

## **EURON TULO KULUTTAJIEN ARKEEN**

Kuluttajat yhdistävät euron tulon jokapäiväiseen kaupassakäyntiin. Tuotteiden uuden hintatason arvioimisen oppiminen mietityttää. Iäkkäiden kuluttajien selviytyminen uuteen rahayksikköön siirtymisestä askarruttaa. Tiedotuksen toivotaan opastavan euron käyttöönottoon liittyvissä arkipäivän asioissa kuten rahojen vaihtamisessa, ostosten teossa ja pankkiasioinnissa. Viranomaisilta ja tiedotukselta toivotaan tukea ja opastusta myös euron arvon ja uuden hintatuntuman omaksumiseen omassa arkielämässä todetaan kuluttajatutkimuskeskuksessa valmistuneessa tutkimuksessa "Euro kuluttajien arkielämässä 2000".

Tutkimuksessa on selvitetty haastatteluaineiston avulla kuluttajien käsityksiä uuteen rahayksikköön siirtymisestä ja odotettavissa olevista muutoksista kuluttajien jokapäiväisessä toiminnassa. Valmistunut tutkimus on osa Kuluttajatutkimuskeskuksessa menossa olevaa laajempaa kokonaisuutta "Euro, kuluttajat ja markkinat".

### **Kahden rahan päällekkäiskäyttö koetaan ongelmallisena**

Kuluttajat eivät kesällä 2000 kokeneet Euron käyttöönottoa omalla kohdallaan vielä ajankohtaiseksi eikä erityisen kiinnostavaksi asiaksi. Myönteiseen suhtautumiseen euroon liittyy huolettomuutta ja perusteluja, että euroon ehtii paneutua myöhemminkin. Kielteiseen suhtautumiseen liittyy epävarmuutta euron käyttöönotossa ja markan poistuminen koetaan tunnepitoisena asiana. Kuitenkin ajateltiin, että tekninen siirtyminen aikanaan tullaan hoitamaan asianmukaisesti. Tavallisen kansalaisen odotetaan sopeutuvan ilman suurempia ongelmia. Sen sijaan iäkkäiden kuluttajien selviytyminen uuteen rahayksikköön siirtymisestä askarrutti. Euron etuna pidettiin matkustamisen helpottumista ja valuutanvaihdon poistumista. Euron käyttöönoton haittana koettiin olevan uuden rahayksikön arvon omaksumisen vaivalloisuus ja euron ja markan yhtäaikaisen käytön mukanaan tuomat ongelmat alkuvuonna 2002.

### **Mikä on euroissa kallista, mikä halpaa?**

Euron tulo yhdistetään jokapäiväisen kaupassakäyntiin. Kuluttajat miettivät kuinka opitaan arvioimaan tuotteiden uutta hintatasoa, mikä on euroissa kallista ja mikä on halpaa. Muuntotaulukoita toivotaan hintavertailujen tueksi euron käyttöönoton alkuvaiheessa. Kuluttajat olettavat kauppojen henkilökunnan joutuvan koville ja pohtivat myös sen osaamista ja rehellisyyttä erityisesti iäkkäiden asiakkaiden kohdalla. Euron tulon koetaan edellyttävän omaa huolellisuutta ja tarkkaavaisuutta jokapäiväisessä toiminnassa. Kuluttajat luottavat pankkien ja valtion laitosten tekniseen osaamiseen euroon siirryttäessä.

### **Tietoa tarvitaan euron käyttöönoton vaikutuksista arkipäivän toimintoihin**

Kauan tiedossa olleet euroon liittyvät asiat ovat kuluttajille tuttuja. Mutta uudempia euroasioita kuten päällekkäiskäytön pituutta ei muisteta. Eurotiedotuksen toivotaan opastavan euron käyttöönottoon liittyvissä arkipäivän toiminnoissa kuten rahojen vaihtamisessa, ostosten teossa ja pankkiasioinnissa.

### **Euron tulo vaatii kuluttajilta pitkäaikaista oppimista ja omaksumista**

Kuluttajille euron tulo heidän arkipäiväänsä vie aikaa. He kokevat sen sekä paneutumista vaativana oppimisprosessina että aktiivisena päätöksentekona, josta he itse ovat vastuussa. Tiedottamista toivotaan pikkuhiljaa, pitkin matkaa ja eri tiedotusvälineistä helposti ymmärrettävässä muodossa. Tietoihin pitää voida tutustua myös rauhassa omalla ajalla. Kuluttajat eivät myöskään halua pelkästään eurotietoutta vaan etenkin tukea ja opastusta siihen miten voi edistää euron arvon ja uuden hintatuntuman omaksumista omassa elämässä osana muita konkreettisia arkielämän asioita.

---

#### **Lisätietoja:**

tutkija Liisa Peura-Kapanen, puh. (09) 7726 7726,  
sähköposti: liisa.peura-kapanen@kuluttajatutkimuskeskus.fi  
tutkimusjohtaja Päivi Eriksson, puh. (09) 7726 7772,  
sähköposti: paivi.eriksson@kuluttajatutkimuskeskus.fi

**Tilaukset:** "Euro kuluttajien arkielämässä 2000", Peura-Kapanen, L. & Eriksson, P. Työselosteita ja esitelmiä 61/2000. Hinta 5 €. Julkaisua voi tilata Kuluttajatutkimuskeskuksesta, PL 5, 00531 Helsinki, puh. (09) 7726 7702, fax (09) 7726 7715, sähköposti: arja.luoto@kuluttajatutkimuskeskus.fi