisoinnin ja toiminnan kehittämisen. Verohallinto antoi ennakkoratkaisunsa, jonka mukaan luovutukseen sovelletaan tuloverolain 45 §:n 5 momenttia ja elinkeinotulon

---

<sup>21</sup> Finnwatch, (<https://finnwatch.org/fi/tutkimukset/kevyempaae-osinkoverotusta-holdingyhtioejarjestelyillae>)

verottamisesta annetun lain 52 f §:n osakevaihtosäännöksiä, joiden perusteella osakevaihdossa syntynyttä voittoa ei katsota hakijan veronalaiseksi tuloksi, eikä tappiota vähennyskelpoiseksi menoksi. Veronsaajien oikeudenvalvontayksikkö valitti ratkaisusta tuomioistuimeen, ja lopulta asiaa käsiteltiin korkeimmassa hallinto-oikeudessa asti.

Veronsaajien oikeudenvalvontayksikkö katsoi, että tapauksessa tulisi soveltaa 52 h §:n veronkiertosäännöstä, koska se katsoi, että perustelut liittyivät enemmänkin verovelvollisen yksityistalouteen, eivät yhtiön liiketaloudellisiin syihin. Veronsaajien oikeudenvalvontayksikön mukaan ennakkoratkaisuhakemuksessa ei esitetty yhtään liiketaloudellista perustetta yritysten näkökulmasta. Koska liiketaloudelliset perusteet puuttuivat, veronsaajien oikeudenvalvontayksikön mukaan järjestelyn pääasiallinen tavoite oli veronkiertäminen tai välttäminen.

Korkein hallinto-oikeus hylkäsi veronsaajien oikeudenvalvontayksikön valituksen ja ratkaisi asian verovelvollisen hyväksi. KHO:n mukaan järjestelyssä ei ollut kyseessä EVL 52 h §:n mukainen veronkiertäminen tai välttäminen, ja toiminnan uudelleenjärjestely oli lähtökohtaisesti hyväksyttävä syy järjestelylle. KHO viittasi EU-tuomioistuimen oikeuskäytäntöön, jonka perusteella, jos järjestelystä ei synny konkreettisia ja järjestelmälle vieraita veroetuja, järjestelyn tueksi liiketaloudelliset perusteet eivät tule enemmälti punnittaviksi. KHO piti veroetua enemmänkin seurauksena siitä, että osinkoa jakava yhtiö on eri kuin aiemmin, ja osinkoa jakavan yhtiön nettovarallisuus on suurempi. Ratkaisu siis mahdollisti osakevaihdon hyödyntämisen.

### **3.3 Listaamaton osakeyhtiö**

Useat pienet yhtiöt ovat listaamattomia. Listaamaton osakeyhtiö on yhtiö, jonka osakkeilla ei käydä kauppaa pörssissä. Listaamattomasta osakeyhtiöstä saatava osinko verotetaan pääomatulona ja/tai ansiotulona. Osa osingosta on verotonta. Osinko on sen verovuoden tuloa, jonka aikana osinkoa voidaan nostaa yhtiökokouksen päätöksellä. Jos nostoajankohdasta ei ole päätetty, katsotaan osingon olevan nostettavissa sinä päivänä, jona yhtiökokous on pidetty.

Jos osingon määrä listaamattomasta yhtiöstä on enintään 150 000 euroa, osingon maksava yhtiö tekee siitä 7,5 % enakkopidätyksen. Tämän ylittävältä osalta maksava yhtiö suorittaa 28 % enakkopidätyksen.

Kun osinkoa saadaan listaamattomasta yhtiöstä, osingon määrä jakautuu veronalaiseen pääomatuloon ja/tai veronalaiseen ansiotuloon sekä verottomaan tuloon. Osakkeen matemaattinen arvo määrittää, kuinka nämä suhtautetaan keskenään. Verohallinto laskee matemaattisen arvon yhtiön edellisen vuoden päättyneen tilikauden taseen perusteella, eli yhtiön varoista vähennetään sen velat, ja saatu erotus jaetaan yhtiön osakkeiden lukumäärällä.

Mikäli osingon määrä on enintään 8 % osakkeiden matemaattisesta arvosta, on kyseessä pääomatulo-osinko. Kun tämä pääomatulo-osinko on enintään 150 000 euroa, siitä 25 % on veronalaista pääomatuloa ja 75 % verovapaata tuloa. 150 000 euron rajan ylittävältä osalta 85 % on veronalaista pääomatuloa ja 15 % on verotonta tuloa.

Mikäli osingon määrä ylittää 8 % osakkeiden matemaattisesta arvosta, kutsutaan yli menevää osaa ansiotulo-osingoksi. Tästä 75 % on veronalaista tuloa ja 25 % verotonta tuloa.

Ansiotulojen verotuksessa käytetään Suomessa progressiivista verotusta.<sup>22</sup>

### **3.4 Osakevaihdot sosiaalisen median vaikuttajien keskuudessa**

Koska osakevaihtojärjestely pitää sisällään veroriskejä väärin toteutettuna, hakija usein pyytää asiasta ennen toteutusta verohallinnon ennakkoratkaisua. Ennakkoratkaisu pitää sisällään verohallinnon linjauksen järjestelyn verokohtelusta. Finnwatch oli lähettänyt verohallinnolle tietopyynnön selvittääkseen osakevaihtoja koskevien ennakkoratkaisujen lukumäärän.

Verohallinto toimitti aineiston asiansanalla ”osakevaihto” tallennetuista ennakkoratkaisuista. Aineisto kattaa ennakkoratkaisut vuodesta 2017 asti. Ensimmäisenä vuonna eli vuonna 2017 ratkaisuja oli 3 kappaletta, 2018 ratkaisuja oli 45 kappaletta ja vuonna 2019 ratkaisuja oli jo 358 kappaletta. Näiden vuosien tarkat ratkaisumäärät ovat kuitenkin puutteelliset järjestelmänvaihdoksen vuoksi. Vuonna 2020 määrä oli jo 540, vuonna 2021 585 kappaletta ja 2022 niitä oli 596 kappaletta. Kasvu on siis ollut jatkuvaa. Vuoden 2023 tilastointi oli tutkimuksen aikaan kesken, mutta 1.9.2023 mennessä ennakkoratkaisuja oli annettu 312 kappaletta, joten todennäköisesti aikaisempien vuosien määriin on päästy myös kyseisenä vuonna. Verohallinnolta saatujen tietojen mukaan verohallinto antaa ennakkoratkaisuja kokonaisuudessaan 2500–3000 kappaletta vuodessa, joten noin joka viides verohallinnon antama ennakkoratkaisu koskee osakevaihtojärjestelyjä.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Verohallinto, (<https://www.vero.fi/henkiloasiakkaat/omaisuus/sijoitukset/osingot/osingot-listaamattomasta-yhtiosta/>)

<sup>23</sup> Finnwatch, (<https://finnwatch.org/fi/tutkimukset/suomessa-toteutetaan-vuosittain-satoja-osakevaihtoja>)

Kuinka yleistä järjestelyn käyttö sitten tosiasiallisesti on sosiaalisen median vaikuttajien keskuudessa? Vuonna 2023 Finnwatch toteutti tutkimuksen, joissa tarkasteltiin 50 suomalaisen sosiaalisen median vaikuttajan yritysjärjestelyjä, ja onko osinkoa maksavan yhtiön nettovarallisuus noussut merkittävästi järjestelyn seurauksena. Merkittävää kasvua havaittiin kolmessa tapauksessa kyseisessä tutkimuksessa.<sup>24</sup>

Vuoden 2024 elokuussa Finnwatch julkaisi seurantaraportin aikaisemmasta tutkimuksestaan. Tällä kertaa tutkimuksessa tutkittujen vaikuttajien määrä nousi 79:ään. Samalla myös vastaavien osakevaihtojärjestelyjen, jossa osinkoa maksavan yhtiön nettovarallisuuden määrä oli noussut merkittävästi järjestelyn seurauksena, määrä oli noussut jo yhdeksään. Finnwatchin arvion mukaan ne aiheuttivat verohyötyjä arviolta 7000–23000 euroa.<sup>25</sup>

### 3.5 Hallituksen reagointi järjestelyyn

Suuri paine mediassa sai hallituksen tarkastelemaan osakevaihtoa ja siitä seuraavia veroetuja kokonaisuudessaan. Asia otettiin käsittelyyn vuoden 2025 puoliväliriihessä. Tarkastelussa tehtyjä päätöksiä perusteltiin Suomen talouskasvun edellytysten vahvistamisella ja julkisen talouden kestävyydellä. Hallituksen esityksessä HE 125/2025 vp hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi elinkeinotulon verottamisesta annetun lain 52 ja 52 f §:n ja varojen arvostamisesta annetun lain muuttamisesta sekä tuloverolain 33 b §:n väliaikaisesta muuttamisesta pitää sisällään merkittäviä muutosehdotuksia juuri mediassa esillä olleisiin ongelmakohtiin.

Ensinnäkin muutoksia tehtäisiin elinkeinoverolain 52 f §:n, johon lisättäisiin mahdollisuus siihen, että vastikkeesta 50 % saisi olla rahaa aiemman 10 % sijasta. Myös osakevaihdon osapuoliin olisi tulossa muutos. Mikäli osapuolilla on etuyhteys toisiinsa, hankkivan yhtiön verotuksessa kohdeyhtiön osakkeiden hankintamenona pidetään niiden osakevaihtoa edeltävää matemaattista arvoa. Etuyhteys voi toteutua kolmessa tapauksessa, joista ensimmäisessä osakevaihdon osapuoli yksin tai yhdessä lähipiirinsä kanssa omistaa välittömästi tai välillisesti yli puolet toisen osapuolen pääomasta, tai sillä on välittömästi tai välillisesti yli puolet toisen osapuolen kaikkien osakkeiden tai osuuksien tuottamasta äänimäärästä. Toiseksi, jos kolmas osapuoli yksin tai yhdessä lähipiirinsä kanssa omistaa

---

<sup>24</sup> Finnwatch, (<https://finnwatch.org/fi/tutkimukset/kevyempaeae-osinkoverotusta-holdingyhtioejaerjestelyllae?highlight=WyJrZXZ5ZWlwXHUwMGU0XHUwMGU0II0=>)

<sup>25</sup> Finnwatch, (<https://finnwatch.org/fi/julkaisut/osinkoverojen-vaelttelyae-holdingyhtioejaerjestelyn-avulla>)

välittömästi tai välillisesti yli puolet molempien osakevaihdon osapuolten pääomasta, tai sillä on välittömästi tai välillisesti yli puolet molempien osakevaihdon osapuolten kaikkien osakkeiden tai osuuksien tuottamasta äänimäärästä. Kolmanneksi, jos osakevaihdon seurauksena osakevaihdon osapuolen yksin tai yhdessä lähipiirinsä kanssa välittömästi tai välillisesti omistama osuus toisen osapuolen pääomasta tai äänimäärästä on yli 75 prosenttia.

Toisekseen varojen arvostamisesta verotuksessa annettua lakia muutettaisiin siten, että osakevaihdossa omistusta vaihtavat osakkeet arvostettaisiin hankkivan yhtiön nettovarallisuutta laskettaessa osakevaihtoa edeltävään matemaattiseen arvoon. Tämä muutos koskisi kuitenkin ainoastaan etuyhteydessä olevia osapuolten välisiä osakevaihtoja.

Mielenkiintoisinta tässä olisi se, että ehdotettuja muutoksia sovellettaisiin 1.1.2017 tai tämän jälkeen osakevaihdossa hankittujen osakkeiden arvostamisessa. Perustuslakivaliokunta on katsonut muun muassa lausunnossaan PeVL 1/2009 vp, että ”yleisistä oikeusperiaatteista kuten ennakoitavuudesta ja kohtuullisuusvaatimuksesta johtuen on olemassa lähtökohta, jonka mukaan taannehtivaa veronlainsäädäntöä tulee välttää. Yksittäisiin tapauksiin voi kuitenkin sisältyä sellaisia erityispiirteitä, ettei taannehtivan veronlainsäädännön hyväksyminen välttämättä muodostu kuitenkaan valtiosäännön vastaiseksi.”<sup>26</sup> Lain muutoksilla ei kuitenkaan ole vaikutusta toteutettujen osakevaihtojen verotukseen, vaan osakevaihdolla hankittujen kohdeyhtiön osakkeiden arvostamiseen hankkivalla yhtiöllä osingon verotukseen vaikuttavalla tavalla. Näin ollen osingon verokohtelun muuttaminen siten, että muutos vaikuttaa jo toteutetuissa osakevaihdossa vastaanotettujen osakkeiden arvostamiseen tulevaisuudessa nostettavien osinkojen verotukseen vaikuttavalla tavalla kyseessä ei ole takautuva sääntely. Tämän lisäksi myös yhtiölle säädettäisiin muutoshakuoikeus osakkeensa vertailuarvoon.

Tuloverolakiin puolestaan lisättäisiin väliaikainen momentti, jotta 1.1.2026 alkaen nostettavissa oleviin osinkoihin sovellettaisiin varojen arvostamisesta verotuksessa annetun lain muuttuneita säännöksiä. Käytännössä tämä tarkoittaisi sitä, että jatkossa saadusta osingosta 25 % on veronalaista ja 75 % verovapaata tuloa siihen määrään saakka, mikä vastaa varojen arvostamisesta verotuksessa annetussa laissa tarkoitettulle osakkeen verovuoden matemaattiselle arvolle laskettua kahdeksan prosentin vuotuista tuottoa. Siltä osin kuin 150 000 euron raja ylitetään, osingosta 85 % olisi pääomatuloa ja 15 % verovapaata tuloa. Jos osinkoa jakava yhtiö on hankkinut osakkeita 1.1.2017 tai sen jälkeen EVL 52 f §:n

---

<sup>26</sup> PeVL 1/2009 vp.

mukaisessa osakevaihdossa ja osakevaihdon osapuolet ovat etuyhteydessä toisiinsa eikä osakkeen verovuoden matemaattista arvoa vahvistettaessa ole sovellettu varojen arvostamisesta verotuksessa annetun lain 3 §:n 9 momenttia, lasketaan kahdeksan prosentin vuotuinen tuotto osakkeen verovuoden matemaattiselle arvolle oikaistuna osakevaihdossa hankittujen osakkeiden mainitun lain 3 §:n 9 momentin mukaisella arvolla.<sup>27</sup>

Muutokset voidaan nähdä erittäin tarpeellisina ja ajankohtaisina. Listaamattomien pörssiyhtiöiden osinko on ollut puheenaiheena jo usean vuoden ajan, ja yleisessä keskustelussa aiheeseen on vaadittu ja pohdittu muutoksia useiden vuosien ajan.

---

<sup>27</sup> HE 125/2025 vp.

## 4 Yhteenveto

Olen nyt tarkastellut sosiaalisen median vaikuttajan määritelmää ja verovelvollisuutta sekä aiheen ajankohtaisuutta. Lisäksi olen määritellyt sosiaalisen median vaikuttajana toimimisen edellytykset. Sosiaalisen median vaikuttajana voidaan pitää joko ammattimaista vaikuttajaa tai harrastajavaikuttajaa. Vaikuttaja on siis henkilö, joka on saavuttanut uskottavuutta ja kerännyt yleisön ja pystyy näin ollen vaikuttamaan seuraajiinsa. Vaikuttajat voidaan nähdä myös uudentyyppeinä itsenäisinä kolmannen osapuolen mainostajina, jotka pyrkivät vaikuttamaan sosiaalisen median välityksellä yleisön asenteisiin. Vaikuttajia voidaan tämän lisäksi jaotella myös seuraajamäärien mukaan eri kategorioihin.

Kokonaisuudessaan sosiaalisen median vaikuttajien mediassa saama huomio ”vero-oikeudellisesta porsaanreiästä” voidaan pitää liioiteltuna. Ongelma on ollut olemassa jo useamman vuoden ajan, ja korkein hallinto-oikeus mahdollisti sen käytön tapauksessaan KHO 2017:72. Mediassa saadun huomion takia asiasta saa huomattavasti todellisuutta vakavamman ja isomman kuvan. Järjestelystä hyötynneet ovat olleet sosiaalisen median vaikuttajien määrään nähden hyvin pienet, koska hyödyt tulevat esiin ennen kaikkea jo aiemmin hyvää tulosta tehneissä yrityksissä. Finnwatchin tutkimuksissa noin joka yhdeksäs vaikuttaja on tehnyt järjestelyn, ja taustalla vaikuttaa aidosti olleen muitakin tarkoituksia kuin pelkästään mahdollisuus nostaa isompaa osinkoa veroedulla. Kovinkaan monessa yrityksessä ei myöskään verohallinnon tietojen perusteella näyttäisi olevan nostettu lähellekään 150 000 euron maksimirajaa. Toisin sanoen mediassa asia on saanut liiallistakin huomiota ja uutisoinnista johtuen ongelman on voinut kuvitella olevan huomattavasti suurempi.

Hallituksen reagointi asiaan voidaan kuitenkin nähdä aiheellisena. Sosiaalisen median vaikuttajat ovat vain pieni osa henkilöistä, jotka ovat käyttäneet järjestelyä hyödykseen. Finnwatchin tuottamia tutkimuksia voidaan kuitenkin pitää hyvänä pohjana osakevaihdon yhteydessä tapahtuviin ongelmiin. Jatkotutkimusta aiheen ympäriltä olisi hyvä tuottaa lisää. Otanta voisi olla myös kokonaisuudessaan laajempaa, jotta kokonaiskuva osakevaihtoista ja siitä seuranneista ”veromenetyksistä” muodostuisi kattavammaksi. Osittain uutisoinnin taustalla lienee kuitenkin myös se, että sosiaalisen median vaikuttajat kiinnostavat yleisöä ja näin ollen asiasta on syntynyt paljon keskustelua. Se lienee olleen myös yksi syy miksi juuri sosiaalisen median vaikuttajat ovat valikoituneet Finnwatchin raporttiin. Huomion kohdistaminen kuitenkin myös muihin kuin pelkästään sosiaalisen median vaikuttajiin on oleellista, koska vaikuttajat ovat olleet ainoastaan yksi järjestelystä hyötynyt ryhmä.

Jatkotutkimusta aihepiirin ympäriltä voisi myös tarkastella uudessa valossa muutaman vuoden kuluttua, kun lakimuutokset ovat olleet voimassa hieman pidempään.

Verotuksen tulee olla reilua ja tasa-arvoista kaikille yritysmuodosta riippumatta. Muutoksilla ei myöskään vaikeuteta turhaan yrityskauppojen toteutumista. Muutos on kokonaisuudessaan erittäin hyvä, ja se ohjaa osakevaihdon käyttöä takaisin sille alun perin tarkoitettuun suuntaan.