

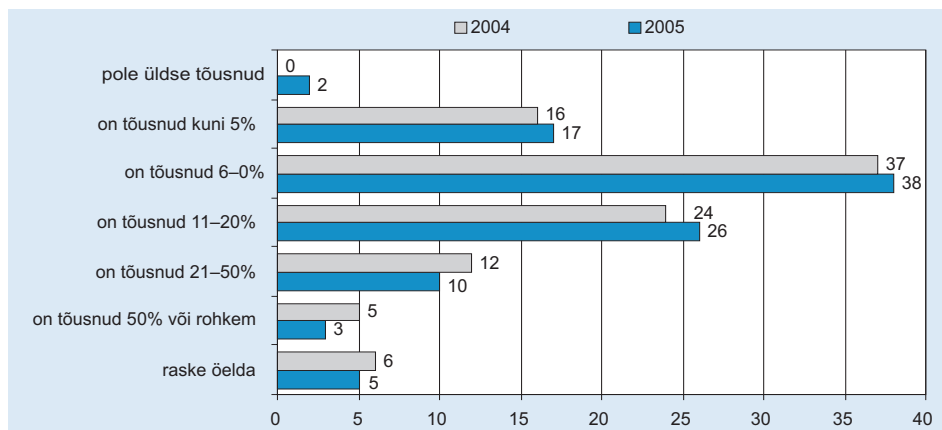
Hinnatõus, mida mõõdetakse tarbijahinnaindeksiga ja millest räägib keskpank, on enamasti mõnevõrra erinev hinnatõusust, mida tajub tavainimene. Eriti suured käärid tegeliku ja tajutava hinnatõusu vahel tekivad siis, kui majanduskeskkond muutub. Allpool vaatleme lühidalt, mis mõjutab hinnataju moondumist, ning kuidas on Euroopa Liidus praegusel euroalal alusetute hinnatõusuhirmudega võidelda üritatud. Hinnakasvu kiiruse tajumine tegelikust erinevana pole kaugeltki mitte ainult Eestile omane nähtus.

HINNATÕUS, HINNATÕUSU TAJUMINE JA HINNATÕUSUKARTUS

Kaja Kell

■ Tegelik ja kujutletav hinnakasv ■

Ajavahemikus Eesti saamisest Euroopa Liidu liikmeks 1. mail 2004 kuni 2005. aasta 1. veebruarini **kasvasid tarbijahinnad Eestis 3%**. Enamik Eesti elanikest ei tunnetanud hinnatõusu kaugeltki nii madalana. Uuringufirma Saar Poll jaanuarikuised küsitlusandmed¹ näitavad järgmist:



Joonis 1. Kas ja kui palju on Teie arvates toodete ja teenuste hinnad praeguseks tõusnud Eestis viimase aja jooksul, alates sellest ajast, kui Eestist sai Euroopa Liidu liige? (%)

¹ Ajavahemikus 20. jaanuar–2. veebruar 2005 viis sotsiaal- ja turu-uuringute firma Saar Poll Eesti Panga tellimusel läbi avaliku arvamuse küsitluse. Suulise intervjuu vormis küsitleti 1150 inimest vanuses 15–74 aastat. Tulemusi võrreldi 2004. aasta septembris teostatud uuringu tulemustega.

2004. aasta septembriga võrreldes olid Eesti elanike hinnatõusuhirmud 2005. aasta jaanuariks veidi vähenenud. Hinnatõusu tajumine on muutunud mõnevõrra realistlikumaks, kuigi tegelikust olukorrast on arvamused endiselt kaugel. Ka lähiaastate hinnatõusu ootus ei ole enam nii kõrge kui septembris 2004.

Kui septembris 2004 oli hinnatõusu suhtes kõige tundlikumaks valdkonnaks **toidukaubad**, siis praegu on selleks eluasemega seotud kulutused. Toidukaupade osakaalu langus selles edetabelis on ilmselt põhjendatav sellega, et toidukaupade tegelik hinnatõus ei osutunud nii suureks kui kardeti. Eluasemekulutuste kasvu ootuse taga peitub tõenäoliselt eelkõige elektrihinna tõusu kartus. Eelmise küsitlusperioodiga võrreldes on elanike jaoks veelgi tundlikumaks muutunud ka tervishoiu valdkond.

■ Erinevad inimesed tajuvad hinnatõusu erinevalt ■

Saar Polli uuringu andmetel tajuvad hinnatõusu suuremana mitte-eestlased, vanemad inimesed, madalama haridusega inimesed, madalama sissetulekuga inimesed ja eurole ülemineku vastased. Tallinna elanikud tajuvad hinnatõusu väiksemana, teiste linnade ja maaelanikud veidi suuremana.

Faktumi samalaadse ja -aegse uuringu andmetel² tajuvad hinnatõusu väiksemana ühelt poolt ettevõtjad, juhid ja tippspetsialistid ning teiselt poolt (noored ja seetõttu optimistlikumad ning elumuredega veel vähe kokku puutunud?) õpilased. Nendest gruppidest hindab ligikaudu 40% hinnatõusuks kuni 5%, mida võiks ka "õigeks" lugeda.

Kõige madalama sissetulekuga isikud (pereliikme kohta vähem kui 1000 krooni kuus) peavad Eesti Euroopa Liiduga ühinemisele järgnenud hinnatõusu sageli tegelikust palju suuremaks – 45% neist arvab, et hinnad on tõusnud 11–20%. Siiski ei saa öelda, et mida kõrgem on sissetulek, seda väiksem on kõrgendatud hinnatõusutaju. Faktumi andmetel sõltub hinnatõusutaju lisaks praegusele sissetulekute tasemele palju ka sellest, kui optimistlikud või pessimistlikud on tulevikuootused – nii tajub hinnatõusu kõige madalamana toimetulekutüüp³, keda iseloomustab hea toimetulek antud hetkel ja **lootus jätkuva heaolule tulevikus** (koguni 41% peab hinnatõusu tasemeks kuni 5%, mida võib "õigeks" lugeda). Samas näitab vastuste liigitamine ainuüksi sissetulekute alusel, et kõrgema sissetulekuga isikud toovad teistest sagedamini välja mitte "õiget", vaid sellest tunduvalt kõrgemat, 6–10% hinnatõusuvahemikku.

² Uuringukeskus Faktum teostas perioodil 19.–31. jaanuar 2005 Eesti Panga tellimisel suulise intervjuu vormis uuringu Eesti 15–74aastaste elanike seas. Eesmärk oli selgitada: 1) elanikkonna kui terviku ootused, suhtumine eurole üleminekusse ja hinnangud võimalikele muutustele seoses euro kasutuselevõttuga; 2) ootused ja suhtumised erinevate meedia(tarbimis)- ja toimetulekutüüpide kaupa.

³ Uuringukeskuse Faktum analüüsid jaotatakse vastanud viide toimetulekutüüpi selle põhjal, kuidas vastanud on küsitluse ajal hinnanud oma toimetulekut ühiskonnas ja prognoosinud oma pere toimetulekut lähiaastatel aset leidvaid muutusi. Täpsem jaotus on järgmine: 1) praegune toimetulek keskmine, lähiaastatel säilib sama olukord; 2) praegune toimetulek keskmine, lähiaastatel läheb halvemaks; 3) praegune toimetulek hea, muutub lähiaastatel paremaks; 4) praegune toimetulek halb, lähiaastatel muutusi nii paremuse kui halvemuse suunas, samuti võimalik praeguse olukorra säilimine; 5) praegune toimetulek keskmine, muutused paremuse suunas.

Seega **sõltub hinnatõusu tajumine lisaks sissetulekule veel muudestki teguritest:**

- kas jälgitakse hindu, kas ollakse peres põhiline ostja ning teenuste eest maksja;
- milline on inimese vanus ja elukogemus;
- milline on inimese haridus.

Hinnatõusutundlikkust mõjutab oluliselt ka see, milliseid teabeallikaid kasutatakse, kuidas saadud teavet tõlgendatakse (milliste emotsioonide ja väärtushinnangutega), millised on tarbimisharjumused ja soovid tarbida, milline on soovitatav positsioon ühiskonnas, rahulolu või rahulolematuse olemasoleva seisuga vms.

■ Miks erineb tajutav hinnakasvutempo ametlikust inflatsiooninäitajast

Tänaseks on uuringutega põhistatud, et hinnatõusu tajutakse alati teravamalt kui hinnalangust, hinnatõusu põhjustatud pahameel on alati tugevam kui hinnalanguse põhjustatud heameel, hindu ei tajuta tervikpildis – ühe toote hinnatõusu ei nähta suhestatuna teise toote samaaegse hinnalangusega –, hinnamuutuse psühholoogiline mõju on seda suurem, mida sagedamini konkreetset kaupa või teenust ostetakse ning et hinnatõusu tajutakse teravamalt nende kaupade puhul, mille eest tasutakse sularahas.⁴

Selleks, et mõista põhjusi, miks eestlaste tajutav hinnatõusukiirus erineb tegelikust hinnatõusust, on kasulik vaadelda, **mis toimus hindadega pärast seda, kui Eestist sai Euroopa Liidu liige**⁵. Alustuseks tuleb rõhutada, et 2004. aasta alguskuudel oli inflatsioonitempo Eestis tavatult madal (I kvartalis kallinesid tarbijahinnad vaid 0,4%). See lõi fooni edasiste hindade arengu hindamiseks. 1. mail 2004 ühines Eesti Euroopa Liiduga ja just sellele hetkele olid ajastatud nii Eesti senise ülliberaalse kaubanduspoliitika ühtlustamine Euroopa Liidu omaga kui ka kütuseaktsiisi tõstmine Euroopa Liidus nõutava miinimumtaseme lähedale. 2004. aasta maikuus toimus Eestis inflatsioonimäära hüppeline tõus ja hinnad kerkisid eelmise kuuga võrreldes 2,1%.

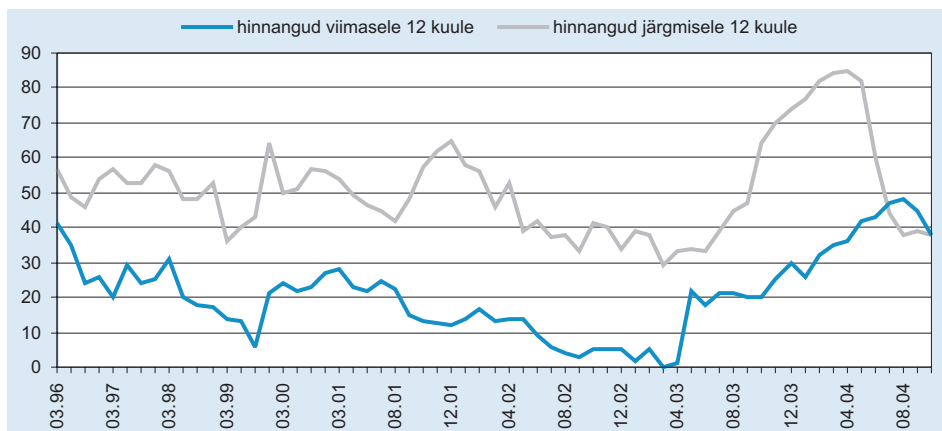
Euroopa Liidus rakendatav kohalikku põllumajandustootmist soosiv regulatsioon, mis nüüd laienes ka Eestile, tõi kaasa euroliiduvälistest riikidest imporditavate põllumajandussaaduste hindade tõusu tollimaksu võrra (banaanide puhul nt 64%). Kadusid Euroopa Liidust imporditavate põllumajandussaaduste ekspordisubsiidumid ja nende hind läks selle võrra kallimaks. Seetõttu leidis aset ka väga palju tähelepanu pälvinud suhkru 2,3kordne hinnatõus ühe kuu jooksul (2004. aasta aprillist maini).

⁴ Seda laadi küsimusi on muuhulgas käsitletud 2002. aastal Nobeli majanduspreemia pälvinud D. Kahneman (vt nt D. Kahneman and A. Tversky, *Prospect Theory: an Analysis on Decisions Under Risk*, *Econometrica*, 1979, 47 vms).

⁵ Põhjalikuma analüüsi viimase aasta hinnatõusust Eestis leiab Laura Ehrliche artiklis "Inflatsiooniarengute erisused Balti riikides Euroopa Liiduga liitumise järel" ja Andres Saarniidi kirjutises "Inflatsioonist lähiminevikus ja tulevikus", mis ilmusid "Krooni ja Majanduse" eelmises numbris.

Eestis on tulutase võrreldes keskmise Euroopa Liidu liikmesriigiga suhteliselt madal ning seetõttu on kütuse ja toidukaupade osatähtsus Eesti leibkondade ostukorvis kõrgem kui mujal. Ent just kütuseaktsiisi tõus, mille tulemusena kasvas mootorikütuse hind maikeus 17%, andis tervelt 1,1% tarbijahinnaindeksi tõusust, mis ulatus kokku 2,1%ni. Eesti eratarbija ostukorvis on kütuse osatähtsus 6,56%. Suhkru osa on ostukorvis väiksem, vaid 0,39%, ja seetõttu tulenes siin 129,3%sest hinnatõusust vaid 0,5 protsendipunkti suurune tarbijahinnaindeksi kasv. Teiste toiduainete hinnatõus (banaanid, mõned kalaliigid jms) mängis tagasihoidlikumat rolli ning selle mõju jäi kokku alla 0,2 protsendipunkti tarbijahinnaindeksist.

Liitumisjärgsed arengusuunad näitavad, et Eestis oli eelmise aasta maikeus tegemist **ühiekordse hüppelise hinnatõusuga** ning juba juunis-juulis alanesis eelmise kuu suhtes mõõdetavad inflatsiooninäitajad tavapärase tasemeni. Paraku ei mõjutanud see kuigivõrd hinnatõusu tajumist. **Üks põhjusi peitub selles**, et elanike hinnatõusuootused rajanevad mineviku kogemusel – seda illustreerib ka alltoodud joonis 2.



■ Praeguse euroala hinnakasvukiiruse tajumise kogemus eurole ülemineku eel ja järel ■

See, et tavainimese hinnatõusutaju erineb tarbijahinnaindeksiga mõõdetavast objektiivselt näitajast, pole kaugeltki vaid Eestile ainuomane nähtus. Hinnataseme tajumise moonutused, mida oleme märganud Eestis pärast Euroopa Liiduga ühinemist, on oma olemuselt kaunis sarnased "vanade" ELi liikmesmaade elanike hinnatõusu puudutavate hinnanguatega pärast üleminekut eurole nende koduriigis.

2003. aasta juunis avaldatud Eurostati lõppraporti kohaselt ulatus euroala ÜTHI kasv 2002. aastal, mil toimus lõplik üleminek eurole, 2,3%ni. Sellest võis vaid 0,1–0,3% protsendipunkti panna eurole ülemineku arvele. Samas aga tõusid inflatsiooniootused (mida mõõdetakse kiiremat hinnakasvu ootavate ja hinnakasvu aeglustumist ootavate vastajate suhtega) eurole ülemineku järel, jaanuaris 2003, enneolematult kõrgele tasemele kõigis euroala riikides. 20 000 vastajaga küsitluse andmetel põhineva inflatsioonitajumisindeksi⁶ ja euroala tegeliku ÜTHI liikumine oli enne täielikku eurole üleminekut 2002. aasta jaanuaris enam-vähem paralleelne. Seejärel aga on käärid pikema aja jooksul olnud silmatorkavalt suured. Alles päris viimasel ajal on vahe jälle vähenema hakanud.

Vahe "vana Euroopa" tarbijate tunnetatava ja tegeliku eurole ülemineku järgse inflatsiooni-näitaja vahel on seletatav eelkõige psühholoogiliste teguritega – st mõnedes inimestele olulistes igapäevakaupade ja -teenuste kategooriates (nt söögikohad, õlu, juuksur, keemiline puhastus) toimus eurole ülemineku järel tõepoolest selgelt tajutav hüppeline hinnatõus; samas ei pannud tarbijad eriti tähele näiteks elektroonikaseadmete ja kindlustusteenuste jms hinnalangust, mis kajastub tarbijahinnaindeksis⁷. Euroopa Liidu analüütikud osutavad, et valdav osa hinnatõusudest, mis on äratanud enim tähelepanu, on leidnud aset selliste teenuste puhul, mille eest tasutakse sularahas ja majandusharudes, kus konkurents on suhteliselt nõrk (kohalikud turud). Eurostati süvaanalüüs kinnitab, et selliste kaupade ja teenuste puhul on seos tegelike hinnamuutuste ja inimeste hinnangute vahel tõepoolest olemas⁸.

⁶ Inflatsioonitajuindeksid võivad väljendada kas lihtsalt optimistlikumat/pessimistlikumat inflatsioonihinnangut väljendanud küsitlusvastuste osakaalu, optimistlikumate/pessimistlikumate hinnangute suhet või kujutada endast keeruliste arvutuste tulemust, kus võetakse arvesse, kas tegemist on hinnatõusu või -langusega, kui sageli konkreetset kaupa või teenust ostetakse, kas toote või teenuse eest tasutakse sularahas jne. Üks suhteliselt kaasaegne ja keerukas indeks on praegu väljatöötamisel Saksa Föderalse Statistikaameti tarvis (vt H. W. Brachinger 2005).

⁷ Euroala tarbijahinnaindeks tõusis 2002. aastal tegelikult vaid 2,3%.

⁸ Vt nt Euroopa Komisjoni majandus- ja finantsküsimuste peadirektoraadi (DG ECFIN) direktori Jan Host Schmidti esinemist 2005. aasta märtsis Brüsselis toimunud konverentsil "Tarbijad ja euro", kus ta osutas, et suurem osa "vana Euroopa" eurole ülemineku aasta inflatsioonist on seletatav tava- või ühekordsete teguritega (teatud toiduhindade tõus loomaepideemiatega ja kehva ilma tõttu, nafta hind jms). Ta rõhutas, et tõepoolest leidis aset mõningane euro kasutuselevõtuga seotud hinnatõus, kuid ainult üksikute kauba- ja teenustegruppide puhul; paraku kipuvad inimesed tunnetama valesti tarbijakorvi komponentide osatähtsust. Sellepärast on läbipaistvus ja vastava suunitlusega teabekampaaniad väga vajalikud. Samal üritusel kinnitas Euroopa Parlamendi liige Jules Maaten Hollandist, et vähemalt tema koduriigis olid restoranide hinnad meedia ja avaliku arvamuse keskpunktis, mistõttu nende külastatavus langes ja paljud toitlustusettevõtted läksid pankrotti; lisaks kasutasid mitmed kohalikud omavalitsused eurot kommunaalteenuste hinna tõstmise "vabandamiseks".

Oma rolli mängis kindlasti ka see, **kui hästi olid erinevate riikide kodanikud euro käibele tulekust informeeritud**. Vahetult enne euro käibele tulekut (novembris 2001) näitasid avaliku arvamuse uuringu Eurobaromeeter andmed, et kõikidest tulevase euroala kodanikest olid soomlased kõige paremini informeeritud (75% pidas end euro käibele tuleku küsimustes hästi informeerituks) ja kreeklased kõige kehvemini (enese arvates hästi informeeritud 42%). Soomlased tajusid ka eurole ülemineku järgset inflatsioonitempot kõige madalamana, kusjuures kreeklaste hinnangud olid kõrgeimate hulgas.

ELi majandus- ja rahandusküsimuste voliniku **Joaquin Almunia**⁹ tungiv soovitus uutele europiirkonnaga liituvatele riikidele on tegeleda väga tõsiselt elanikkonnale suunatud teabekampaania ettevalmistamisega. Euroopa Komisjoni soovitusel ülevõimendatud hinnatõusukartuste käsitlemiseks¹⁰ rõhutavad ühelt poolt vajadust **jagada teavet** – ning seda just tavainimese huvidest lähtuvalt – ja teiselt poolt **kasvatada usaldust** euro vastu.

■ Mida võiksime praeguse euroala kogemusi ■ arvestades ette võtta?

Elanikkonna teavitamise vaatepunktist hinnatakse Euroopa senise kogemuse põhjal olulisimaks infot **euro ja senise rahvusvääringu kursi suhtest** ning euro **turvaelementidest ja hindade esitamist paralleelselt nii eurodes kui rahvusvääringus**. Juhul kui eurole üleminekul kavatakse kasutada hindade paralleelset esitamist nii eurodes kui vanas kohalikus vääringus, soovatakse uutel liikmesmaadel mõelda ka “väljumisstrateegia” peale – mõnes euroala liikmesriigis kasutatakse 2002. aastast pärinevat paralleelset hinnaesitust tänini ja tundub, et iga kaubandusettevõtte kardab olla esimene nende kaotamisel.

Ebakindlus ja teadmatus on kindlasti kahjulikumad kui ebameeldiv teave tegelikult aset leidnud hinnatõusude kohta. Seetõttu on **äärmiselt oluline** riigi ning kohalike omavalitsuste, aga ka tarbijaorganisatsioonide teostatav **süsteemne hinnaseire**. Hinna(muutuste) andmeid võiks hakata koguma juba varakult enne eurole üleminekut, et potentsiaalselt “tundlike” hindade kohta oleks võimalik kasutada piisavalt üksikasjalikku võrdlusbaasi. Abivahendina soovatakse muuhulgas kasutada ka infotelefoni, kuhu inimesed saavad põhjendamatutest hinnatõstmistest teada anda. Kasu võib olla nii hinnatõusu taustmehhanismide kui **tegelike hinnatõusunäitajate kiirest avalikustamisest**.

Ilmselt väärib ka Eesti kontekstis tõsist kaalumist ettepanek võtta eurole ülemineku eel ennetavalt kasutusele tõenäoliselt hoolsamat seiret vajavate kaupade ja teenuste hindade “**riskisignaalkorv**”, mis on eriti oluline igapäevaselt ostetavate kaupade puhul. Nagu on öelnud hollandlasest europarlamenti liige **Jules Maaten**, annaks see võimaluse olla “maalähedane” ehk rääkida pigem ölle ja juuksuri hinnast kui ÜTHst. Praeguse euroala kogemus ja Eurostati analüüsid näitavad, et teenused, mille hinnamuutused olid kõige tõenäolisemalt seotud eurole üleminekuga, olid restoranid, kohvikud, juuksuriärid, mitme-

⁹ Vt nt “*The Euro and Consumers: Three Years On*”, 14. märts 2005.

¹⁰ Vt nt “*The Effects of the Euro Changeover on Inflation*”, Brüssel, märts 2005.

sugused parandustöökojad, meelelahutus, kultuuri- ja sporditeenused. Ehkki väiksema tõenäosusega, on eurole üleminek eeldatavasti mõjutanud ka mõnede toidukaupade (näiteks leiva, puu- ja juurviljade ning õlle) hindu, samuti autohooldus- ja majutusteenuse maksumust.

Praeguse euroala kogemus näitab, et paljudel juhtudel on olnud kasu **“käitumiskoodeksitest”**, mille järgimises mõne majandusharu ettevõtted, erialaorganisatsiooni liikmed vms omavahel kokku lepivad. Siinkohal võiks eeskuju anda avalik sektor, kes peaks kindlalt teatama, et järgib head tava avalike teenuste hindade, maksude jms eurosse ümberarvestamisel. Ent tuleb silmas pidada, et käitumiskoodeksist on kasu vaid siis, kui sellest tõesti kinni peetakse.

Praegustes euroala riikides ei toiminud käitumiskoodeksid igal pool ühtmoodi edukalt. Vähe-malt mõnedes riikides¹¹ on tarbijakaitsjate hinnang hetkel suhteliselt negatiivne – sellega liitunud ettevõtted rikkusid tihti koodeksis sisalduvaid tingimusi, sest 1) väikeettevõtted ei süvenenud piisaval määral tingimustesse; 2) puudusid sanktsioonid tingimuste rikkumise eest; 3) tingimused ei olnud avalikud; 4) kontakttelefonid rikkumistest teavitamise jaoks puudusid või avati liiga hilja. Mitmete ELi liikmesmaade tarbijakaitseliitude esindajad on aruteludel soovitanud uutel liikmesmaadel üritada eurole üleminekul kehtestada **kohustuslikud hinnareeglid**. See, kuivõrd reaalne on nende soovitude järgimine, sõltub muidugi kohalike tarbijakaitseseorganisatsioonide (ja ehk ka kogu kolmanda sektori) autoriteedist ja otsustavusest, mis uutes liikmesmaades ei pruugi alati just kõrge olla.

Jaekaubanduses ja isikuteeninduses võib abi olla ka sellest, kui ettevõtted, kes käitumiskoodeksit järgivad, saavad õiguse reklaamida end **“ausat hinnakujundust” kinnitavate kleebistega**, ent see eeldaks, et olemas oleks vastav institutsioon, kes kasvõi pisteliselt nõuete järgimist kontrolliks.

■ Eelseisev eurole üleminek ■ ja Eesti hinnamuutused

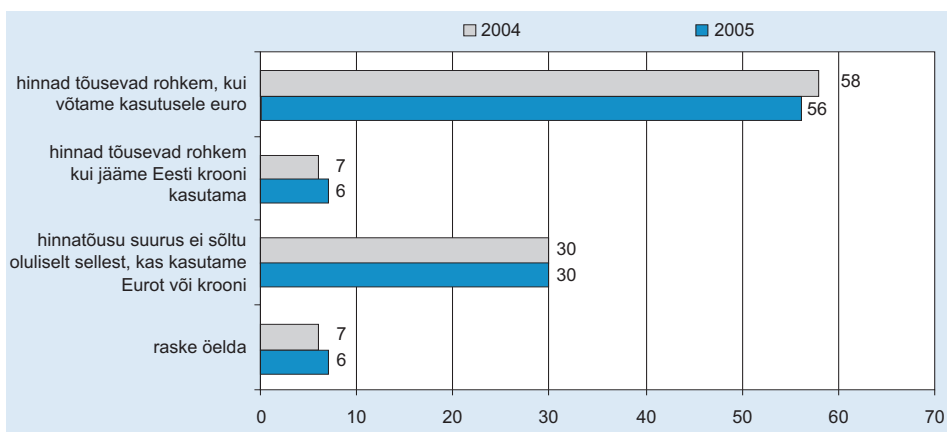
Eestis seisab euro kasutuselevõtt ees lähiaastatel ja meil on eeldatavasti tegemist mitmes mõttes hinnatundlikuma keskkonnaga (madalamad sissetulekud võimendavad mõnede eriti heitlike hindadega kaubagruppide nagu toit ja kütus hinnatõusude mõju; ajaloolises mälus on kogemused sotsialismiaja lõpukümnendite hüperinflatsioonist jms). Seetõttu on eriti oluline, et läbimõttlematu teavitus või vajaliku teabe jagamata jätmine ei põhjustaks asjatuid hinnatõusukartusi. Arvestada tuleb, et hinnatõusukartus võib saada ettekäändeks tegelikule hinnatõstmisele, st kartusi võidakse omakasupüüdlikult ära kasutada ka tegelikult mittevajalike hinnatõstmisotsuste põhjendamiseks.

Küsimusele, milliseid miinuseid näete seoses eurole üleminekuga, vastab eestlane (kui ta üldse mingeid miinuseid välja tuua soovib) enamasti ikka, et hinnatõusu. Ja siinkohal pole vahet ei vaesemate ega rikkamate, haritumate ega vähem haritute vahel. Suurema

¹¹ Käitumiskoodeksit on rahvusvahelistel foorumitel kritiseerinud näiteks Itaalia tarbijakaitsjad.

sissetulekuga ja kõrgharidusega inimesed nimetavad **hinnatõusu** kui ohtu eurole üleminekul isegi sagedamini¹² – seda ilmselt mitte niivõrd seetõttu, et nad hinnatõusu rohkem kardaksid, kui seetõttu, et nad on reeglina rohkem valmis oma arvamust avaldama.

Kui küsida pisut teisiti, anda vastajatele valida, mida nad peavad tõenäosemaks, kas seda, et hinnad tõusevad euro kasutuselevõtmisel kiiremini kui eesti kroonides, tõusevad aeglasemalt kui eesti kroonides või pole vääringu nimel otsest seost hinnatõusu kiirusega, jagunevad vastused järgmiselt:



Joonis 3. Kuidas muutuvad hinnad euro kasutusele võtmisel? (%)

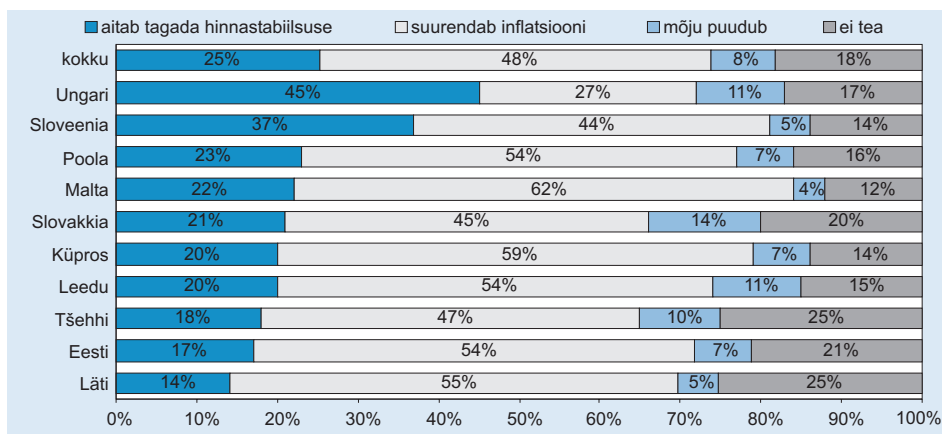
Allikas: Saar Poll

Seda, et euro kasutuselevõtmisel tõusevad hinnad kiiremini, arvavad teistest rohkem mitte-eestlased, vanemad inimesed ja kiire eurole ülemineku vastased. Seega võiks arvata, et hinnatõusu kardavad eelkõige need, kes on oma loomult alalhoidlikumad või pole ehk kõige paremini informeeritud, kuid Faktumi uuringu andmetel seostab euro kasutuselevõtuga suuremat hinnatõusu ka 63% ettevõtjaid ja tippjuhte ning 61% kõrgharidusega isikuid. Seega ka gruppides, millelt võinuks loota suuremat teadlikkust, on mõningad stereotüübid üpris sügavale imbutunud. See näitab veel kord, kui oluline on antud juhul teavitamine ning hoiakute kujundamine.

Õpilased on teistest sagedamini arvamusel, et hinnatõus ei sõltu krooni või euro kasutamisest. Kas võib siin näha kaasaegse põhikooli ja gümnaasiumi pakutava süsteemse majandushariduse mõju, millest ka veidigi eakamad kõrgharitud on omal ajal ilma jäänud? Tõenäolisem on siiski, et õpilastel lihtsalt puudub suurem ostukogemus, nende ostustruktuur erineb täiskasvanute omast ja nad on optimistlikuma meelelaadiga. Noored pooldasid ka Euroopa Liitu rohkem kui vanemad inimesed ja siingi mängis ilmselt oma rolli noorusele omane optimism ja usk tulevikku.

¹² See kehtib nii Saar Polli kui Faktumi küsitlustulemuste kohta.

Jällegi pole eestlaste eurole üleminekule kaasneva hinnatõusu kartuses midagi erandlikku – praktiliselt sama hoiak valitseb ka teistes uutes ELi liikmesmaades.¹³ Euroopa Komisjoni majandus- ja finantsasjatundjad on osutanud, et isegi kui uutes liikmesriikides korraldatud Eurobaromeetri küsituse tulemused näivad pessimistlikena, oli olukord praegustes europiirkonna riikides enne eurole üleminekut üsna samasugune; **suhtumine ühisrahasse hakkas oluliselt paranema alles siis, kui euro kasutuselevõtt oli juba käegakatsutav ning sellekohane praktiline informatsioon muutus kättesaadavamaks.**



Joonis 4. Euro kasutuselevõttuga seotud hinnakartused uutes ELi liikmesriikides

Allikas: Eurobaromeeter 2004

Kokkuvõttes võib öelda, et ilmselt tuleb hinnatõusumehhanisme ja hinnatõusu tajumist puudutavat teavitamist ja harimist Eestis lähiaastatel üsna tõsiselt võtta. Seejuures tuleks õppida teiste riikide kogemustest ja vigadest. Eesti olusid ja inimeste meelelaadi arvestades peaks tõsist tähelepanu pälvida näiteks Euroopa tarbijaorganisatsiooni (*European Consumers' Organisation*) juhi **Jim Murray**¹⁴ märkus, et kuigi eurole üleminek oli üldiselt edukas, tekitas probleeme poliitikute soov ignoreerida olemasolevaid probleeme ning mõningane “over-selling” (“kaelamäärimine”), mis tekitas täiesti normaalse vastureaktsiooni vähem euroentusiastlike inimeste seas. Seda, et euro kasutuselevõtt võis mõjutada inflatsiooni, tunnistati liiga hilja. Inimeste ülereageerimise põhjusi on samuti mitu: ühest küljest pandi rohkem tähele üksikute igapäevaste teenuste-kaupade hinnamuutusi, kus eurole ülemineku mõju avalduski selgemini, ning teisalt pandi suuremal määral tähele ka normaalset inflatsiooni. Eurole üleminekuga seostatava inflatsiooni puhul tuleb alati küsida, milline oleks olukord olnud siis, kui eurot poleks kasutusele võetud. Pole päris korrektne, et siiani võrreldakse hindasid 2001. aasta tasemega. **Erinevate põhjuste koosmõjul on eurost nüüdseks mitmel pool “vanas Euroopas” saanud patuoinas,**

¹³ Vt nt Eurobaromeetri uuringut “Introduction of the Euro in the New Member States”, http://www.europa.eu.int/comm/public_opinion/flash/flash165b_en.pdf.

¹⁴ Konverents “Consumers and Euro”, 2005.

millega põhjendada oma majandusraskusi ja ebaõnnestumisi. Siin mängib oma rolli ka teiste jäljendamine – euro süüdistamine on saanud “moeasjaks” ja eestlane on reeglina küllalt moetundlik.

Tegelikult on euro roll viimastel aastate hinnastabiilsuse tagamisel olnud märkimisväärne. Näiteks 1999. aasta naftahinnašokk oli samas suurusjärgus, mis 70ndate aastate oma, kuid selle mõju hinnaindeksitele oli tänu eurole tunduvalt väiksem. Euroopa Keskpangal on olemas kõik vajalikud instrumendid ja sõltumatus oma funktsiooni täitmiseks; Euroopa Keskpanga hinnastabiilsuse tagamisele suunatud strateegia ja eriti selge numbrilise eesmärgi (2% lähedal, kuid mitte üle selle) avaldamine aitas kaasa ootuste kujundamisele. Vaadates euro kasutuselevõtu senist üleilmset mõju, on selge, et see on olnud tarbijate jaoks positiivne, eriti võttes arvesse varasema ajaga võrreldes madalate intressimäärade ja madala inflatsiooni koosmõju. Aga see on juba teine teema.