

EURO MUUTTAA HINTOJA, MUTTA EI OLE NOSTANUT PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN HINTATASOA

Kuluttajavirasto ja Kuluttajatutkimuskeskus ovat tutkineet euron käyttöönoton vaikutusta päivittäistavara-kaupan hinnoitteluun. Tutkimus osoittaa, että euro tulee vaikuttamaan hinnoitteluun. Osa muutoksista on jo nyt nähtävissä.

Euron käyttöönotto vaikuttaa hinnoitteluun

Tuotteiden ja palvelujen hinnoittelu tulee muuttumaan markkojen muuttuessa euroiksi vuoden 2002 alussa. Hinnoittelun muuttumisen tärkein syy on käypien hintojen vahva vaikutus hinnoitteluun – tietyt hinnat ovat toisia selvästi käytetympiä. Tämä tulee selvimmin näkyviin ns. ysi-hinnoitteluna. Yhdeksällä alkavat tai loppuvat hinnat ovat paljon muita hintoja yleisempiä. Hintoja ei yleisesti ottaen tullakaan muuttamaan muutokertoimen avulla euroiksi vaan hinnat tulevat muuttumaan. Osa hinnoista nousee ja osa laskee. Kuluttajien käyttäytyminen vaikuttaa osaltaan kokonaishintatason muuttumiseen. Jos kuluttajat säilyttävät vuodenvaihteessa hintatietoisuutensa, valitsevat ostospaikkansa ja jättävät kallistuneet tuotteet hyllyyn, hinnankorotukset jäävät lyhytaikaisiksi.

Näkykö euron vaikutus hinnoissa jo nyt?

Tänä vuonna toukokuussa kerätyn ruokakorin hintatietoja on verrattu vuonna 2000 kerättyyn vastaavaan koriin. Jo nyt osa hinnoista on muuttunut uusien hintojen mukaisille rajoille. Vuonna 2000 päivittäistavara-kaupan brandielintarvikkeiden yleisin hintaluokka oli 9.00–9.99 markkaa. Vuonna 2001 näiden tuotteiden yleisimmät hintaluokat ovat 5.00-5.99 markkaa (1 euro) ja 11.00 – 11.99 markkaa (2 euroa). Näiden tuotteiden kokonaishintataso ei ole kuitenkaan merkittävästi noussut.

Euron vaikutusten seuranta tehdään yhteistyössä

Kuluttajavirasto kerää yhteistyössä lääninhallitusten kanssa säännöllisin väliajoin hintatietoja ja tuottaa tietoa hintojen mahdollisista muutoksista. Eurohintojen seuranta tehdään yhteistyössä Kuluttajatutkimuskeskuksen kanssa. Kuluttajatutkimuskeskus analysoi kerättyä aineistoa ja selvittää muutoksen taustoja. Kuluttajaviraston ja Kuluttajatutkimuskeskuksen eurohintaseuranta sisältää vuoteen 2003 saakka päivittäistavarojen lisäksi non-food -tuotteita, kulutustavaroita ja joitakin palveluita. Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuskokonaisuus Euro, kuluttajat ja markkinat tarkastelee laajemmin käteisrahan vaihtumisen mukanaan tuomia muutoksia yritysten hinnoittelussa, kuluttajien arkielämässä samoin kuin markkinoilla yleisemminkin. Nyt valmistuneessa selvityksessä on tarkasteltu euron vaikutuksia hinnoitteluun jo tänä vuonna ja arvioitu euron käyttöönoton vaikutusta ensi vuonna. Kuluttajavirastolla on meneillään yhteistyöprojekti eurohinnoista myös Suomen Kuluttajaliiton kanssa. Sen tarkoituksena on aktivoida kuluttajia seuraamaan omakohtaisesti euron vaikutusta hintoihin.

Lisätietoja: Tutkimuspäällikkö Ville Aalto-Setälä, Kuluttajatutkimuskeskus, puh. (09) 7726 7732, ville.aalto-setala@kuluttajatutkimuskeskus.fi, erikoissuunnittelija Marja Nygren, Kuluttajavirasto, p. 09-7726 7556, marja.nygren@kuluttajavirasto.fi