

## **EURO EI OLE NOSTANUT HINTASOA, MUTTA EDISTÄÄ HINTOJEN MUUTOKSIA**

Kuluttajatutkimuskeskus ja Kuluttajavirasto ovat tutkineet euron käyttöönoton vaikutuksia tuotteiden ja palveluiden hinnoitteluun sekä kuluttajien arkielämään. Tutkimus osoittaa, että euro tulee muuttamaan yksittäisiä hintoja. Tutkimus on osa kauppa- ja teollisuusministeriön laajaa euroseurantaprosessia. - 76 % suomalaisista kuluttajista uskoo euroon siirtymisen nostavan hintoja. Siksi on meidän kuluttaja-asioista vastaavien harteilla, että kuluttaja säilyttää luottamuksensa suomalaista elinkeinoelämää ja kaupankäyntiä kohtaan, sanoi ulkomaankauppaministeri Kimmo Sasi eurohintatutkimuksen julkistamistilaisuudessa tänään 29.11.2001.

### **Euro on vaikuttanut selvästi hinnoitteluun**

Lokakuussa Kuluttajatutkimuskeskuksen tekemän kyselyn mukaan 76 % suomalaisista uskoo euron nostavan hintatasoa. Myös lokakuussa kerättyjen hinta-aineistojen perusteella euro on vaikuttanut selvästi tuotteiden hinnoitteluun, mutta ei ole kuitenkaan nostanut tuotteiden hintatasoa. Tutkimuksessa on tarkasteltu elintarvikkeiden, kestokulutustavaroiden ja non-food-päivittäistavaroiden, palvelujen ja uusien autojen hintoja. Eri toimialat poikkesivat toisistaan suuresti euron vaikutusten osalta.

### **Eri toimialat poikkeavat euron vaikutuksien osalta**

Elintarvikkeiden hinnat olivat jo toukokuussa 2001 alkaneet keskittyä eurohintojen kohdalle ja tämä keskittyminen on lisääntynyt hyvin vähän viimeisen puolen vuoden aikana. Hintojen muutos kohti eurohintoja ei ole kuitenkaan nostanut elintarvikkeiden hintatasoa. Elintarvikkeiden hinnat ovat nousseet vuodessa lähes 6 %, jonka on aiheuttanut muutaman tuoteryhmän hintojen voimakas nousu. Suurin osa elintarvikkeiden hinnoista on kehittynyt hyvin maltillisesti. Elintarvikkeiden hintoja ovat nostaneet yksittäiset ja käteisvaluutan muuttumisesta riippumattomat tekijät, kuten Euroopan lihakriisi ja maitoteollisuuden keskittyminen. Kestokulutustavaroiden, non-food tuotteiden ja palveluiden hinnoissa ei ole euron johdosta tapahtunut merkittäviä muutoksia. Näiden tuotteiden hinnoittelu onkin vielä selvästi markkamääräistä

Tutkituista toimialoista euron tulo on vaikuttanut selvästi eniten uusien autojen hintoihin. Lokakuussa jo lähes 70 % uusien autojen hinnoista oli muutettu euromääräisiksi, mutta ilman hintojen nousua.

### **Osa vuodenvaihteessa muuttuvista hinnoista nousee ja osa laskee**

Suurin osa hinnoista tulee muuttumaan vuodenvaihteen kummallakin puolella, sillä lokakuussa suurin osa oli vielä markkamääräisiä. Euro poistaakin hetkellisesti hintajäykkyyden ja edistää hintojen muutoksia. Tähän asti toteutuneiden hintojen muutosten perusteella on luultavaa, ettei euron tulo aiheuta edes hetkellistä hintojen nousua. Osa muuttuvista hinnoista laskee ja osa nousee kompensoiden toistensa vaikutuksen.

### **Kuluttajien mielenkiinto euroa kohtaan on vielä alhainen**

Kuluttajatutkimuskeskuksessa seurataan kolmen vuoden aikana, vuosina 2000, 2001 ja 2002, samojen kuluttajien haastatteluilla heidän euron käyttöönottoon liittyviä kokemuksiaan ja odotuksiaan, uuden rahan arvon tuntuman omaksumistaan sekä euroon valmistautumisistaan. Kuluttajien käyttäytymisessä ei ole tapahtunut vuoden aikana olennaista muutosta. Mielenkiinto euroa kohtaan on edelleen alhainen eivätkä he vielä hahmota euron arvoa. Kuluttajat selviytyivät heille annetuista hintatehtävistä eri tavoin ja heidän on vielä opeteltava senttihintoja ja isoja lukuja. Toisaalta kuluttajat luottavat omaan selviytymiseensä tekemättä mitään, toisaalta heidän mielestään on tarpeellista opetella ainakin yksittäisiä hintoja ja tutustua uusiin rahoihin etukäteen. Kuitenkin he luottavat, että tekninen siirtyminen tullaan hoitamaan asianmukaisesti.

Kuluttajavirasto kerää yhteistyössä lääninhallitusten kanssa säännöllisesti hintatietoja ja tuottaa tietoa hintojen mahdollisista muutoksista. Kuluttajatutkimuskeskus analysoi kerättyä aineistoa ja selvittää muutoksen taustoja. Kuluttajaviranomaisten eurohintaseuranta sisältää vuoteen 2003 saakka päivittäistavaroiden lisäksi non-food -tuotteita, kulutustavaroita ja joitakin palveluita.

### **Lisätietoja:**

tutkimuspäällikkö Ville Aalto-Setälä, Kuluttajatutkimuskeskus, puh. (09) 7726 7732,  
ville.aalto-setala@kuluttajatutkimuskeskus.fi