

UNIVERZA V LJUBLJANI

EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

VPLIV UVEDBE EVRA NA CENE OB ZAMENJAVI VALUT

Ljubljana, avgust 2006

JANA NOVAK

IZJAVA

Študentka Jana Novak izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. IGORJA MASTNA in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 25.08.2006

Podpis _____

KAZALO

UVOD	1
1. RAZVOJ EKONOMSKE IN MONETARNE UNIJE	2
2. IZKUŠNJE DRŽAV, KI SO ŽE UVEDLE EVRO	4
2.1. NAKLONJENOST NOVI VALUTI	5
2.2. RAZMIŠLJANJE V DOMAČI VALUTI ALI V EVRIH?	6
2.3. NAKUPOVALNE NAVADE	6
2.4. BANČNI RAČUNI	7
2.5. PLAČILNI PROMET	7
2.6. JEMANJE BANKOVCEV IN KOVANCEV STARIH VALUT IZ OBTOKA	8
2.7. ZAMENJAVA GOTOVINE	8
2.7.1. Dobava evrogotovine pred 1. januarjem 2002	9
2.7.2. Zamenjava gotovine v trgovinah	10
2.7.3. Prilagoditev prodajnih avtomatov in bankomatov	10
2.7.4. Zamenjava gotovine na bančnih in poštnih okencih	10
2.8. KAJ SE JE ZGODILO S CENAMI? ALI JE RES VSE POSTALO DRAŽJE?	11
3. VPLIV UVEDBE EVRA NA ZVIŠANJE CEN	12
3.1. VPLIV UVEDBE EVRA NA CENE V EVRODVANAJSTERICI	13
3.1.1. Avstrija	13
3.1.2. Italija	14
3.1.3. Nemčija	14
3.1.4. Francija	14
3.1.5. Finska	14
3.1.6. Irska	15
3.1.7. Grčija	15
3.1.8. Španija	15
3.1.9. Portugalska	15
3.1.10. Nizozemska	16
3.1.11. Belgija	16
3.1.12. Luksemburg	16
3.2. INDEKS HICP	16
3.2.1. Gibanje indeksa HICP na evroobmočju v letih 2001 in 2002	18
3.3. CENE, KI SO BILE NAJBOLJ POD VPLIVOM UVEDBE EVRA	19
3.4. RAZKORAK MED DEJANSKO IN OCENJENO INFLACIJO PO SPREJETJU EVRA ²²	
3.5. PREDNOSTI IN SLABOSTI UVEDBE EVRA	26
3.5.1. Razlogi za pozitivno zaznavanje uvedbe evra	26
3.5.2. Razlogi za negativno zaznavanje uvedbe evra	27
4. VPLIV UVEDBE EVRA S PSIHOLOŠKEGA VIDIKA	28
4.1. ŠTUDIJA 1	30
4.2. ŠTUDIJA 2	33
4.3. ŠTUDIJA 3	34
4.4. ŠTUDIJA 4	35

4.5. ŠTUDIJA 5	35
5. UVEDBA EVRA V SLOVENIJI	37
5.1. PRIPRAVE SLOVENIJE NA PREVZEM EVRA	37
5.2. UKREPI ZA PREPREČITEV NEUPRAVIČENEGA POVIŠANJA CEN	38
5.2.1. Dvojno označevanje cen	38
5.2.2. Vloga potrošniške organizacije	38
5.2.3. Dobro obveščanje javnosti	39
5.3. POTENCIALEN VPLIV UVEDBE EVRA NA CENE V SLOVENIJI	39
SKLEP	41
LITERATURA	43
VIRI	44

KAZALO SLIK IN TABEL

Tabela 1: Problemi, s katerimi so se srečevale nekatere države evroobmočja pri zamenjavi evrogotovine na bančnih in poštnih okencih	11
Tabela 2: Glavne skupine indeksa HICP in njihovi deleži v celotnem indeksu	17
Slika 1: Gibanje indeksa HICP na evroobmočju	18
Slika 2: Gibanje indeksa HICP na evroobmočju v obdobju 2001-2002 v primerjavi z indeksi HICP treh držav, ki niso sprejele evra	19
Slika 3: Stopnja rasti cen v restavracijah in barih leta 2002 v primerjavi s povprečno stopnjo rasti cen v obdobju 1996-2001	20
Slika 4: Stopnja rasti cen v frizerskih salonih leta 2002 v primerjavi s povprečno stopnjo rasti cen v obdobju 1996-2001	20
Slika 5: Odstotki ljudi po posameznih državah evroobmočja, ki povezujejo zamenjavo valute z zvišanjem cen (november 2002)	23
Slika 6: Pričakovana, zaznana in dejanska inflacija, merjena z indeksom HICP	24
Tabela 3: Zaznavanje uvedbe evra kot prednosti/slabosti v obdobju med septembrom 2002 in oktobrom 2005 (v %)	26
Slika 7: Glavni razlogi za pozitivno zaznavanje uvedbe evra v EU-12	27
Slika 8: Glavni razlogi za negativno zaznavanje uvedbe evra v EU-12	27
Slika 9: Dejansko in ocenjeno gibanje cen v prvi študiji	32
Slika 10: Dejansko in ocenjeno gibanje cen v drugi študiji	33

UVOD

V začetku leta 2002 (1.1.2002) je več kot 300 milijonov prebivalcev Evropske unije (v nadaljevanju EU) sprejelo evro kot del vsakdanjega življenja. Preteklo je 10 let od podpisa Maastrichtske pogodbe (februarja 1992), ki je postavila temelj enotni evropski valuti, do dne, ko so evro kovanci in bankovci prišli v obtok v 12-ih državah članicah EU. Za izvedbo tako zahtevne in edinstvene operacije v svetovni zgodovini je to kratko obdobje. Euro je zamenjal nacionalne valute, ki so državam in njihovim državljanom predstavljale večstoletne simbole in izražale njihovo suverenost. Uvedba evra je pomenila največji korak bliže k Ekonomski uniji, obenem pa je državljanom EU dala večji občutek skupne evropske identitete.

Večina državljanov držav evroobmočja je novo skupno valuto sprejela z navdušenjem. Po različnih raziskavah so prebivalci z njo zadovoljni in z njeno uporabo nimajo večjih težav. Poleg številnih prednosti, ki jih prinaša, pa predstavlja v očeh potrošnikov tudi večno dilemo glede inflacije. Večina ljudi namreč uvedbo evrobankovcev in evrokovancev povezuje z velikim zvišanjem cen. Mnenja uradnih institucij in potrošnikov se glede tega močno razlikujejo. Potrošniki zaznavajo, da so se cene zaradi uvedbe evra močno povišale, uradna statistika pa trdi drugače. Najpogosteje izpostavljen občutek pri uvedbi evra je tako prav strah pred zvišanjem cen, zato bom v svoji diplomski nalogi predstavila vpliv uvedbe evra na cene ob zamenjavi valut.

Diplomsko delo je razdeljeno na pet poglavij. Uvodu sledi opis razvoja Ekonomske in monetarne unije. Prikazan je potek od sprejetja odločitve o ustanovitvi Ekonomske in monetarne unije vse do pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti, ki določa, da poteka razvoj Ekonomske in monetarne unije v treh fazah. V drugem poglavju so opisane izkušnje držav, ki so že uvedle evro. Predstavljen je odnos prebivalcev do nove valute, njihove nakupovalne navade, potek plačilnega prometa ter opis jemanja bankovcev in kovancev iz obtoka. Ugotoviti sem poskušala še, ali so državljani po sprejetju evra še vedno razmišljali v domači valuti ali že v novi, kaj se je dogajalo z bančnimi računi in s kakšnimi težavami so se srečevali pri zamenjavi gotovine. V tretjem poglavju je predstavljen vpliv uvedbe evra na zvišanje cen. Zajema tako pogled potrošnikov v evrodvanajsterici kot tudi statistični vidik. Podane so cene, ki so bile najbolj pod vplivom uvedbe evra, razkorak med dejansko in ocenjeno inflacijo ter prednosti in slabosti uvedbe evra. V naslednjem poglavju je prikazan psihološki vidik uvedbe evra. Opisane so raziskave in ugotovitve, ki so bile narejena na primeru Nemčije. V njih so si prizadevali odgovoriti na dve vprašanji. Prvo je teoretično: ali pričakovanja ljudi lahko vplivajo na njihovo presojo kljub temu, da so soočeni s podatki, ki njihovemu prepričanju nasprotujejo. Drugo vprašanje pa je bolj praktične narave, in sicer če prebivalci Nemčije uvedbo evra kot posledico povišanja cen zaznavajo pristransko. V zadnjem poglavju bom predstavila priprave naše države na prevzem evra, nekatere ukrepe za preprečitev povišanja cen ter potencialen vpliv uvedbe evra na cene v Sloveniji.

1. RAZVOJ EKONOMSKE IN MONETARNE UNIJE

Na zasedanju predsednikov držav in vlad v Haagu decembra 1969 so kot glavni cilj Evropske integracije sprejeli odločitev o ustanovitvi Ekonomske in monetarne unije. Ta cilj naj bi zaživel do leta 1980, in sicer v treh stopnjah s tesnim sodelovanjem držav članic pri združevanju monetarne in fiskalne politike. Za uresničitev tega cilja je leta 1970 skupina finančnih strokovnjakov pod vodstvom finančnega ministra Luksemburga Pierra Wernerja pripravila dokument, ki je predlagal naslednje končne cilje: dosego popolne liberalizacije kapitalskih tokov, nepreklicno vezavo nacionalnih valut ter zamenjavo nacionalnih valut z enotno valuto držav članic. Dokument je poznan kot Wernerjevo poročilo (angl. Werner Report). Zaradi neugodnih zunanjih razmer in neskladij držav članic so bili vsi ti načrti kasneje opuščeni. Avgusta 1971 je namreč prišlo do zrušitve Brettonwoodskega sistema, kar je povzročilo val nestabilnosti v zunanji menjavi.

Kljub vsemu temu je bila želja po ponovnem poskusu monetarne integracije zelo močna. Tako so se v začetku 70. let prejšnjega stoletja pojavile ideje o sodelovanju na področju menjalnih tečajev med državami Evropske gospodarske skupnosti (EGS) in evropskimi nečlanici. Tovrstno sodelovanje se je začelo leta 1972 in je dobilo naziv »kača v tunelu« (angl. snake in the tunnel). Tunel je predstavljal pas dopustnih nihanj deviznega tečaja evropskih valut do USD (ameriški dolar), kača pa dopustni razmik medsebojnega tržnega deviznega tečaja dveh evropskih valut od njunega uradnega deviznega tečaja. Z naftno krizo je prišlo do končnega slabenja dolarja, kar je pomenilo, da ni bilo več potrebno vzdrževati uradnega deviznega tečaja v razmerju do USD. S tem je ta projekt izgubil večino članic, ostale so le nekatere z DEM (nemška marka) tesno povezane evropske valute.

Leta 1979 so na pobudo Francije in Nemčije uvedli Evropski monetarni sistem (EMS), kača v tunelu pa je bila njegova predhodnica. Namen njegove ustanovitve je bil doseči monetarno stabilnost. Le-ta bi bila dosežena s stabilnim razmerjem menjalnih tečajev med valutami držav in doseganjem dogovorjenih inflacijskih stopenj za nemoten prehod na monetarno unijo. Daleč najpomembnejši del je bil mehanizem deviznih tečajev ERM (angl. Exchange Rate Mechanism). Ta sistem pa je uvedel še eno novost – ECU (angl. European Currency Unit), vrednostno enoto, ki je bila določena kot ponderirano povprečje vrednosti valut, vključenih v sistem. ECU so izračunavali na podlagi razmerja do košarice valut držav članic. Leta 1992 je bil širši obseg nihanja proti osrednjemu tečaju 6 odstotkov, normalni obseg pa 2,25 odstotka (Grile, 2001, str. 552).

Vsaka valuta je imela določeno pariteto na ECU in na podlagi te paritete so se računali medsebojni tečaji med posameznimi valutami, pri čemer je tečaj ECU prosto drsel glede na ameriški dolar. Delež posamezne valute je bil odvisen od vrednosti družbenega produkta in vrednosti zunanje trgovine posamezne države članice. Naloge EMS so bile zagotoviti večjo konvergenco na področju makroekonomske politike med državami članicami EGS, nadzorovati stopnjo inflacije na enotnem trgu EGS in zagotoviti stabilnost deviznih tečajev med evropskimi valutami.

Potreba po območju monetarne stabilnosti pa se je povečala, ko je bil dosežen znaten napredek pri vzpostavljanju enotnega trga. Enotni evropski akt iz leta 1986 je zahteval zbliževanje gospodarstev držav članic in potrebo po nadaljnjem omejevanju nihanj med menjalnimi tečaji. Kako bi drugače enotni trg, ki temelji na prostem pretoku ljudi, storitev, blaga in kapitala, deloval v primeru devalvacije ene ali več valut držav članic? Razvrednotena valuta bi lahko pomenila nepošteno konkurenčno prednost in posledično bi lahko vodila k motnjam v trgovanju.

Na sestanku Evropskega sveta (junij 1989) je takratni predsednik Evropske komisije (angl. European Commission) Jacques Delors predstavil natančen načrt vzpostavitve Ekonomske in monetarne unije (angl. Economic and Monetary Union – EMU), ki je bil kasneje vključen v Maastrichtsko pogodbo. Ta načrt predpisuje niz kriterijev, ki jih morajo izpolnjevati države članice, če se želijo pridružiti EMU. Kriterije poznamo po nazivu konvergenčni kriteriji¹ in se nanašajo na ekonomsko in finančno disciplino držav.

Ti kriteriji so kvantificirane minimalne zahteve glede stabilnosti pri vodenju monetarnih, fiskalnih in devizno-tečajnih politik držav kandidatk. Osnovni namen teh kriterijev je, da določajo merila za vstop v EMU, omogočajo selekcijo med državami kandidatkami za EMU pri vstopu v EMU in zagotavljajo stabilnost skupne evropske valute. Maastrichtski konvergenčni kriteriji vsebujejo tri monetarne kriterije, in sicer glede inflacije, obrestnih mer in deviznega tečaja, ter dva fiskalna kriterija glede javnofinančnega deficita in javnega dolga (Mrak, 2002, str. 407).

Leta 1989 je Delors pripravil poročilo o predlogu oblikovanja EMU v treh fazah. Nastala je pogodba o ustanovitvi Evropske skupnosti, ki določa, da proces oblikovanja ekonomske in monetarne unije poteka v teh treh fazah (SCAD Plus, 2004).

Prva faza, ki se je začela julija 1990 in končala 31. decembra 1993, je pomenila korake v smeri boljše koordinacije med ekonomskimi politikami držav članic. Vsaka izmed držav članic je lahko opazovala ostale države, namen tega pa je bil zagotoviti poenoten razvoj. Centralne banke so se medsebojno posvetovale glede vprašanj monetarne politike in države članice so bile ves čas udeležene v EMS. Medvladna konferenca, katere rezultat je bila Maastrichtska pogodba (sprejeta je bila leta 1993), se je začela že leta 1990; ena od njenih glavnih tem pa so bila pogajanja držav članic o spremembah Rimske pogodbe, ki bi omogočila tesnejše medsebojno sodelovanje in enotno valuto. Končni izid pogajanj je bil vključen v tekst Maastrichtske pogodbe in bil je tudi zelo blizu Delorsovemu načrtu. Maastrichtska pogodba pomeni pravno osnovo za drugo in tretjo

¹ Maastrichtski konvergenčni kriteriji:

- Stopnja inflacije ne sme presegati stopnje inflacije v treh državah članicah EU z najnižjo stopnjo inflacije za več kot 1,5 %.
- Obrestna mera ne sme presegati obrestne mere v treh državah članicah EU z najnižjo stopnjo inflacije za več kot 2 %. Gre za dolgoročne obrestne mere na desetletne državne obveznice.
- Zahteva se, da mora biti valuta vsaj dve leti vključena v mehanizem deviznih tečajev ERM in upoštevati normalne meje nihanja okrog uradnega tečaja brez devalvacije valute na lastno pobudo.
- Javnofinančni deficit ne sme presegati 3 % BDP države.
- Javni dolg ne sme presegati 60 % BDP države.

fazo vzpostavljanja EMU. Danska in Velika Britanija sta v protokolih, dodanih Maastrichtski pogodbi objavili pravico, da v tretjo fazo vzpostavljanja EMU (prevzem evra), ne vstopita, čeprav sta izpolnjevali kriterije. Ta pravica je poznana kot (angl.) »opting out«. Danska je sicer leta 2000 izvedla referendum glede prevzema evra, vendar je bil izid negativen, zato enotne valute ni uvedla. Določila Maastrichtske pogodbe glede EMU so ostala nespremenjena tudi v Amsterdamski pogodbi, ki je stopila v veljavo leta 1998.

Druga faza se je začela 1. januarja 1994 in končala 31. decembra 1998. Njen cilj je bil doseči bolj stabilen in enoten razvoj znotraj EU. Države članice so si morale prizadevati za doseganje konvergenčnih kriterijev. Isto leto je bil v Frankfurtu ustanovljen Evropski monetarni inštitut (angl. European Monetary Institute – EMI), ki je bil predhodnik Evropske centralne banke (ECB). Njegova naloga je bila okrepiti sodelovanje med nacionalnimi bankami držav članic, pomagati pri koordinaciji njihovih denarnih politik in izpeljati vse potrebne priprave za uvedbo evra. Decembra 1995 so države članice na vrhu EU v Madridu določile, da se bo tretja faza vzpostavljanja EMU pričela 1.1.1999, da se bo skupna valuta imenovala evro in da naj bi v kovancih in bankovcih prišla v obtok najkasneje leta 2002. Maja 1998 je bil na sestanku voditeljev držav in vlad članic EU v Bruslju sprejet sklep, da evro prevzamejo naslednje države: Avstrija, Belgija, Finska, Francija, Nemčija, Irska, Italija, Luksemburg, Nizozemska, Portugalska in Španija.

Tretja faza se je začela 1. januarja 1999 z uvedbo nove skupne valute evro ter s prenosom pristojnosti glede vodenja monetarne politike na Evrosistem. Evrosistem tvorijo ECB in nacionalne centralne banke držav članic EU, ki so uvedle evro. Delovati je začela nova centralna banka, ECB, ki je bila sicer ustanovljena 1. junija 1998, in je prevzela naloge EMI. Po preverjanju izpolnjevanja zahtevanih konvergenčnih kriterijev za uvedbo evra je bila sprejeta odločitev, katere države članice bodo sodelovale v tretji fazi EMU. Tečaji njihovih valut so bili nepreklicno določeni. Evro je bil v tej fazi uveden kot knjižni denar, 1. januarja 2002 pa so bili uvedeni evrobankovci in evrokovanci – ti so zamenjali bankovce in kovance držav, ki so uvedle evro. Države članice EU morajo prav tako upoštevati pravila koordinacije ekonomskih politik (Ekonomska in monetarna unija, 2006).

EMU temelji na skupni valuti in monetarni politiki ter koordinaciji ekonomskih politik. Države članice EU in Evropska skupnost morajo ravnati v skladu z naslednjimi načeli: stabilne cene, zdrave javne finance in denarni pogoji ter vzdržna plačilna bilanca.

2. IZKUŠNJE DRŽAV, KI SO ŽE UVEDLE EVRO

Slovenija je tik pred uvedbo evra, zato je za nas zelo pomembno, da smo natančno seznanjeni z izkušnjami držav, ki so evro že sprejele. Lahko jih uporabimo kot pomoč, na kaj je med drugim treba biti pazljiv pri uvajanju skupne valute. V nadaljevanju bom odgovorila na naslednja vprašanja:

- *Ali so državljani teh držav sprejeli nov denar?*

- *Ali so se navadili nanj ali v mislih še vedno preračunavajo v starem denarju?*
- *Kako so se spremenile nakupovalne navade potrošnikov?*
- *Kaj se je dogajalo z bančnimi računi?*
- *Ali je plačilni promet potekal tekoče? Kako je potekalo jemanje bankovcev in kovancev starih valut iz obtoka?*
- *Na kakšne težave so naleteli pri gotovinskih transakcijah v evrih?*
- *In kaj se je zgodilo s cenami? Ali je res vse postalo dražje?*

Z uvedbo evrogotovine 1. januarja 2002 in ukinitvijo nacionalnih valut je evro postal del vsakdanjega življenja za državljane dvanajstih držav EU (v nadaljevanju evroobmočje ali EU-12), ki so uvedle evro.

Države članice evroobmočja so evro uvedle po scenariju uvedbe skupne valute, ki je bil potrjen na zasedanju Evropskega sveta v Madridu decembra 1995. Ta scenarij je predvideval dolgo triletno prehodno obdobje (z izjemo Grčije, ki je imela le enoletno prehodno obdobje). Prehodno obdobje je trajalo od uvedbe skupne valute (evra) 1.1.1999 (1.1.2001 v primeru Grčije), ko je bil evro uveden kot knjižni denar, do uvedbe evrobankovcev in evrokovancev 1.1.2002 (Štrubar, 2005, str. 32).

Večina raziskav kaže, da je bilo to triletno obdobje predolgo, saj je med 1.1.1999 in 1.1.2002 intenzivnost pri izvajanju priprav na uvedbo evrogotovine upadla, zato so morale oblasti ponovno prepričevati javnost in podjetja, naj se pravočasno pripravijo na zamenjavo gotovine. Prav zaradi tega daje večina novih držav članic prednost tako imenovanemu scenariju velikega poka, ki pomeni hkratno uvedbo evra kot knjižnega denarja ter uvedbo evrokovancev in bankovcev. Po tem scenariju bo tako Slovenija naslednje leto prevzela evro.

Zamenjava starih valut z novo, skupno valuto evro je bila s tehničnega vidika bolj uspešna, kot je marsikdo pričakoval. Bila je rezultat skrbnih priprav na ta pomembni projekt v procesu evropske integracije, ki se je začela že leta 1995. Države evroobmočja so torej imele na voljo šest let, da se pripravijo na uvedbo nove skupne valute.

2.1. NAKLONJENOST NOVI VALUTI

49 odstotkov prebivalcev evroobmočja je bilo po enem letu zadovoljnih ali še kar zadovoljnih, da je evro postal njihova nova valuta. 11,1 odstotkov ni bilo niti zadovoljnih niti nezadovoljnih, medtem ko je 38,7 odstotkov prebivalstva izrazilo negativno mnenje do evra. Izmed držav, ki so sprejele evro, so največjo naklonjenost tej valuti kazali v Luksemburgu (84,2 odstotkov), najnižjo pa v Nemčiji, kjer je bilo evru naklonjenih le 27,8 odstotkov prebivalcev (The introduction of euro banknotes and coins – one year after, 2003, str. 9).

2.2. RAZMIŠLJANJE V DOMAČI VALUTI ALI V EVRIH?

Po raziskavah Flash EB² (The euro, 3 years later, 2004) so leta 2003 v vseh državah, ki so prevzele evro, opazili, da so prebivalci še vedno razmišljali in računali v nacionalni valuti, zlasti pri večjih nakupih. Odstotek se z leti sicer znižuje, toda tri leta po uvedbi evra je še vedno 49 odstotkov ljudi razmišljalo v nacionalni valuti, 31 odstotkov v obeh valutah, le 16 odstotkov pa je najpogosteje razmišljalo v evrih. V vseh državah EU-12 (izjema je le Irska) je nacionalna valuta predstavljala osnovo za preračune pri večjih nakupih, kar je v povprečju veljalo za vsakega drugega prebivalca EU-12. Medtem ko je na Irskem pri večjih nakupih (avto, stanovanje...) kar 72 odstotkov ljudi računalo in razmišljalo pretežno v evrih, je v Belgiji, na Portugalskem in v Franciji bilo takšnih le do 14 odstotkov ljudi. Pri vsakdanjih nakupih je z leti opaziti bistveno izboljšanje. Še leta 2003, ko je šlo za nižje zneske, je v evrih v povprečju računalo 46 odstotkov prebivalcev evroobmočja, leta 2004 pa je bilo takšnih že 52 odstotkov. Medtem ko je na Irskem pri vsakdanjih nakupih razmišljalo v evrih kar 91 odstotkov in v Luksemburgu 75 odstotkov, je to v Nemčiji veljalo le za 44 odstotkov prebivalcev, v Italiji pa le za 42 odstotkov. V sosednji Italiji je torej leto dni po uvedbi evra več kot polovica ljudi pri vsakodnevnih nakupih še vedno razmišljala in računala v lirah.

V vseh državah so opazili, da so imeli pri mentalnem preklopu iz nacionalne valute v evro največ težav starejši in nižje izobraženi, nekoliko več težav pa so imele tudi ženske.

2.3. NAKUPOVALNE NAVADE

Flash EB (The euro, 3 years later, 2004) je leto dni po uvedbi nove valute sporočal, da je večina prebivalcev držav, ki so že prevzele evro, trdilo, da je evro občutno spremenil njihove nakupovalne navade. V letu 2003 je tako v povprečju 38 odstotkov potrošnikov nakupovalo manj, saj so se zaradi težav pri preračunavanju bali zapraviti preveč. Iz istega razloga je v letu 2004 36 odstotkov potrošnikov kupovalo manj. Zaradi negotovosti je kupovalo bistveno manj kar 49 odstotkov nemških, 39 odstotkov italijanskih in 37 odstotkov grških potrošnikov. Po drugi strani je v letu 2003 kar 29 odstotkov potrošnikov v državah EU-12, v letu 2004 pa 30 odstotkov potrošnikov, kupovalo več kot pred uvedbo evra in očitno tudi več, kot bi želeli, saj priznavajo, da imajo sedaj, ko so cene v evrih, težave pri prepoznavanju vrednosti izdelkov. Bistveno več so

² Javnomnenjske raziskave na področju EU opravlja Eurobarometer (EB), ki je voden s strani Generalnega direktorata za informacije, komunikacije, kulturo in avdiovizualno komunikacijo Evropske komisije (Directorate-General for Information, Communication, Culture, Audiovisual of the European Commission). Raziskave so opravljene vsako pomlad in jesen in ne odražajo stališča Komisije. Anketirancem, ki morajo biti stari 15 let in več so postavljena identična vprašanja. Število anketirancev na vsako državo članico šteje enotnih 1000 oseb, razen majhnega Luksemburga (500) in Združenega kraljestva (1000 v Veliki Britaniji in 300 v Severni Irski). Po združitvi Nemčije se je število anketirancev te države povečalo na 2000 (1000 vzhodna Nemčija in 1000 zahodna Nemčija). V vsaki državi članici izvaja raziskavo nacionalna institucija v sodelovanju z »INRA« European Coordination Office. Institucije so bile izbrane na razpisu, so članice Evropskega društva za javno mnenje in marketinške raziskave (European Society for Opinion and Marketing Research – ESOMAR) in morajo ustrezati njihovim standardom. Eurobarometer izvaja dvakrat na leto standardne javnomnenjske raziskave o EU in njeni politiki, institucijah in razvoju ter t.i. »Flash EB«, ki je namenjen ciljnim skupinam na točno določeno temo (Dolenc, 2005, str. 22).

kupovali finski (46 odstotkov), belgijski (38 odstotkov) in nizozemski potrošniki (38 odstotkov) (Krošelj, 2005, str. 36).

2.4. BANČNI RAČUNI

Pretvorba bančnih računov se je v nekaterih državah začela že julija 2001, večina pretvorb pa je bila opravljena konec leta 2001. Banke so že veliko prej izvedle testiranja za pretvorbo računov, vendar je še vedno obstajalo veliko tveganje, da bi lahko prišlo do nevšečnih zapletov. Pretvorba osebnih računov je bila precej manj zahtevna kot pa pretvorba računov podjetij. Najbolj učinkovit način za pretvorbo računov je bil, da so jih banke pretvorile v posameznih skupinah. Pretvorba večjih podjetij se je obravnavala posebej. V primeru, da podjetje še ni prešlo na poslovanje v evrih, je lahko prišlo do težav z usklajevanjem podatkov, ki so se pošiljali banki v elektronski obliki. Zaradi možnih zapletov so tako največje banke oklevale s pretvorbo računov svojih strank do konca prehodnega obdobja. Na splošno pretvorba računov ni povzročala težav. V Nemčiji so imeli nekaj začetniških težav le v nekaterih bankah. Na Finskem je zaradi testiranja pretvorba trajala dlje časa, kot so predvideli, vendar je bilo še vedno vse opravljeno pravočasno. V Franciji pa so se zaradi nezadostne pripravljenosti podjetij konec decembra 2001 pojavile manjše tehnične težave (Grüber, Ritzerberger-Grünwald, str. 57-59).

2.5. PLAČILNI PROMET

V zvezi s plačilnim prometom sta nastali dve pomembni vprašanji:

- Ali bodo POS-terminali (angl. poin of sale) pravočasno prilagojeni na evro in kako to zagotoviti?
- Kako obravnavati plačila v starih valutah, ki niso bila izvršena do konca decembra 2001?

Ponekod je preusmeritev POS-terminalov potekala opolnoči 31. decembra 2001, v drugih državah pa so se prilagodili v razmeroma kratkem obdobju. V večini držav so največji problem povzročale nepravočasne priprave na to prilagoditev, saj so mnogi trgovci potrebovali strokovnjake za prilagoditev v zadnjem trenutku in tako ni bilo možno pravočasno opraviti dela. Manjše težave so se dogajale v večini držav.

V Španiji so morali usposobiti operaterje POS-terminalov, da so uporabili pravo ločilo za decimalko, zaradi različnih količinskih razredov. V Franciji so ugotovili manjše število napak, ko so operaterji pozabili, v kateri denominaciji je deloval POS-terminal; tako je pri eni od bank zaradi napake v programu prišlo do tega, da so nekatere transakcije prek POS-terminalov beležili v frankih konec decembra 2001, potem pa bremenili račun imetnikov v evrih pod isto številko. V Belgiji in Franciji so spodbujali uporabo plačilnih kartic, vendar se je v decembru 2001 in začetku januarja 2002 uporaba kartic zmanjšala. Vzrok za to je bil, da so potrošniki raje plačevali z gotovino in s tem porabili svoje prihranke (tako jim ni bilo treba na banki zamenjati denarja), hkrati pa so preizkušali novi denar. Kasneje pa so se negotovinska plačila precej povečala (Evaluation of the 2002 cash changeover, 2002, str. 37-38).

V Italiji so zaznali povečanje plačil z debetnimi karticami za 30 odstotkov, s kreditnimi karticami pa za 15 odstotkov. Podobno se je dogajalo tudi na Finskem, kjer so se negotovinska plačila povečala za 15 do 20 odstotkov, in pa v Avstriji, kjer so izmerili 15-odstotno povečanje negotovinskih plačil. V Belgiji so zaznali 17-odstotno povečanje plačil z debetnimi karticami, medtem ko so se plačila prek kreditnih kartic povečala za 2 odstotka (The introduction of euro banknotes and coins – one year after, 2003, str. 4).

Pri plačilnih instrumentih v stari valuti, ki niso bili izvršeni do 31. decembra 2001 (večinoma čeki, ki so bili napisani konec leta 2001, niso pa bili do konca tistega leta unovčeni), je bilo v praksi tako, da so jih obdelovali še določeno obdobje v letu 2002, dokler niso bili klirinški sistemi v starih valutah dokončno zaprti. Nato so se banke posamezno odločale, če bi obravnavale takšne plačilne instrumente, vključno s čeki in pod kakšnimi pogoji. V tistih državah, kjer so čeke veliko uporabljali, so začeli izdajati čekovne knjižice v evrih v sredini leta 2001 in prenehali izdajati tiste, ki so se glasile na staro valuto. V Španiji se je pojavil problem, ker sta samo dve podjetji izdelovali te knjižice v evrih in posledično nekatere banke niso mogle zadovoljiti povpraševanja konec leta 2001 in v začetku leta 2002. Na Irskem ena od bank do sredine 2002 ni prejela od tiskarne večine svojega naročila čekovnih knjižic v evrih, zato tudi v začetku januarja 2002 niso zavračali čekov v irskih funtih. V tej banki se zavedajo, da bi bilo bolje, če se ne bi zanašali samo ne enega dobavitelja čekovnih knjižic in bi morali organizirati distribucijo čekovnih knjižic v evrih že prej. V Grčiji so v največ primerih pisali na čeke poznejše datume, kar je pomenilo, da je bilo po 1. januarju 2002 še veliko čekov, ki so se glasili na grško drahmo. Banke so zato pozivale imetnike takih čekov, naj od plačnikov dobijo zamenjavo v evrih. Kljub temu so sprejeli predpis, ki je dovoljeval veljavnost čekov, napisanih pred koncem decembra 2001, vendar s poznejšim datumom. Te so v letu 2002 izdali, kot da bi bili v evrih, morali pa so imeti uraden žig banke ali notarja kot dokaz, da so bili napisani pred koncem decembra 2001.

2.6. JEMANJE BANKOVCEV IN KOVANCEV STARIH VALUT IZ OBTOKA

Večina držav evroobmočja je spodbujala ljudi, naj še pred 1. januarjem 2002 položijo na račun kovance in bankovce starih valut, saj je to najpreprostejši način za umik stare gotovine. Kljub tem spodbudam je bila do konca decembra 2001 vzeta iz obtoka le tretjina vrednosti vseh bankovcev v obtoku. Iz tega podatka lahko sklepamo, da so namenili premalo pozornosti pozivanju ljudi k vnaprejšnjemu jemanju gotovine iz obtoka. V marsikateri državi so se v bankah, skladiščih in pri prevozu gotovine pojavljala ozka grla, še posebej pri jemanju kovancev iz obtoka. Ponekod so dobrodelne organizacije organizirale vnaprejšnje zbiranje kovancev starih valut. Te akcije so se izkazale kot zelo uspešne.

2.7. ZAMENJAVA GOTOVINE

Vse države evroobmočja so težile k izpolnjevanju cilja, da se po 1. januarju 2002 začnejo čim hitreje opravljati gotovinske transakcije v evrih. Ključni dejavniki za doseganje tega cilja so bili

zadostna predhodna dobava evrogotovine, pravočasna prilagoditev bankomatov, uporaba evrobankovcev manjših apoenov in hiter odziv javnosti.

Zamenjava gotovine je zahtevala zelo natančno in skrbno načrtovanje in je vsebovala veliko tveganj, ki pa se na srečo niso uresničila. Zaslediti je bilo le nekaj začetniških težav v zvezi z:

- dobavo gotovine pred 1. januarjem 2002,
- zamenjavo gotovine v trgovinah,
- s prilagoditvijo prodajnih avtomatov in bankomatov,
- zamenjavo gotovine na bančnih in poštnih okencih.

2.7.1. Dobava evrogotovine pred 1. januarjem 2002

Pri dobavi evrogotovine pred 1. januarjem 2002 se je pojavilo kar nekaj težav. V Avstriji se je pojavil problem prostorske stiske, saj je bankam primanjkovalo prostora za hrambo evrogotovine, zato je morala centralna banka priskrbeti dodaten prostor. Zaradi hranjenja velike količine evrogotovine so imele banke višje varnostne stroške in stroške zavarovanja. V Španiji so banke vnaprej naročile premalo evrobankovcev, zato so morale v januarju 2002 hitro dobaviti dodatne zaloge evrogotovine. V Grčiji pa so začetna bančna naročila določenih apoenov presegla količino, ki je bila potrebna, zato so jim dobavili druge apoene.

Glede dobave začetnih evrokovancev (vrednost teh paketov se je razlikovala med državami in je znašala od 3,88 EUR do 15,25 EUR), ki so bili sredi decembra 2001 namenjeni prebivalcem, da bi se le-ti pred 1. januarjem 2002 seznanili z njimi, je bilo takole: V številnih državah evroobmočja so bili ti paketi hitro razprodani (Belgija, Finska, Nemčija, Irska, Luksemburg in Portugalska), saj niso predvideli, da bodo ljudje pokazali takšno navdušenje in da bodo želeli imeti evrokovance čimprej. V Luksemburgu so jih na primer prodali celo več, kot imajo prebivalcev. Nasprotno pa so v Franciji prodali le 65 odstotkov pripravljenih paketov. Poleg tega je prišlo tudi do zamude pri dobavi zaradi odkritja paketov, ki so vsebovali premajhno število kovancev. Tudi v Italiji so jih do konca decembra 2001 prodali le 50 odstotkov (Majcen, 2005, str. 27).

Velike trgovine so bile v primerjavi z majhnimi vnaprej (pred 1.1.2002) preskrbljene z evrogotovino in tako so veliko pripomogle k hitri zamenjavi starih valut z evrom. Majhne trgovine pa si tega niso mogle privoščiti, saj je bila takšna preskrba povezana s precejšnjimi stroški. V Belgiji celo nekaj velikih trgovcev ni želelo dobaviti evrogotovine do sredine decembra 2001. Vzroki za to so bili zmanjšanje stroškov, varnostno tveganje in pomanjkanje prostora za hrambo. V Franciji se je zgodilo ravno nasprotno. Veliko majhnih trgovin ni hotelo dobaviti evrogotovine pred sredino decembra 2001, nekatere večje trgovine pa so imele preveč evrogotovine in so jo tako morale celo vrniti bankam. V Grčiji je bilo povpraševanje trgovcev po evrogotovini v primerjavi s pričakovanji precej manjše, saj je bil samo 1 odstotek evrobankovcev in 15 odstotkov evrokovancev predhodno dobavljenih bankam, nato pa naprej posredovanih trgovinam pred 1. januarjem 2002. Naši zahodni sosedje pa so zaradi strogih kazni, ki jih je predpisala centralna banka, če bi evrogotovina prišla prezgodaj v obtok, vso evrogotovino nabavili po 1. januarju 2002.

2.7.2. Zamenjava gotovine v trgovinah

Dogovorjeno je bilo, da bodo v času dvojnega obtoka vsi trgovci drobiž vračali v evrih. Kot sem že prej omenila, so velike trgovine načeloma imele dovolj evrogotovine in so upoštevale to pravilo, medtem ko so imele nekatere manjše trgovine s tem težave (še posebno tiste, ki niso vnaprej dobavile evrogotovine) in so vračale drobiž v starih valutah. Ta problem je dodatno oteževala večina kupcev, ki je za nakupe nizkih vrednosti uporabljala bankovce velikih vrednosti in pričakovala vračilo zneska v evrih. Kar nekaj odstotkov ljudi je nameravalo na ta način zamenjati »staro« gotovino za »novo«. V nekaterih državah so skušali ta problem rešiti s spodbujanjem ljudi k plačevanju s kreditnimi in debetnimi karticami (popusti na negotovinska plačila, zmanjšanje provizij za elektronska plačila...) namesto z gotovino, vendar se je kljub temu uporaba kartic v tistem obdobju zmanjšala in tako so težave trajale kar nekaj časa.

2.7.3. Prilagoditev prodajnih avtomatov in bankomatov

Prilagoditev prodajnih avtomatov je potekala nekoliko počasneje kot prilagoditve na drugih področjih. Evropska komisija je takrat sporočila, da je bilo do 5. januarja 2002 le 50 odstotkov vseh prodajnih avtomatov prilagojenih evru, do konca januarja 2002 pa 90 odstotkov. V Belgiji ena tretjina prodajnih avtomatov ni bila prilagojena celo do konca februarja 2002. Ponekod se je tudi dogajalo, da prodajni avtomati niso sprejemali evrokovancev iz drugih držav evroobmočja.

Pri zamenjavi gotovine so poleg bank in pošt imeli ključno vlogo tudi bankomati. Pogoj za uspešno zamenjavo gotovine je bila zgodnja prilagoditev bankomatov na evroobmočju. Vseh skupaj jih je bilo okrog dvesto tisoč. V prvih dveh dneh januarja 2002 je bilo mogoče dvigovati evre na 90-ih odstotkih bankomatov v državah EU-12, v štirih dneh pa praktično na vseh. Dvigi v teh dneh so bili v večini držav številčno in vrednostno višji kot ponavadi, zato je tudi prišlo do nekaterih težav. V Avstriji 2. januarja 2002 bankomati nekaj časa niso delovali, v kar nekaj državah pa so se bankovci v bankomatih zlepi. V nekaterih državah je bilo možno na bankomatih dvigniti tudi apoene nižje vrednosti in s tem so nekoliko olajšali težave marsikatero trgovino, ki se je spopadala s problemom pomanjkanja drobiža.

2.7.4. Zamenjava gotovine na bančnih in poštnih okencih

Kljub javnemu obveščanju, da ni potrebno takoj v prvih dneh zamenjati gotovine starih valut in da imajo za to dovolj časa, je veliko število ljudi želelo to zadevo opraviti čim prej. Posledično so se v začetku januarja 2002 v bankah in na poštah pojavljale dolge vrste. Številne banke niso pričakovale takega navala, ponekod je bila čakalna doba tudi dve do tri ure. Da bi obvladovale situacijo, so nekatere podaljšale delovni čas, nekatere pa celo omejile storitev, tako da so opravljale zamenjavo samo za svoje stranke ali pa postavile omejitev zneska za zamenjavo, še posebej za nekomitente. Vsemu temu bi se zagotovo lahko izognili, če bi stranke prej položile gotovino starih valut na svoje račune in nato po 1.1.2002 dvignile evre, vendar kar nekaj odstotkov prebivalcev tega ni storilo. Spodnja tabela prikazuje, kako je potekala zamenjava gotovine na bančnih in poštnih okencih v nekaterih državah evroobmočja.

Tabela 1: Problemi, s katerimi so se srečevale nekatere države evroobmočja pri zamenjavi evrogotovine na bančnih in poštnih okencih

Italija	• Vrste v bankah in na poštah so bile daljše kot običajno. • Na poštah v mestu je bila čakalna doba v vrsti tudi do štiri ure. • Ker so ljudi zanimali podatki o evru, se je za stranko namesto običajnih treh minut porabilo sedem minut.
Španija	• Nastajale so dolge vrste. • Dva odstotka poslovnih bank, med njimi tudi centralna banka, je bilo odprtih 1. januarja 2002. • Podaljšali so delovni čas. • Zneski zamenjave so bili v povprečju 400 evrov na osebo, kar je precej visoko (na bankomatih je znašal povprečni dvig 100 evrov).
Avstrija	• Pojavljale so se zelo dolge vrste. • Banke so bile prva dva tedna odprte dve uri dlje (nekatero so imele tak delovni čas tudi kasneje).
Francija	• Nastajale so dolge vrste. • Banke so najele dodatno delovno silo. • Podaljšale so delovni čas. • Število transakcij na bankah je bilo približno šest do osemkrat višje kot ponavadi v začetku januarja. • Nekatero banke so vztrajale, da njihove stranke položijo franke na račun in nato dvignejo okrogle zneske, po možnosti na bankomatih.
Nemčija	• Vrste so bile daljše kot običajno, vendar samo v prvih dneh januarja.
Nizozemska	• Nastajale so dolge vrste. • Banke so podaljševale delovni čas in so bile odprte tudi ob sobotah.
Luksemburg	• Ustanovili so 59 posebnih mest za zamenjavo v bankah in na poštah; to se je izkazalo kot zelo učinkovito.
Irsko	• Pojavljale so se nepričakovano dolge vrste. • Centralna banka je bila odprta tudi 1. januarja. • Banke niso podaljševale delovnega časa.
Grčija	• Pojavljale so se dolge vrste. • Banke so bile odprte dve uri dlje. • Zaposleni so dobili bonus v višini 450 evrov in plačane nadure.

Vir: Majcen, 2005, str. 28.

2.8. KAJ SE JE ZGODILO S CENAMI? ALI JE RES VSE POSTALO DRAŽJE?

To vprašanje je sprožilo kar nekaj polemik in pritegnilo veliko pozornost javnosti in medijev. Podrobnejši opis te problematike sledi v naslednjem poglavju.

3. VPLIV UVEDBE EVRA NA ZVIŠANJE CEN

Minila so več kot štiri leta od uvedbe evrobankovcev in evrokovancev in od trenutka, ko so se vse cene na evroobmočju konvertirale v evro. Ukinitve nacionalnih valut večina ljudi povezuje s precejšnjim zvišanjem cen. V nadaljevanju bom podrobneje prikazala posledice uvedbe evra, ki zadevajo cene.

Gladkost menjave nacionalnih valut je bila v dvanajstih državah, ki so prevzele evro, odvisna predvsem od splošnega gospodarskega stanja in vodenja nacionalnega projekta uvedbe skupne valute v posamezni državi. V njegovo pripravo so bile poleg centralnih bank in vladnih organizacijskih resorjev povsod vključene zlasti banke in predstavniške organizacije trgovine pa tudi potrošniške organizacije, bodisi javne ali nevladne.

V preteklosti je bilo na to temo narejenih že veliko študij, analiz in raznih poskusov, s katerimi so preračunavali različne efekte uvedbe evra. Potrebno je poudariti, da so te študije med sabo precej različne in je zelo težko primerjati rezultate. Nekatere raziskave so preučevale vpliv uvedbe evra samo na cene določenih skupin proizvodov, druge so analizirale inflacijo kot posledico tudi drugih dejavnikov itd.; tako lahko te raziskave uporabimo samo za neko splošno oceno celotnega učinka uvedbe evra na cene. Ko hočemo namreč izvzeti samo učinek sprejema nove valute na spremembo cen, lahko hitro naletimo na težave. Zvišanje cen zagotovo ni povezano le z zamenjavo valute, saj je splošna sprememba cene odvisna od vrste faktorjev. Dejavniki, ki običajno prispevajo k inflaciji, so npr. povečanje davkov, zvišanje cene energije, slabo vreme (lahko vpliva na ceno sadja in zelenjave) itd.

Eurostat (angl. The Statistical Office of the European Communities) je leta 2002 objavil tri študije, ki so opisovale ocenjeni vpliv uvedbe evra na inflacijo. Prvi dve študiji sta pokazali, da je večina opažene zvišane inflacije pojasnjena z normalnimi inflacijskimi dejavniki pri večini skupin proizvodov in s specifičnimi faktorji, ki niso povezani z uvedbo evra, kot npr. slabo vreme, zvišanje cene energije, povišanje davka na tobačne proizvode... Če vse to izpustimo, ostane še približno od 0 do 0,16 odstotne točke, ki bi jo lahko pripisali uvedbi evrobankovcev in evrokovancev. Zadnja analiza, opravljena s strani Evrostata, pa je popravila rang inflacijskega učinka uvedbe evra na od 0 do 0,20 odstotne točke (The introduction of euro banknotes and coins – one year after, 2003, str. 11).

ECB, kot tudi finančni ministri evrodvanajsterice so kar nekaj časa vztrajno zanikali povišanje cen zaradi uvedbe evra. Proti koncu leta 2002 pa je predsednik ECB Wim Duisenberg v pogovoru za nizozemsko televizijo RTL Z, ki ga je povzel belgijski finančni časnik *Financieel Economische Tijd*, izjavil, da je zaradi uvedbe skupne evropske valute v dvanajstih članicah EMU v začetku leta 2002 zares prišlo do zvišanja cen. Duisenberg je takrat prvič priznal, da je evro dvignil cene in s tem vplival na višjo inflacijo na evroobmočju. »Nismo si jasno priznali, da je prehod na evro nekoliko dvignil cene. Morali bi biti bolj odkriti, obenem pa bi morali pojasniti, da bo kljub temu učinek na cene omejen,« je dejal Duisenberg. Tudi predsednik Evropske komisije Romano Prodi je v pogovoru za italijansko televizijo RAI 3 dejal, da je evro

delno »kriv« za dvig cen v letošnjem letu, vendar pa le »od 0,2 do 0,5 odstotka v posameznih državah in ne več«. Sicer pa je Prodi prvo leto evra označil kot pozitivno. »Gre za resnično ekonomsko silo in za drugega največjega svetovnega akterja za dolarjem«, je menil (Cene in skupna valuta, 2002).

Posledice uvedbe evra so bile med državami precej različne. Razlogi za to so najverjetneje povezani z razvitostjo trga, različno stopnjo konkurence na lokalnih trgih, z variacijami povpraševanja znotraj posameznih držav ter z intenzivnostjo priprav na uvedbo evra. Do zelo velikih razhajanj je prihajalo tudi med zaznavanjem zvišanja cen potrošnikov in statističnih uradov. Poglejmo si najprej ugotovitve nacionalnih potrošniških organizacij po posameznih državah.

3.1. VPLIV UVEDBE EVRA NA CENE V EVRODVANAJSTERICI

Potrošniške organizacije v državah EU zastopajo interese potrošnikov prek BEUC – Evropske potrošniške organizacije (Bureau Europeen des Unions des Consommateurs). V vsaki državi posebej so spremljale ravni cen ter objavljale rezultate in s tem izvajale neformalen pritisk na ponudnike. Pod drobnogled so vzele javni sektor (transport in tobačne izdelke), velike trgovske verige, frizerje, peke, parkirišča, gorivo, čistilnice, kino, restavracije in kavarne, hotele, turistične agencije, knjigarne, prodajne avtomate, banke, zdravstvo, stave in igre na srečo, šole, sadje in zelenjavo, telekomunikacije, oblačila in obutev, časopise, revije. Spremljanje cen je bilo v vsaki članici nekoliko drugače zastavljeno, trajalo je različno dolgo, nekatere organizacije so se v to zelo poglobile, vzele pod drobnogled več sektorjev in cen, druge so nadzirale dogajanje na trgu manj natančno. Poglejmo, kaj se je dogajalo v posameznih državah.³

3.1.1. Avstrija

Avstrijska potrošniška organizacija (Verein für Konsumenteninformation – VKI) je v zvezi s cenami prejela zelo veliko pisnih pritožb že pol leta pred uvedbo evra, večina (55,4 odstotkov) pritožb pa je prišlo na začetku uvedbe evra, januarja in februarja 2002. Glavni razlog za 83 odstotkov pritožb je bilo zvišanje cen zaradi sprejema nove valute, preostalih 17 odstotkov se je nanašalo na dvojno označevanje cen in zaokroževanje navzgor. V Avstriji se je namreč zelo pogosto dogajalo, da so 10 šilingov (po tečaju je to predstavljalo 0,73 evra) zaokrožili na 1 evro, 20 šilingov (po tečaju je to predstavljalo 1,45 evra) pa na 2 evra.

Pritožbe potrošnikov so pokazale, da se je:

- 29,7 odstotkov cen izdelkov in storitev iz opazovanega vzorca zvišalo za manj kot 10 odstotkov,
- 37,6 odstotkov opazovanih izdelkov in storitev se je podražilo za 10 do 37,6 odstotka,
- 24,95 odstotkov opazovanih cen izdelkov in storitev se je povišalo za 37,6 odstotka (parkirnine, prodajni avtomati, razne igre),
- 11,09 odstotkov opazovanih cen se je podražilo za več kot 37,6 odstotkov.

³ Podatki so vzeti iz analize BEUC Euro Study, 2002.

3.1.2. Italija

Marco Pierani iz italijanske potrošniške organizacije Altroconsumo je poročal, da je šepal nadzor nad cenami in postopki pri prehodu na evro, na žalost pa tudi niso imeli obveznega dvojnega označevanja cen (Križnik, 2005).

Prebivalstvo je imelo zelo velike težave pri preračunavanju v evre. Zelo težko je bilo narediti miselni preskok, saj so njihove plače v lirah dosegale milijonske zneske, pa tudi menjalno razmerje 1.936,27 lir za en evro je bilo za preračunavanje težavno. Po ugotovitvah potrošniške organizacije so se cene zvišale v 77 odstotkih trgovin in storitvenih servisov. To podražitev so še posebno občutili v kemičnih čistilnicah, pri frizerskih storitvah (2 odstotka med novembrom 2001 in januarjem 2002), prevozih, raznih pristojbinah in pri parkirninah. Izdelki iz prodajnih avtomatov, šolske restavracije in cestnine so se podražile za veliko več, kot je to prikazala uradna statistika. Altroconsumo je izračunala, da so se mesečni stroški na italijansko družino zaradi uvedbe evra povečali za 626 evrov, samo na račun podražitve transporta pa za 76 evrov. Zanimivo je, da je uradna italijanska statistika sredi leta 2002 v poročilu Evrostatu povsem zamolčala ugotovitve potrošniške organizacije. Ocenjevala je celo, da bi se morale cene kvečjemu znižati.

3.1.3. Nemčija

V Nemčiji je znašal indeks cen življenjskih potrebščin (angl. Consumer Price Index - CPI) v povprečju 1,2 odstotka, v nekaterih sektorjih pa je dosegel tri odstotke. Po ugotovitvah inštituta IFAV (Institut für Angewandte Verbraucherforschung) se je predvsem zaradi uvedbe evra podražilo 18 000 izdelkov za vsakdanjo rabo. V restavracijah in kavarnah so med junijem 2001 in februarjem 2002 cene zrasle od 0,52 do 29,14 odstotkov. Cene storitvene dejavnosti pri frizerjih, v avtopralnicah in kemičnih čistilnicah so se zvišale v trenutku sprejema nove valute. Za čiščenje hlač je bilo po 1. januarju 2002 potrebno odšteti kar 48 odstotkov več kot pred uvedbo evra. V prodaji na drobno so cene naraščale že ves čas v letu 2001, ob zamenjavi valute pa so se celo nekoliko znižale.

3.1.4. Francija

Francoska potrošniška organizacija (UFC – Que Choisir) je v svoji analizi marca 2002 ugotovila, da so se cene zvišale predvsem pri produktih za vsakodnevno rabo. Nadzorovala je cene 54 izdelkov iz potrošniške košarice v 1326 supermarketih. Med novembrom 2001 in marcem 2002 se je cena košarice zgolj zaradi uvedbe evra v povprečju zvišala za 4 odstotke. Od aprila 2002 dalje so opazili še dodatno podražitev mesa, izdelkov za vsakodnevno rabo in delicatose (do 30 odstotkov).

3.1.5. Finska

Finci so bili pri prehodu na novo valuto najuspešnejši. Prevzem evra so skrbno načrtovali in tudi uspešno izpeljali. Sprejeli so državni sporazum o uvajanju evra ter opredelili obvezne in prostovoljne naloge. V kampanji spremljanja cen je sodelovalo več tisoč prostovoljcev. Zaradi problema pomanjkanja kovancev nižjih vrednosti so se odločili, da bodo zneske plačil zaokrožili navzgor, ne pa cen posameznih izdelkov. Indeks CPI je med januarjem in julijem 2002 znašal

med 0,4 in 1,4 odstotka. Zanimivo je, da je bila podražitev zaradi uvedbe evra manjša, kot so jo pričakovali in je v povprečju znašala od 0,3 do 0,4 odstotka.

3.1.6. Irska

Irska potrošniška organizacija (Consumers' Association Ireland) je zaradi uvedbe evra prejela kar nekaj pritožb glede podražitev. Potrošniki so podražitev zaznali predvsem pri cenah v restavracijah in kavarnah, parkirninah ter pri privatnih avtobusnih prevozi. Med vsemi storitvami pa so se najbolj občutno podražile zdravstvene storitve. Obisk pri splošnem zdravniku se je podražil za 2 do 25 evrov.

3.1.7. Grčija

V Grčiji so prehod na novo valuto opravili na precej mediteranski način, torej počasi in neučinkovito. Res pa je, da je imela Grčija manj časa za priprave, ker so odločitev o vstopu v evroobmočje sprejeli kasneje. Ena največjih napak je bila ta, da niso oblikovali sporazuma o uvajanju evra na nacionalni ravni, ampak samo na podlagi dogovora s proizvajalci in trgovci. Priprave na novo valuto so bile katastrofalne tudi na državni ravni, saj so priložnost za podražitev izkoristile celo lokalne oblasti (Repovž, 2006).

V času dogovora so bile cene nespremenjene, po prenehanju dogovora (februarja) pa se je vse podražilo. Čeprav med decembrom 2001 in julijem 2002 uradno ni bilo inflacije, je potrošniška organizacija (EKPIZO KEPKA) opazila podražitve skoraj v vseh sektorjih. V Grčiji je prihajalo do ekstremnih podražitev. Transport se je po statističnih podatkih v povprečju podražil za 6,7 odstotka, KEPKA pa je poročala, da je v posameznih primerih prihajalo do 50-odstotne podražitve. Cene frizerskih storitev so se povešale za 20 do 50 odstotkov, podobno se je zgodilo tudi s cenami v restavracijah in kavarnah. Kava je decembra 2001 stala 2,05 evra, januarja 2,50 evra, po prenehanju dogovora pa kar 3 evre. Glede na podatke lahko sklepamo, da je bila uvedba evra v Grčiji res katastrofalna. Očitno potrošniška organizacija ni bila dovolj močna in učinkovita, pa tudi dogovor s proizvajalci in trgovci je bil zares zelo neprofesionalen.

3.1.8. Španija

Po ugotovitvah španske potrošniške organizacije (OCU) so se cene med septembrom 2001 in marcem 2002 v povprečju povešale za 3,6 odstotka; še zlasti so cene poskočile v drogerijah (do 13,2 odstotka); dražji so bili časopisi (do 8 odstotkov) in tobak (do 7,7 odstotka). Indeks CPI je od januarja 2002, ko je znašal 0,1 odstotka, do aprila 2002 zrasel na 1,4 odstotka. Veliko podražitev je bilo tudi tukaj v storitvenem sektorju (restavracije in kavarne, frizerske storitve).

3.1.9. Portugalska

Na Portugalskem so se po analizi potrošniške organizacije (DECO) podražile predvsem ribe, storitve v restavracijah in kavarnah, pocenila pa so se oblačila in obutev (razprodaje) ter gorivo. Indeks CPI je bil januarja 2002 celo nižji kot v istem obdobju leta 2001. Podražitev, sicer zanemarljivo, so opazili šele ob koncu dvojnega označevanja cen.

3.1.10. Nizozemska

Nizozemci so prehod iz stare na novo valuto vzeli zelo resno. Med vsemi državami evroobmočja so imeli najobsežnejšo komunikacijsko kampanjo, ki pa jih je stala kar 98 milijonov evrov. Vlada in trgovci so se glede dvojnega označevanja cen dogovorili na podlagi dogovora, vendar so ta dogovor za razliko od npr. Grkov nizozemski trgovci vzeli zelo resno. Potrošniška organizacija (Consumentenbond) je obsežno spremljala cene, organizirali so tudi pritožne točke, pri čemer so glede na presojo pritožb določena podjetja uvrstili na črne sezname. Tako kot v drugih državah so tudi na Nizozemskem cene najbolj zrasle v storitvenem sektorju, in sicer v restavracijah in barih (7,2 odstotka), v hotelih (5,7 odstotka) ter v frizerskih salonih (5,7 odstotka). Posledično je potrošniška organizacija 1. julija pozvala k enodnevni potrošniški stavki.

3.1.11. Belgija

Menjava valute je potekala uspešno brez zaznanih občutnih povišanj cen.

3.1.12. Luksemburg

Potrošniška organizacija (Union Luxembourgeoise des Consommateurs) ni zaznala, da bi posamezni sektorji z uvedbo evra januarja 2002 ali po končanem dvojnem označevanju povišali cene. Zelo malo pritožb so sicer prejeli glede zvišanja cen v pekarnah, pri frizerjih, časopisih in revijah ter v knjigarnah. Nekoliko več pa jih je prišlo zatem, ko so mediji poročali o raznih podražitvah v državah evroobmočja (npr. »Teuro« v Nemčiji), vendar je bila večina neutemeljenih.

Po poročilu BEUC je menjava valute najuspešneje potekala v Belgiji, na Nizozemskem, v Luksemburgu in na Finskem. Nasprotno pa se je dogajalo v Grčiji, kjer so prehod na evro opravili »kot nekdo, ki ima za posel časa 100 dni, potem pa v prvih 90 dneh opravi desetino dela, v zadnjih desetih dneh pa 90 odstotkov; spomnite se samo olimpijskih iger« je povedal Ioannis Sidiropoulos iz grške potrošniške organizacije (Križnik, 2005).

Precej podobno se je dogajalo tudi našim zahodnim sosedom Italijanom, kjer so imeli zelo slab nadzor nad cenami in niso imeli obveznega dvojnega označevanja cen. V vseh državah, kjer so se srečevali s podražitvijo, so bile najbolj na udaru storitve. V večini je prihajalo do zvišanj cen v restavracijah in barih, pri frizerskih storitvah, v avtopralnicah, pri hotelskih storitvah... in pri izdelkih manjše vrednosti.

Na podlagi ugotovitev posameznih potrošniških organizacij lahko vidimo, da so se zvišanja cen zaradi sprejema nove evropske valute pojavljala skoraj v vseh dvanajstih državah. V nadaljevanju si oglejmo, do kakšnih rezultatov je prišla uradna statistika.

3.2. INDEKS HICP

HICP (angl. Harmonised Index of Consumer Prices) je indeks cen Laspeyresovega tipa, ki temelji na cenah proizvodov in storitev na ekonomskem območju držav EU, namenjenih

direktnemu zadovoljevanju potreb potrošnikov. Namenjen je merjenju inflacije (naraščanje splošne ravni cen) na metodološko usklajen način s pomočjo indeksa cen življenjskih potrebščin. V košarici reprezentativnih proizvodov so izbrani tisti proizvodi, ki imajo najpomembnejši delež v skupni potrošnji in katerih gibanje cen obenem najbolj odraža gibanje cen sorodnih proizvodov (SURS, 2006).

Spodnja tabela nam prikazuje glavne skupine proizvodov v indeksu HICP ter njihove deleže v celotnem indeksu. Pomembna je za lažje razumevanje statističnega izračuna inflacije.

Tabela 2: Glavne skupine indeksa HICP in njihovi deleži v celotnem indeksu

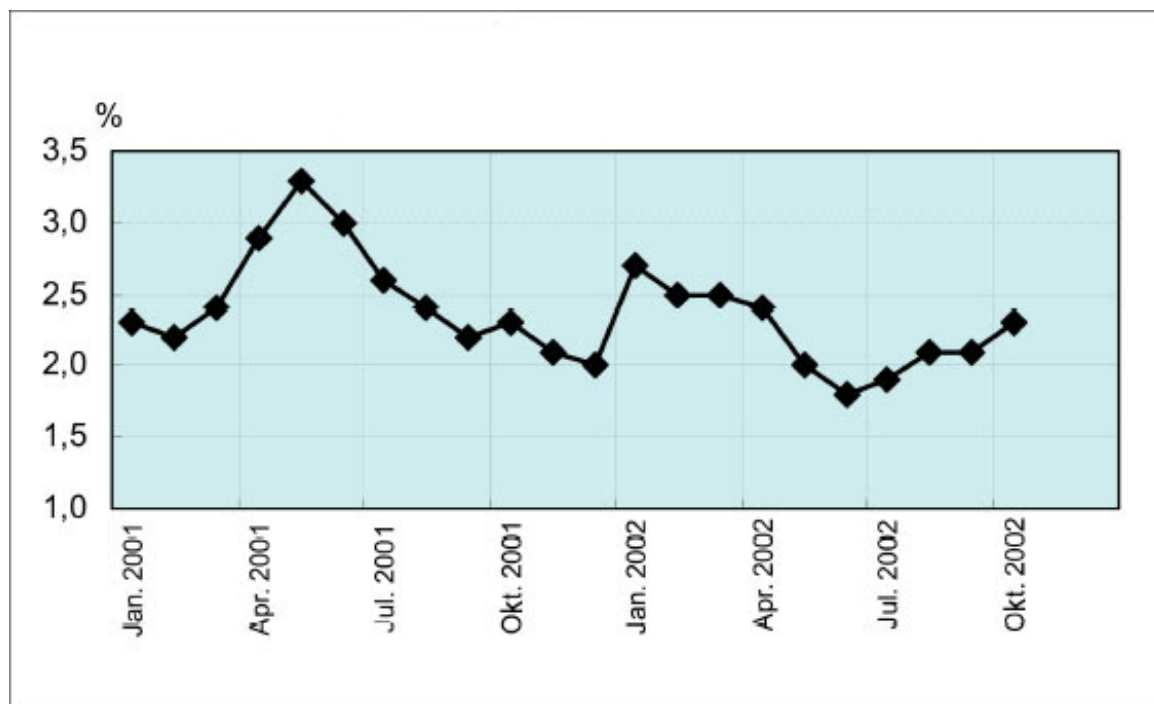
GLAVNE SKUPINE PROIZVODOV V INDEKSU HICP	SESTAVINE POSAMEZNE SKUPINE PROIZVODOV	DELEŽ POSAMEZNE SKUPINE PROIZVODOV V INDEKSU HICP (izražen v %)
<i>hrana in brezalkoholne pijače</i>	kruh in drugi izdelki iz žit, zelenjava (sveža in predelana), sadje (sveže in predelano)...	15,40%
<i>alkoholne pijače in tobak</i>	vino, pivo, alkoholne pijače, tobačni izdelki...	4,10%
<i>obleka in obutev</i>	obleka in storitve za obleko, obutev in čevlarske storitve...	7,40%
<i>stanovanje</i>	najemnina, redno vzdrževanje in popravilo, goriva in energija	15,00%
<i>stanovanjska oprema</i>	pohištvo in talne obloge, naprave in aparati za gospodinjstvo...	7,70%
<i>zdravje</i>	zdravila in medicinski izdelki, zdravstvene in zobozdravstvene storitve...	4,10%
<i>prevoz</i>	prometna sredstva, prometne storitve...	15,30%
<i>komunikacije</i>	telefonske storitve in izdelki, poštna storitve...	2,80%
<i>rekreacija in kultura</i>	avdio, video, foto in računalniška oprema, športna oprema...	9,50%
<i>izobraževanje</i>	predšolsko izobraževanje, izobraževalni tečaji	1,00%
<i>gostinske in nastanitvene storitve</i>	gostinski lokali, storitve v restavracijah, nastanitvene storitve...	9,50%
<i>raznovrstno blago in storitve</i>	zavarovanje, zdravstveno zavarovanje, izdelki in storitve za osebno nego...	8,20%
Skupaj		100,00%

Vir: Did the euro cause prices to rise?, 2005.

3.2.1. Gibanje indeksa HICP na evroobmočju v letih 2001 in 2002

Slika 1 nam prikazuje gibanje potrošniških cen na evroobmočju merjenih s HICP. Indeks je največjo vrednost, to je 3,3 odstotke, dosegel maja 2001, nato je v preostalih mesecih leta 2001 začel padati in decembra dosegel vrednost 2,0 odstotka. Z uvedbo evra januarja 2002 pa se je indeks hitro in strmo povzpел na 2,7 odstotka, nato pa je zopet začel padati in tako je junija dosegel najnižjo raven pri 1,8 odstotkih. Zaradi vzpona krivulje ravno v začetku leta 2002 lahko to preprosto povežemo z uvedbo evra, vendar je očitno prišlo samo do začasnega vpliva, saj je kmalu potem začel indeks padati.

Slika 1: Gibanje indeksa HICP na evroobmočju



Vir: The introduction of euro banknotes and coins – one year after, 2003, str. 36.

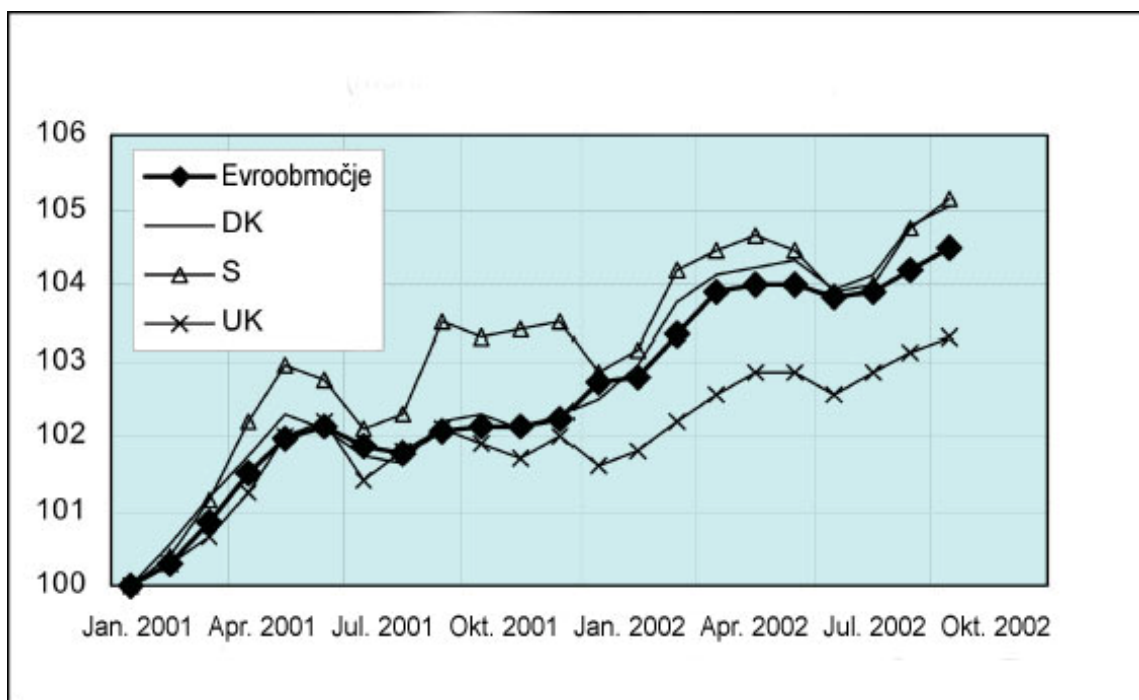
Z zgornje slike je razvidno, da je stopnja inflacije v državah članicah EMU po podatkih evropskega statističnega urada Eurostat kar nekajkrat presegla kritično mejo.

V skladu z določili ECB namreč stopnja inflacije, ki presega dva odstotka, že ogroža stabilnost cen in s tem zavira dolgoročne investicije, ki spodbujajo gospodarsko rast. Ob tem velja dodati, da je Duisenberg kot enega izmed glavnih razlogov za več kot 2-odstotno inflacijo na evroobmočju navedel prav evro (Cene in skupna valuta, 2002).

Slika 2 na strani 19 nam za razliko od Slike 1 v grobem prikazuje kako se je v obdobju 2001-2002 gibal indeks HICP evro območja (krivulja Evroobmočje) v primerjavi z indeksi HICP treh držav, ki niso sprejele evra: HICP Danske (krivulja DK), HICP Švedske (krivulja S) in HICP Velike Britanije (krivulja UK).

Lahko vidimo, da je gibanje indeksa HICP evroobmočja zelo podobno gibanju indeksov držav izven tega območja. Glede na informacije, ki nam jih daje spodnji graf pa lahko na grobo izključimo bistveni efekt uvedbe evra na zvišanje cen in potrdimo, da so višje cene na začetku leta 2002 v veliki meri nepovezane z uvedbo evra. V primeru zares visokega vpliva uvedbe evra na cene bi se krivulja HICP evroobmočja zagotovo dvignila na višji nivo in na tem nivoju ostala tudi v kasnejših mesecih.

Slika 2: Gibanje indeksa HICP na evroobmočju v obdobju 2001-2002 v primerjavi z indeksi HICP treh držav, ki niso sprejele evra



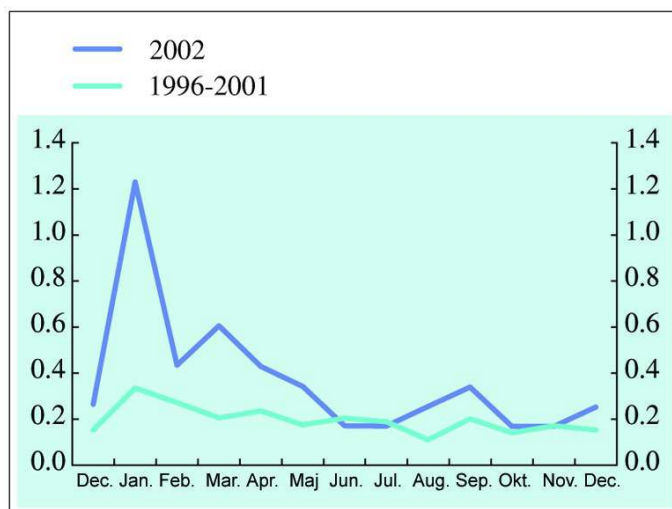
Vir: The introduction of euro banknotes and coins – one year after, 2003, str. 12.

3.3. CENE, KI SO BILE NAJBOLJ POD VPLIVOM UVEDBE EVRA

Spremljanje košarice dobrin, ki sestavlja indeks HICP pred uvedbo evra in po njej, je pokazalo, da so cene nekaterih proizvodov in storitev močno narasle. Do podobnega zaključka so prišli tudi pri večini raziskav. Kot je bilo že prej opisano, so bile cene še posebno na udaru v gostinskih storitvah (v hotelih, restavracijah, kavarnah, malih lokalih), frizerskih salonih, v čistilnih servisih ter pri izdelkih in storitvah majhne vrednosti. Nasprotno so hitro razvijajoči se proizvodi, kot so računalniki, fotoaparati, avdio in video naprave... »staro« ceno obdržali, kar v nekaj primerih pa je bila »nova« cena nižja od »stare«.

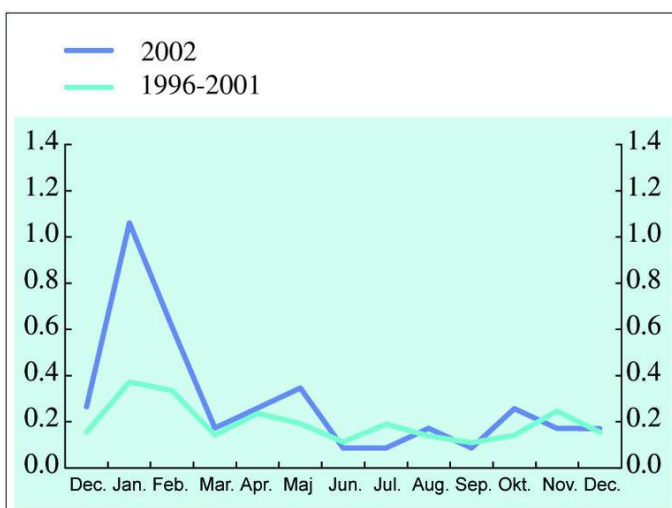
Slika 3 in Slika 4 na strani 20 nam prikazujeta, kako se je gibala stopnja rasti cen v restavracijah in barih in v frizerskih salonih na evroobmočju leta 2002 v primerjavi s povprečno stopnjo rasti cen v obdobju med letom 1996 in 2001.

Slika 3: Stopnja rasti cen v restavracijah in barih leta 2002 v primerjavi s povprečno stopnjo rasti cen v obdobju 1996-2001



Vir: Annual Report, 2002, str. 41.

Slika 4: Stopnja rasti cen v frizerskih salonih leta 2002 v primerjavi s povprečno stopnjo rasti cen v obdobju 1996-2001



Vir: Annual Report, 2002, str. 41.

S Slike 3 in Slike 4 je razvidno, da se je stopnja rasti cen na začetku leta 2002 (modra krivulja) v primerjavi s povprečno stopnjo rasti cen v obdobju 1996-2001 (zelena krivulja) v restavracijah in barih ter pri frizerskih storitvah močno zvišala. Če primerjamo cene v restavracijah in barih januarja 2002, ugotovimo, da se je stopnja rasti več kot trikrat zvišale glede na povprečno stopnjo rasti cen v obdobju 1996-2001 (Slika 3). Do podobnega povišanja stopnje rasti cen je prišlo tudi pri frizerskih storitvah (Slika 4).

Še posebno prizadevni pri zviševanju cen so bili gostilničarji v Italiji, frizerji v Španiji in gostilničarji na Irskem. Kot vzrok so najpogosteje navajali »napake« v preračunu iz nacionalne valute v evre, zaokroževanje cen in t.i. psihološke vzroke – določanje cene izdelka iz na primer

19,99 DEM na 10,99 EUR, kar izdelek podraži kar za 1,5 marke. Iznajdljivi so bili tudi Španci, saj so kot vzrok za povišanje cen najpogosteje navedli slabo vreme (Povišanje cen frizerskih storitev zaradi slabega vremena, 2002, str. 35).

Do ekstremnih dvigov cen je po mojem mnenju prihajalo predvsem na lokalnih območjih, kjer konkurenca ni pritiskala na trgovce, zato so uvedbo evra dojeli kot priložnost za povišanje svojih cen in s tem tudi dobička.

Cene določenih dobrin so bile očitno zelo občutljive na uvedbo evra, vendar kot je bilo že prej omenjeno, je kljub temu po uradnih statističnih analizah Evropskega statističnega urada uvedba evrogotovine prispevala k dvigu cen za največ 0,2-odstotni točki. Poglejmo, zakaj je prišlo do tako nizko izmerjene inflacije.

Na cene dobrin evroobmočja, ki predstavljajo skoraj 60 odstotkov stroškov privatne potrošnje, zamenjava valute ni imela močnega vpliva. Je pa ta zamenjava povzročila dvig cen pri tako imenovanih »small ticket goods«, kamor sodijo predvsem produkti iz moke (kruh...), časopis in drugi podobni izdelki, ki jih kupuje večina gospodinjstev vsak dan. Vendar so cene teh dobrin precej nizke, in če se pri preračunu med valutami zaokrožijo navzgor, to prav veliko ne pripomore k izračunu inflacije, saj bi se morale te cene drastično spremeniti, da bi dosegli npr. povišanje inflacije za 1-odstotno točko. Do nasprotnega učinka pa lahko pride pri »higher-value goods«. Govorimo o tako imenovanih trajnih dobrinah, katerih zvišanje cen bi lahko privedlo do občutnega povišanja splošne ravni cen. Dobrine in storitve, na katere je vplival sprejem nove valute procentualno predstavljajo le majhen delež v primerjavi s celotno košaro dobrin in storitev, ki jih vključuje indeks HICP. Posledično lahko leta 2002 zamenjavi valute pripišemo samo omejen del inflacije, merjene z indeksom HICP (Annual Report, 2002, str. 42).

Glede na to, da se je po statističnih izračunih splošna raven cen dvignila le za 0,2-odstotne točke, lahko sklepamo, da je prišlo do zvišanja cen predvsem pri dobrinah za vsakdanjo potrošnjo, medtem ko so se cene trajnih dobrin očitno »zaokrožile navzdol«. To je najverjetneje močno povezano tudi s čedalje hitrejšim razvojem in močnejšo konkurenco na posameznih trgih.

Eden glavnih vzrokov za povišanje cen je najverjetneje tudi ta, da so v večini držav današnjega evroobmočja obvezno dvojno označevanje cen in način sodelovanja nacionalnih potrošniških organizacij uredili kar z dogovorom in ne z zakonom, kot smo to storili v Sloveniji. Tak pristop je najverjetneje mogoče pripisati predvsem razvitosti EU-12 oziroma ugledu, ki so si ga potrošniške organizacije pridobile pri državnih institucijah in prebivalstvu v dolgi desetletjih svojega obstoja, pa tudi spoštovanju do sodelovanja in partnerstva (Repovž, 2006).

Naslednji razlog se skriva v zaokroževanju cen, za katerega so se odločile v glavnem vse države evroobmočja in tako rešile težavo kako zagotoviti zadostno količino kovancev manjših vrednosti. To zaokroževanje (seveda navzgor) je spodbudilo podražitev in udarilo potrošnike po žepu.

Poleg prej naštetih dejstev je na povišanje cen na evroobmočju vplival še en gospodarski dejavnik, ki ga ekonomisti označujejo s pojmom »menu costs« (stroški menija). Ta vpliv je najlažje razložiti na praktičnem primeru.

Slaščičar v Nemčiji je s prvim januarjem 2002 npr. kepico sladoleda prodajal kar za 40 odstotkov dražje kot prej. Pri tem je potrebno poudariti, da je imel pred tem ceno sladoleda 13 let nespremenjeno. Če bi to ceno vsako leto zvišal za 2,5 odstotka, tega ne bi nihče opazil, podražitev pa bi bila enaka. Zaradi enkratne podražitve v času uvedbe evra pa se je vsem njegovim strankam za vedno vtisnilo v spomin, da je evro kriv, da morajo za sladoled sedaj odšteti bistveno več. Slaščičar očitke strank zavrača s trditvijo, da je po uvedbi evra začel prodajati večje kepice (Teuro - dragi evro, 2002).

Tako kot omenjeni slaščičar so se obnašali tudi številni gostinci in ponudniki ostalih storitev. Zdelo se jim je nesmiselno in neekonomično, da bi cene spreminjali vsako leto in bi pri tem morali natisniti nove cenike oz. jedilne liste (od tod izhaja besedna zveza »menu costs«), ali pa bi morali vsakič na novo nastavljeni prodajne avtomate, zato so cene raje zvišali precej poredko, zaradi tega pa zelo občutno. S prihodom nove valute so bili prisiljeni spremeniti cenike, hkrati pa so tukaj videli priložnost za povišanje cen in jo tudi izkoristili.

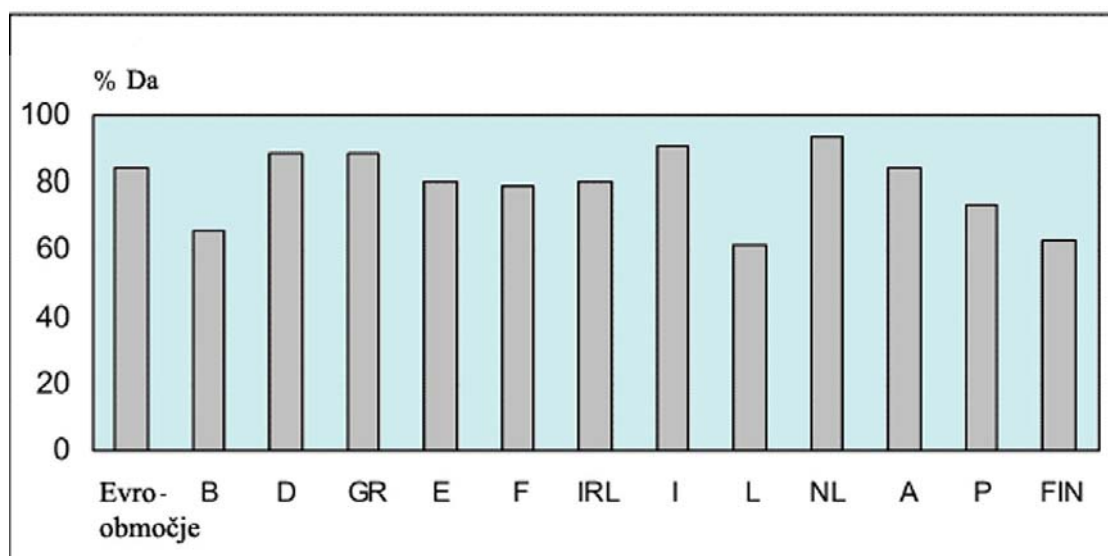
Po mojem mnenju so »menu costs« glavni razlog za tako znatno povišanje cen v storitvenem sektorju.

3.4. RAZKORAK MED DEJANSKO IN OCENJENO INFLACIJO PO SPREJETJU EVRA

Empirične raziskave o vplivu uvedbe evra na povišanje splošne ravni cen so večinoma vse v nasprotju z zaznavanjem spremembe cen potrošnikov evroobmočja. Kot sem že prej omenila, je po uradnih statističnih analizah Evropskega statističnega urada uvedba evrogotovine prispevala k dvigu cen za največ 0,2-odstotne točke, vendar večina potrošnikov ni bila istega mnenja.

Po raziskavah Evrobarometra (Public Opinion and the single currency, Attitudes on the euro in the Euro Zone, 2002) je bilo 84 odstotkov evro potrošnikov mnenja, da je zamenjava valute povezana s precejšnjim povišanjem cen; 10,9 odstotka anketiranih je zatrjevalo, da so bila zvišanja in znižanja cen določenih proizvodov med sabo usklajena, le 2,7 odstotka je menilo drugače, in sicer da so se cene »zaokrožile« navzdol v korist potrošnikov. Slika 5 na strani 23 nam po posameznih državah evroobmočja prikazuje odstotek ljudi, ki povezuje zamenjavo valute z zvišanjem cen.

Slika 5: Odstotki ljudi po posameznih državah evroobmočja, ki povezujejo zamenjavo valute z zvišanjem cen (november 2002)



Vir: Public Opinion and the single currency, Attitudes on the euro in the Euro Zone, 2002.

Ker je večina potrošnikov povezala zamenjavo valute z zvišanjem cen, je v nekaterih državah prihajalo do manjših nemirov. K temu so veliko pripomogli tudi mediji, ki so obsežno poročali o posameznih primerih oderuštva zaradi zaokroževanja cen navzgor in s tem oškodovanja potrošnikov.

Nemška vlada je sklicala sestanek s potrošniško in trgovinsko zvezo, da bi se skupaj pogovorili glede »Teura« (beseda »Teuro« je skovanka iz besed teuer, kar pomeni drag, in evro). V Grčiji in Italiji so se pojavljali protestni dogodki (ang. »euro-strikes«), ki so bili organizirani s strani potrošniške zveze. V Franciji in na Nizozemskem pa je bilo izrečenih veliko kritik v zvezi z splošnim indeksom cen (The introduction of euro banknotes and coins – one year after, 2003, str. 12).

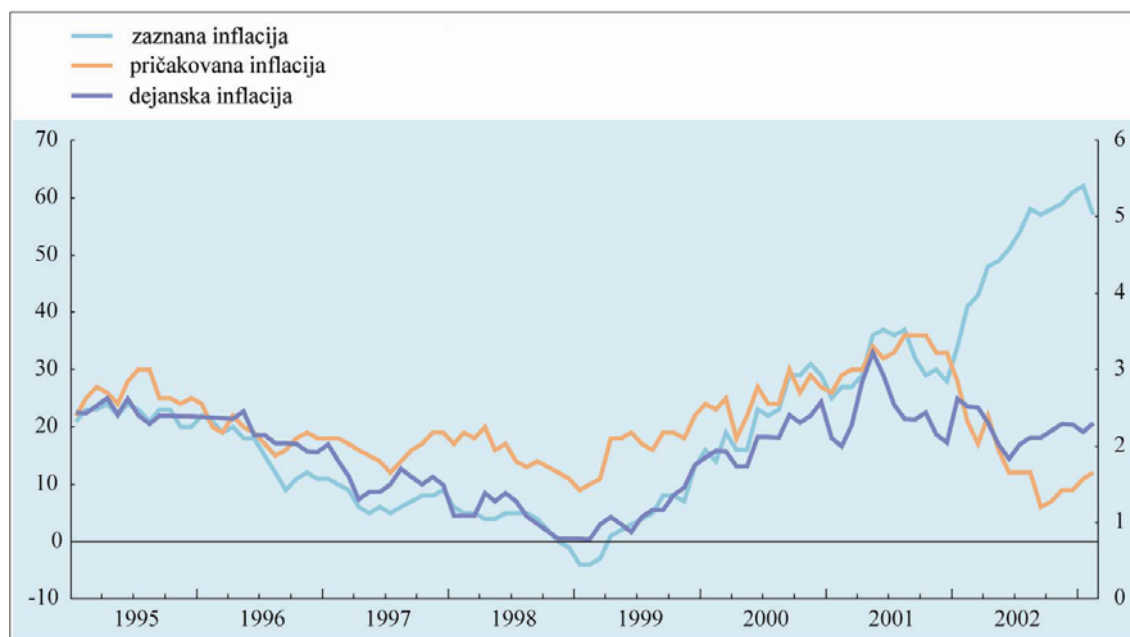
Udeleženci raziskave Flash EB (Public opinion and the single currency, Attitudes on the euro in the Euro Zone, 2002) so verjeli, da so se cene vedno zaokrožile navzgor v naslednjih dejavnostih:

- manjše trgovine z živili (80 odstotkov),
- storitve (80 odstotkov),
- bari in restavracije (85 odstotkov),
- javni transport (55 odstotkov),
- prodajni avtomati (62 odstotkov),
- aktivnosti v prostem času kot npr. kino predstave, bazeni... (62 odstotkov)
- bančni stroški (53 odstotkov).

Poglejmo, zakaj je prišlo do tako velike vrzeli med zaznano inflacijo s strani potrošnikov in dejansko izmerjeno inflacijo.

Spodnja slika nam prikazuje gibanje pričakovane inflacije, zaznane inflacije in pa dejanske inflacije merjene s HICP v obdobju med leti 1995 in 2002.

Slika 6: Pričakovana, zaznana in dejanska inflacija, merjena z indeksom HICP



Vir: Annual Report, 2002, str. 42.

S Slike 6 je jasno razvidno, da v obdobju med leti 1995 in 2001 ni bilo večjih razlik med zaznano in dejansko inflacijo. Leta 2002 pa je razkorak med tema dvema krivuljama več kot očitno. Krivulja, ki meri zaznano inflacijo s strani potrošnikov, je začela v začetku leta 2002 strmo naraščati in vrzel med zaznano in dejansko inflacijo je postajala v letu 2002 čedalje večja. To nenavadno veliko razliko med merjeno inflacijo in dvigom cen, ki jih zaznavajo potrošniki, je po mojem mnenju mogoče razložiti s tem, da so se cene močno povečale pri nekaterih dobrinah in storitvah, ki so bolj relevantne za percepcijo potrošnikov glede inflacije. Gre predvsem za dobrine in storitve, s katerimi se potrošniki »srečujejo« bolj pogosto oziroma z nekaterimi tudi vsak dan. Kot sem že prej omenila, so lep primer za to pojasnilo npr. cene dobrin v restavracijah in barih, s katerimi so potrošniki vsakodnevno v stiku. Trajnih dobrin pa potrošniki ne kupujejo tako pogosto, in ker posledično niso vsak dan natančno seznanjeni z njihovimi cenami, pri teh dobrinah tudi niso zaznali razlik med »staro« in »novo« ceno.

Na začetku leta 2002 so občutno narasle tudi cene nekaterih proizvodov, predvsem zelenjave, ki naj ne bi bile povezane z uvedbo nove valute. Te cene so se dvignile zaradi običajnega, naravnega dejavnika - slabega vremena, ki je eden izmed glavnih dejavnikov oblikovanja cen zelenjave in drugih podobnih proizvodov. Cene so se namreč povišale zaradi takratne zmrzali v južnih evropskih državah (Kalčič, Pilko, 2003, str. 9).

V primeru slabega vremena se pogoji za pridelavo poslabšajo, ponudba ne more slediti povpraševanju in cena začne rasti. Prav to se je zgodilo na začetku leta 2002. Toda potrošniki niso razmišljali »o vremenu«, ampak so preprosto na podlagi izkušenj glede dviga cen npr. v

restavracijah in barih tudi podražitev zelenjave povezali z uvedbo evra. Da so se cene zelenjave in drugih podobnih dobrin zares povečale zaradi slabega vremena, lahko pojasnimo s tem, da so se po statističnih podatkih te cene čez leto začele zniževati (verjetno zaradi boljšega vremena in s tem ugodnejših pogojev pridelave), zaznavanje visokih cen s strani potrošnikov pa se je še vedno nadaljevalo. Zakaj se je to zgodilo (oziroma se še vedno dogaja), bom skušala podrobneje opisati kasneje v poglavju Psihološki vidik uvedbe evra.

Drugi razlog, s katerim bi lahko razložili to zares veliko razliko med zaznano in dejansko inflacijo, je mogoče nezaupanje in nezadostno poznavanje nove valute. V splošnem velja, da večina ljudi ni odprta za večje spremembe, ker se boji njihovega posega v svoje navade. Euro je zagotovo precej globoko posegel v vsakdanjo rutino in marsikomu povzročil kar nekaj preglavic.

Naslednji razlog za napačno zaznavanje inflacije je lahko tudi zaokroževanje pri preračunavanju nacionalnih valut v evro. Npr. v Nemčiji je bil tečaj zamenjave nemške marke v evro 1,96 DEM za 1 evro, prepričana pa sem, da je večina ljudi zaradi enostavnosti pri preračunavanju uporabila kar dve nemški marki za en evro. Takšno zaokroževanje povzroči navidezno inflacijo v višini cca. dveh odstotkov; kljub temu, da to ni ravno veliko, je takrat, ko gre za oškodovanje potrošnikov, pomemben vsak odstotek.

Zmedo pri kupcih lahko zelo hitro povzročijo tudi zelo različne cene posameznega produkta, ki se med sabo razlikujejo predvsem zaradi različnih proizvajalcev. Primerjava dveh proizvodov različnih proizvajalcev lahko povzroči navidezno zaznavanje inflacije. Naraščajoče število različnih cen zelo podobnih proizvodov torej dodatno zavede kupce, ki očitno potrebujejo več časa, da se navadijo na nove cenovne vzorce.

Glavni razlog za pojasnitev tako velike vrzeli med zaznavanjem inflacije s strani potrošnikov ter med izmerjeno inflacijo s strani statističnega urada se zagotovo skriva v sestavi indeksa, ki meri življenjske stroške – indeks HICP (glej Tabela 2 na strani 17). Indeks HICP je sestavljen iz dvanajstih glavnih skupin proizvodov in vsaka skupina ima določen ponder. Pri vseh raziskavah so prišli do ugotovitve, da so cene najbolj poskočile pri gostinskih storitvah, medtem ko so se cene nekaterih trajnih dobrin znižale. Delež gostinskih in nastanitvenih storitev v indeksu je 9,5 odstotka, delež proizvodov v indeksu, povezanih s stanovanjem in stanovanjsko opremo, pa precej višji. Iz tega sledi, da nam indeks HICP zagotovo ne more podati nekega pravega objektivnega podatka o tem, kaj se je dogajalo s cenami, saj je od teže, ki jo ima cena posameznega izdelka pri izračunavanju inflacije, odvisno, ali bo sprememba cene bistveno ali nebistveno vplivala na indeks gibanja cen.

3.5. PREDNOSTI IN SLABOSTI UVEDBE EVRA⁴

Po najnovejši raziskavi, ki jo je opravil Flash EB štiri leta po uvedbi evra, nekaj več kot polovica prebivalstva evroobmočja (51% odstotkov) zaznava uvedbo evra kot pozitivno za svojo državo, medtem ko 39 odstotkov prebivalcev EU-12 to zaznava kot slabost.

Spodnja tabela nam na splošno prikazuje zaznavanje uvedbe evra kot prednosti/slabosti v obdobju med septembrom 2002 in oktobrom 2005.

Tabela 3: Zaznavanje uvedbe evra kot prednosti/slabosti v obdobju med septembrom 2002 in oktobrom 2005 (v %)

Obdobje	Uvedba evra - prednost	Uvedba evra - slabost	Ni spremembe
September 2002	59%	29%	8%
November 2002	54%	32%	7%
November 2003	52%	36%	5%
November 2004	53%	36%	5%
Oktober 2005	51%	39%	6%

Vir: The euro, 4 years after the introduction of the banknotes and coins, 2005, str. 32.

Lahko vidimo, da se je odstotek ljudi, ki sprejem evra zaznava kot pozitiven dogodek, v štirih letih zmanjšal za 8 odstotnih točk, odstotek ljudi, ki evro zaznava kot negativen dogodek, pa se je povečal za 10 odstotnih točk. Največji delež prebivalstva, ki pozitivno sprejema evro, je v Luksemburgu (77 odstotkov) in na Irskem (72 odstotkov). Nizozemci (48 odstotkov), Grki (49 odstotkov) in Nemci (48 odstotkov) pa po številu negativnih zaznav prekašajo nasprotno stran.

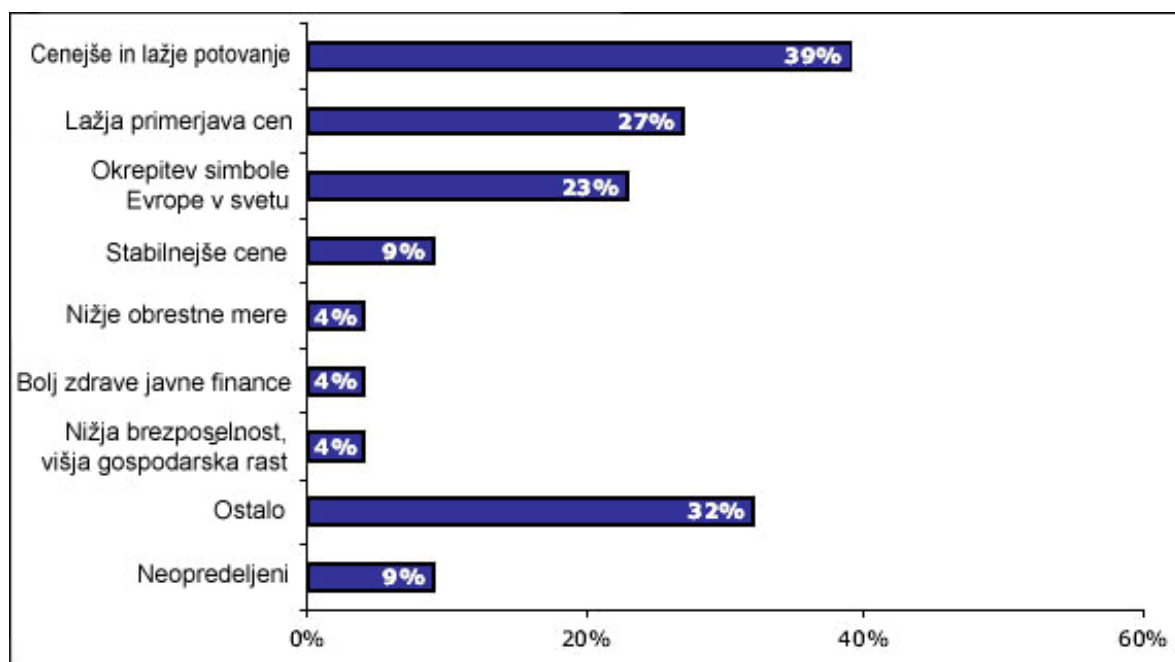
3.5.1. Razlogi za pozitivno zaznavanje uvedbe evra

39 odstotkov sodelujočih v raziskavi navaja kot glavno prednost lažje in cenejše potovanje. To so predvsem Luksemburžani (69 odstotkov), Avstrijci (67 odstotkov) in pa Irci (66 odstotkov). 27 odstotkov, predvsem Avstrijcev in Nemcev, se strinja s tem, da je skupna valuta olajšala primerjavo cen, 23 odstotkov, največ Italijanov, pa meni, da je sprejem evra okrepil simbol Evrope. Velik odstotek ljudi (39 odstotkov) je kot razlog navedel »ostalo«. Najpogostejša odgovora, ki pojasnjujeta »ostalo«, sta skupna valuta in močna valuta.

Slika 7 na strani 27 nam prikazuje glavne prednosti uvedbe evra, ki jih zaznavajo prebivalci evroobmočja.

⁴ Podatki so vzeti iz najnovejše raziskave Flash EB - The euro, 4 years after the introduction of the banknotes and coins, 2005.

Slika 7: Glavni razlogi za pozitivno zaznavanje uvedbe evra v EU-12

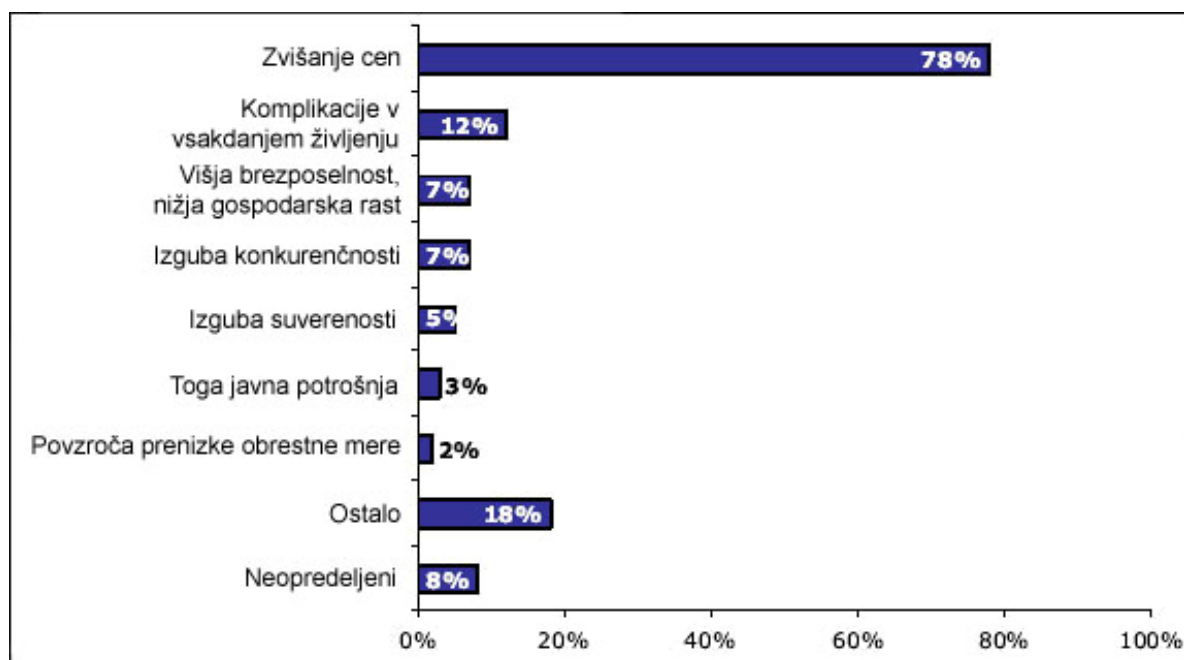


Vir: The euro, 4 years after the introduction of the banknotes and coins, 2005, str. 33.

3.5.2. Razlogi za negativno zaznavanje uvedbe evra

Večina ljudi pojasnjuje negativno zaznavanje evra zaradi povečanja cen.

Slika 8: Glavni razlogi za negativno zaznavanje uvedbe evra v EU-12



Vir: The euro, 4 years after the introduction of the banknotes and coins, 2005, str. 35.

S Slike 8 lahko vidimo, da kar 78 odstotkov anketiranih na evroobmočju negativno zaznava evro. K tako visokim odstotkom so najbolj pripomogla mnenja Italijanov (89 odstotkov), Grkov

(85 odstotkov) in Avstrijcev (89 odstotkov), nekoliko manj pa mnenja Francozov, Belgijcev in Ircev z 61 odstotki. 12 odstotkov (med njimi je največ Portugalcev in Italijanov) navaja sprejem evra kot glavni vzrok za komplikacije v njihovem vsakdanjem življenju.

Raziskava, ki jo je opravil Flash EB (The euro, 4 years after the introduction of the banknotes and coins, 2005), se od ostalih raziskav razlikuje predvsem po dveh pomembnih vprašanjih.

Prvo vprašanje je povezano s primerjavo cen med državami evroobmočja. Več kot polovica (53 odstotkov) verjame, da uvedba evra ni prispevala h konvergentnim cenam med državami EU 12, medtem ko je 31 odstotkov nasprotnega mnenja. Večina anketiranih državljanov evroobmočja je torej še vedno skeptičnih glede vpliva evra na manjše razlike med cenami.

Drugo vprašanje raziskave je bilo, ali je uvedba evra povzročila povečanje/znižanje cen ali na to ni imela vpliva. Po štirih letih še vedno skoraj vsi (93 odstotkov) mislijo, da je sprejem evra povzročil povišanje cen. Le 5 odstotkov vprašanih je navedlo, da ne vidijo nobenega učinka uvedbe evra. K tako visokemu odstotku so v največji meri pripomogli Španci (97 odstotkov), Grki, Francozi, in Italijani (vsaki s 95 odstotki), nekoliko manj pa Belgijci (81 odstotkov) in Luksemburžani (86 odstotkov).

4. VPLIV UVEDBE EVRA S PSIHOLOŠKEGA VIDIKA⁵

Zamenjava valute je za vse velik projekt, še zlasti za potrošnike, ki se morajo soočiti s spremembo v svojem mišljenju. Potrebno je kar nekaj časa, da ti razmerje stara – nova valuta preide v (pod)zavest.

V vseh državah evroobmočja se je pojavil velik razkorak med zaznavanjem povišanja cen s strani ljudi in pa dejanskim stanjem. Ta razlika je bila še zlasti izrazita v Nemčiji. ECB je takrat tudi opozorila, da se je znižala nagnjenost ljudi k potrošnji, kar je pripeljalo do padca prodaje v trgovinah na drobno in do manjšega obiska v restavracijah. Razkorak je vzbudil močno pozornost tako ekonomistov kot tudi socialnih psihologov.

Da bi ugotovili, zakaj je prišlo do tako velike razlike med mnenjem ljudi in realnostjo, so izvedli pet raziskav, v katerih so hoteli izpostaviti dve povezani vprašanji. Prvo je teoretično vprašanje, ali lahko pričakovanja še naprej vplivajo na našo presojo, čeprav imamo na razpolago podatke, ki našemu prepričanju nasprotujejo. Drugo vprašanje pa je bolj praktične narave, in sicer če ljudje v Nemčiji pristransko zaznavajo uvedbo evra kot posledico povišanja cen.

V Nemčiji je bilo veliko ljudi že pred uvedbo evra trdno prepričanih, da bo sprejem nove valute povzročil močno povišanje cen. V medijih so se pojavljale razširjene diskusije o tem, kako bodo

⁵ Poglavje je v večini povzeto po študiji: Euro-Workshop (IAREP): Expectancy-confirmation in spite of disconfirming evidence: The case of price increase due to the introduction of the Euro. Vienna, Austria, 3th – 5th of July 2003.

trgovci na drobno in lastniki restavracij izkoristili pretvorbo nacionalne valute v evro za precejšnje zvišanje svojih cen. Takšne in podobne objave so bile zelo dobra podlaga za oblikovanje pričakovanj ob uvedbi evra.

Nasprotno temu prepričanju je po statističnih podatkih inflacija konec leta 2001 znašala 1,4 odstotka, z uvedbo evra januarja 2002 pa 2,1 odstotka. Večina povišane inflacije je bila pojasnjena z običajnimi inflacijskimi dejavniki, uvedba evra pa je povzročila dvig letne inflacije le za 0,3-odstotne točke (The euro and prices two years on, 2004, str. 17).

Raziskave so bile izvedene v priljubljeni italijanski restavraciji na primeru primerjave menija. Udeleženci raziskave so prejeli dva menija: enega s cenami v nemških markah (torej v domači valuti) in drugega s cenami, preračunanimi v evre. Naloga udeležencev je bila oceniti spremembo cene v odstotkih.

Strokovnjake je zanimalo, kako se pričakovanja transformirajo v presojo in zakaj na njo ne vpliva realnost. Enostavna razlaga za to bi bila, da informacije, ki bi lahko popravile napačna pričakovanja ljudi v zvezi s povišanjem cen, ljudem niso na voljo. Pri nakupovanju ljudje morda ne vedo, kakšno ceno je imel nek izdelek pred zamenjavo domače valute z evrom, saj tega izdelka prej niso kupovali. Možno pa je tudi, da se ljudje točnih cen pred zamenjavo valute ne spomnijo. Tako odprejo prostor za vpliv predhodnega mnenja ali informacij glede novih cen v evrih. Zanimivo pa je, da ljudje zaznavajo veliko povečanje cen tudi na področjih, kjer je možno z lahkoto natančno primerjati cene v novi valuti s cenami v stari – dvojno označevanje cen. Pričakovali bi, da se ljudje natančno spominjajo prejšnje cene svoje priljubljene jedi v restavraciji, prav tako pa ponavadi vedo, kakšna je bila prejšnja cena izdelkov, ki jih v špeterijski trgovini redno kupujejo. Ker so kljub temu zaznali, da so se cene z uvedbo evra povišale, se lahko vprašamo, ali ignorirajo dokaze, ki so pred njimi, ali pa so njihova pričakovanja tako močna, da jih celo soočenje z dokazi ne prepriča.

Raziskava torej kaže, da ljudje nekako niso pripravljeni spremeniti svojih pričakovanj, ki jih imajo glede na prvotne informacije. Nekateri psihologi so odkrili, da ljudje informacijo, ki jo dobijo o neki osebi, interpretirajo v skladu s tem, kar o tej osebi že vedo oziroma v skladu s pričakovanji, ki jih imajo v zvezi s to osebo. Nadaljnji dokazi za takšno vedenje izhajajo iz literature o t.i. »učinku preteklega prepričanja«. Iz določenih klasičnih študij je razvidno, da so tako zagovorniki kot nasprotniki smrtne kazni ob soočenju z dokazi (za in proti) smatrali, da so dokazi, ki so v prid njihovem prepričanju, bolj pomembni in bolj kredibilni od tistih, ki so v prid mnenju druge skupine. Po soočenju z obema vrstama dokazov sta bili obe skupini še bolj prepričani v svoje mnenje kot pred tem.

Ko imaš torej o nečem ali nekom ustvarjeno mnenje, to močno vpliva na tvoje nadaljnje presojanje o zadevi. Še več, vpliva tudi na tvoje obnašanje do tistega, o katerem imaš že določeno predhodno informacijo oziroma predsodek. Npr. negativni stereotip, ki ga ima spraševalec v zvezi z iskalcem zaposlitve, povzroči pri spraševalcu večjo neprijaznost in vzvišenost. Tak iskalec zaposlitve se tako na razgovoru običajno slabše predstavi. Pri neki

raziskavi so učiteljem vnaprej povedali, da so nekateri učenci nadpovprečno inteligentni. Učitelji so bili posledično tem učencem bolj naklonjeni in ti so zato res dosegali boljše rezultate kot ostali učenci. Rezultat njihovega IQ-testa je bil na koncu šolskega leta bistveno boljši kot na začetku.

Ti rezultati kažejo na to, da lahko pričakovanja prevladajo nad dokazi o nasprotnem. Z navedenimi raziskavami bi si lahko razlagali tudi fenomen glede zaznavanja povišanja cen po uvedbi evra kljub dokazom, da se te niso tako znatno spremenile. Po drugi strani pa so vsi dokazi, omenjeni v prejšnjih raziskavah, vsebovali neke dvoumnosti in nejasnosti. Npr. dokazi glede smrtne kazni (tako za njo kot proti njej) imajo svoje trdnosti in šibkosti, pa tudi obnašanje kandidata na razgovoru za službo je lahko odprto za različne interpretacije. V nobenem od teh primerov nimajo ljudje objektivnega standarda, s katerim bi lahko primerjali dokaze.

Tako si lahko razlagamo, da bodo predhodna pričakovanja ljudi na njihovo zaznavanje vplivala le ob pomanjkanju objektivnega standarda in dvoumnosti dokazov. Če argumenti ne vsebujejo nobenih slabosti, potem so sprejeti. Torej se učinek predhodnega prepričanja ne more pojaviti, če je informacija nedvoumna in jo je moč primerjati z objektivnim standardom.

Z raziskavami so poskušali ugotoviti, ali človekova pričakovanja o naraščanju cen kot posledice uvedbe evra vplivajo na njihovo presojo kljub omogočeni direktni primerjavi med starimi in novimi cenami.

4.1. ŠTUDIJA 1

V raziskavo je bilo vključenih 123 oseb (42 moških in 81 žensk), starih med 18 in 76 let. Do rezultatov so prišli na podlagi statistične metode za oceno variance – ANOVA.

V prvi študiji so preiskovali, ali je ocena spremembe cene pristranska tudi, če imajo udeleženci na voljo direktno cenovno primerjavo med »starimi« cenami v DEM in »novimi« cenami v EUR. Pomembno je poudariti, da je bila vsaj v Nemčiji ta ocena vedno precenjena, četudi je bila primerjava med obema cenama skoraj vedno na voljo.

Tukaj so ločili med dvema situacijama. V prvi je bila primerjava cen možna, vendar je bilo nujno priklicati v spomin »staro« ceno. Do takšnega primera pride pri večini ljudi največkrat v restavracijah ali trgovinah, v katerih so že kdaj bili. Pri tem lahko vpliv spomina povzroči precenitev cenovnega trenda. V drugi situaciji pa sta bili med primerjavo na vpogled obe ceni. To je možno v primeru dvojnega označevanja cen ali pa v primeru, ko udeleženci tako pogosto obiskujejo določeno restavracijo, da si cene točno zapomnijo. Če pride do precenitve tudi v tej situaciji, potem ne moremo trditi, da je priklic spomina razlog za napačno ocenitev.

Precenitev ni nič presenetljivega tudi v primeru, če ljudje ne posvečajo dovolj pozornosti starim in novim cenam, ampak samo slepo in nepremišljeno sledijo svojim pričakovanjem, ki jih napeljujejo k povišanju cen. Da bi to preverili, so v raziskavi manipulirali s cenami znotraj

menija (padajoče, stabilne, naraščajoče cene). Iz tega sledi: če udeleženci ne bodo uporabili informacij, ki jih daje meni, bo njihova presoja o realni ceni zelo občutljiva na to manipulacijo.

Udeleženci so poleg menijev dobili tudi kratek vprašalnik. Pri vsakem meniju posebej (najprej so dobili meni v DEM, nato pa meni v EUR) so morali povedati, kaj bi naročili. Oba menija sta bila sestavljena iz enakih 21 različnih jedi. Zatem so morali oceniti spremembo cene (v odstotkih) po uvedbi evra.

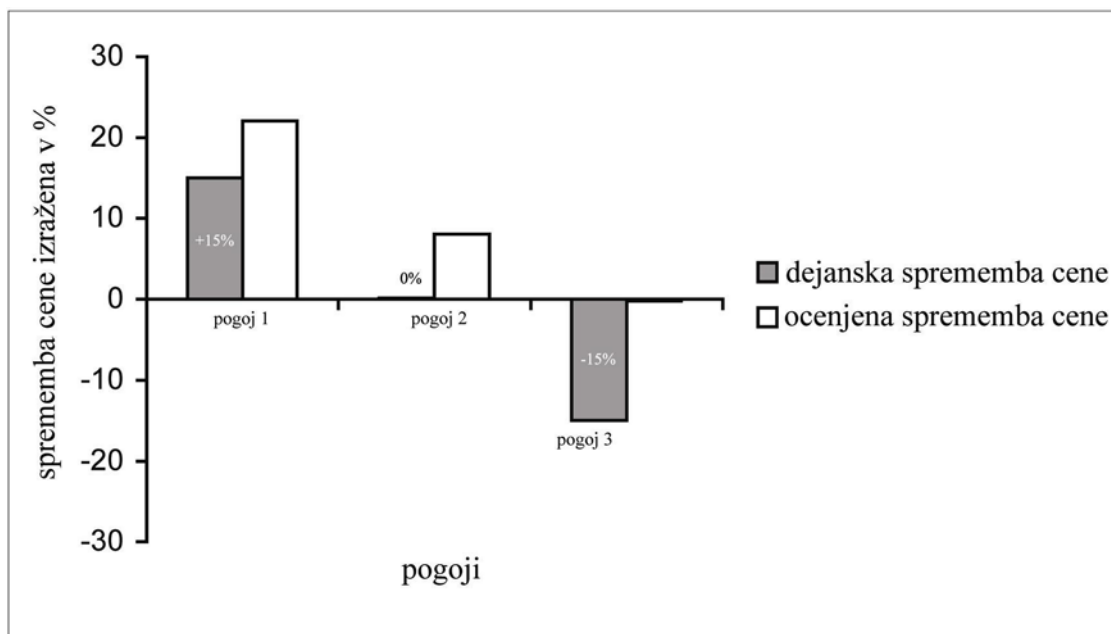
Pri prvi študiji so za vse tri menije v EUR cene preračunane na podlagi točno določenega tečaja 1,96 DEM za 1 EUR (glej prilogo 1⁶). V naslednjem koraku so naredili situacijo bolj realno s tem, da so nekatere jedi postale dražje, npr. sladoled za 20%, nekatere pa cenejše, npr. pica za 20 % . To so izvedli znotraj menija tako, da se povprečna cena vseh 21 jedi ni spremenila.⁷

V prvi študiji so uporabili tri različne EUR-menije. Nekateri udeleženci so dobili meni, kjer so se vse cene podražile za 15 % (pogoj 1), drugi meni, kjer so cene ostale nespremenjene (pogoj 2), tretji pa so dobili meni s 15% nižjimi cenami (pogoj 3). Rezultat je pokazal, da so bili udeleženci občutljivi na manipuliranje cen znotraj menija. Istočasno so prišli tudi do ugotovitve, da udeleženci pristransko ocenjujejo, saj so v primeru, ko se cene dejansko niso spremenile, ocenili, da gre za precejšnje povišanje. Če se je cena v resnici povečala, so bile njihove ocene tudi pretirane, in v primeru, ko so cene padle, so ocenili, da se niso spremenile. Razlika med dejanskim in ocenjenim gibanjem cen je prikazana v Sliki 9 na strani 32.

⁶ Razlaga priloge 1: Tabela prikazuje cene 21 različnih jedi v DEM in v EUR. V prvem stolpcu so našteje jedi iz menija. Drugi stolpec prikazuje ceno jedi v domači valuti (DEM). V naslednjih treh stolpcih so prikazane cene v EUR pod različnimi pogoji (3. stolpec - brez spremembe cene - 0%, vse cene so preračunane točno po tečaju 1,96 DEM za 1 EUR; 4. stolpec – vse cene jedi v EUR so za 15% višje; 5. stolpec: vse cene v EUR so za 15 % nižje). V naslednjih stolpcih pa so cene iz DEM v EUR preračunane nekoliko drugače. Pogoji so enaki in povprečna cena se ne spremeni, vendar pa cene med jedmi variirajo. To pomeni, da se npr. pri pogoju 1 (+ 15 %) vse cene ne povišajo za 15 %, ampak se nekatere zvišajo, nekatere znižajo, druge ostanejo nespremenjene, tako da se povprečna cena ne spremeni. Za kakšen odstotek te cene variirajo nam kaže 6. stolpec.

⁷ V nadaljevanju pa so naredili nov meni, kjer so tiste jedi, ki so bile pri prvem meniju dražje, sedaj postale cenejše in obratno. To so naredili zato, da so preverili, ali mesto jedi v meniju vpliva na oceno povišanja cene. Rezultati so pokazali, da ni opaznega pomembnega vpliva. Podobno so naredili tudi v študijah 3 in 4 in tudi tukaj ugotovili, da ne pride do pomembnega vpliva, zato so to preverjanje študiji 5 opustili.

Slika 9: Dejansko in ocenjeno gibanje cen v prvi študiji



Vir: The case of price increase due to the introduction of the Euro, 2003, str. 7.

Z zgornje slike je razvidno, da je povprečna precenitev izjemno visoka pri pogoju, ki je nasproten od pričakovanj, torej v primerih, ko so se cene dejansko znižale za 15% (pogoj 3). Obseg te precenitve ni odvisen od tega, ali je bil medtem ko so se udeleženci odločali na podlagi menija v evrih originalni meni v nemških markah na razpolago ali ne, saj so testi pokazali, da niti v analizi ocene cenovnega trenda niti v analizi razlik med ocenjenim in realnim trendom, prisotnost menija v nemških markah ni imela efekta. Zato lahko izključimo možnost, da je prišlo do pristranskosti pri ocenjevanju cenovnega trenda zaradi napačne interpretacije originalnih cen v domači valuti.

Rezultati prve študije prikazujejo, da je ocena cenovnega trenda udeležencev resnično pristranska. Pristranskost je še posebno močna, ko je dejanski cenovni trend v nasprotju s pričakovanji; torej tam, kjer se dejanska cena zniža za 15%, pričakovanja pa udeležence vodijo k zaznavanju višjih cen.

Dejstvo, da se presojanje cenovnega trenda s strani udeležencev razlikuje glede na zmanipuliran dejanski cenovni trend, kaže na to, da udeleženci niso ignorirali informacije o cenah znotraj evromenija, da so se na slepo odločili glede na prvotna pričakovanja v zvezi z naraščanjem cen. Ker se ta učinek ne razlikuje glede na dosegljivost cen v domači valuti, lahko izključimo, da je do njega prišlo zato, ker se udeleženci ne bi spomnili cen v domači valuti.

Udeleženci so verjetno iskali dokaz, ki bi potrdil njihova pričakovanja glede povišanja cen. Ta dokaz so dejansko tudi dobili v vsakem od evromenijev, saj je vsak meni vseboval tudi nekaj povišanih cen. Udeleženci so se osredotočili le na te višje cene in zanemarili tiste, ki so ostale stabilne ali pa so bile celo nižje. Da bi preverili zgornjo ugotovitev, so ponovili prvo študijo, vendar brez variiranja cen znotraj menija.

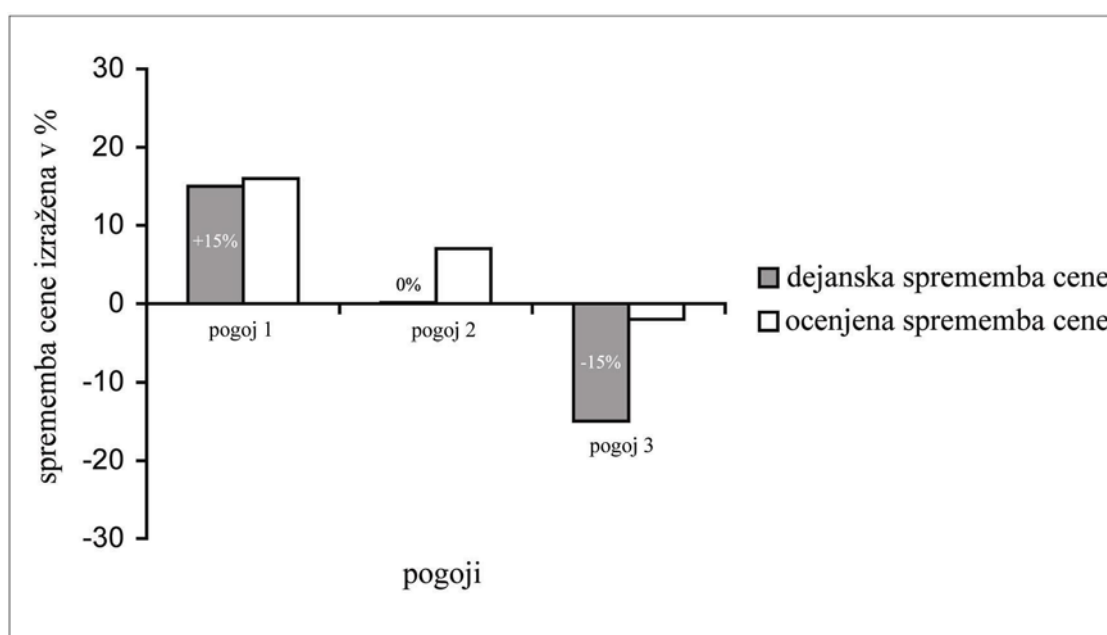
4.2. ŠTUDIJA 2

V raziskavo je bilo vključenih 93 študentov (66 moških in 27 žensk), starih med 18 in 35 let. Do rezultatov so prišli na podlagi statistične metode za oceno variance – ANOVA.

Evro jedilni listi so bili narejeni s pretvorbo oz. preračunavanjem vsake cene v markah v pravilno ceno v evrih, nato pa je bilo vsaki ceni dodano 15% (pogoj 1), vsaki ceni odvzeto 15 % (pogoj 3), pri pogoju 2 pa so cene ostale nespremenjene. Razen tega je študija 2 kopija študije 1.

Tako kot v študiji 1 so tudi v tej študiji udeleženci precenili dejanski cenovni trend. To je razvidno s spodnje slike.

Slika 10: Dejansko in ocenjeno gibanje cen v drugi študiji



Vir: The case of price increase due to the introduction of the Euro, 2003, str. 9.

Če je dejanska cena v resnici narasla, je udeleženci niso tako zelo precenili. Če so cene ostale stabilne, so udeleženci vseeno zaznali neko pomembno povišanje cen. Če pa so dejanske cene v resnici padle, so udeleženci zaznali, kot da bi ostale skoraj stabilne. Skratka, rezultati prve študije se ponovijo. Razlika je samo pri pogoju 1, kjer je bil ugotovljen manjši obseg pristranskosti, pa tudi celoten obseg pristranskosti je nekoliko manjši. Tudi tukaj je potrebno poudariti, da ljudje niso ignorirali podatkov iz menija.

Kot v študiji 1 je bilo tudi pri študiji 2 precenjevanje precej veliko, če je dejanska cena nasprotovala pričakovanjem udeležencev. Še bolj prepričljiv dokaz za to domnevo bi bil, če bi točno izmerili pričakovanja udeležencev in to primerjali z njihovo oceno cenovnega trenda. To so storili v naslednji študiji.

4.3. ŠTUDIJA 3

V raziskavo je bilo vključenih 33 oseb (20 moških in 13 žensk), starih med 15 in 71 let. Do rezultatov so prišli s pomočjo statistične metode – multipla regresija.

Tukaj so nameravali preveriti dve zadevi :

- izmeriti odnos udeležencev do evra (v Nemčiji je pogost negativen odnos do uvedbe evra, ki vodi v negativna pričakovanja v zvezi z vplivom uvedbe evra na povišanje cen);
- želeli so preveriti, če je pristranskost udeležencev iz študij 1 in 2 rezultat njihovega poenostavljanja (v Nemčiji namreč večina ljudi zaradi lažjega, bolj enostavnega preračunavanja iz mark v evro namesto točnega tečaja, ki znaša 1,96 DEM za 1 EUR, uporabljajo tečaj 2 DEM za 1 EUR, to pa takoj privede do precenitve cen za 2%, kljub temu, da so dejanske cene stabilne).

Postopek raziskave je razen določenih izjem enak kot v študijah 1 in 2. Razlika je v tem, da so udeleženci, preden so dobili prvi meni, izrazili svoj odnos do evra. To so preverjali tako, da so ocenjevali, kako privlačna in stabilna se jim zdi nova valuta ter v kolikšni meri so ji naklonjeni.

Za raziskavo so uporabili dva različna menija v evrih. Pri prvem so bile cene preračunane po točno določenem tečaju (1,96 DEM za 1 EUR), pri drugem meniju pa so uporabili tečaj 2 DEM za 1 EUR. Tako kot pri prvi študiji so tudi tukaj uporabili meni z variabilnimi cenami (nekateri jedi so se pocenile, druge podražile). Vsi udeleženci so lahko imeli med ocenjevanjem spremembe cene pri sebi meni v domači valuti.

Rezultati so pokazali, da pri precenjevanju pri meniju 2 DEM za 1 EUR ni večjih občutnih sprememb, zato je izključena razlaga, da lahko poenostavljeno preračunavanje pripelje do večje napačne ocenitve cenovnega trenda.

Ugotovili so, da bolj kot smo nenaklonjeni evru, večje zvišanje cen pričakujemo, in obratno, čim višje cene pričakujemo, bolj negativen odnos imamo do evra. Še vedno ostaja odprto vprašanje, zakaj ljudje napačno presojujejo, kljub temu da so soočeni z jasnimi dokazi o nasprotnem.

Pričakovanja v veliki meri vplivajo na posameznikovo dožemanje izračunanih rezultatov. Če so izračunani rezultati v skladu z njihovimi pričakovanji, bodo rezultat sprejeli kot pravilen brez naknadnega preverjanja morebitnih napak. Če je rezultat v nasprotju s pričakovanji, pa ga naknadno preverjajo. V tem primeru bo rezultat sprejet samo, če se bo ponovno izkazal kot pravilen.

Posamezniki bodo torej napačno izračunane podatke, ki so v skladu z njihovimi pričakovanji, pogosteje spregledali kot napačno izračunane podatke, ki se ne skladajo s pričakovanji. Če to drži, potem se pri izračunih udeležencev pojavi več napak, skladnih z njihovimi pričakovanji, kot takšnih, ki se s pričakovanji ne skladajo. To so poskušali dokazati pri naslednjem poskusu, v študiji 4.

4.4. ŠTUDIJA 4

V raziskavo je bilo vključenih 70 oseb (23 moških in 47 žensk), starih med 19 in 76 let. Do rezultatov so prišli na podlagi statistične metode za oceno variance – ANOVA.

V tem primeru je imela polovica udeležencev enake pogoje kot v študiji 3, druga polovica pa je morala delati posamezne primerjave cen za vsako jed posebej in šele nato oceniti skupno spremembo cene. Če bi se ugotovilo, da se pristranskost v drugem primeru ne bi zmanjšala z manipuliranjem cen znotraj menija in bi zopet našli več napak, ki so skladne s pričakovanji udeležencev, kot pa tistih, ki niso skladne, bi to podprlo predvidevanja iz zadnjega odstavka tretje študije.

Za tiste, ki so ocenjevali samo povprečno ceno, je bil postopek enak kot pri študijah 1 in 2 (ko so dobili meni v DEM in v EUR ter so morali oceniti spremembo cene); vsi so lahko imeli ves čas pri sebi meni v DEM. Druga polovica pa je morala za vsako jed posebej izračunati in napisati spremembo cene za vse jedi na meniju (21 jedi) in šele nato oceniti celotno spremembo cen.

Rezultati so pokazali, da se je napačno zaznavanje cenovnega trenda, ki je bilo ugotovljeno v prvih treh študijah, ponovilo tudi v študiji 4. Zahteva, da udeleženci naredijo posamezne izračune za jedi, ni zmanjšala njihove pristranskosti. Variabilne cene znotraj menija niso imele posebnega učinka na pristranskost udeležencev. Tudi potem, ko so bile vse cene natančno pretvorjene iz DEM v EUR in ko so bili udeleženci prisiljeni to preveriti za vsako posamezno jed na meniju, so imeli še vedno občutek, da so se cene zvišale. Udeleženci so pri preračunavanju posameznih jedi delali nenačrtne napake, sistematično pa so preverjali samo tiste rezultate, ki so bili v nasprotju z njihovimi pričakovanji (stabilne ali padajoče cene). Ponovno so prišli do ugotovitve, da pri preračunavanju ostane več napak, ki so v skladu z njihovimi pričakovanji, kot pa takšnih, ki niso. Celoten obseg posameznih napak je nižji kot pa končna pristranska ocena udeležencev pri presoji cenovnega trenda.

Dokaz selektivnega popravljanja napak je v študiji 4 bolj posreden. Neposreden test za to razlago je bil narejen v študiji 5.

4.5. ŠTUDIJA 5

V raziskavo je bilo vključenih 42 študentov (24 moških in 18 žensk), starih med 19 in 49 let. Do rezultatov so prišli na podlagi statistične metode za oceno variance – ANOVA.

»Selektivni popravek napake« je zasnovan na različnih virih zaznavanja. Medtem ko izračunane rezultate, ki so neskladni z našimi pričakovanji, sistematično preverjamo, pa tiste, ki so skladni, preprosto sprejmemo. Metodo, ki jo navadno uporabljamo za preprečevanje tega početja, imenujemo »cognitive load (obremenitev/motenje zaznave)«. Pri uporabi te metode ne pride do sistematičnega preverjanja napak, ne glede na to, ali so izračunani rezultati skladni ali neskladni

z udeležencem pričaovanji. Posledično pričakovane in nepričakovane napake ostanejo neodkrita, zato naj bi bila splošna presoja manj pristranska.

Udeleženci so bili razdeljeni v dve skupini. Pri prvi skupini (»no load condition«) je bil postopek raziskave enak kot v študiji 3. Pri drugi skupini (»cognitive load condition«) je bil postopek raziskave prav tako podoben postopku iz študije 3, vendar s pomembno razliko. Glede na to, da se ljudje v restavracijah ne osredotočijo samo na cene, ampak se tudi pogovarjajo, poslušajo glasbo, si ogledujejo prostor itd., so tudi pri drugi skupini hoteli ustvariti takšno vzdušje. S tem so želeli udeležence zamotiti, da se ne bi ukvarjali samo s cenami. Obremenili so jih s tem, da so morali med ocenjevanjem cenovnega trenda s pomočjo slušalk poslušati posnetek branja črk (ena črka na vsake tri sekunde) in šteti samoglasnike. Rezultati so pokazali, da so udeleženci pri »no load conditions« zaznali znatnejše povišanje cene kot pri »load conditions«. Kljub občutnemu zmanjšanju precenitve cenovnega trenda v »load conditions« pa pristranskost pri udeležencih ni popolnoma izginila. Povezava med ocenitvijo cenovnega trenda in pričakovanji spremembe cene je nižja pri »cognitive load conditions«. To je konsistentno z našo predpostavko, da »cognitive load« blokira povezavo med pričakovanji in presojo cenovnega trenda.

V vseh petih študijah je bila ugotovljena pristranskost udeležencev pri oceni spremembe cene. V primeru povečanja cen so udeleženci to povišanje močno precenili, ob stabilnih cenah so še vedno zaznali močno povišanje, pri dejanskemu padcu cen pa so ocenili, da se cene niso spremenile. To je dokaz, da je pri oceni vpliva evra na inflacijo močno prisotna pristranskost ljudi, na katero vplivajo njihova pričakovanja, ki se oblikujejo na podlagi predhodnih informacij. Te informacije so odraz splošnega prepričanja ljudi, da zamenjava domače valute z evrom povzroči inflacijski učinek. Na splošno prepričanje ljudi pa v največji meri vplivajo mediji. Splošno znano je, da večina ljudi hitro nasede množičnim medijem, ti pa lahko z različnimi prijemi povzročijo odsotnost lastnega razmišljanja in šibko zavedanje tega, kar se v resnici dogaja. Iz številnih raziskav, narejenih v Nemčiji, je razvidno, da so imeli mediji močan vpliv na potrošnike. Kot sem že na začetku omenila, so imeli potrošniki v Nemčiji prav zaradi množičnega poročanja medijev, kako bo evro dvignil cene, do nove valute negativen odnos, še preden so se z njo soočili. To je zagotovo spodbudilo še več negativnih občutkov. Končna ugotovitev te raziskave se mi zdi zelo pomembna za potrošnike držav, ki so tik pred sprejetjem skupne valute, saj kaže na to, da se kljub zvišanju cen te ne povečajo tako močno, kot to zaznajo potrošniki. Vendar je pri morebitni projekciji prej navedenih dejstev na Slovenijo potrebno upoštevati tudi to, da je bila raziskava narejena v državi, kjer je prihod evra oziroma začetek plačevanja z evri povzročil veliko zmedo, saj so Nemci že od nekdaj imeli isti denar, nemško marko, in so potrebovali zelo veliko časa, da so se navadili na novo valuto, oziroma veliko tamkajšnjih potrošnikov ima probleme še danes. Slovenci pa smo bili že kar nekajkrat soočeni z zamenjavo valute in evro že zelo dobro poznamo, zato po mojem mnenju ne bi smelo prihajati do večjih težav.

5. UVEDBA EVRA V SLOVENIJI

Deset novih držav članic vključno s Slovenijo je 1. maja 2004 pristopilo k EU. Slovenija se je s tem odločila za skupno evropsko prihodnost in se s tem zavezala tudi k sprejemu evropske valute – evra. Za uvedbo evra mora država izpolnjevati določene pogoje, ki se imenujejo konvergenčna ali maastrichtska merila (glej stran 3). Evropska komisija je v konvergenčnem poročilu objavila, da naša država izpolnjuje vse pogoje za prevzem evra in na tej podlagi izdala priporočilo, naj Slovenija na evrsko območje vstopi 1. januarja 2007. Pozitivno mnenje ji je izrekla tudi ECB, ki pa ne izdaja priporočil. Dokončno zeleno luč pa smo dobili 11. julija, ko so finančni ministri EU potrdili končni tečaj zamenjave⁸ tolarjev z evri in sprejeli odločitev o vstopu Slovenije na evrsko območje. V tem krogu bo Slovenija prva in edina, ki bo lahko uvedla evro in tako postala 13. članica.

5.1. PRIPRAVE SLOVENIJE NA PREVZEM EVRA

Priprave na prevzem evra v naši državi potekajo že kar nekaj časa in so v polnem teku. Vlada RS in Banka Slovenije (BS) sta novembra 2003 sprejeli Program vstopa v ERM II in prevzem evra ter se zavezali k čim prejšnji uvedbi evra. Tako je bil že 28. junija 2004 tolar vključen v mehanizem deviznih tečajev ERM II. Določen je bil centralni paritetni tečaj⁹ v višini 1 evro je 239,640 SIT. Tečaj lahko okrog centralnega tečaja niha v določenih mejah, ki znašajo ± 15 odstotkov. Dveletno sodelovanje v tem mehanizmu brez devalvacije centralnega tečaja je pogoj za uvedbo evra, ki ga Slovenija že izpolnjuje, saj je bil tečaj tolarja glede na evro stabilen in so bila odstopanja tržnih deviznih tečajev od centralnega tečaja zanemarljiva.

Drugi pomemben dokument, ki sta ga sprejeli Vlada RS in BS, je Načrt uvedbe evra¹⁰. Ta načrt predvideva, da bo uvedba evra potekala po scenariju velikega poka (angl. big bang scenario). To pomeni, da uvedba evra kot knjižnega denarja sovпада z uvedbo evrogotovine, obdobje dvojnega obtoka denarja pa bo kratko (dva tedna).

Slovenija bo za namen uvedbe evra sprejela tudi poseben Zakon o uvedbi evra, ki naj bi ga Državni zbor RS sprejel na oktobrski seji. Zakon bo uredil postopek zamenjave tolarja v evro, obdobje dvojnega obtoka in umik tolarja iz obtoka. Predstavljal bo pravno podlago za tekoč prehod poslovanja v tolarjih na poslovanje v evrih v javni upravi, pravosodju in na finančnem trgu.

Ključnega pomena za prevzem evra pa je pripravljenost potrošnikov na uporabo nove valute. To poudarja tudi Evropska komisija. V Sloveniji potrošniki evro dobro poznajo in ga tudi pogosto uporabljajo, vendar podobno kot v drugih državah z evrom tudi slovensko prebivalstvo spremlja

⁸ Tečaj zamenjave pomeni nepreklicno in trajno menjalno razmerje, po katerem bomo v Sloveniji dejansko zamenjali tolarje v evre.

⁹ Centralni tečaj je tečaj, ki je bil določen ob vstopu Slovenije v mehanizem deviznih tečajev (ERM II), t.i. čakalnico za evro (1 EUR = 239,640 SIT)

¹⁰ Načrt uvedbe evra je bil potrjen na seji Vlade RS 3. februarja 2005. Nato je bil čez eno leto dopolnjen.

bojazen pred neupravičenimi podražitvami ob uvedbi nove valute. Navzoči so tudi strahovi pred nepravilnim zaokroževanjem cen in padcem kupne moči (Slovenija v sklepne priprave na uvedbo evra, 2006).

5.2. UKREPI ZA PREPREČITEV NEUPRAVIČENEGA POVIŠANJA CEN

5.2.1. Dvojno označevanje cen

Zamenjava valute je za državo zelo pomemben korak, na katerega se morajo dobro pripraviti gospodarstvo, oblast in prebivalci. Vsi bomo zagotovo potrebovali kar nekaj časa, da sprejmemo novo valuto za svojo. Pri tem je zelo pomembno dvojno označevanje. Slovenija je v ta namen sprejela Zakon o dvojnem označevanju cen. 1. marca 2006 se je že začelo informativno dvojno označevanje cen. V tem času je bila vrednost izdelkov in storitev, ki jih plačujemo v tolarjih, informativno označena tudi v evrih, in sicer po centralnem paritetnem tečaju. Obdobje dvojnega označevanja cen se je začelo 11. julija, ko je bil določen tečaj zamenjave, in se bo končalo šest mesecev po uvedbi evra. V našem primeru je tečaj zamenjave enak centralnemu tečaju, zato ni nobene spremembe pri označevanju cen.

Temeljni namen informativnega dvojnega označevanja in dvojnega označevanja je, da bi se lahko potrošniki postopno pripravili na novo valuto cen in da bi bili zagotovljeni primerljivost in transparentnost cen, kar naj bi »evrošpekulante« odvrnilo od neupravičenih podražitvev izdelkov in storitev.

5.2.2. Vloga potrošniške organizacije

Novembra 2005 je Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave (MIPOR) za Urad RS za varstvo potrošnikov izdelal metodologijo za izvedbo spremljanja cen ob prehodu RS na evro, ki je strokovna podlaga za spremljanje cen t.i. pricewatch, ki ga izvaja MIPOR z Zvezo potrošnikov Slovenije (ZPS). Izkušnje držav kažejo, da je pricewatch poleg obveznega dvojnega označevanja cen zagotovo temeljni mehanizem, s katerim je mogoče zajezi oziroma omiliti morebitne podražitve cen. Spremljanje cen izdelkov in storitev pred menjavo valute, med njo in po njej ter opozarjanje na neupravičene podražitve je pomembno tako z vidika informiranja in osveščanja potrošnikov kot tudi z vidika izvajanja pritiska na ponudnike izdelkov in storitev, pri katerih so takšne podražitve ugotovljene na podlagi spremljanja cen. Tako neformalni nadzor nad cenami pricewatch po mojem mnenju pomeni z vidika varstva potrošnikov zelo pomemben instrument za nadzor nad gibanjem cen.

Glavni cilji spremljanja cen ob prevzemanju evra so: zaznati morebitne nadpovprečne podražitve izdelkov ali storitev, javno opozarjati nanje, potrošnike opozoriti na tovrstne cenovne špekulacije ter ustvarjati javni pritisk nad ponudniki, ki nesorazmerno povišujejo cene.

Košarico za spremljanje cen sestavljajo 104 izbrane vrste izdelkov in storitev. Med njimi so tiste, katerih podražitve so bile po izkušnjah tujih držav v obdobju uvajanja evra najbolj opazne (gostinske in frizerske storitve, čistilnice...). Prvi popis je bil izveden februarja 2006 – pred začetkom informativnega dvojnega označevanja cen, ki se je začel marca, drugega pa so izvedli

tri mesece pozneje. Do sedaj so ugotovili, da v Sloveniji opaznejših podražitev ni bilo, pričakujemo pa lahko, da se bo mogoče več dogajalo v naslednjem preučevanem trimesečju.

Potrošniki lahko svoja opažanja sporočijo tudi na evrotelefon. V zadnjem času so dobili največ pritožb na temo obračunavanja cestnin v evrih, plačila v evrih na bencinskih servisih in na oglaševanje izdelkov - prej po 199 SIT, sedaj po 0,99 EUR (237 SIT), to pa je kar za 19 odstotkov dražje. V pripravi je tudi spletni portal zveze na to temo, vendar zaenkrat še ni zaživel (Pricewatch: Večje podražitve zaenkrat bolj izjema kot pravilo, 2006).

5.2.3. Dobro obveščanje javnosti

Večina Slovencev (64 odstotkov) po raziskavah Flash EB junija 2006 (Introduction of the euro in the New Member States, str. 34) sprejema evro kot pozitivno spremembo, 34 odstotkov pa je nezadovoljnih, ker bo evro zamenjal sedanjo valuto. Na podlagi teh podatkov in izkušenj iz pretekle uvedbe evra je zagotovo potrebno vložiti še veliko v izgrajevanje v zaupanje potrošnikov, saj večina (70,1 odstotek) pričakuje, da bo ob uvedbi evra postal vsakdan precej dražji. Na podlagi primerov, ki so bili opisani v poglavju Psihološki vidik uvedbe evra, lahko vidimo, kako pomemben faktor pri zaznavanju cen imajo mediji. Zato je po mojem mnenju ključnega pomena za zgraditev zaupanja v novo valuto ustrezna komunikacija med mediji in potrošniki.

5.3. *POTENCIALEN VPLIV UVEDBE EVRA NA CENE V SLOVENIJI*

V Sloveniji je bila inflacija dolga leta precej višja od evropske, sedaj pa je prišlo do sprememb. Marca letos je imela Slovenija 2,3 odstotno povprečno letno stopnjo, ki je bila za 0,3 odstotne točke nižja od konvergenčnega merila, ki znaša 2,6 odstotka. Referenčna stopnja inflacije se je v Sloveniji zadnja leta solidno nižala. Leta 2002 je bila 7,6-odstotna, leto pozneje 5,6-odstotna, predlani 3,7-odstotna, lani 2,5-odstotna, za letos pa BS napoveduje 2,2-odstotno povprečno letno stopnjo inflacije (Sloveniji zelena luč za evro, Litvi ne, 2006).

Čeprav trend inflacije teži k zniževanju, obstaja kar nekaj tveganj, ki lahko hitro ogrozijo stabilnost cen, Evropska komisija izpostavlja kar štiri. Na prvem mestu so visoke cene nafte, nadalje navaja Bruselj liberalizacijo trgov elektrike in plina 1. julija 2007, obstajajo pa tudi negotovosti glede možnega povišanja davka na dodano vrednost, ki bi k inflaciji lahko dodal kar 0,8-odstotne točke, ter izid pogajanj o plačnem dogovoru (EU: Pred odločitvijo o evru Sloveniji ugodna gospodarska napoved, 2006).

Zgoraj naštetá tveganja so predvidena prav v obdobju uvedbe evra in hitro lahko tudi v Sloveniji povežemo običajne inflacijske dejavnike s posledicami uvedbe evra. Moramo pa se zavedati, da je ob zamenjavi valut prihajalo do določenih podražitev v vseh državah in temu se kljub zelo dobri pripravljenosti najbrž tudi Slovenija ne bo mogla izogniti. Pri podražitvah je na prvem mestu storitveni sektor. Potrebno je biti zelo pazljiv pri primerjavi cen v SIT in cen v EUR in vsako goljufijo prijaviti na Zvezo za varstvo potrošnikov.

Zamenjava valute zagotovo pomeni za vsa podjetja precej visok strošek. Če vzamemo za primer običajno trgovino z živili: potrebno je zamenjati vse cene, na novo sprogramirati ali celo zamenjati blagajne in tehtnice, izpopolniti računalniške aplikacije itd. Skratka, narediti je treba veliko stvari, ki so povezane tudi z velikimi stroški. V Sloveniji je npr. Mercator za dvojno označevanje cen porabil okoli milijardo tolarjev. Skupni stroški vseh trgovskih družb pa po ocenah le zaradi tega znašajo okoli 10 milijard tolarjev. Kot vidimo, gre za zares visoke stroške, zato je pričakovati, da jih trgovci deloma prevalijo na potrošnike in se tako izognejo velikim izdatkom. Prav zaradi tega obstajajo možnosti, da se bodo proti koncu leta ali nekaj časa po uvedbi evra določeni proizvodi povišali za kak odstotek; do preveč občutnega povišanja pa ne bi smelo prihajati.

Pozorni bomo morali biti pri preračunavanju zneskov, saj tečaj zamenjave ni ravno najprimernejši za izračun. Prepričana sem, da bomo vsi za pretvorbo uporabljali tečaj $1 \text{ EUR} = 240 \text{ SIT}$ in ne uradnega tečaj $1 \text{ EUR} = 239,64 \text{ SIT}$. Pri pretvorbi se vsak evro navidežno podraži za 0,15 odstotka, kar pa je zanemarljivo. Problem lahko nastane pri starejših ljudeh, če bi začeli zaradi lažjega izračuna uporabljati razmerje $1 \text{ EUR} = 250 \text{ SIT}$. V tem primeru pa pride do 4,32-odstotne razlike, kar pa ni več zanemarljivo, sploh ne pri večjih vsotah.

Bolj kot zgoraj omenjene »nevarnosti« se mi zdi pomembneje izpostaviti naslednje. Uvedba evra bo zagotovo marsikateremu potrošniku povzročila kar nekaj preglavic. Potreben bo miselni prehod, na to pa smo potrošniki najbolj občutljivi. Navaditi se bomo morali razmišljati v drugih količinskih razredih, kot smo jih bili vajeni doslej, ko smo se pogovarjali o tisočakih, stotisočakih – z uvedbo evra bomo začeli govoriti o desetih, stotih evrih.

Veliko preglavic bo prinesel drobiž, saj sedaj pri plačevanju s tolarji vrnjeni drobiž pogosto enostavno spregledamo, zato v največ primerih obleži na blagajnah, po žepih ali pa doma. Z uvedbo evra pa bo plačevanje s kovanci postalo pomembno, saj se bodo cene marsikaterih osnovnih življenjskih potrebščin (kruh, mleko...) gibale okrog enega evra in na koncu meseca bo v denarnici pomemben vsak cent. Z denarjem bomo morali ravnati zelo previdno, predvsem z nižjimi enotami in kovanci.

Pri nakupih lahko pride do podcenjevanja valute, saj 10 tolarjev sedaj nič ne pomeni, medtem ko se za 10 evrov že pošteno naješ. Zagotovo pa pri večini ljudi ne bo prišlo do podcenjevanja, ko bodo dobili svoj mesečni dohodek in tako prvič zares videli, koliko je v resnici vredno njihovo delo, če ga ovrednotimo v kaki »resni« valuti. Po mojem mnenju bo psihološki šok številnih zaposlenih, ki trdo delajo in bodo domov prinesli le nekaj sto evrov, zelo velik, saj se bodo zavedeli, kako daleč od najbolj razvitih držav Evrope smo, vendar je to že druga zgodba. Posledično lahko pride do znižanja realne potrošnje in tak negativni povpraševalni šok lahko deluje v smeri znižanja inflacije ter tudi gospodarske rasti.

SKLEP

Posledice uvedbe evra so bile med državami precej različne. Razlogi za to so najverjetneje povezani z razvitostjo trga, različno stopnjo konkurence na lokalnih trgih, z variacijami povpraševanja znotraj posameznih držav ter z intenzivnostjo priprav na uvedbo evra.

Potrošniške organizacije so v vsaki državi posebej spremljale ravni cen, objavljale rezultate in s tem izvajale neformalen pritisk na ponudnike. Na podlagi njihovih ugotovitev lahko vidimo, da so se s podražitvijo srečali skoraj v vseh državah EU-12. Najbolj so bile na udaru storitve. V večini je prihajalo do zvišanja cen v restavracijah in barih, pri frizerskih storitvah, v avtopralnicah, pri hotelskih storitvah... in pa pri izdelkih manjše vrednosti. Nasprotno so hitro razvijajoči proizvodi, kot so računalniki, fotoaparati, avdio in video naprave... »staro« ceno obdržali, kar v nekaj primerih pa je bila »nova« cena nižja od »stare«.

Zanimivo je, da so empirične raziskave o vplivu uvedbe evra na povišanje splošne ravni cen večinoma vse v nasprotju z zaznavanjem spremembe cen potrošnikov evroobmočja. Po uradnih statističnih analizah Evropskega statističnega urada je uvedba evrogotovine prispevala k dvigu cen za največ 0,2-odstotne točke, vendar se večina potrošnikov s tem ni strinjala. Prihajalo je do zelo velikih razhajanj med zaznavanjem zvišanja cen potrošnikov in statističnih uradov.

Ob primerjavi gibanja indeksa HICP evroobmočja z gibanjem indeksov držav izven njega (Švedska, Danska, Velika Britanija) sem ugotovila, da ni zaznanih večjih odstopanj, zato lahko izključimo bistveni efekt uvedbe evra na zvišanje cen in potrdimo, da višje cene na začetku leta 2002 v veliki meri niso povezane z uvedbo evra. V primeru zares visokega vpliva uvedbe evra na cene bi se krivulja HICP evroobmočja zagotovo dvignila na višji nivo in na tem nivoju tudi ostala v kasnejših mesecih.

Zaradi tako različnega mnenja med potrošniki in uradno statistiko me je zanimalo, kje tiči vzrok za to tako veliko razliko v zaznavanju inflacije. Izpostavila sem dva glavna vzroka. Eden od razlogov je zagotovo ta, da so se cene močno povečale pri nekaterih dobrinah in storitvah, ki so bolj relevantne za percepcijo potrošnikov glede inflacije. Gre predvsem za dobrine in storitve, s katerimi se potrošniki »srečujejo« bolj pogosto oziroma z nekaterimi tudi vsak dan. Glavni razlog za pojasnitev tako velike vrzeli med zaznavanjem inflacije s strani potrošnikov ter med izmerjeno inflacijo s strani statističnega urada pa se zagotovo skriva v sestavi indeksa, ki meri življenjske stroške – indeks HICP. Ta je sestavljen iz dvanajstih glavnih skupin proizvodov in vsaka posamezna skupina ima določen ponder. Ali bo sprememba cene bistveno ali nebistveno vplivala na indeks gibanja cen, je namreč odvisno od teže, ki jo ima cena posameznega izdelka pri izračunavanju inflacije. Iz tega sledi, da nam indeks HICP zagotovo ne more podati nekega pravega objektivnega podatka o tem, kaj se je dogajalo s cenami.

Po mojem mnenju se je ob uvedbi evra leta 2002 marsikatera cena dvignila, vendar ne za toliko, kolikor so zaznali potrošniki. Pri oceni vpliva evra na inflacijo je zagotovo močno prisotna pristranskost ljudi, na katero vplivajo njihova pričakovanja, ki so plod predhodnih informacij. Te

informacije so odraz splošnega prepričanja ljudi, da zamenjava domače valute z evrom povzroči inflacijski učinek. Na prepričanje ljudi v največji meri vplivajo mediji. Splošno znano je, da večina ljudi hitro nasede množičnim medijem in se podredi njihovem vplivu, ti pa lahko z različnimi prijemi povzročijo odsotnost lastnega mišljenja in šibko zavedanje tega, kar se v resnici dogaja. Iz številnih raziskav, narejenih v Nemčiji, je razvidno, da so imeli mediji močan vpliv na potrošnike. Nezaupanje glede uvedbe evra je bilo prisotno že kar nekaj časa pred njegovo uvedbo, na to pa so ves čas vplivali še mediji, kar je zagotovo spodbudilo dodatne negativne občutke in pristranskost samo še potenciralo. Prišlo je do primerov, ko so tisti, ki so pričakovali zvišanje cen, to videli celo tam, kjer povišanja ni bilo. Če to prenesemo na raven narodnega gospodarstva, lahko ta fenomen vodi k resnim težavam in izkrivljanju resničnosti. Pristranskost zelo hitro privede tudi do situacij, ko za pojasnitev določenih posledic ne znamo poiskati pravih vzrokov. Do tega je prišlo v večini držav evroobmočja, saj so se prav v zimi, ko so uvedli novo valuto, bistveno povišale cene zelenjave in sadja ter gorivo. Glavni vzrok za povišanje seveda ni bil evro, čeprav je večina to povišanje povezala z zamenjavo valute. Cena zelenjave in sadja se je povišala zaradi slabih vremenskih pogojev, cena goriva pa zaradi krize na Bližnjem vzhodu.

Končna ugotovitev te raziskave se mi zdi zelo pomembna za Slovence, ki smo tik pred sprejetjem skupne valute, saj kaže na to, da se kljub zvišanju cen le-te ne povečajo tako močno, kot to zaznajo potrošniki. Poleg tega nam tudi razjasni, kako pomembno vplivajo mediji na potrošnike. Res pa je, da je pri takšnih projekcijah na Slovenijo potrebno upoštevati tudi ozadje posameznega naroda. Nemci so že od nekdaj imeli isti denar, nemško marko, in so potrebovali zelo veliko časa, da so se navadili na novo valuto, veliko tamkajšnjih potrošnikov pa ima probleme še danes. Slovenci pa smo bili že kar nekajkrat soočeni z zamenjavo valute in evro že zelo dobro poznamo, zato po mojem mnenju ne bi smelo prihajati do večjih težav. Sicer je skoraj nemogoče, da bi se ob zamenjavi valute povsem izognili povišanju cen, zagotovo pa ne bo prišlo do takšnega povišanja kot v marsikateri državi evroobmočja.

Priprave v naši državi potekajo že kar nekaj časa in so v polnem teku. Uvedba evra je zakonsko podprta. Da bi se potrošniki lahko postopno pripravili na novo valuto cen in da bi bili zagotovljeni primerljivost in transparentnost cen, se je že 1. marca začelo obvezno informativno dvojno označevanje cen, s potrditvijo menjalnega tečaja 11. julija pa dvojno označevanje cen, ki se bo končalo šest mesecev po uvedbi evra. MIPOR in ZPS skupaj izvajata neformalni nadzor nad cenami – pricewatch. Ta nadzor po mojem mnenju pomeni z vidika varstva potrošnikov zelo pomemben instrument za nadzor nad gibanjem cen, saj omogoča razkrivanje morebitne nadpovprečne podražitve izdelkov ali storitev in javno opozarjanje na možne nepravilnosti. Kljub dobrim pripravam pa bo po mojem mnenju evro povzročil kar nekaj preglavic, saj bo potreben miselni prehod iz starega v nov količinski razred, v katerem se ne bomo tako pogosto pogovarjali o tisočih in sto tisočih tolarjev, temveč o desetih in stotih evrih. Za številne zaposlene, ki bodo domov prinesli le nekaj sto evrov, bo to hud udarec, ki lahko privede do negativnega povpraševalnega šoka in posledično do znižanja inflacije ter gospodarske rasti. Toda kot vse pretekle spremembe in šoki bo verjetno tudi ta le kratkotrajen, kot je bilo kratkotrajno navdušenje in zgražanje ob vstopu Slovenije v EU.

LITERATURA

1. Adriani Fabricio, Marini Giancarlo, Scaramozzino Pasquale: The Inflationary Consequences of a Currency Changeover: Evidence from the Michelin Red Guide. Rome : The Centre for Financial & Management Studies, 2003. 22 str.
2. Angelini Paolo, Lippi Francesco: Did inflation really soar after the cash changeover? Indirect evidence from ATM withdrawals. Rome : Bank of Italy, 2005. 16 str.
3. Bini Smaghi: Slovenske priprave na uvedbo evra potekajo dobro. STA, 12.6.2006.
4. Boden Martina: Evropa: naša preteklost in sedanost. Ljubljana : Mladinska knjiga, 2004. 572 str.
5. Cene in skupna valuta. Mladina On-line.
[URL: <http://www.mladina.si/denvnik/31258>], 27.12.2002.
6. Dolenc Barbara: Pričakovanja ob uvedbi skupne evropske valute v Sloveniji. Diplomsko delo. Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2005. 59 str.
7. Dziuda Wioletta, Mastrobuoni Giovanni: The Euro Changeover and Its Effects on Price Transparency, and Inflation. Mission Euro, Mission Accomplished. New Jersey : Princeton University, 2005. 38 str.
8. EU: Pred odločitvijo o evru Sloveniji ugodna gospodarska napoved. STA, 8.5.2006.
9. EU in posledice vključevanja za slovenske potrošnike, VIP, Ljubljana, 2003, 11/12, str. 4-9.
10. Expectancy-confirmation in spite of disconfirming evidence: The case of price increase due to the introduction of the Euro. Vienna : Euro-Workshop (IAREP), 2003. 18 str.
11. Gaiotti Eugenio, Lippi Francesco: Pricing behaviour and the introduction of the euro: Evidence from a panel of restaurants. Rome : Bank of Italy, 2005. 23 str.
12. Gamble Amelie: Euro illusion or the reverse? Effects of currency and income on evaluations of prices of consumer products. Journal of Economic Psychology, Sweden, 2006. 12 str.
13. Grilc Peter: Pravo Evropske unije. Ljubljana : Cankarjeva založba, 2001. 811 str.
14. Grüber Thomas, Ritzerberger-Grünwald Doris: The Euro Changeover in the New Member States – A Preview, OeNB, Focus on European Economic integration 1/05, str. 52-75.
15. Guček Maruška: Priprave državnih uprav članic evro območja na uvedbo evra (2). Bančni vestnik, Ljubljana, 2003, 4, str. 2-6.
16. Hobijn Bart, Ravenna Federico, Tambalotti Andrea: Menu Costs at Work: Restaurant Prices and the Introduction of the Euro. Federal Reserve Bank of New York Staff Report, no. 195. New York : FRB, 2004. 28 str.
17. Introduction of the Euro in the New Member States. Flash Eurobarometer. Brussels : European Commission, 2006. 128 str.

18. Kalčič Vesna, Pilko Simona: Grešni kozel po krivici. Dnevnik, Ljubljana, 4.1.2003, str. 9.
19. Kek Matjaž: Slovenija v Evropski uniji. Ljubljana : Urad vlade za informiranje, 2002. 144 str.
20. Kos Suzana: Strah pred evrom. Finance, Ljubljana, 8.5.2006, str. 3.
21. Krošelj Damijana: Euro tri leta kasneje. VIP, Ljubljana, 2005, 4, str. 34-36.
22. Majcen Špela: Leto dni po uvedbi evrogotovine. Bančni vestnik, Ljubljana, 2003, 4, str. 18-22.
23. Majcen Špela: Izkušnje iz pretekle uvedbe evra. Bančni vestnik, Ljubljana, 2005, 12, str. 24-29.
24. Majcen Špela: Potek uvedbe evra. Bančni vestnik, Ljubljana, 2006, 5, str. 24-29.
25. Mastrobuoni Giovanni: The Effects of the Euro-Conversion on Prices and Price Perceptions. New Jersey : Princeton University, 2004. 27 str.
26. Mrak Mojmir: Mednarodne finance. Ljubljana : GV Založba, 2002. XXI, 682 str.
27. Povišanje cen frizerskih storitev zaradi slabega vremena. VIP, Ljubljana, 2002, 4, str. 35.
28. Pricewatch: Večje podražitve zaenkrat bolj izjema kot pravilo. STA, 8.6.2006.
29. Repovž Mija: Sramotilni steber pripravljen. Delo, Ljubljana, 11.3.2006.
30. Slovenija v sklepne priprave na uvedbo evra. STA, 10.7.2006.
31. Stegenšek Meta: Cena košarice po vstopu v EU. VIP, Ljubljana, 2004, 11/12, str. 4-6.
32. Štrubar Sonja: Priprave na uvedbo evra v novih državah članicah EU. Bančni vestnik, Ljubljana, 2005, 3, str. 31-36.
33. Teuro-dragi evro. Kapital, Maribor, 288, 2002.
34. Tyszka Tadeusz, Przybyszewski Krzysztof: Cognitive and emotional factors affecting currency perception. Journal of Economic Psychology, Poland, 2006. 13 str.

VIRI

1. Annual Report. Frankfurt : European Central Bank, 2002. 268 str.
2. Attitudes on the euro – Euro zone. Flash Eurobarometer 121/3. Brussels : European Commission, 2002. 103 str.
3. BEUC Euro Study (gradivo posredovano s strani Zveze potrošnikov Slovenije), 22.8.2002.
4. Did the euro cause prices to rise? Perceptions and reality. European Commission. [URL:http://www.euroconsumer.org.uk/index/publications/promotional/promotional_1005_history_of_the_euro.htm], 25.4.2006.

5. Ekonomska in monetarna unija.
[URL: <http://www.bsi.si/ekonomska-in-monetarna-unija.asp?MapaId=188>], 17.3.2006.
6. EU v Sloveniji.
[URL: http://ec.europa.eu/slovenija/index_sl.htm], 15.5.2006.
7. Euro changeover effects. European Commission.
[URL: http://europa.eu.int/comm/press_room/presspacks/euro/pp_euro_en.html], 17.4.2006.
8. European Commission Directorate-General for Economic and Financial Affairs.
[URL: <http://europa.eu.int/>], 15.5.2006.
9. Evaluation of the 2002 cash changeover. Frankfurt : European Central Bank, 2002. 237 str.
10. Finance on-line.
[URL: <http://finance-on.net>], 10.8.2006.
11. First report on the practical preparations for the future enlargement of the euro area.
Brussels : European Commission, november 2004. 31 str.
12. Five years of the euro: past achievements and future challenges. Frankfurt : European Central Bank, 2004. 11 str.
13. German Social Science Infrastructure Services (GSSIS).
[URL: http://www.gesis.org/en/Data_service/eurobarometer/flash/index.htm], 17.4.2006.
14. Gospodarska zbornica Slovenije.
[URL: <http://gzs.si/Nivo3.asp?IDpm=817>], 10.4.2006.
15. Jezovšek Miha: Uvedba in vpliv evra v avtomobilizmu: Ni večjih sprememb.
[URL: <http://www.revijakapital.com/kapital/naslovnatema.php?idclanka=3794>], 03.04.2006.
16. Križnik Božena: Najcenejše je učenje na tujih napakah.
[URL: http://delo.si/index.php?sv_path=43%2C50&query=najcenej%C5%A1e&x=33&y=6], 29.6.2005.
17. Križnik Božena: V največjo pomoč bo budno oko potrošnikov.
[URL: http://delo.si/index.php?sv_path=43%2C50&query=v+najve%C4%8Djo+pomo%C4%8D+bo+budno+oko+potro%C5%A1nikov&x=0&y=0], 1.10.2004.
18. Komisija za pošteno preračunavanje cen iz tolarjev v evre.
[URL: <http://www.gvin.com/IskanjeClankov/Print.asp?F=Clanek&articleID=1029262>], 04.07.2006.
19. Komunikacijska strategija v podporo evru.
[URL: <http://www.bsi.si/publikacije-in-raziskave.asp?MapaId=238>], 15.7.2006.
20. Predlog zakona o uvedbi evra.
[URL: <http://www.gov.si/mf/slov/evro/gradiva.html>], 17.05.2006.
21. Program vstopa v ERM2 in prevzem evra. Banka Slovenije in Vlada RS.
[URL: http://www.bsi.si/html/publikacije/evropa/ERM2%20_BS_Vlada_200311.pdf], 2003.
22. Public opinion and the single currency, Attitudes on the euro in the Euro Zone. Flash Eurobarometer 139. Brussels : European Commission, 2002. 97 str.
23. Publikacija: Prihaja evro.
[URL: <http://www.bsi.si/publikacije-in-raziskave.asp?MapaId=238>], 15.7.2006.

24. SCAD Plus: From Rome to Maastricht: a brief history of EMU.
[URL: <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/125007.html>], 2004.
25. Sloveniji zelena luč za evro, Litvi ne.
[URL: <http://www.delo.si/article.print.php?ID=136730>], 17.05.2006.
26. Statistični urad Republike Slovenije (SURS).
[URL: http://www.stat.si/vodic_oglej.asp?ID=143&PodrocjeID=4], 11.5.2006.
27. Tekavec Vanja: Nova valuta ni bila kriva podražitev.
[URL: http://www.delo.si/index.php?sv_path=43,49&so=Delo&da=20041217&ed=0&pa=16&ar=960d0a4641bde8c47b8553668275b36104&fromsearch=1], 17.12.2004.
28. The Council of the European Union.
[URL: http://www.consilium.europa.eu/cms3_fo/showPage.ASP?lang=en], 18.2.2006.
29. The euro – Our Currency.
[URL: http://ec.europa.eu/economy_finance/euro/our_currency_en.htm], 15.3.2006.
30. The euro, 3 years later. Flash Eurobarometer 165. Brussels : European Commission, 2004. 123 str.
31. The euro, 4 years after the introduction of the banknotes and coins. Flash EB 175. Brussels : European Commission, 2005, str. 32-38.
32. The euro and prices two years on. Monthly Report, Frankfurt, January 2004, str. 15-28.
33. The European Central bank.
[URL: <http://www.ecb.int/>], 17.3.2006.
34. The introduction of euro banknotes and coins – one year after. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economics and Social Committee, the Committee of the Regions and the European Central Bank. Brussels : European Commission, 2003. 17 str.
35. Tudi ECB dala Sloveniji pozitivno oceno za evro.
[URL: <http://www.gvin.com/IskanjeClankov/Print.asp?F=Clanek&articleID=1021207>], 23.05.2006.
36. Vlada Republike Slovenije in Banka Slovenije: Načrt uvedbe evra.
[URL: http://www.bsi.si/html/publikacije/evropa/Euro_Masterplan_612005.pdf], januar 2005.
37. Vlada Republike Slovenije in Banka Slovenije: Prva dopolnitev Načrta uvedbe evra v Republiki Sloveniji.
[URL: http://www.gov.si/mf/slov/evro/nacrt_uvedbe_Evra_prva_dopolnitev.pdf], februar 2005.

PRILOGA

Priloga 1: Preračun cen iz DEM v EUR na podlagi različnih pogojev

21 jedi	DM cena	variranje povprečne cene jedi			variranje cen jedi znotraj menija			
		EUR cena 0%	EUR cena plus 15%	EUR cena minus 15%	Sprememba evro cene	EUR cena 0%	EUR cena plus 15%	EUR cena minus 15%
Pica								
Margerita	8.90	4.55	5.23	3.87	+20%	5.46	6.28	4.64
Goba	10.15	5.19	5.97	4.41	-20%	4.15	4.77	3.53
Pršut	11.45	5.85	6.73	4.98	0%	5.85	6.73	4.98
Havaji	12.60	6.44	7.41	5.48	+10%	7.09	8.15	6.02
Regina	12.60	6.44	7.41	5.48	-10%	5.80	6.67	4.93
Raki	14.45	7.39	8.50	6.28	-20%	5.91	6.80	5.02
Štiri siri	16.85	8.62	9.91	7.32	+15%	9.91	11.39	8.42
Calzone	18.50	9.46	10.88	8.04	+20%	11.35	13.05	9.65
Solata								
Salata Italija	10.15	5.19	5.97	4.41	+20%	6.23	7.16	5.29
Kuharjeva solata	12.65	6.47	7.44	5.50	0%	6.48	7.44	5.50
Juha								
Paradižnikova juha	6.80	3.48	4.00	2.96	0%	3.48	4.00	2.96
Čebulna juha	7.50	3.83	4.41	3.26	-15%	3.26	3.75	2.77
Menjštra	10.65	5.45	6.26	4.63	0%	5.45	6.26	4.63
Pašta								
Lazanja	16.85	8.62	9.91	7.32	-15%	7.32	8.42	6.22
Tortelini	14.45	7.39	8.50	6.28	+20%	8.87	10.20	7.54
Bolognese	11.45	5.85	6.73	4.98	0%	5.85	6.73	4.98
Carbonara	12.65	6.47	7.44	5.50	0%	6.47	7.44	5.50
Rigatoni	18.50	9.46	10.88	8.04	-20%	7.57	8.70	6.43
Sladica								
Tiramisu	7.50	3.83	4.41	3.26	+15%	4.41	5.07	3.75
Sadni kupa	8.90	4.55	5.23	3.87	-20%	3.64	4.19	3.09
Ledeni špageti	8.20	4.19	4.82	3.56	0%	4.19	4.82	3.56
Skupaj	251.75	128.72	148.03	109.41	0%	128.72	148.03	109.41
Študija	1-5	2	2, 4	2		1, 3 ^b , 4, 5	1	1

Vir: The case of price increase due to the introduction of the Euro, 2003, str. 9.