



EUROOPA KOMISJON

TARBIJATURU TULEMUSTABEL

Panna turg tarbijate heaks tööle

4. versioon – oktoober 2010



Tarbijaturu tulemustabel – panna turg tarbijate heaks tööle – SEC(2010)1257

Euroopa Komisjon ega ükski komisjoni esindav isik ei vastuta käesolevas trükises sisalduva teabe kasutamisest tulenevate tagajärgede eest. Esitatud vaated esindavad üksnes autori seisukohti ning neid ei või mingil juhul pidada komisjoni ametlikuks seisukohaks.

© fotod: www.shutterstock.com/www.istockphoto.com

***Europe Direct on teabetalitus, mis aitab Sul leida
vastuseid Euroopa Liiduga seotud küsimustele***

Tasuta telefoninumber (*):

00 800 6 7 8 9 10 11

(* Mõned mobiilsideoperaatorid ei võimalda helistamist 00 800 numbritele või on need kõned tasulised.

Täiendavat teavet Euroopa Liidu kohta leiab Internetist.
Seda võib leida Europa serveri (<http://europa.eu>) kaudu.

© Euroopa Liit, 2010

Reprodutseerimine on lubatud allikale viitamisel.

Kataloogiandmed on esitatud käesoleva trükise lõpus.

Luxembourg: Euroopa Liidu Väljaannete Talitus, 2010
ISBN 978-92-79-17181-9
doi 10.2772/19171

Trükitud Belgias

TRÜKITUD KLOORIVABALE VALGELE PAPERILE



Tervise- ja tarbijaküsimuste
peadirektoraat

Euroopa Komisjon

TARBIJATURU TULEMUSTABEL

Panna turg tarbijate heaks tööle

4. versioon – oktoober 2010

SISUKORD

1 Taust	5
2 Tulemustabel	7
3 Tarbijaturu seire tulemused	11
3.1 Turu toimimise näitaja (MPI)	11
3.2 Turu toimimise näitaja koos teenusepakkuja vahetamise näitajaga (MPIS)	14
3.3 Võrreldavus	14
3.4 Usaldus	16
3.5 Probleemid	17
3.6 Kaebused	17
3.7 Üldine rahulolu	19
3.8 Teenusepakkuja vahetamine	20
4 Hinnad	22
5 Kaebused	27
6 Ohutus	31
7 Järeldused ja edasised sammud	35
I Lisa	38
II Lisa	46



1. TAUST

2. TULEMUSTABEL



1. TAUST

ELi konkurentsieelise säilitamisel ja parandamisel on peamised tegurid innovatsioon ja suurem tõhusus.

Uuendustegevuse ja tõhususe ergutamisel on oluline osa tarbijapoliitikal. Tarbijaõiguste tõhus kehtestamine säilitab või võib mõnel juhul taastada usaldust turgudes. Tarbijad, kellele on antud õigused ning kes suudavad mõista neile pakutavaid üha keerukamaid valikuid, on hüvitiseks kõige tõhusamatele ja uuenduslikematele tootjatele ja tarnijatele. Kuid turud, kus tarbija õigusi ei kaitsta ning kus tarbijatel on raske määrata ja võrrelda kauba hinda ja kvaliteeti, võivad kogeda tarbijate ja usalduse kadu ning vähenenud motivatsiooni kvaliteedi parandamiseks ja tõhususe suurendamiseks.

Hiljutine uuring näitas, et Euroopa tarbijate kantud kahjud nende probleemide tagajärjel, mille kohta nad kaebuse esitasid, on hinnanguliselt umbes 0,3% ELi SKPst¹.

Eeldusel, et Euroopa tarbijad on informeeritud ja usalduslikud, on nad potentsiaalne trumpkaart meie majanduse muutmisel.

Turu-uuring, mida kasutatakse analüüsima, kui hästi majandus tarbija seisukohast toimib ning selleks, et teha kindlaks need valdkonnad, milles on võimalik tõhusust suurendada, võivad juhtida poliitika nendesse valdkondadesse, kus see kõige suuremat kasu toob.

Seetõttu on komisjon välja arendanud tarbijaturgude tulemustabeli, et korrapäraselt jälgida ühtse turu mõju tarbijatele.

Tulemustabel on peamine diagnostikavahend EL2020 strateegia² rakendamisel. Selles strateegias tõdetakse järgmist:

„Selleks et kasutada Euroopa 2020. aasta eesmärkide saavutamiseks ühtset turgu, on vaja hästi toimivaid ja ühendatud turge, kus konkurents ja tarbijate juurdepääs ergutab majanduskasvu ja innovatsiooni.“

Monti aruandes³ ühtse turu kohta rõhutatakse samuti, et **„ühtse turu järgmisel etapil peavad esikohal olema tarbijad ja tarbijate heaolu.“**

Euroopa digitaalses tegevuskavas⁴ märgitakse samuti vajadus anda tarbijatele õigused: *„parandada tuleks tarbijahindade võrreldavust, nt võrdlusanalüüside, tootekatsetuste või hinnavõrdluse veebilehtede abil, et suurendada konkurentsi ja tugevdada tarbijakaitset.“*

Tulemustabel on oluline ka selle jaoks, et teha kindlaks, kuidas viia ellu president Barroso võetud kohustus *„tagada, et ühtsest turust tulenevad eelised jõuaksid lõpptarbijani“*⁵.

Tulemustabel on koostatud selliselt, et ilmneks, milliseid turge tarbijaturu häired kõige rohkem ohustavad. Probleemide analüüsimiseks ja lahenduste leidmiseks järgnevad sellele probleemsete turgude süvauuringud.

Kuigi igal turul on oma ainulaadsed omadused, on siiski vaja eri turge võrrelda, et mõista Euroopa tarbija väljavaadet. Süvauuringutes võetakse täielikult arvesse iga turu iseloomulikke jooni.

Tarbijaturu häireid iseloomustab tarbijate kadu, mis võib toimuda isegi väga konkureerivatel turgudel. Tarbijaturu häireid ei põhjusta mitte ainult konkurentsivastane tegevus, vaid ka see, kui kauplused ei täida tarbijaid pettuse eest kaitsvaid seadusi, ning samuti eksitav või petlik reklaam, ebaausad kaubandustavad ja ebaõiglased lepingutingimused. Mitmete kaupade ja teenuste puhul takistab tarbijaid heal informeeritusel põhinevaid otsuseid vastu võtta

.....

¹ Eurostat EB73.3 – eelseisev/peagi avaldatav.

² KOM(2010) 2020.

³ Uus ühtse turu strateegia – mai 2010.

⁴ KOM(2010)245 lõplik.

⁵ Poliitilised suunised järgmisele komisjonile, José Manuel Barroso.

raskestimõistetav keerukas või mahukas teave. Näiteks rohkem kui kolmandik Euroopa tarbijatest ütleb, et neil on raskusi mitmesuguste finantsteenuste pakkumiste võrdlemisel⁶.

Teenuspakkuja vahetamisel on positiivne osa konkurentsi ergutamisel turul ja suurem arv teusepakkuja vahetamisi on seotud harvemate hinnatõusudega⁶. Siiski kaldub teenuspakkujate vahetamiste arv paljude teenuste puhul madal olema.



⁶ EB FL243 – 2009.

2. TULEMUSTABEL

Tulemustabel koosneb mitmetest näitajatest.

KAEBUSED

Asjaolu, et tarbijad võtavad vaevaks **kaebusi** esitada ning, et mitmed tarbijad esitavad sarnaseid kaebusi, on kõige üldkasutatavam näitaja tarbijaturu häirete kohta.

Riigiasutused kõigis liikmesriikides koguvad andmeid kaebuste kohta, kuid neid andmeid ei ühtlustata ning seetõttu ei ole võimalik teha võrdlusi turgude või riikide vahel. Seetõttu võttis komisjon 2010. aasta mais vastu soovitusel viia sisse tarbijakaebuste liigitamine ja neist aruandmine komisjonile⁷. Loodetakse, et sellise metoodikaga saadakse alates 2011. aastast võrreldavad andmed kaebuste kohta. Peale selle, et need andmed näitavad, millistel turgudel on kõige rohkem probleeme, ilmnevad ka turgude ühised probleemid.

TURU-UURING

*Turu-uuring*⁸ on teedrajav saavutus. See uuring annab võrreldavaid tarbijaarvamusi 27 liikmesriigi ning Norra kohta, 50 tarbijaturu kohta, mis hõlmab üle 60% eelarvetest (uuring ei hõlma eluasemeturgu, enamikku meditsiinitoodetest ega teenuseid ja haridust). Sarnasied uuringuid on siiani läbi viidud ainult liikmesriigi tasandil või väikese arvu turgude kohta. Kõnealune uuring viidi läbi ainult nende tarbijatega, kellel oli hiljutine ostukogemus, tagades niiviisi, et uuring kajastab asjakohaseid kogemusi ning mitte ebateadlikke arvamusi. Uuringut korraldatakse tulevikus, mis võimaldab jälgida aja jooksul toimuvat arengut. Eeldusel, et tarbija heaolu on turgude soovitud tulemus, on tarbija arvamused, mis küll ei haara kõiki turu toimimise aspekte, mingil määral lakmuspaberiks selle kohta, kui hästi turg toimib. Selliseid arvamusi kasutavad väga laialdaselt ka äriühingud, ning seetõttu annab nende ebatäiuslikkus selge pildi turu häiretest.

Esindatuse tagamiseks kasutati juhuvalikut. 2010. aasta märtsis ja mais tehti igas liikmesriigis 500 valitud inimesega telefoniküsitlused (250 inimesega Maltal, Küprosel ja Luksemburgis) iga turu kohta. ELi näitajad põhinevad 95 %-lisel usaldusnivool ning jäävad usaldusvahemikku kuni +/- 0,85 %.

Uuring hõlmab tarbijaturgude viit peamist mõõdet: võrreldavus, usaldus, probleemid ja kaebused, rahulolu ja teenusepakkuja vahetamine.

„**Võrreldavuse**“ näitaja mõeldab tarbijate võimet võrrelda ettevõtjate pakutavaid tooteid ja teenuseid ning hõlmab täielikult nii hinna kui ka kvaliteedi. Kõrge võrreldavuse tasemega turgudel teevad tarbijad parimaid otsuseid ning see aitab kaasa uuendustegevusele ja tõhususele, samas kui madala võrreldavuse tasemega turud viitavad ressursside halvale kasutamisele. Kui tarbijatel ei ole võimalust teadliku valiku läbi oma heaolu maksimaalselt suurendada, siis kahandab see isegi konkurentsis oleva turu tõhusust.

„**Usalduse**“ näitaja mõeldab kui kidlad on tarbijad selles, et ettevõtjad täidavad tarbijakaitse eeskirju. See toob esile valdkonnad, kus tarbija usaldust tuleb suurendada, näiteks tarbija jaoks parema läbipaistvusega või parema järelevalvega. Turud, kus tarbijad ei usalda turu ettevõtjate seadusekuulekust, „karistavad“ ka ausat kauplejat ning lõpuks lahkuvad tarbijad sellelt turult.

Tarbija **rahulolu** näitaja näitab, kas turud täidavad tarbijate ootusi, ning annab võimalikke tõendeid muude turuhäirete ulatuse kohta, mis konkreetsete näitajate kaudu ei ilmnenu.

⁷ K(2010)3021, lõplik.

⁸ Täielik aruanne turuseire uuringu kohta on kättesaadav DG SANCO veebisaidil: http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm. Tulemustabeli kergesti ligipääsetavate tulemustega leiab samuti veebisaidilt.

Probleemi näitaja hõlmab probleeme, mis ei ilmne tavapärase kaebuste statistikas. **Kaebused** ja probleemid koos näitavad probleemide ja kaebuste sageduse kaudu probleemide tõsidust ja võimalikku tarbijate kadu.

Teenusepakkuja vahetamine näitab valikuvõimaluste taset ja tarbijate võimet neid võimalusi kasutada. Tegelikku teenusepakkuja vahetamise madal tase ja raskused teenusepakkuja vahetamisel tekitavad muret ning liberaliseeritud valdkondades ohustab see neuraliseerida liberaliseerimise eelised. Turud, kus teenusepakkujaid ei vahetata, võivad takistada uute ettevõtjate turule tulekut ning see haavab konkurentsi. Teenusepakkuja vahetamine on samas seotud turu-uuenduse, tarbija teadlikkuse ning aadressi või perekonnaseisu muutusega jne.

Kuigi uuring on võrreldav kõigil 50 turul, kohandatid küsimusi selliselt, et neist ilmneks:

- iga turu konkreetne nimi,
- erinevused kaupade ja teenuste vahel,
- iga turu uurimise ajavahemik,
- kasutamise ja esinemise sagedus (näiteks probleemide esinemist arvestatakse viimasest juhtumist mõnede toodete puhul või vaadeldakse esinemissagedust kindla ajavahemiku jooksul pidevate teenuste turgude puhul).

Iga tüüpi küsimuse jaoks on erinevat liiki vastused:

- Võrreldavuse, usalduse, rahulolu ja teenusepakkuja vahetamise lihtsuse küsimustele sai vastata skaalal 0st (kõige madalal) kuni 10ni (kõige kõrgem).
- Probleemi küsimuse puhul kasutati kaubaturgude puhul jah/ei vastuseid, ning teenuste puhul küsiti, kui mitu korda probleem esines antud ajavahemiku jooksul.

- Kaebuste küsimuse puhul anti viis vastusevarianti, et osutada, kellele tarbija oli kaevanud.
- Teenusepakkuja tegeliku vahetamise küsimusel oli 3 vastusevarianti: i) vahetas teenuseid/tooteid, kuid jäi sama teenusepakkuja juurde, ii) vahetas teenusepakkujat/tarnijat või iii) ei vahetanud midagi.

Vastust „ei tea“ ei olnud võimalik anda, kuna esialgse sõelumise alusel esitati vastajatele küsimusi ainult nende turgude kohta, millega neil oli oma sõnul kogemusi.

Vastajatel pidi turuga kogemus olema viimase aasta jooksul, kuid mõnede turgude puhul, mida harvemini kasutatakse, oli see ajavahemik pikem: kaks aastat eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud toodete ja teenuste, pangateenuste kõigi kolme kategooria, suurte kodumasinate ja mootorsõidukite rendi teenuste puhul; kolm aastat uute ja kasutatud autode, kinnisvarateenuste, õigusabi- ja raamatupidamisteenuste, matuseteenuste ning kolimis- ja laoteenuste puhul. Kasutati sõeluvat küsimust, et valida ainult selliseid vastajaid, kes oli mingil turul ooste teinud.

Mõnedes riikides jäeti välja küsimused selliste turgude kohta, mida neis riikides ei ole või on seal monopol, millisel juhul on küsimus teenusepakkuja vahetamise kohta ebaoluline.

Uuringu vastuste põhjal arvutati välja liitindeks. Turu toimimise näitaja (**MPI** – Market Performance Indicator) hõlmab: Võrreldavust, usaldust, probleeme ja kaebusi ning rahulolu. 11 turu jaoks, mille puhul on olemas andmed teenusepakkuja vahetamise kohta, arvutati välja ka täiendav indeks – turu toimimise näitaja koos teenusepakkuja vahetamisega (**MPIS** – Market Performance Indicator including Switching). Eeldati, et nende kahe indeksi kõik osad peaksid olema võrdse tähtsusega.

Võrreldavuse, usalduse ja rahulolu puhul arvutati tulemus kõigi vastajate keskmise järgi.

Probleemide ja kaebuste puhul arvutati tulemus võttes arvesse vastuseid probleemide ja kaebuste küsimustele.

- Kui vastaja ei kogenud probleeme (ja ei saanud seetõttu automaatselt kaebuste küsimust), siis sai see osa tulemuseks 10.
- Kui vastajal oli probleeme, aga ta ei esitanud kaebust, siis märgiti tulemuseks 5.
- Kui vastajal oli probleeme ja ta kaebas, siis sõltus vastus sellest, kellele ta kaebas: kui ta kaebas sõpradele, perele, sugulastele, oli tulemuseks 3; kui ta kaebas jaemüüjale/tarnijale, oli tulemuseks 2; kui ta kaebas tootjale, oli tulemuseks 2; kui ta kaebas kaebustega tegelevale asutusele, oli tulemuseks 0. See vastus väljendab seda, kui tõsiseks tarbija probleemi pidas.

Teenusepakkuja vahetamise tulemus arvutati teenusepakkuja vahetamise küsimuste vastuste järgi (tegelik vahetamine ja vahetamise lihtsus).

Kui vastaja ei vahetanud teenusepakkujat (tegeliku vahetamise küsimus), kuid märkis ära vahetamise lihtsuse taseme, siis on selle komponendi kogutulemus võrdne märgitud vahetamise lihtsuse tasemega.

Kui vastaja vahetas teenusepakkujat ja märkis ära vahetamise lihtsuse taseme, siis on selle komponendi kogutulemus võrdne 10+ kahega jagatud märgitud vahetamise lihtsuse tase.

HINNAD

Koos suurema valiku ja parema kvaliteediga, on integratsiooni tõttu saavutatud madalamad **hinnad** üks peamisi eeliseid, mida ühtne turg Euroopa kodanikele pakub. Kui hinnad ei lähene, on see oluline märk ühtse turu killustatusest. Samas tuleb ka arvesse võtta kohalikke kulusid, transporti ja logistilisi tegureid, kohaliku nõudluse, kultuuri ja maitse mõju.

Hinnaanalüüs tulemustabelis on tehtud ELi riikide võrreldavate ja esindavate toodete hindade alusel. See analüüs põhineb hinnaerinevuse standardmõõdul (variatsiooni koefitsient) hindade kohandamise taseme suhtes vastavalt kohalikule kogutarbimiskulutuse tasemele (s.o hindade ja tegeliku isikliku tarbimise vaheline seos), mis on tarbija ostujõu mõõt. Seetõttu on suurim

vajadus edasisteks uuringuteks nendes valdkondades, kus hinnad üle ELi väga palju erinevad, seejuures ilma nende riikide erinevat ostujõudu peegeldamata.

Alates eelmise tulemustabeli koostamisest on toimunud edasimineku. Siiski on praeguses tulemustabelis esitatud andmed ebatäielikud ja need on kogutud erinevatest allikatest; 50st turust 19 on esindatud mittetäielikult, kuna võrreldavate andmete kogumine üksikasjalike tarbijahindade kohta kogu ühtselt turul ei olnud kuni 2008. aastani statistiline prioriteet. See oluline ülesanne on väga keerukas. Eurostat ja riiklikud statistikaametid tegelevad nüüd sellega, et koguda rohkem andmeid hindade kohta.



3. TARBIJATURU SEIRE TULEMUSED



3. TARBIJATURU SEIRE TULEMUSED

TURU-UURING

3.1 Turu toimimise näitaja (MPI)

Turu toimimise näitajal (MPI) ning üksikutel koostisosadel põhinev valdkondade pingerida on ELi tasandil esitatud järgmistes tabelites. Turu toimimise näitajal põhinevad riiklikud pingeread on esitatud II lisas.

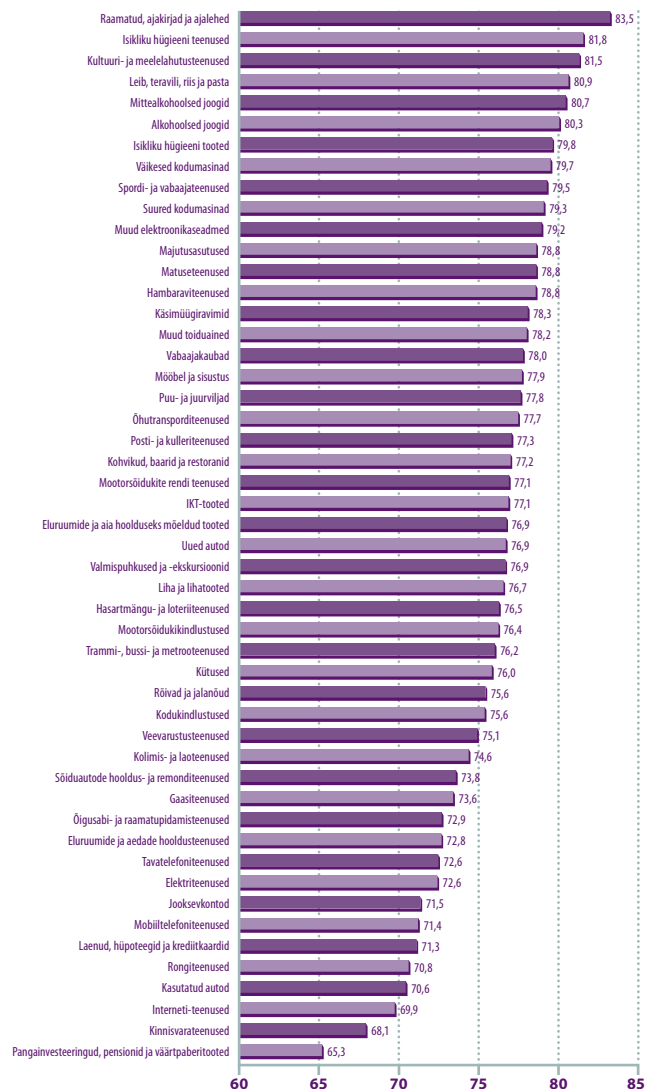
Joonisel 1 on esitatud MPI tulemus 27 liikmesriigi tasandil, kõigi 50 tarbijaturu kohta. Madalamad MPI tulemused osutavad sellele, et konkreetsel turul võib tarbija vaatepunktist vaadatuna esineda turuhäireid. **Joonisel 1** võetakse arvesse iga riigi rahvastiku suurust. See tähendab, et suuremate liikmesriikide tulemustel on tulemusele suurem mõju kui väiksemate liikmesriikide tulemustel ning seetõttu väljendab tulemus Euroopa tarbija kui terviku arvamusi.

Joonisel 2 esitatakse MPI ELi 27 liikmesriigi tasandil, kusjuures igale liikmesriigile antakse võrdne kaal. Selle tabeli järgi on selgem, millisel määral on liikmesriikides ühesugused probleemid, olenemata riigi suurusest.

Nende arvude võrdlusest järeldub, et mõned valdkonnad toimivad suurtes liikmesriikides tunduvalt halvemini kui üldiselt kogu ELis. Nii on see näiteks raudteedega⁹ (10 kohta madalamal graafikus, kus võeti arvesse rahvaarvu), kütuste ja mootorsõidukitekindlustusega (9 kohta madalamal), tavatelefoniteenustega (6 kohta madalamal), õhutransporditeenustega (5 kohta madalamal) ning posti- ja kulleriteenustega (5 kohta madalamal).

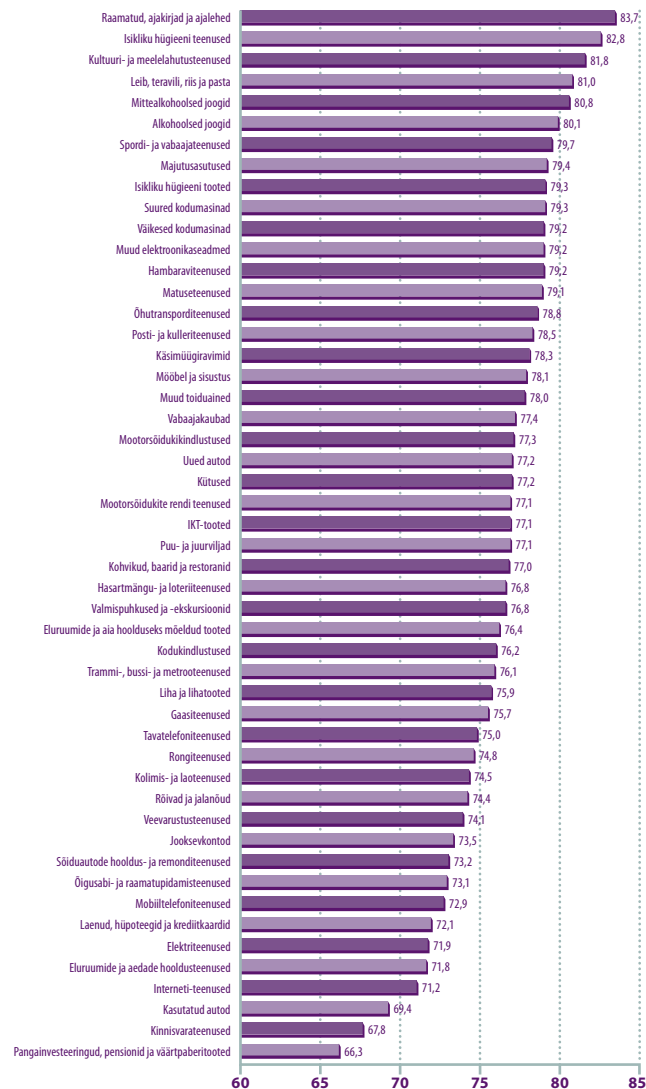
⁹ Turu toimimise näitajaid võrreldes tuleb arvesse võtta, et mõnede avalike teenuste (nt rongiteenuste) kvaliteeti võib ainult osaliselt seostada teenusepakujaga, kuid seda mõjutab ka infrastruktuur.

Joonis 1: Turu toimimise näitaja (MPI) – riigi kaalukus vastavalt rahvaarvule



Allikas: Turu-uuring

Joonis 2: Turu toimimise näitaja (MPI) – riigid on võrdse kaaluga



Allikas: Turu-uuring

Järgmiste turgude MPI on mõlemas järjestuses madalal kohal.

Teenuste turud	MPI EL27, arvestades rahvaarvu	MMPI EL27, riigid võrdse kaaluga
Pangainvesteeringud, pensionid ja väärtpaberitooted	65,3	66,3
Kinnisvarateenused	68,1	67,8
Interneti-teenused	69,9	71,2
Rongiteenused	70,8	74,8

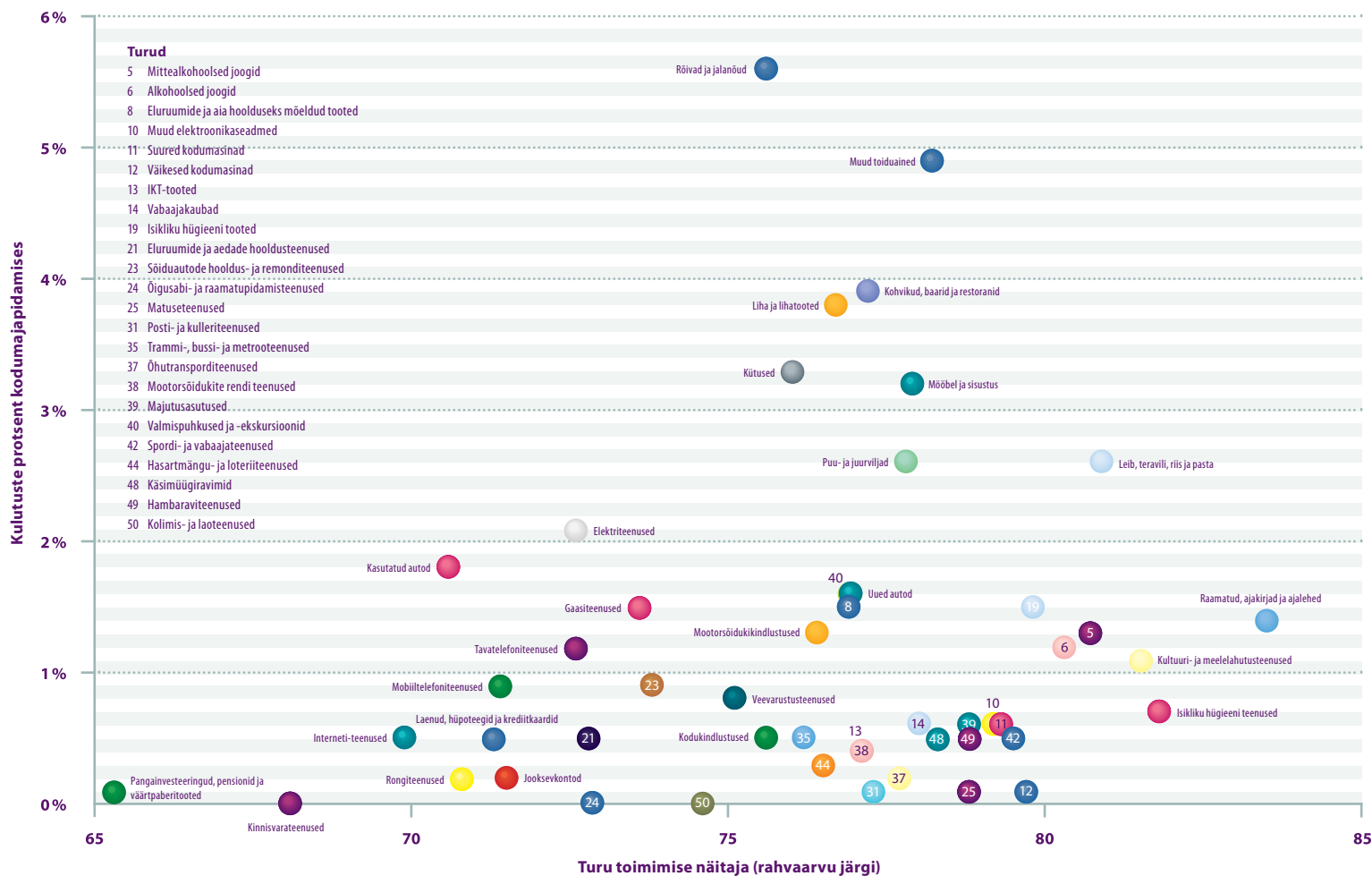
Kaupade turud	MPI EL27, arvestades rahvaarvu	MPI EL27, riigid võrdse kaaluga
Kasutatud autod	70,6	69,4
Rõivad ja jalatsid	75,6	74,4
Liha ja lihatooted	76,7	75,9
Eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted	76,9	76,4

Tarbijaturgude analüüsil arvestatakse iga turu olulisust kodumajapidamise eelarves. **Joonisel 3** on näidatud kuidas turu toimimise näitajate seos kodumajapidamise eelarve uuringust¹⁰ saadud andmetega, mis näitab tarbija kulutust protsentides. Mõne turu puhul tundub kodumajapidamise eelarve näitaja madal olevat, nagu näiteks laenude ja kinnisvaraenude puhul, kuna need arvud esitavad ainult maksumust ja halduskulusid, jättes välja laenu tagasimaksed. Samuti on selliseid turge, mis hoolimata madalatest kulutustest mõjutavad majapidamise jõukust oluliselt (pangainvesteeringud, pensionid ja väärtpaberitooted, kinnisvaramaaklerid, laenu tooted).

.....

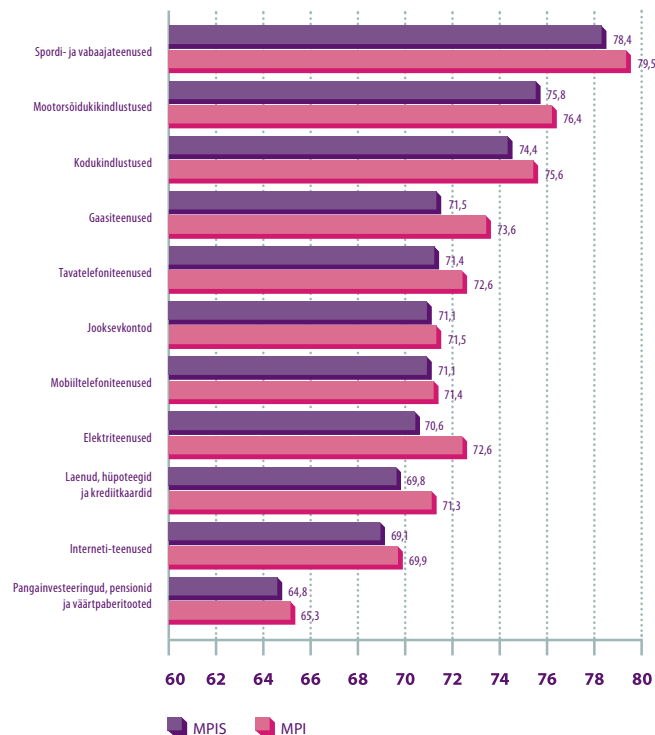
¹⁰ Eurostati 2005. aasta andmed ning hinnangulised arvud puuduvate kategooriate kohta.

Joonis 3: Turu toimimise näitaja ning kodumajapidamise eelarve uuring



Allikas: Turu-uuring, Eurostati andmed, hinnangud

Joonis 4: MPIS (turu toimimise näitaja koos teenusepakkuja vahetamisega)



Allikas: Turu-uuring

Turgudel, kus tarbijad rohkem raha kulutavad, on selge suundumus kõrgemate turu toimimise näitajate poole. Samas kaotavad tarbijad turuhäirete tõttu rohkem neil turgudel, kus nad kulutavad suurema osa oma eelarvest, võrreldes turgudega, kus nad kulutavad vähem.

3.2 Turu toimimise näitaja koos teenusepakkuja vahetamise näitajaga (MPIS)

Teenusepakkuja vahetamise näitajad on olemas 11 tarbijaturu kohta 50st, kaasa arvatud turuseire. Turu toimimise näitaja koos teenusepakkuja vahetamise näitajaga (MPIS) on esitatud allpool. MPIS näitaja arvutamine põhineb kõigil viiel mõõtmel (kaasa arvatud teenusepakkuja vahetamine) neil 11-l turul, kus teenusepakkuja vahetamise andmed on olemas. Kõigil osadel on võrdne kaal.

Gaasi- ja elektriteenused on kaks turgu, mille puhul teenusepakkuja vahetamise näitaja toob MPIS näitaja kõige rohkem alla.

3.3 Võrreldavus

Kuigi kokku 52% ELi tarbijatest leiab, et kaupu ja teenuseid on lihtne võrrelda (hinnangud 8st 10ni), peab 12% tarbijatest võrdlemist üsna raskeks (hinnangud 0st kuni 4ni).

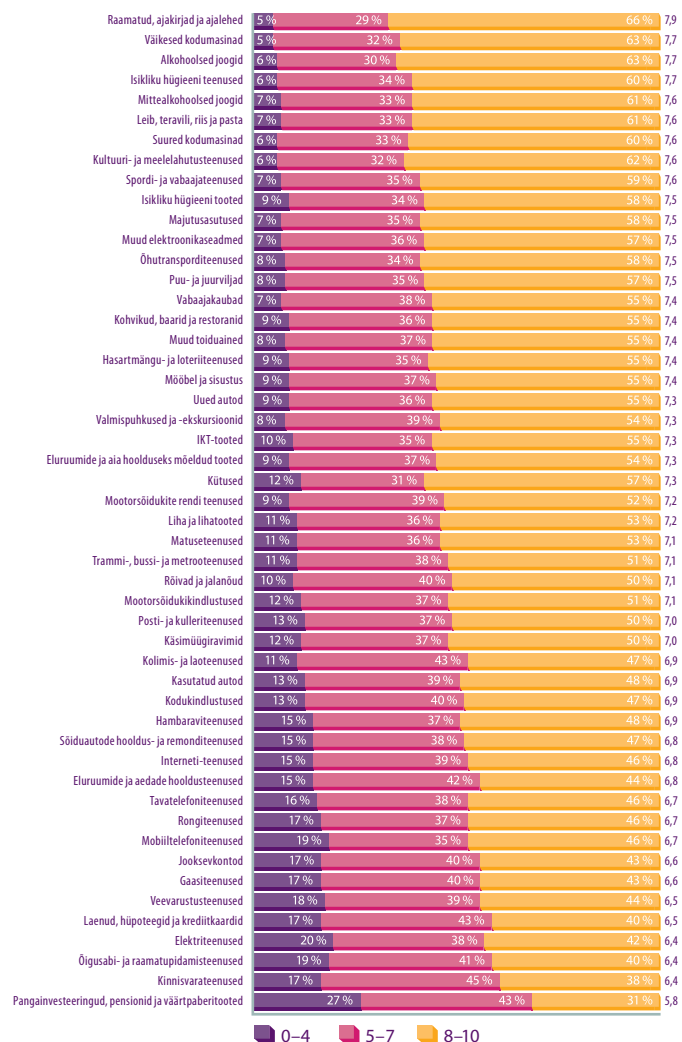
Joonistel 5–9 on näidatud MPI/MPIS näitajate koostisosad. Sinna on hõlmatud ühtemoodi vastanud vastajate protsent ning iga turu keskmine väärtus skaalal 0 (kõige madalam) kuni 10 (kõige kõrgem).

Siin on selge seos võrreldavuse näitaja pingereakoha ning turu toimimise üldise näitaja tulemuse vahel. Sellest hoolimata on mõnedel turgudel võrreldavus väiksem probleem (nt kasutatud autode ning hasartmängude- ja loteriiteenuste puhul). On ka turge, mille puhul on võrreldavuse näitajad tunduvalt madalamad kui turu toimimise näitajate üldine tase. Selliste turgude puhul (nt hambaraviteenused, käsimüügiravimid, matuseteenused) on võrreldavus üks aspekt, mida tuleks parandada. Lisaks, kuigi võrreldavuse näitaja kehtib kaupade ja teenuste puhul, tuleb sellesse suhtuda ettevaatlikkusega nende turgude puhul, kus tegelikku konkurentsi ei ole (nt rongid, tramm, buss ja metroo).

Tarbijad peavad kõige raskemaks toodete ja teenuste võrdlemist panganduses, mobiiltelefoni- ja tevatelefoniteenuste, veevarustusteenuste, gaasiteenuste, elektriteenuste puhul ning teatavate eluasemega seotud aspektide puhul nagu kinnisvarateenused, õigusabi- ja raamatupidamisteenused. Võimalikud põhjused on teenusepakujate vähene arv; ebakorrapärsed ja killustunud turud, mille puhul on vaja „tehnilisi“ teadmisi, mida enamikul tarbijast ei ole (eluasemed, finantsteenused); kiire tehnoloogiline areng (side-teenused) või pakumiste ja teenusepakujate üliküllus ja keerukus (mobiiltelefoniteenused, pangandus).

Joonis 5: Võrreldavus

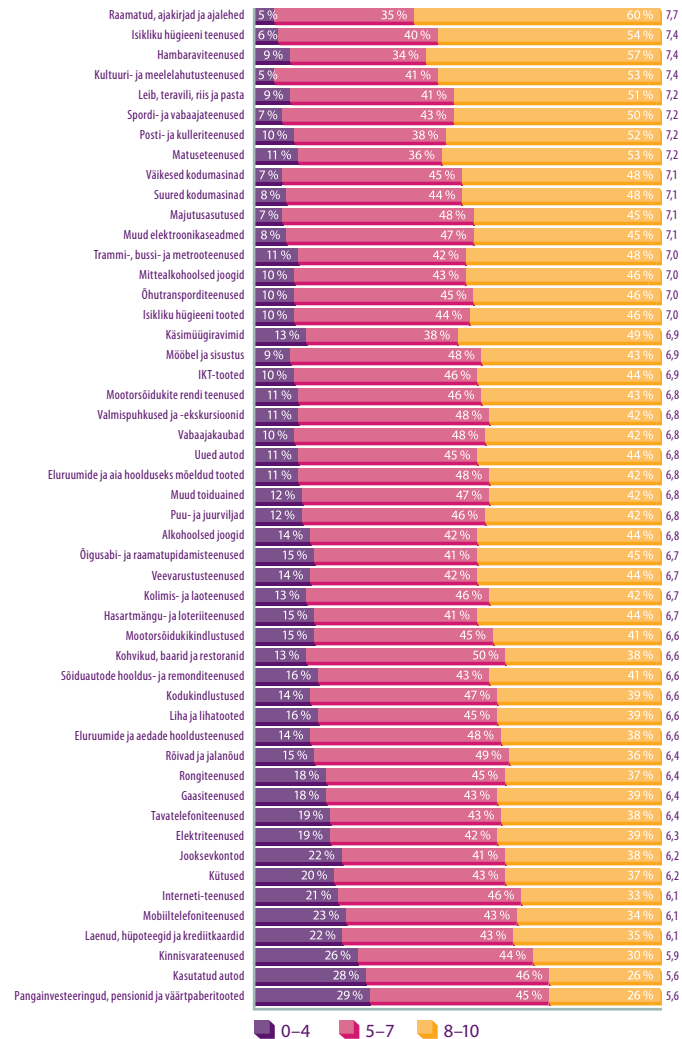
Vastake skaalal 0–10, kui kerge/raske oli võrrelda eri pakujate tooteid/teenuseid?



Allikas: Turu-uuring

Joonis 6: Usaldus

Vastake skaalal 0–10, mil määral te usaldate, et pakkuja täidab tarbijakaitseeskirju?



Allikas: Turu-uuring

3.4 Usaldus

14% Euroopa tarbijatest ei usu, et tarnijad või jaemüüjad täidavad tarbijakaitse eeskirju (vt **joonis 6**).

Joonis 6 näitab, et usalduse näitaja ei ole tingimata seotud MPI näitajaga. Mõnedel turgudel, nagu postiteenused, hambaraviteenused või matuseteenused, on usaldus suurem. Õigusabi-, notariaalsed teenused ja raamatupidamine on usalduse pingereas keskmisel tasemel, kuid samas madalal võrreldavuse tasemel. Neil turgudel on asümmeetrilisest teabest tulenevalt selgelt suurem probleemide oht.

Euroopa tarbijad ei usalda eriti kahte turgu: pangainvesteeringud, pensionid ja väärtpaberitooted ning kasutatud autod. Neil turgudel on negatiivne hinnang võrdne positiivse hinnanguga või isegi ületab selle. Osaliselt võib tarbijate usaldamatust põhjendada praeguse majandus- ja finantskriisiga. Reklaamitava pakkumise läbipaistmatus ja erinevus tegeliku teenusega võivad ka tulemusi selgitada.

Ka mõned teised turud said usalduse osas kehvad tulemused: sideteenused üldiselt (tavatelefoniteenused, mobiiltelefoniteenused ja Interneti-teenused), energiateenused (elektriteenused, gaasiteenused, kütused), liha ja lihatooted, rõivad ja jalanõud ning pangandussektor (jooksekontod ja laenu), rongiteenused ja eluruumide ja aia hooldus. Tulemusi võisid mõjutada tarbijakaitse eeskirjad mõnes valdkonnas või kiire tehnoloogiline areng. Näiteks ei pruugi tarbijad teada, et teatavad teenused ei kuulu teenusepakkuja vastutusalasse.

Kõige usaldusväärsemad turud on isikuteenused (isikliku hügieeni teenused, hambaraviteenused või matuseteenused) valged kaubad (väikesed või suured kodumasinad) ning kiiresti liikuvad kategooriad (leib, riis ja teravili või raamatud, ajakirjad ja ajalehed). Enamik neist turgudest on suuremal või vähemal määral reguleeritud. Euroopa tarbijad peavad ka postiteenuselid usaldusväärseteks.

3.5 Probleemid

11% küsitletud Euroopa tarbijatest 50 turul märkisid, et nad kogesid probleeme ühel või enamal korral.

Valdkondade pingerida probleemide esinemise alusel peegeldab ainult osaliselt üldist turu toimimise näitaja pingerida, kuna positiivne tulemus turu toimimise näitaja pingereas ei tähenda tingimata madalat probleemide taset ning vastupidi.

Siiski sai enamik turu toimimise näitaja pingerea allotsas olnud turge kehavd tulemused ka tarbijate kogetud probleemide pingereas.

Õhutransporditeenused ja uued autod on probleemide pingereas kõige rohkem kukkunud võrreldes turu toimimise näitaja pingereaga. Mõned turud on pingereas tõusnud: hasartmängu- ja loteriiteenused; kütused; kodukindlustused; gaasiteenused; mootorsõidukikindlustused.

Kindlustusteenused on probleemide pingereas üldiselt paremal kohal kui usalduse ja võrreldavuse pingereas. Sama kehtib ka energiateenuste puhul.

3.6 Kaebused

Kaebuste küsimusest selgub, et üks viiest tarbijast ei kaevanud, kuigi tal oleks olnud juriidiline õigus seda teha (vastaja arvamuse kohaselt).

Enamus tarbijaid (58%) esitasid kaebuse jaemüüjale või teenusepakkujale. Ainult 8% tarbijatest esitasid kaebuse otse tootjale.

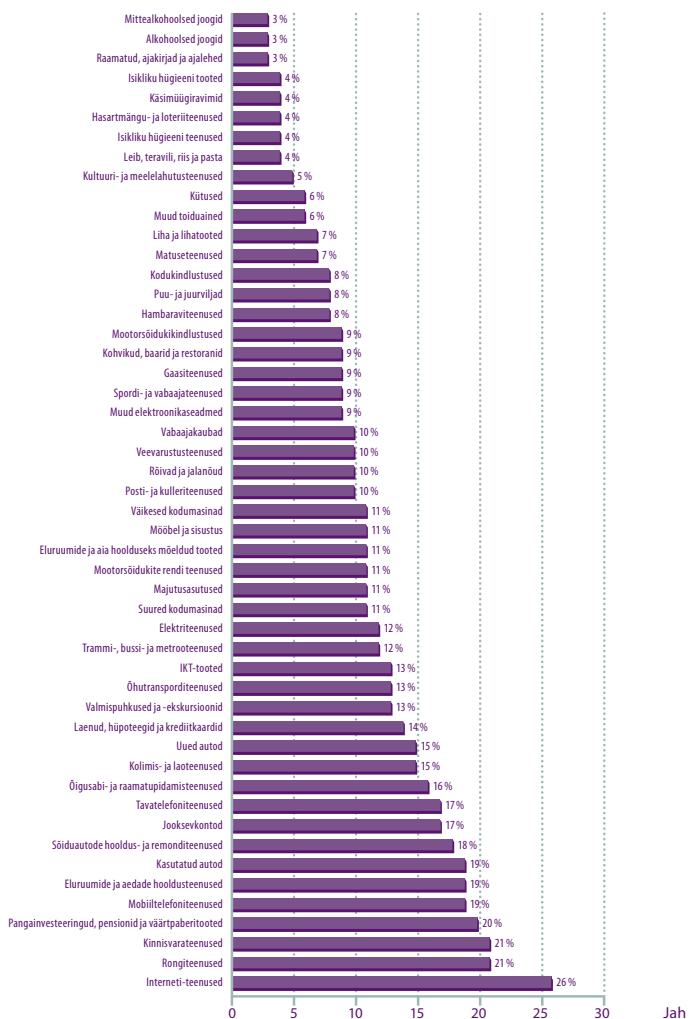
Suur osa tarbijaid (26%) jagas oma probleeme sõprade või sugulastega. See kinnitab kui oluline on suusõnalise kogemuse levitamine.

Väga vähesed tarbijad esitavad kaebuse ametlikele kolmandatele osapooltele või tarbijakaitse organisatsioonidele. Ainult 8% vastanutest tegi seda.

Ühegi turu puhul ei ole pidevat sidet probleemide esinemise ja kaebuste vahel.

Joonis 7: Probleemid

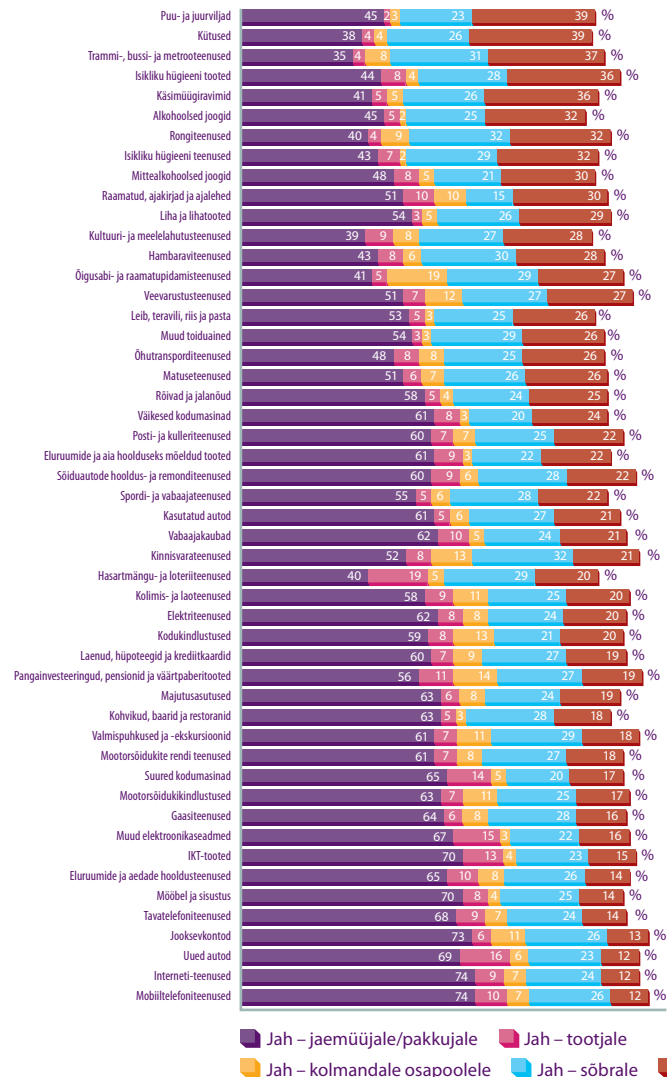
Kas teil oli selle toote/teenuse või selle toote/teenuse pakkujaga probleeme, kui te arvasite, et teil on õiguskas alus kaevata?



Allikas: Turu-uuring

Joonis 8: Kaebused

Kas te olete selle probleemi pärast kaevanud?



Allikas: Turu-uuring

Odavamate kaupade puhul kalduvad tarbijad keskmisest enam kaebusi mitte esitama. Kallimate kaupade või teenuste puhul esitatakse kaebusi süstemaatilisemalt, ning teatavate oluliste teenuste puhul, nagu telekommunikatsiooniteenuste või pangakontode (jooksevkontode) puhul esitavad tarbijad kaebusi sagedamini. Sedda võib osaliselt olla seotud sellega, et mõnede turgude puhul on tarbijatel rohkem teavet oma õiguste ja kaebuse esitamise protseduuri kohta, või paljude lepingutega teenuse osutamisel, lepingute keerukusega või sellega, kui võrd tarbija lepinguid oluliseks peab.

Mõnedel turgudel on probleemide osakaal kõrge, kuid kaevanud tarbijate hulk jääb väikseks: rongiteenused; buss, tramm, metroo; õhutransporditeenused; õigusabi- ja raamatupidamisteenused. Seda võib selgitada tegelike või tarbija poolt tajutud takistustega kaebuste esitamisel (kaebuse esitamise keerukus, tarbijal puudub teave oma õiguste ja kohustuste kohta jne).

3.7 Üldine rahulolu

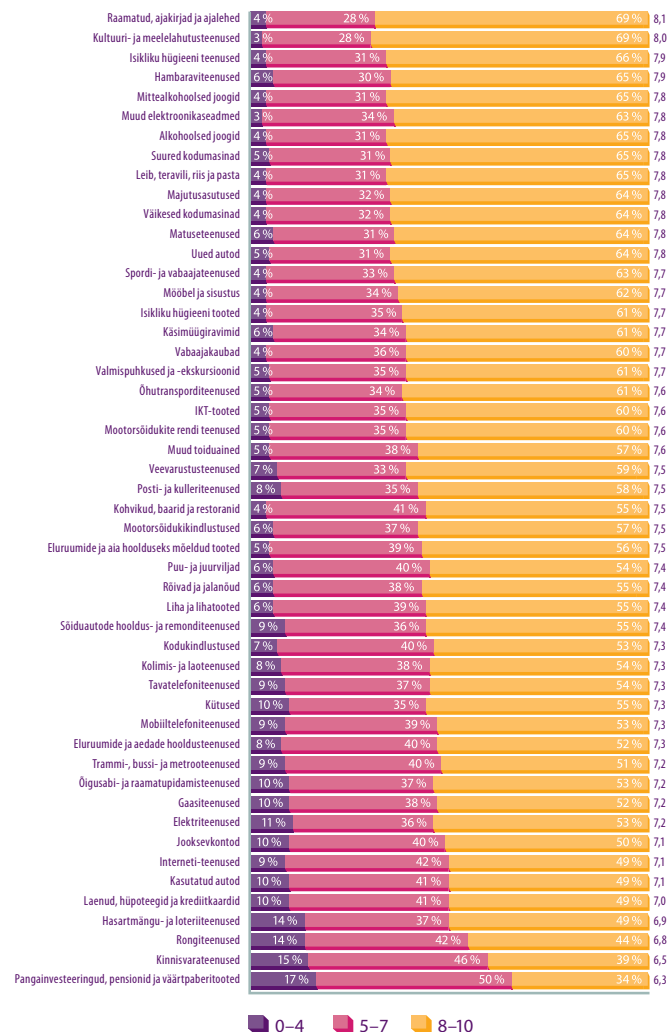
Rahulolu küsimusega mõõdetakse rahulolu sellisel viisil, et kõigis riikides ja kõigi tarbijate erinevate ootustega seotud probleeme nõrgendatakse.

Enamus tarbijaid (57%) märgivad, et turud toimivad ootuspärasel tasemel. Umbes 10% tarbijaid arvab, et turud ei vasta nende ootustele.

Uued autod on turg, mille asetus tõsis kõige rohkem võrreldes turu toimimise näitaja pingereaga.

Joonis 9: Üldine rahulolu

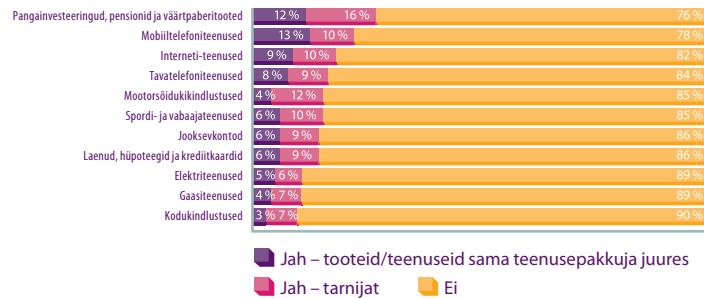
Vastake skaalal 0–10, mil määral vastasid viimasel perioodil erinevate pakujate kaubad/teenused teie ootustele?



Allikas: Turu-uuring

Joonis 10: tegelik vahetamine¹¹

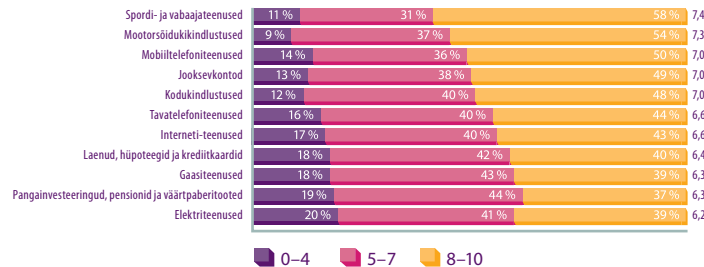
Kas olete viimase perioodi jooksul vahetanud tariifikava või tarnijat?



Allikas: Turu-uuring

Joonis 11: Vahetamise tajutav lihtsus

Vastake skaalal 0–10, kui raske või kerge on teie arvates pakkuja vahetamine?



Allikas: Turu-uuring

3.8 Teenusepakkuja vahetamine

85% vastajatest ei vahetanud teenusepakkujat või teenust oma praeguse teenusepakkuja juures. Tarbijad võivad olla rahul oma praeguste teenuste või teenusepakkujatega, aga nad ei pruugi ka teada võimalusest vahetada teenusepakkujat, nad võivad arvata, et vahetamine on keerukas ning aega või raha nõudev protsess, millel puudub tagatis, et teenus või kaup mujal märgatvalt parem oleks, või võivad tarbijad ka inertsed olla. Neist tarbijatest, kes vahetasid, vahetas 10% teenusepakkujat ning 7% vahetas teenust ja kaupa sama teenusepakkuja juures.

11 turu puhul, kus oli vahetamise juhte, olid vahetamise tüübid ja tase väga erinevad. See kehtib nii kogu ELi kui ka riikide tasandil. Vahetamise üldine tase näitab, et vahetamise võimalused on märgatvalt suuremad.

Pangainvesteeringud, pensionid ja väärtpaberitooted ning sideteenused (mobiiltelefoni-, Interneti- ja tavatelefoniteenused) on teenused, mille puhul vahetamise tase oli kõrge. Konkreetseid eeskirjad numbri ülevõtmise kohta võivad osaliselt selgitada sideteenuste kõrget kohta pingereas.

Järgmise küsimusega mõõdeti, kui lihtsana tarbija tajub vahetamist. Alla poole tarbijatest (46%) tajuvad vahetamist (väga) kergena, 39% on neutraalsel seisukohal ning 15% usuvad, et vahetamine on (väga) keeruline. Allolevad tulemused näitavad nii nende hinnangut, kes tegelikult vahetasid kui ka nende hinnangut, kes ei vahetanud.

¹¹ Vahetamise ajavahemiku iga teenuse puhul leiab turu-uuringust aadressil: http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm.



4. HINNAD



4. HINNAD

Hinnad on tarbijate jaoks olulised ning nad on peamine tegur ostuotsuse tegemisel. Ühtselt turul võivad liikmesriikide vahelised hinnaerinevused, mida ei saa selgitada tarbijate erineva maksujõulisusega, tarbijate eelistustega, konkreetsete toodete maksudega või kohalike kuludega, olla heaks tarbijaturgude killustatuse näitajaks.

Järgmistes tabelites esitatud andmed hindade kohta koguti erinevatest allikatest.

Joonise 12 horisontaaltelejel on näidatud, kui palju erinevate teenuste hinnad ELis erinevad. Vertikaaltelejel on näidatud vastavust selle vahel, kuidas ELi riigid on pingreastatud iga teenuse hinna alusel ning kuidas nad on reastatud tarbija maksujõulisuse alusel. Väärtus 1 näitab, et ELi riigi asukoht teenuste hinna alusel on sama, mis tema asukoht tarbimise alusel; väärtus 0 näitab, et kahe pingerea vahel ei ole seost.

Joonistel 12 ja 13 on näha, et teenuste hinnad erinevad ELi liikmesriikides üldiselt rohkem kui kaupade hinnad. Seda võib osaliselt selgitada teenuste vähema kaubeldavusega. Konkreetsetele teenustele viidates kaasavad suurima hinnaerinevusega turud Interneti-teenused, hammaste täitmise (hambaraviteenused) ja jooksevkontod. Kahe viimase turu puhul ei ole hindade erinevus seotud tarbimiskulutuste tasemega ELi riikides. Kaupade puhul on autode hinnaerinevused väikesed ning selle põhjuseks on tihe konkurents ja piiriülese kaubanduse suuremad võimalused pärast seda, kui komisjon jõustas konkurentsieskirjad. Telekommunikatsiooniteenuste hinnad põhinevad profillidel ja mediaanhindadel. Eluaseme- ja tarbijalaenude määrad (kohandatud inflatsiooniga) on negatiivses korrelatsioonis tarbimise tasemega (s.t, et laenu on kallimad riikides, kus tarbijate kulutused on väiksemad ning vastupidi). See võib osaliselt peegeldada kõrgemaid riskipreemiaid ja suurenenud rahastamise kulusid, mis on tüüpiline kiiresti arenenvates riikides. Hambaraviteenuste andmed on väga piiratud ja seetõttu ei saa nende alusel järeldusi teha.

Jooniselt 13 ilmneb, et autode hinnad enne makse on liikmesriikides väga sarnased, mis näitab üsna suurt ühtsust ELi tasandil. Lisandunud erinevuss on

põhjustatud maksudest. Elektri kaupade hinnad erinevad rohkem ning kõige suuremad erinevused liikmesriikides on tolmuimejate hindades. Elektroonika kaupade, nagu televiisorite ja meediapleierite hinnad erinevad liikmesriigiti vähem.

Joonisel 14 on esitatud Eurostati antud hinnad, mis saadi koos riiklike statistikabüroodega läbi viidud uurimisprojekti osana. Projekti eesmärk on korrapäraselt koguda piisav hulk toodete hindu, et oleks võimalik hinnata jaeturgude hinnaerinevusi ja killustatust. 2009. aasta projekti käigus koguti 91 toote hinnad, millest 79 (70 kaupade hinda ja 9 teenuste hinda) olid kasutamiseks piisavalt võrreldavad. Nende puhul on tugev seos nende hindade ja tarbimise vahel.

On vaja suurendada kogutavate hindade arvu, et hõlmata kõik turu-uuringutes jälgitavat 50 valdkonda.

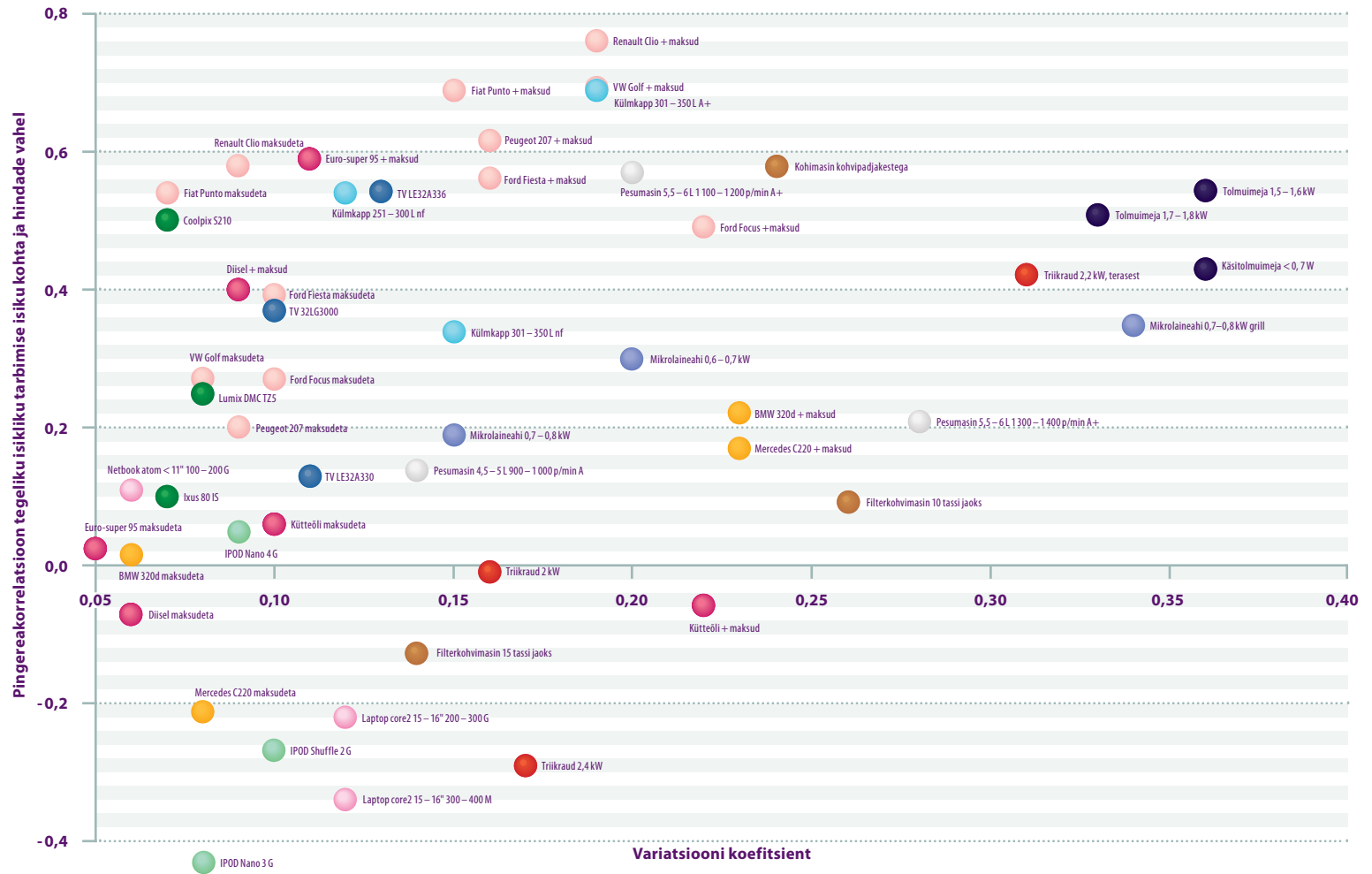
Need andmed koguti uurimisprojekti käigus ja need on katselised. Andmed on pärit tarbijahindade harmoneeritud indeksi arvutamise jaoks kogutud andmekogust; indeksi eesmärk on hinnata hindade muutust aja jooksul ning mitte võrrelda hinnataset riikide vahel. Seetõttu ei ole sama üldise tootekirjelduse alla hõlmatud tooted alati täielikult võrreldavad. Eri riikides võidakse valida eri tooted, näiteks selle riigi jaoks kõige tüüpilisemad tooted, nin gseetõttu võivad valitud tooted olla erineva kvaliteediga, erinevate kaubamärkidega või kogutud erinevat tüüpi kauplustes (http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/hicp/methodology/prices_data_for_market_monitoring).

Joonis 12: Teenuste hinnad – erinevused liikmesriikide vahel ja seos tarbimisega



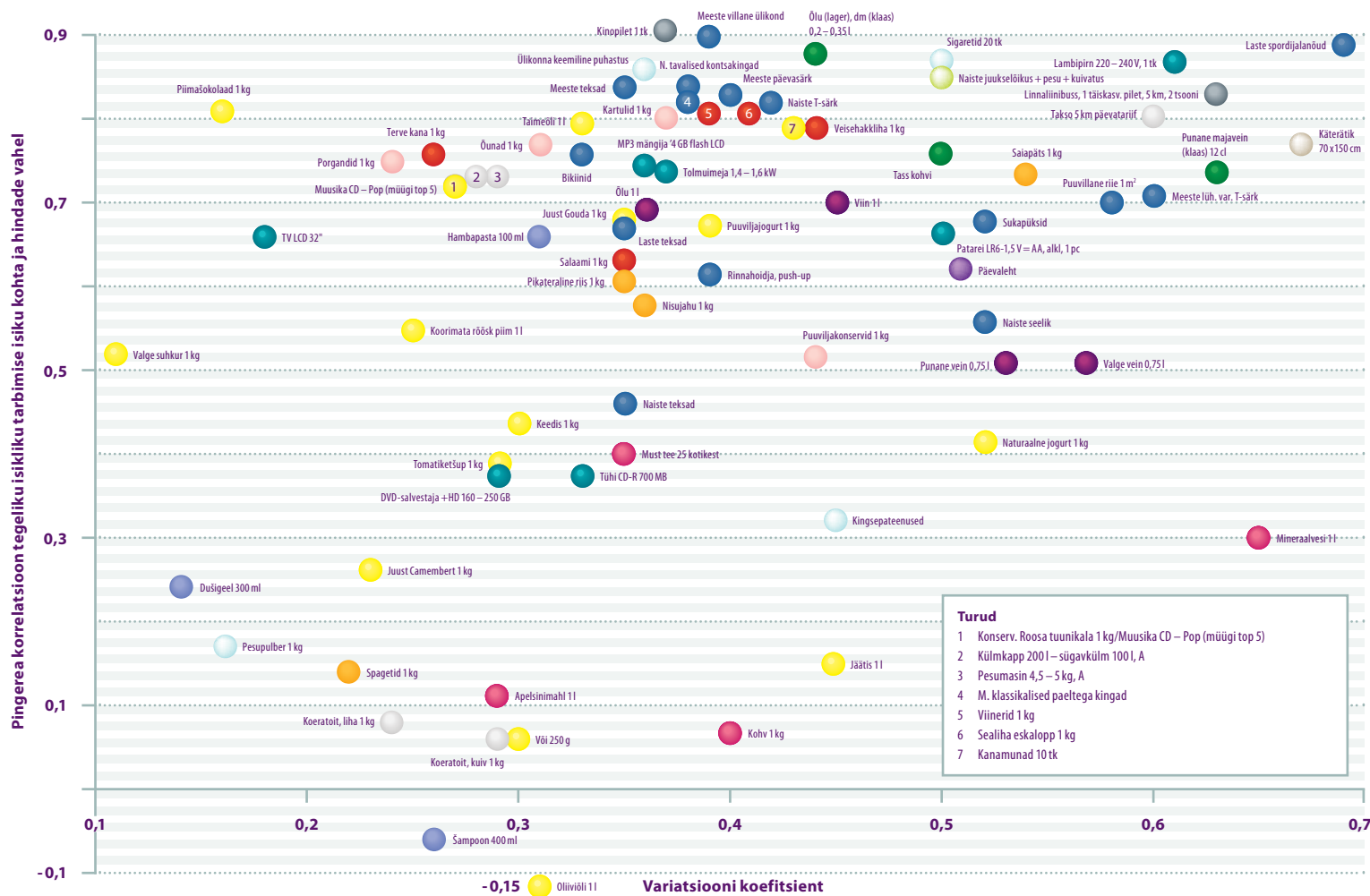
Allikas: Tabel 2 ja EUROSTATi andmed

Joonis 13: Kaupade hinnad – erinevused liikmesriikide vahel ja seos tarbimisega



Allikas: Tabel 3 ja EUROSTATI andmed

Joonis 14: Eurostati hinnad: erinevused liikmesriikide vahel ning seos tarbimisega



Allikas: Eurostati andmetel põhinevad arvutused (vt tabel 4)



5. KAEBUSED



5. KAEBUSED

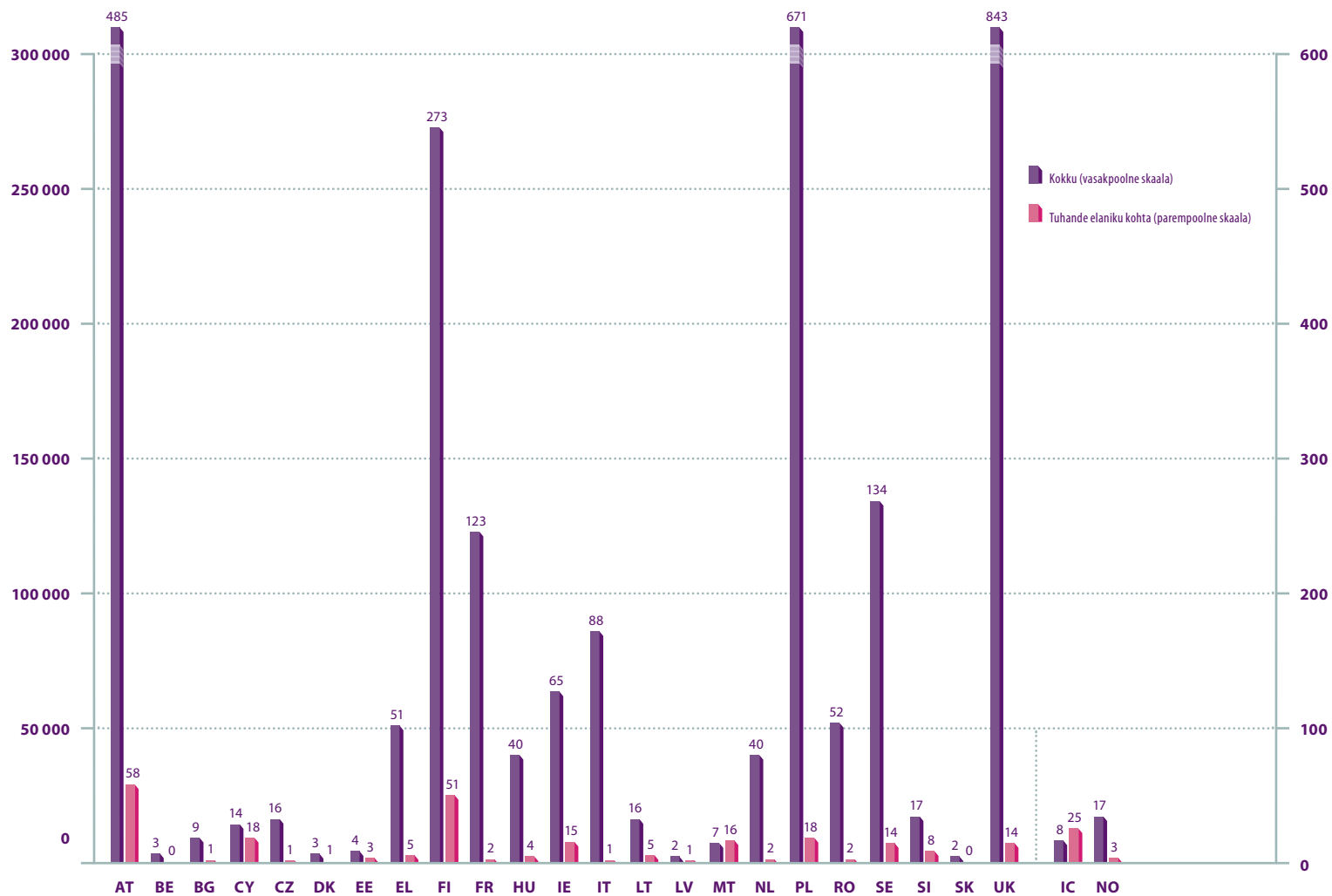
Praegusel hetkel on kaebuste andmed saadaval ainult olemasolevate kaebuste liigitusmetoodika alusel, mis on liikmesriigiti väga erinevad. Järgmised andmed saadi tarbijaturu eksperdirühma liikmetelt ning ELi ja EFTA riikide tarbijapoliitika asutustelt. Need andmed näitavad kolmandate osapoolte (riiklikud asutused, korraldajad, tarbijaorganisatsioonid jt) kogutud tarbijate kaebuste arvu.

Mõned liikmesriigid (DE, ES, LU, PT) ei saatnud kaebuste andmeid õigeaegselt, et neid saaks tulemustabelis avaldada.

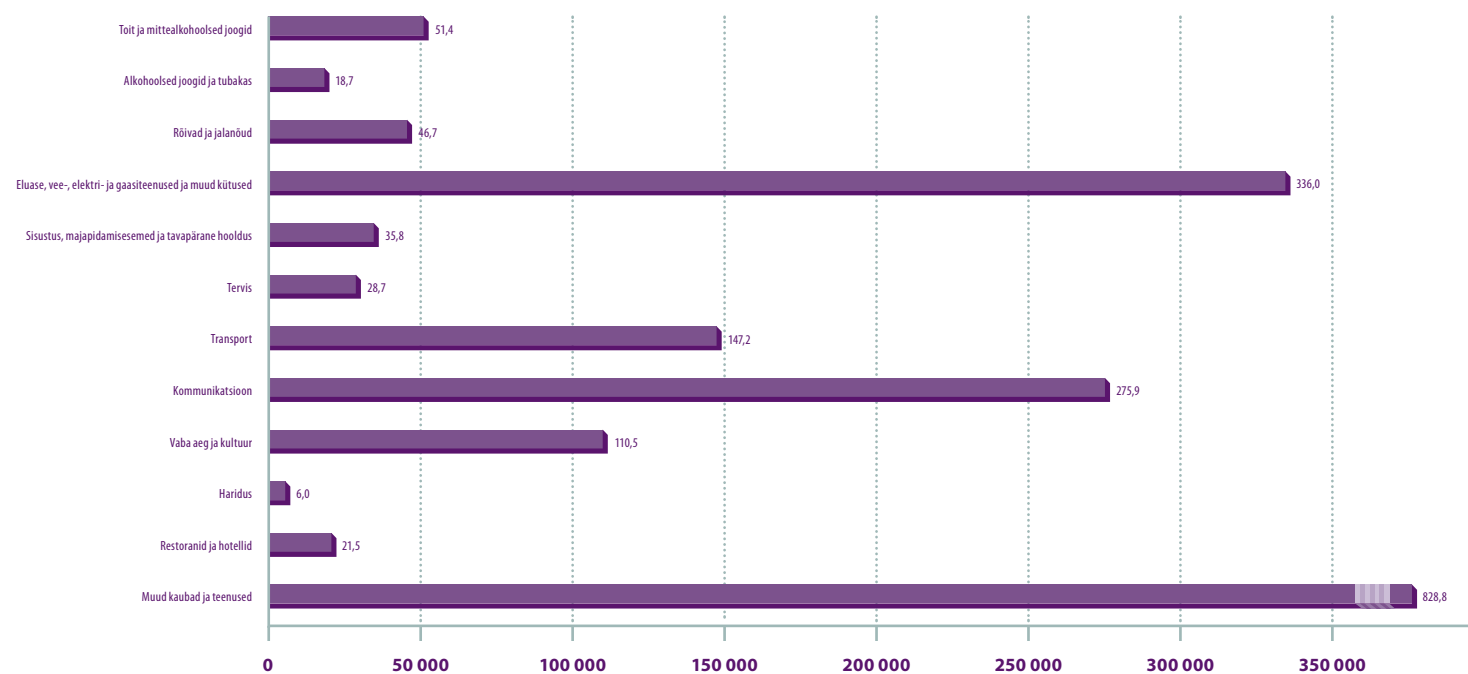
Andmed näitavad, et kaebustega tegelevad organisatsioonid Ühendkuningriigis, Poolas ja Austrias koguseid kõige rohkem kaebusi. Need arvud ei näita siiski ainult tarbijate osutatud probleemidele. Need arvud näitavad ka kaebustega tegelevate organisatsioonide tõhusust, tarbijate jõudu ja soovi probleemide korral kaebus esitada. Seetõttu on oluline kaebusi analüüsida koos täiendavate andmetega, et teha kindlaks, kas kaebuste suur hulk näitab turu halba toimimist või näitab see tarbijakaitsepoliitika edukust.

Järgnevalt on esitatud kaebused valdkondade kaupa.

Joonis 15: Tarbijate kaebused riigiti – 2009



Allikas: Riiklike tarbijaorganisatsioonide esitatud andmed; mõnede riikide puhul sisaldavad andmed ka tarbijate pärimisi ja kommentaare

Joonis 16: Tarbijate kaebused turgude kaupa¹² – 2009

¹² „Erinevate kaupade ja teenuste” alla kuuluvad ka pangandus ja kindlustus, „kommunikatsiooni” alla kuuluvad Interneti-, telefoni- ja postiteenused.



6. OHUTUS



6. OHUTUS

Eurobaromeetri andmete kohaselt on ohutus üks peamisi tegureid, mis tarbijate valikuid mõjutab. Umbes 50% tarbijatest arvab, et muude kui toidukaupade puhul on ohutus üks tegureid, mis nende ostuotsuseid kõige sagedamini mõjutab¹³.

Kuna järgnevalt esitatud ohutuse andmed põhinevad teistsugusel liigitusel kui tulemustabelis kasutatud COICOP süsteem, siis ei saa neid ühisesse näitajasse kombineerida. Tulevikus hõlmatakse tarbijate kaebuste hulka ka ohutuse küsimused ning saadakse seeläbi parem ülevaade potentsiaalsetest ohutuse probleemidest erinevatel turgudel, ning siis saab ohutusenäitaja hõlmata turuhäirete näitajasse.

Järgmised andmed on võetud **Euroopa vigastuste andmebaasist** (IDB), milles on liikmesriikide haiglate kogutud õnnetuste ja vigastuste andmed. Need andmed on ainult valim kõigist igal aastal ELis toimuvatest õnnetusjuhtumitest. Praegu koguvad vaid mõned ELi riigid vigastuste statistikat.

Juhtumid (valik) näitab IDB projektis osalevate valikusse võetud haiglates registreeritud õnnetuste arvu.

Täiendavaid näitajaid turul olevate toodete ohutuse kohta saab kahest kogu ELi hõlmavast kiirhoiatussüsteemist, mis jälgivad ohtlikke tarbekaupu: RAPEX¹⁴ muude kui toidukaupade jaoks ja RASFF¹⁵ toidu ja sööda jaoks.

Järgnevatel aastatel arendatakse hindade, kaebuste ja ohutuse andmeid edasi, nii et neid saaks koos söeluuringu andmetega integreerida üldisesse tiõru toimimise näitajasse.

¹³ Eurobaromeetri uuring 298: tarbijate kaitse siseturul; juuni 2008.

¹⁴ RAPEX: toiduks mittekasutatavate tarbekaupade kiirhoiatussüsteem – 2009. aasta aruanne.

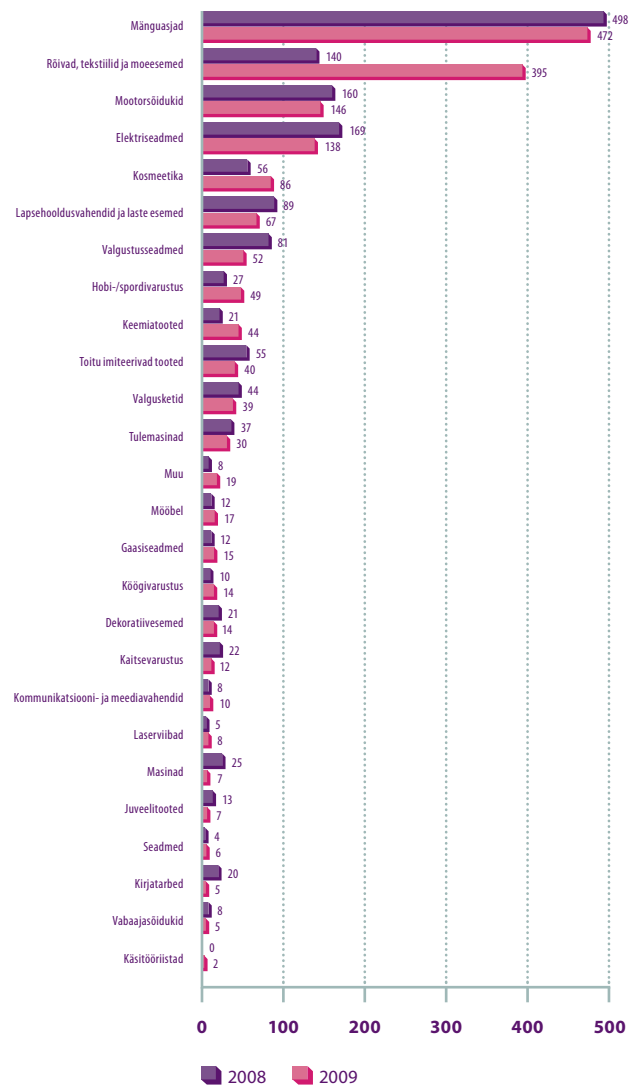
¹⁵ RASFF: toidu- ja söödaalane kiirhoiatussüsteem.

Tabel 1: Ohutusandmed IDBst (Euroopa vigastuste andmebaasist)

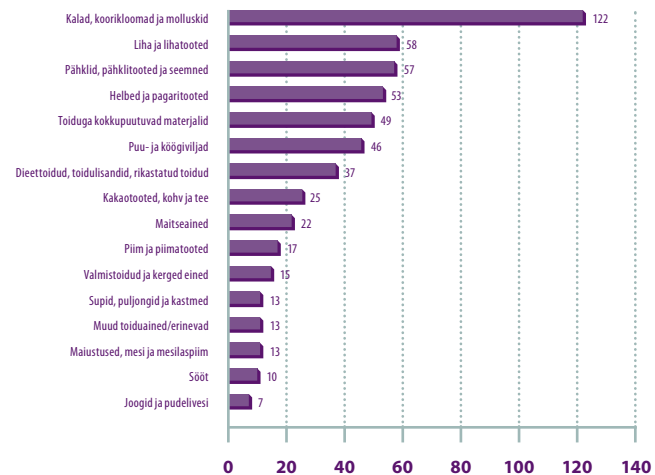
Vigastuse põhjustanud toode	AT	BE	CY	CZ	DK	EE	DE	LV	MT	NL	SE
Lennuk või õhutranspordi vahend	0,00%	–	0,00%	–	0,00%	–	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Loom, taim või inimene	7,80%	18,60%	2,90%	14,90%	11,20%	39,40%	6,60%	13,40%	6,50%	4,00%	11,90%
Peamiselt kodumajapidamises kasutatav seade	1,20%	1,40%	0,10%	0,90%	1,40%	0,40%	1,20%	0,40%	0,90%	1,00%	1,20%
Ehitis, ehitise osa või sellega seotud sisseseade	23,50%	13,30%	3,60%	13,50%	17,40%	9,30%	12,60%	10,10%	21,10%	6,00%	21,20%
Peamiselt spordis/vabaaja tegevuses kasutatav varustus	5,80%	4,20%	0,00%	4,90%	3,80%	7,50%	1,80%	1,70%	2,80%	3,60%	5,00%
Tuli, leek, suits	0,10%	0,20%	0,00%	–	0,10%	0,10%	0,20%	0,50%	0,20%	0,10%	0,10%
Toit, jook	0,40%	1,80%	0,00%	0,20%	0,60%	0,20%	0,50%	0,40%	0,90%	1,30%	1,10%
Mööbel/sisustus	3,50%	7,40%	0,50%	3,70%	2,90%	2,70%	4,10%	1,70%	2,50%	2,60%	2,10%
Maa pind või kokkupõrge maapinnaga	1,00%	17,80%	0,30%	2,90%	1,40%	1,90%	22,20%	13,90%	3,80%	0,80%	3,00%
Mujal liigitamata kuum ese/aine	0,40%	0,30%	0,00%	0,20%	0,20%	0,30%	0,30%	0,80%	0,50%	0,00%	0,10%
Imiku- või lastetoode	0,40%	1,20%	0,30%	1,20%	1,20%	0,40%	2,00%	0,20%	0,70%	0,30%	0,80%
Peamiselt isiklikuks kasutamiseks mõeldud ese	0,60%	2,10%	0,00%	0,30%	1,70%	0,30%	0,70%	0,20%	1,20%	1,20%	1,20%
Maasõiduk või maatranspordi vahend	5,80%	9,50%	8,90%	7,30%	5,30%	4,00%	6,10%	4,60%	5,80%	6,90%	6,10%
Mujal liigitamata materjal	36,10%	5,70%	0,30%	9,20%	19,70%	17,40%	5,40%	12,50%	18,00%	7,00%	24,50%
Meditsiini-/kirurgiline seade	0,00%	1,40%	0,00%	–	0,50%	–	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%
Liikurmasinad või eriotstarbelised sõidukid	0,30%	0,50%	0,00%	0,30%	0,50%	0,40%	0,20%	0,10%	0,30%	0,10%	0,60%
Muud mitte-farmatseutilised keemilised ained	0,00%	0,50%	0,00%	0,10%	0,80%	–	0,70%	0,20%	0,60%	0,30%	0,50%
Muud määratletud esemed/ained	1,30%	3,20%	0,00%	1,30%	2,70%	0,60%	3,20%	2,30%	1,40%	2,50%	2,00%
Inimestele kasutamiseks mõeldud farmatseutilised ained, s.t ravimid	0,00%	1,00%	0,10%	0,10%	1,00%	–	0,60%	0,10%	0,30%	0,90%	1,20%
Peamiselt tööga seotud tegevustes kasutatavad tööriistad, masinad, seadised	4,60%	4,50%	0,10%	1,80%	3,30%	2,60%	2,30%	4,40%	5,40%	2,70%	5,10%
Määratlemata või mitte ese/aine	4,40%	–	82,70%	35,50%	19,80%	11,40%	26,80%	29,70%	23,90%	56,00%	10,20%
Anum või mahuti	2,60%	4,60%	0,10%	1,30%	4,20%	1,10%	2,00%	2,30%	2,80%	2,50%	1,80%
Veesõiduk või veetranspordivahend	0,10%	–	0,00%	–	0,00%	–	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,10%
Relv	0,10%	0,50%	0,00%	0,30%	0,10%	–	0,50%	0,60%	0,20%	0,10%	0,10%
Kokku	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Juhtumid (valik) n=	19 921	3 844	11 513	5 180	78 663	1 647	5 558	115 934	5 120	295 847	96 954
Andmed aastast:	'07, '08	'05, '06	'06, '07, '08	'05, '06	'08	'06, '07	'07, '08	'05, '06, '07, '08	'06, '07, '08	'06, '07, '08	'07, '08
R – tavapärased andmed/P – pilootandmed	R	P	R	P	R	R	R	R	R	R	R

Allikas: IDB, KfV

RAPEX – tooteohutuse direktiivi artikli 12 kohased teated



RASFF hoiatusteated – 2009





7. JÄRELDUSED JA EDASISED SAMMUD



7. JÄRELDUSED JA EDASISED SAMMUD

Üle Euroopa Liidulise turu-uuringu tulemused annavad väärtuslikku teavet selle kohta, millised ühtse turu osad ei toimi tarbija seisukohast. Tekib pilt kõige problemaatilisematest valdkondadest, nii nagu tarbija seda näeb.

Kuigi tulemustabeli esitatud andmed on ainult näitajad, annavad nad suurel hulgal tõendeid edasiseks tööks ELi ja riikide tasandil.

- Andmed osutavad, kuhu komisjon ja liikmesriigid peaksid suunama oma jõupingutused ja ressursid, et turu-uuringute, valdkonnaküsitluste ja muude turujälgimise vahendite abil uurida ja analüüsida tarbijaturge.
- Küsimus usalduse kohta osutab, kuhu tuleks suunata jõustamise prioriteetid.
- Need andmed annavad riikide ja ELi tasandi poliitikutele aluse, millelt arutada (kui seda veel ei tehta) asjaomaste valdkondade esindajatega uuringutes ilmnenuid toimimistaset. Iga konkreetse turu taga olevate põhjuste sügavam analüüs aitaks tõlgendada tulemustabeli tulemusi ning välja selgitada valdkonnad, kus tuleb meetmeid võtta.

JÄRELMEETMED

Komisjon viib tulemustabeli alusel igal aastal läbikaks turu-uuringut, võttes arvesse hiljutisi komisjoni uuringuid asjakohastes valdkondades. Üks uuring elektri jaeturu kohta avaldatakse käesoleva aasta lõpul ning täiendav uuring e-kaubanduse kohta avaldati hiljuti. Igas uuringus uuritakse sügavuti tulemustabeli tulemuse taga olevaid põhjuseid ning tehakse kindlaks peamised poliitilised küsimused, mis vajavad lahendamist ning leitakse võimalikud poliitilised parandusmeetmed. Komisjon kogub sügavutiimevaid andmeid tarbijate kogumuste ja arvamuste kohta valitud turgudel, registreerib tegelikud tarbija kogumused turul kontrollostude kaudu ning teostab üksikasjalikke hindade kogumist. Iga turu-uuringu puhul püütakse tihedalt kaasata sidusrühmi ja küsitakse nende arvamus võimalike probleemide kohta, et

saaks need andmete kogumisse ja analüüsi hõlmata. Lõpp-tulemus peaks olema valitud turul tarbija ees seisvate probleemide ning lahendamist vajavate poliitiliste küsimuste üksikasjalik aruanne.

Tulemustabeli andmed näitavad, et Interneti-teenused¹⁶ on MPI järgi halvemuselt kolmandal kohal olev turg ning sellel turul on tarbijatel kõige suurem protsent probleeme (50st turust). Interneti-teenuste hinnanguline hind on liikmesriigiti väga erinev, kuid see on siiski seotud kogutarbimise tasemega neis riikides. Interneti-teenused on olulised Euroopa tarbijatele tugevuse andmisel ja samuti ühtse digitaalse turu jaoks. Seetõttu on Interneti-teenused ühe tulevase turu-uuringu teemaks. Selle uuringuga täiendatakse e-kommunikatsiooni määruuse rakendamise aasta-aruannetes esitatud tõendeid. Samuti võetakse uuringus arvesse redigeeritud õigusraamistiku mõju, mis tugevdab märkimisväärselt selliseid sätteid nagu numbri üleviidavus, kohtuvälised vaidluste lahendamised ja tarbijate parem teavitamine, ning võetakse arvesse ka vajadusi, mida tuleb alles rakendada.

Teiseks turu-uuringu valikuks on liha turg. Liha turg on MPI pingereas kõige madalamal tasemel ning samuti on see madalal kohal tarbijate usalduse pingereas. See on rangelt reguleeritud sagedasti ostetav toode, mis moodustab märkimisväärse osa tarbimiskulutustest.

Kuigi ka teised turud olid pingereas madalatel kohtadel, ei võetud neid käesoleval aastal turu-uuringu objektideks järgmistel põhjustel. Käimas on juba kaks uuringut investeeringute valdkonnas ning käesolevad andmed kinnitavad otsust seda turgu uurida.

¹⁶ Muude küsimuste hulgas, mida turu-uuringutes tuleb uurida, on ka järgmised küsimused: toote nautimist võimaldav olemus (s.t, mille puhul tarbija saab sama hinna eest rohkem), näiteks nagu kiirem Internet sarnase hinna eest; toote kiiresti muutuv olemus, mis tuleneb Interneti kiirest arengust; hästi-teada menetluskäikude olemasolu kaebuste puhuks (mõnikord on neile viidatud klientide arvetel); või suurem hulk lepinguid (näiteks võib mõnedel inimestel olla nii püsi- kui mobiilse Interneti-teenuse tellimus või mitu mobiilse Interneti tellimust).

Teise tulemustabeli koostamise järel korraldati turu-uuring elektriturul ning esimese tulemustabeli koostamise järel korraldati turu-uuring jooksevkonnade kohta ning see uuring avaldati 2009. aastal.

Sellised turud nagu kinnisvarateenused või õigusabi-, raamatupidamis- ja notariaalsed teenused tunduvad moodustavat väikse osa kodumajapidamise eelarvest ning nende piiriülene mõõde on piiratud.

Rahvusvaheline reisijate raudteetransport liberaliseeriti alles 2009. aasta detsembris ning võib veel aega minna, enne kui see välja kujuneb. On oluline, et reisijad oleksid oma õigustest hästi informeeritud. Seetõttu tahab komisjon läbi viia reisija õiguste teavituskampaania. Hoolimata sellest, et paljud reisijad märgivad, et rongiteenuste osas on probleeme, oleks selles valdkonnas uuringu alustamine enneagne, kuna liberaliseerimine on rahvusvahelise transpordi osas alles algusjärgus ning kodumaist transpordi ei ole veel liberaliseeritud.

Kuigi sõidukite remont tundub olevat problemaatiline turg, on komisjon hiljuti avaldanud laiaulatusliku mõjuhinnangu mootorsõidukite uue konkurentsiseaduse raamistiku kohta, mis sisaldab konkurentsitingimuste süvaanalüüsi nii sellel turul kui ka kasutatud sõidukite turul. Järgnevalt on komisjon rakendanud mootorsõidukite valdkonnas uue konkurentsiseaduse raamistiku, mis jõustus 2010. aasta juunis, ning millega suurendatakse konkurentsi sõiduautode hooldus- ja remonditeenuste turul, kuna parandati sõltumatute remondiettevõtjate ligipääsu remondiks vajalikule tehnilisele teabele ning tehti volitatud ja sõltumatutele remondiettevõtjatele lihtsamaks alternatiivsete varuosade kasutamine. Selle tagajärjel parandavad uued eeskirjad autoremondi turu tingimusi tarbija jaoks märkimisväärselt. Kasutatud autode puhul tundub, et nende hindu mõjutavad uute autode turu hinnad ning see avaldab survet kogu turu hindadele, nii uute kui ka kasutatud autode hindadele. Komisjon jätkab hoolikalt autode müügi ja hoolduse ning ka hooldus- ja remonditeenuste turgude arengu jälgimist ning nii komisjon kui ka riiklikud konkurentsiametid sekkuvad, kui konkurents esineb puudusi.

Kuigi ka rõivaste ja jalanõude turg on pingereas madalal kohal valiti sügavamaks turu-uuringuks liha-turg, sest see on rohkem seotud tarbijate tervise ja heaoluga.

Liikmesriike kutsutakse üles kasutama tulemustabeli näitajaid, et võtta meetmeid riiklikul tasandil kõige problemaatilisematel turgudel.

Tulemustabeli andmeid võetakse arvesse komisjoni ja liikmesriikide igaaastase „pühkimise“ teema valikul. See on üritus, mille korraldab tarbijakaitse ühenduste ametkondade võrgustik. Liikmesriike kutsutakse üles ka kasutama riiklikke andmeid usalduse kohta, et teha kindlaks jõustamise prioriteete.

Komisjon on juba kirjutanud kõigi uuringusse kaasatud valdkondade ELi esindajatele, kutsudes neid osalema dialoogis, mille eesmärk on parandada tarbijate kogemusi, teha kindlaks head tavad pingereas kõrgel kohal olevatel turgudel, leida lahendusi madalal kohal olevate turgude probleemidele ning samuti parandada turu-uuringute protsessi ja kasutada selle töö tulemusi tarbijate algatatud uuenduste ergutamiseks.

Tulemustabeli alusel arutab komisjon kõige halvemini toimivate turgude esindajatega tulemuste võimalikke põhjuseid ning seda, kas tööstusharu võetavad meetmed, nagu tööstusharu käitumiskodeksi välja arendamine, kaebustega tegelevate asutuste loomine või alternatiivsed vaidluste lahendamise mehhanismid võiksid olla sobivad lahendused täiendamaks konkurentsi- või valdkonnaspetsiifiliste eeskirjade kohaldamist.

TULEMUSTABELI TULEVIK

Kuigi käesolev tulemustabel on märgatav edasimineku võrreldes eelmisega, on tulemustabelit siiski vaja edasi arendada ja parandada, eelkõige võttes aluseks Euroopa Parlamendi aruandes¹⁷ esitatud soovitused. Eelkõige:

- **Kaebused.** Komisjon teeb tihedat koostööd kaebustega tegelevate organisatsioonidega, et tagada soovituste rakendamine.
- **Turu-uuring.** Eelarve piiratuse tõttu ei ole võimalik igal aastal uurida kõiki 50 turgu. Igal aastal uuritakse kõige problemaatilisemaid turge, et jälgida nende arengut. Teisi turge uuritakse iga kahe aasta järel. Kui tekib täiendavaid ressursse, siis laiendatakse uuringut, et uurida, kuidas tarbijad tajuvad konkurentsi tugevust ja uuenduslikkust igal turul.
- **Hinnad.** Eurostat jätkab tihedat koostööd riiklike statistikaametitega, et koostada võrreldavad hindade andmed kõigi tarbijaturgude kohta.



¹⁷ Euroopa Parlamendi 9. märtsi 2010. aasta resolutsioon tarbijakaitse kohta – T7-0046/20100.

I LISA – HINNAD

Hindade analüüsil tulemustabeli jaoks kasutatud arvud on esitatud järgmistes tabelites. Kõikide riikide kohta ei olnud alati andmeid olemas.

Tabel 2: Teenuste hinnad

Teenused	EU	AT	BE	BG	CY	CZ	DE	DK	EE	EL	ES	FI	FR	HU	IE	IT	LT	LU	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SE	SI	SK	UK
Gaasiteenused <20GJ + maksud	21,5	21,4	23,2	11,3		19,8	27,1	26,2	10,9		19,8		29,7	13,9	18,4	19,4	18,2	20,6	20,2		29,7	14,9	21,7	7,8	38,1	21,8	27,7	13,2
Gaasiteenused 20–200GJ + maksud	15,5	17,6	15,6	11,4		13,4	17,2	26,2	10,5		15,9		15,7	13,3	16,6	17,9	11,5	13,3	12,5		20,9	11,8	16,6	7,8	25,8	16,6	13	11,8
Gaasiteenused >200GJ + maksud	14,3	15,6	14,4	11,7		13,2	15,5	26,2	10,5		13,1		14	13,2	15,7	18,6	10,5	12,3	12,3		19,7	10,9	14,4	7,6	24,3	16,1	13	10,4
Gaasiteenused <20GJ maksudeta	17,2	15,7	18,8	9,4		16,6	20,4	12,8	8,8		17		26,3	11,3	16,2	14,3	15,3	18,7	18,4		19,3	12,2	20,7	4,7	24,5	17,4	23,3	12,6
Gaasiteenused 20–200GJ maksudeta	12,1	12,8	12,5	9,5		11,3	12,8	12,8	8,5		13,7		13,4	10,9	14,6	11,9	9,7	11,6	11,4		12,6	9,7	15,7	4,7	14,7	13,1	10,9	11,3
Gaasiteenused >200GJ maksudeta	10,9	11,2	11,5	9,8		11,1	11,3	12,8	8,5		11,3		11,8	10,7	13,8	11,4	8,8	10,3	11,2		11,7	8,9	13,7	4,6	13,5	12,6	11	10
Elektriteenused <1 MWh + maksud	0,24	0,27	0,27	0,08	0,15	0,28	0,36	0,29	0,09	0,11	0,31	0,24	0,16	0,16	0,42	0,29	0,1	0,27	0,11	0,24		0,15	0,33	0,1	0,26	0,28	0,23	0,17
Elektriteenused 1–2,5 MWh + maksud	0,18	0,21	0,21	0,08	0,14	0,21	0,25	0,29	0,09	0,09	0,18	0,16	0,14	0,16	0,22	0,17	0,1	0,21	0,11	0,18	0,11	0,13	0,18	0,1	0,18	0,16	0,17	0,15
Elektriteenused 2,5–5 MWh + maksud	0,16	0,19	0,19	0,08	0,16	0,14	0,23	0,26	0,09	0,11	0,16	0,13	0,12	0,15	0,19	0,2	0,09	0,19	0,11	0,16	0,19	0,12	0,16	0,1	0,16	0,14	0,16	0,14
Elektriteenused 5–15 MWh + maksud	0,16	0,17	0,17	0,08	0,16	0,11	0,21	0,23	0,09	0,13	0,15	0,11	0,11	0,14	0,18	0,26	0,09	0,17	0,11	0,17	0,23	0,11	0,14	0,09	0,14	0,13	0,15	0,13
Elektriteenused >15 MWh + maksud	0,15	0,16	0,15	0,08	0,17	0,1	0,21	0,23	0,08	0,16	0,14	0,1	0,1	0,14	0,15	0,3	0,08	0,14	0,1	0,21	0,19	0,11	0,13	0,09	0,13	0,13	0,13	0,13
Elektriteenused <1 MWh maksudeta	0,18	0,19	0,2	0,07	0,13	0,23	0,25	0,14	0,07	0,1	0,26	0,19	0,12	0,13	0,37		0,08	0,24	0,1	0,23	0,25	0,12	0,29	0,08	0,19	0,2	0,2	0,16
Elektriteenused 1–2,5 MWh maksudeta	0,13	0,15	0,16	0,07	0,12	0,17	0,16	0,14	0,07	0,09	0,15	0,13	0,11	0,13	0,2		0,08	0,18	0,1	0,17	0,16	0,1	0,15	0,08	0,12	0,12	0,14	0,15
Elektriteenused 2,5–5 MWh maksudeta	0,12	0,14	0,14	0,07	0,14	0,11	0,14	0,12	0,07	0,1	0,13	0,1	0,09	0,13	0,17		0,08	0,16	0,1	0,15	0,14	0,09	0,13	0,08	0,1	0,11	0,13	0,14
Elektriteenused 5–15 MWh maksudeta	0,11	0,13	0,12	0,07	0,14	0,09	0,13	0,1	0,07	0,12	0,12	0,09	0,08	0,12	0,16		0,07	0,15	0,1	0,16	0,13	0,09	0,12	0,08	0,09	0,1	0,13	0,12
Elektriteenused > 15 MWh maksudeta	0,11	0,12	0,11	0,07	0,14	0,08	0,12	0,1	0,06	0,14	0,12	0,07	0,08	0,12	0,14		0,07	0,12	0,1	0,2	0,12	0,09	0,11	0,08	0,08	0,1	0,11	0,12
Jooksevkonto, kodumaine, passiivne	74	100	29	17	7	40	63	38	26	15	105	45	91	28	56	135	11	40	63	53	30	46	26	30	25	44	44	95
Jooksevkonto, kodumaine, keskmise	112	140	58	27	85	95	89	74	51	54	178	104	154	76	82	253	35	57	115	72	46	73	45	83	62	100	74	103
Jooksevkonto, kodumaine, aktiivne	159	197	82	43	185	157	115	128	93	112	304	207	232	144	118	402	113	96	192	99	56	114	82	142	128	201	125	111

Teenused	EU	AT	BE	BG	CY	CZ	DE	DK	EE	EL	ES	FI	FR	HU	IE	IT	LT	LU	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SE	SI	SK	UK
Interneti-teenused 0,14–0,5 Mb			12,27		36,27	34,43		13,31	12,2			24,23	22,9	12,88			9,58		8,17			20,48	38,08		11,16	15		
Interneti-teenused 0,5–1 Mb			24,17	10,17	43,18	39,06	29,53		9,52	19,42	54,61	25,01	36,15	16,81	20,08	49,67	3,7		11,3			16,79					14	
Interneti-teenused 1–2 Mb		34,9		9,43	38	30,36	34,35	24,93	15,4	16,5		29,01		7,83		39,55	11,58	28,92	8,46	16,35		17,97		6,12	20,86	18,78	14,38	
Interneti-teenused 2–4 Mb		29,48	72,56	9,43	67	38,81		22,72	18,59	27,16		35,01		12,45	22		14,19	67,82	11,04		19,95	33,53		11,3	26,99	17	48,25	
Interneti-teenused 4–8 Mb		15,39	75,63	9		18,22	45,99	28,09	12,72	22,42		42,01	34,9	11,62	36,4	22,95	11,34	43,02	11,7	27,35	18,83	19,16	52,07	11,59	27,02	20		16,29
Interneti-teenused 8–20 Mb		25,39	50,92	7,67		25,99	29,05	34,59	19,11			40,23	17,9	9,34	32	27,95	11,34	19,42	13,68	30,93	21,2	26,29	27,07	7,01	24,6	14	17,38	24,46
Interneti-teenused 20+ Mb		49	65,49	11,24		50,51		42,41		22,42		47,01	29,9	13,07	46,44		29,88	47,82	19,46	100,67	25,83	23,56	62,07	11,59	30,56	20	24,38	44,02
Mobiilikõned – hind minuti kohta	0,13	0,1	0,18	0,05	0,05	0,13	0,14	0,1	0,11	0,14	0,17	0,07	0,14	0,14	0,1	0,1	0,05	0,21	0,04	0,24	0,2	0,11	0,12	0,06	0,11	0,14	0,13	0,13
Telefoniteenused – liitkorv		53,2	46,8	20,4	25,9	43,5	37,8	39,7	25,9	38,2	45,3	45	39,7	31,3	50,8	40,1	29,7	33	37,6	30,8	57,4	32,6	35,7	18	33,1	31	39,5	35,5
Telefoniteenused – vähene kasutamine		28,8	33,1	14,4	21,8	34,2	25,8	31,1	18,6	28	32,5	27,9	29,4	21,4	41,1	28,8	13	28,3	18,8	17,8	30,5	20,8	29	15	25,9	23,1	22,6	27,6
Telefoniteenused – keskmine kasutamine		38,5	43,8	21,6	25,2	47,8	35,4	37,7	29,1	37,9	43,2	45	40,4	32,6	52,7	39,4	14,9	36,1	26,2	26,8	39,2	25,4	36,3	19,6	32,2	32	32,7	31,3
Telefoniteenused – suur kasutamine		64,8	72,1	38,7	34	86,1	54,5	56	58,9	64,3	72,7	86,5	68,7	66,7	72,3	68,8	23,6	59,2	50,8	52,9	63,5	40,4	60,7	31,3	47,3	57	56,5	51,4
Telefoniteenused – 10 min kohalikke kõnesid	0,37	0,49	0,62	0,15	0,17	0,62	0,29	0,37	0,23	0,31	0,29	0,29	0,36	0,16	0,58	0,22	0,39	0,31	0,36	0,25	0,55	0,49	0,37	0,23	0,27	0,29	0,75	0,6
Standardkiri <20 g kodumaine		0,55		0,46	0,34	0,38	0,55	0,74	0,35	0,58	0,32	0,8			0,55		0,45	0,5	0,5	0,19	0,44	0,45	0,47	0,24	0,57		0,6	0,44
Standardkiri <20 g ELi sisene		0,65		0,77	0,51	0,64	0,7	1,07	0,58	0,72	0,62	0,8			0,82		0,71	0,7	0,78	0,37	0,77	0,69	0,68	0,5	1,13		1	0,63
Hambaravi							78	47			125		45	8		136					63	18						159
Tarbija-laenu		5,60%	8,40%	12,5%	7,70%	15,0%	6,70%	8,50%	32,5%	10,2%	11,1%	3,40%	7,20%	23,7%	7,50%	8,90%	13,5%		19,0%	4,00%	8,90%	18,5%	12,4%	18,0%	2,90%	7,40%	15,0%	
Eluasemelaenu		3,60%		8,90%	5,80%	5,70%	4,20%	3,30%	9,60%	2,90%	3,90%	1,10%	4,90%	10,3%	5,30%	3,00%	6,10%		7,80%	2,00%	4,20%	4,30%	4,40%	7,70%	0,20%	3,60%	5,60%	

Tabel 2: Tabelis esitatud andmed on pärit mitmetest allikatest. Elektri ja gaasi hinnad põhinevad Eurostati andmetel kodumaiste tarbijate kohta (uus meetodika alates 2007. aastast). Need andmed on 2009. aasta omad ning on väljendatud eurodes kilovatt-tunni kohta (elekter) ja eurodes gigadžauli kohta (gaas). Jooksevkontode hinnad aastahinnad võeti komisjoni 2009. aasta septembris avaldatud aruandest („Tarbijate jooksevkontode hindade andmekogumine“) ning need osutavad 2009. aastale. Interneti-teenuste hinnad olid hõlmatud uuringusse „Lairiba Internetile juurdepääsu maksumus“, mille komisjon avaldas 2010. aasta jaanuaris; andmed on 2009. aastast. Mobiiltelefoniteenuste ja tavatelefoniteenuste hinnad avaldati ühtse Euroopa elektroonilise kommunikatsioonituru 15. arenguaruandes. Postiteenuste hinnad koguti Eurostati ELi postiuuringute käigus ja need on 2009. aastast. Hambaraviteenuste hinnad põhinevad ühe uurimuse lõpparuandel: „Rahvusvaheline

hindade võrdlus: üheksas ELi liikmesriigis läbiviidud kümne terviseteenuste erinevuste uurimus riigi sees ja riikide vahel“. Tarbija- ja eluasemelaenu intressimäärad põhinevad Euroopa Keskpanka esitatud intressimääradel; need näitavad 2009. aasta keskmisi väärtusi ning neid on kohandanud HICP.

Tabel 3: Selles tabelis esitatud hinnad pärinevad mitmetest allikatest. Autode hinnad on võetud viimasest „Autohindade aruandest“, mille avaldas konkurentsi peadirektoraat 2010. aasta juulis. 30 elektroonikakaupade hinda pärinevad GfK jaemüügi uuringu tarbijahindade andmetest. Selles uuringus uuriti täielikult 10 kategooria elektri- ja elektroonikakaupade hindu. Aruanne kavatsetakse avaldada 2011. aasta kevadel. Kütusehinda (1 000 liitri kohta) ajakohastab korrapäraselt Euroopa Komisjoni loodud energiaturu seire, ning need andmed on aastast 2010.

Kaubad	EU	AT	BE	BG	CY	CZ	DE	DK	EE	EL	ES	FI	FR	HU	IE	IT	LT	LU	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SE	SI	SK	UK
Filterkohvimasin 15 tassi jaoks	28	24	31			38	27	33		31	26	26	29	24	25	36					28	31	28	26	28		34	24
Triikraud 2kW	31	36	34			41	35	43		36	34	45	31	31	31	29					29	40	32	32	35	44	41	25
Triikraud 2,4kW	67	66	74			91	61	82		80	68	83	72	77	43	68					66	79	66	71	72	83	82	44
Triikraud 2,2kW, terasest	25	24	31			25	24			25	27	49	32	20	34	37					19	21	24	20	48	33	38	23
Tolmuimeja 1,5–1,6kW	72	88	134	41		72	105	72		55	43	65	53	45		49					75	66	46	40	61	61	67	49
Tolmuimeja 1,7–1,8kW	92	114	114	35		113	121	153		68	88	108	79	78	61	102					115	64	63	51	72	83	89	56
Käsitolmuimeja <0,7W	59	65	65	59		55	62	54		55	61	47	50	41	131	43					67	41	52	37	41	51	48	94
Netbook atom <11" 100–200G	357	331	387	389		345	380	383		380	360	386	375	356	389	361					367	346	370	376	341			314
Laptop core2 15–16" 200–300G	703	767	789	911		909	757	870		856	710	928	730	850	733	750					654	721	771	843	812			550
Laptop core2 15–16" 300–400G	798	838	854	920		823	799	961		965	806	854	812	1 069	766	816					746	766	901	874	750			626
TV 32LG3000	474	470	535	467		495	465	616		552	496	482	510	489	523	455					449	394	478	408	504	498	513	462
TV LE32A336	453	505	443	442		466	453	581		510	422	546	494	360		454					390		399	401	482	412	478	392
TV LE32A330	422	460	479	427		366	453	447		482	395	418	381	379	392	400					428	375	505	404	472	483	462	346
Ixus 80 IS	170	166	191	189		184	158	198		203	180	188	172	188	196	190					179	170	178	164	184	190	190	161
Lumix DMC TZ5	288	310	327	283		298	290	311		362	304	304	287	265	305	310					293	280	278	310	321	323	326	252
Coolpix S210	139	148	153	144		133	135	162		148	129	154	141	144	166	145					146	145	139	142	150	138	139	124
Euro-super 95 + maksud	1 346	1 188	1 449	1 030	1 090	1 287	1 386	1 439	1 098	1 509	1 167	1 431	1 333	1 231	1 333	1 372	1 201	1 152	1 101	1 220	1 489	1 150	1 382	1 086	1 345	1 223	1 275	1 404
Euro-super 95 maksudeta	531	505	584	508	578	565	510	580	492	548	552	561	508	543	538	580	559	540	548	596	531	536	559	526	492	531	557	511
Diiseli + maksud	1 179	1 103	1 203	990	1 069	1 246	1 194	1 209	1 092	1 310	1 077	1 148	1 135	1 173	1 249	1 212	1 054	970	1 075	1 060	1 149	1 083	1 167	1 055	1 265	1 187	1 133	1 432
Diiseli maksudeta	556	533	601	518	589	606	533	578	517	645	572	611	521	578	563	587	597	534	574	546	528	573	600	556	553	560	584	535
Kütteeõli + maksud	745	746	628	985	825	737	682	1 153	739	1 127	706	786	700	1 173	846	1 178	586	573	720	720	807	687	833	909	1 125	789	781	633
Kütteeõli maksudeta	521	513	501	514	582	521	512	590	505	495	512	563	528	578	637	578												

Tabel 4: Eurostati hinnad

Kaubad, eurodes	EU	AT	BE	BG	CY	CZ	DE	DK	EE	EL	ES	FI	FR	HU	IE	IT	LT	LU	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SE	SI	SK	UK	
Leib, sai, teravili ja teraviljatooted																													
Pikateraline riis 1 kg		2,2	3	1,5	2,2	1,4			1,5	2,7	1,4	2,5		1,2		2,1	1,3	2,6	1,7	2,8	2	1	1	1,7			1,6	3,3	
Nisujahu 1 kg		1	0,8	0,5	1,3	0,4				1,3	0,8	0,6		0,4	0,9	0,7	0,7	0,9	0,7	0,9	1,1	0,4	0,8	0,6		1	0,4	0,8	
Saiapäts 1 kg		4,8	2,5	0,6	1,8	0,7				2,1	2,7	3,3		0,9	1,7	2,6	1,5	3,4	1,7	1,1	1,4	0,8	2	0,9		1,9	1,3	1,6	
Spagetid 1 kg			2		2,1	1,1	2,6		2	1,8		2,3		2,1	2,4	1,5	2,1	2,4	1,9	1,6	1,3		1,3	2,5			2,1	1,7	
Liha																													
Hakkliha 1 kg			8,9	3,2		3,1						9,2				9,1	3,5	7,9		5,6	5,6	2,6		3,7				7	
Sealiha eskalopp 1 kg		9,3	7,5			4,1				5,5		12,4		4,5		8,1	4,1	9,2	5,1	3,5	7,7	3	5,5	5,4		5,2	4,2		
Terve kana 1 kg		4,2	4	2,3	3,5	2,2			2,5	3,7	2,8			2,6	4	4,2	2,6	4,1	2,8	2,5		1,6	2,3	2,3		3,3	2,3	3,4	
Viiner 1 kg						4,5				7,1				3,4		7,3		9,5	4,3			3,4	5,7	3,6		6	3,1		
Vorst, salaami 1 kg		17,9	15,7		6,2	6,4						14,6		11,7			11,1	14,7	10,5			7,3							
Toit: muu																													
Konserveeritud roosa tuunikala 1 kg		8,1	9,7	6,9								8,8				10,1		13,4		5,6	7,7	5,5	8,7				6,3	7,6	
Koorimata röösk piim 1 l		0,9		0,8	1,2	0,6			0,7	1,1	0,9	0,9		0,7	1,1	1,4	0,7	1,1	0,7	0,7	1	0,6	0,8	1,2		0,8	0,6	0,9	
Naturalne jogurt 1 kg			2,6	1		1,5				3,3				1,8		4,5		3,1		1,6	0,7	1,4	2,8						
Puuviljajogurt 1 kg		2,9	3,2	1,9		2,2						2,4		1,9			2,8	4		1,6		1,6	3,1			2,3	0,4		
Juust Camembert 1 kg		8,7	7,2			7,4								11,1				12,6				7,7					8,5		
Juust Gouda 1 kg		7,8	7,9			4,2												10,9	5,7		6	3,6				8			
Kanamunad 10tk		3,4	2	1,1	2	1				2,6	1,3	1,8		1,1	3,1	1,9	1,2	2,4	1,4	1,1	1,8	1	1,3	1,1		1,5	1,1	3	
Või 250g		1,3	1,4	1,1	2,1	0,9				2,8		1,2		1,7	1,3	2	1,2	1,8	1,4	1,5	1,2	0,9	1,6	1,6		2	1,4	1,2	
Oliiviõli 1 l		7,7	6,7		5,3	10				5,5	2,9			9,1		5,3	6,7	8		5,6		8,5	4						
Taimeõli 1 l		3,2	2,1	1,2		1,3				2,5		3,2		1,5			2	3,3	2	2,3		1,4	1,5			2,2	1,9		
Valge suhkur 1 kg		1	0,9	0,8	1	0,7			0,9	0,8	0,9	1,1		0,8	1	1	0,9	1,1	1	1	0,8	0,7	0,9	0,9		0,8	0,9	1,1	
Keedis 1 kg		4,6	3,4	3	4,1	3,7						3		2,7	4	4,2	3,3	5		1,2	2,3	2,7	5,8	3,1		4	3,3		
Piimašokolaad 1 kg		8,5	9	6,9		8,2	8,4			9,7		9,4		8				12,2				7,2	9,6			8,4	7,8		
Jäätis 1 l		3	3,2	2,1	5,4	6,4			2,5	4,9		1,6		3,7		6,6	2,2	4,2		2,1	3,2	2,1	3,2	4,2		3,6	1,4	2,3	
Tomatiketšup 1 kg		2,1		1,5		1,6			2,1	3,8		3,1		3,2			1,8		1,4	3	2,5	2,2	2,7	2,6			2,8	3,3	

Kaubad, eurodes	EU	AT	BE	BG	CY	CZ	DE	DK	EE	EL	ES	FI	FR	HU	IE	IT	LT	LU	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SE	SI	SK	UK
Puu- ja köögiviljad																												
Õunad 1 kg		1,8	1,3	1		1,1			1,1	1,9	1,7	1,8		0,9		2	1,5	2,1	0,9	1,6	1,3	0,7	1,3	0,8		1,1	1	1,9
Puuviljakonservid 1 kg		1,5	2,1			1,6				2,2		2,8		1,7		2,9	1,7	5,3	1,8	2,1		1,5	1,6				1,8	2
Porgandid 1 kg		1,3	1,1	0,8	1,2	0,9			0,9	1,1	1,1	1,8		0,8	1,3	1,2	0,8	1,3	1	1,4		0,8	0,7	0,7		1,2	1,1	1,1
Kartulid 1 kg		1,1	1	0,6	0,5	0,6			0,4	0,7	0,7	0,8		0,7	1,4	0,9	0,7	1,3	0,5	0,6	0,7	0,5	0,6	0,5		0,5	0,6	0,8
Mittealkohoolsed joogid																												
Kohv 1 kg			9,3	6,1	8,9	8,2					6,2	5,5		7,7		9,3	8,0	10,3	9,6	20,5	4,0	5,3	8,7	9,9			8,0	11,3
Must tee 25 bg		2	1,2		1,4	0,7			1,3	2,1				1,3	0,9	1,4	1,2	1,8		0,7		1,2	1,5				0,7	
Mineraalvesi 1 l		0,3	0,4	0,2		0,3	0,5			0,3		1,1		0,3		0,3	0,4	0,7	0,5	0,3	0,3	0,4	1,4	0,3		0,4	0,3	
Apelsinimahl 1 l		1,2	1,3	1,2		1,1			1,1	1,4	0,8	1		1,2	1,6	0,7	1,2	1,4			0,6	1	1,1	1,4			1,3	2,2
Alkohoolsed joogid																												
Viin 1 l		12,8			13,6	9,7			11,2	16,1				10,8	30,8		10,7	12,5	10,9			8,7		9,2			7,7	18,6
Punane vein 0,75 l		4,2			3,3	1,9				3,6				0,6			4,3	4,4		1,6		3,7	1,2	2,7		1,3	1,9	6
Valge vein 0,75 l		3,8		1,8	3,2	1,6				3,4				0,6		3,9		4,6		1,6		4,6	1,2	3,4		1,1	1,7	6,1
Õlu 1 l		1,6	1,5	0,9	2,4	1,4	1,4		1,5	1,9		3,4		1,4		1,8	1,4	2,1	1,5	2,5		1,1	1,5	0,9		1,7	1	
Rõivad ja jalatsid																												
Puuvillane riie 1 m ²						5								2,8			3	13,9		7,5	7	3,7					7,6	
Meeste ülikond, vill		217,2		90,1		183,4											148	307,7			145,2		122,7				161,6	
Meeste teksad		64,9	56,5	22,4		37,8				49,3				31,2			30,6	58,1		40,2		26		26,6		63,3	44,2	
Meeste päevasärk		36,1	41,2	16,6	38,1	18,3				40,1				21,1			24,6	58,7		28,1	35,8	17,2					20,2	24,6
Meeste T-särk, lüh. käis		24,1	18	5,5		21								13,1			11,2	36		21	11,9	4,6		6,7				
Naiste teksad		67,1	53,1			31,4	35,9			57,2				26,6			65,6	41,5		30,3	65,4	23,9				63,3	32,3	52,2
Naiste seelikud				18,9		31,6											31,3	42,6		28,1		18,4		19,2		76,7	31,9	28,6
Naiste T-särk		25,9	19,7			20,9								11,8			16,2	38,8		18	18,8	10,5						
Bikiinid		38,9				30,9								29,9			24,6	61,2		32,4	31,8	20,9				45,7	30,1	
Rinnahoidja, push-up						17,1								17,2			11,9	28,3				9,5					16,8	
Sukapüksid		5,5	5,9	1,9	3,9	1,3			2,7	3,9				1,6			2,7	5,4		4,4	2,5	0,7				3,4	1,1	3,4

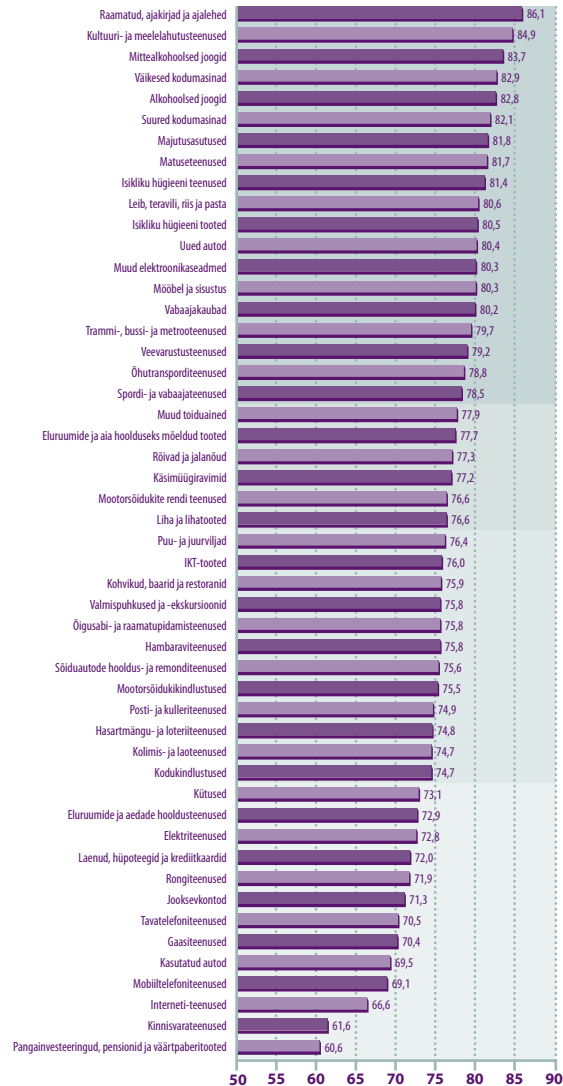
Kaubad, eurodes	EU	AT	BE	BG	CY	CZ	DE	DK	EE	EL	ES	FI	FR	HU	IE	IT	LT	LU	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SE	SI	SK	UK	
Laste teksad ja püksid		26,6	30,8	12,7		17,6				30,6				16,2			19	32,5	18,7	18,3	21,9	13,7		11,8			20,4	11,2	
Meeste klassikalised paeltega kingad		76,6	100,8			52,3								45,4			53,6	110,9		51,8	90,6	35		35,8		69,9	58,4	53,2	
Naiste tavalised kotsakingad		89,3	83,9			47,8								42,9			48,9	106		39,3	66,2	34,7		38,6		70,7	52,8		
Laste spordijalatsid			67,8	12,7						41				19,7			11,9	76,1	19,4		41,1	9,5					27,2	31,4	
Suured kodumasinad																													
Külmkapp 200l-freezer 100l, A		625,2	446,2	337,2		344,6								326,1			359,5	510,9	342,6	614,5	555,7	273,6		299		511,4	364,2		
Pesumasin 4,5–5kg, A		570,5	613,8	274,7		384	496,8							275			350,7	395,5	368,5	595,5	526,4	259,8		299,9			372,8	369,5	
Tolmuimeja 1,4–1,6 kW		147,7	156,2	54,3		126,9								53,7			105,1	124,5				73,3	75,8				93,8		
Tramm, buss, metroo ja allmaaraudtee																													
Takso 5 km päevatariff		9,7	9,1	1,4	5,6	5,5	6,9		5,2			11,5		5,1			3,2	16,4	4,5		4,7	3,3	4,3	2		6	4,8		
Linnaliinibuss, 1 pilet täiskasv., 5 km, 2 tsooni		1,5	1,3	0,4	1,3	0,4			0,7	1				0,8			0,5	1,5		0,5	2,4	0,5	1,1	0,3			0,5		
Elektroonikakaubad (mitte IKT/ meelelahutuslikuks otstarbeks)																													
Patarei LR6-1,5V=AA, alkl., 1 tk		1,3	1,7	0,3	1	0,3			0,6	1,1		1,1		0,9		1		1,1	0,7	2,5	1,2	0,5	0,9	0,5		1,2	0,9	0,9	
Lambipirn 220–240V, 1 tk			0,8	0,3	0,5	0,4			0,4	1				0,3		1	0,3	1,6	0,4	0,6	0,9	0,3	1,2	0,3		0,4	0,4	0,6	
Tühi CD-R 700 MB		1		0,7	0,7	0,4								0,5			0,8	0,7			0,8	0,3	0,6	0,7		0,5	0,5		
TV LCD 32"		647,6	813,2			554,7	648,9		497,8					459,2			592,8	589,7		451,7	630,5	453,5						536,6	
DVD-salvesataja + HD 160–250 GB		329,6	284,4			296,3								203			84,6	201,2			267,8	174,5				258,1	253,2	198,3	
MP3-mängija '4GB flash LCD		78,6	117,9			62,3								52,5			62,8	67,5			86,4	33,5					51		
Kultuuri- ja meelelahutusteenused																													
Kinopilet 1 tk		8,2	7,3	2,4	7,3	3,3	7,1			7,6		9,2		4,1	8,7	6,3	3,9	7,3		5,8	8,5	3,2	5			4,7	2,6		
Raamatud, ajakirjad, ajalehed, kirjatarbed (välja arvatud postisaadetised)																													
Igapäevane ajaleht		1	1	0,5	1	0,5			1,2	1,3				0,5			0,7	1,7		0,5	1,3	0,3	0,9	0,3		1	0,4	0,3	
Restoranid ja baarid																													
Punane majavein (1 klaas) 12 cl		1,8				1,1			2,1					0,6			1,5	4			3,2	1,3	0,8				0,6	2,2	
Õlu (laager), dm (klaas) 0,2–0,35 l			1,7			1								0,8	2,6	2	1,5	2,1		1,2	1,9	0,7	0,9	0,6			1,1	1,6	
Tass kohvi lauas		2,3	1,8	0,4	0,9	0,8	1,7			2,7		1,7		0,7		0,8	0,8	2,1	1,1	1,2	1,9	1	0,6	0,7		1,2	0,8	2	

Kaubad, eurodes	EU	AT	BE	BG	CY	CZ	DE	DK	EE	EL	ES	FI	FR	HU	IE	IT	LT	LU	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SE	SI	SK	UK	
Isikliku hügieeni teenused																													
Naiste juukselõikus + pesu + kuivatus		44,7			16,9	10,6	29,3		14,1	17,2		36,3		8,7	38,5	16,3	12,4	28,3	15,8	26,2	33,6					28,2	8,3		
Isiklik hügieen: Tualett-tarbed ja elektriseadmed																													
Šampoon 400 ml		4,3	3,9	4,5	4,1	3				4,2		4,8		4,1		4,5	4,7	3,8	4,1	6,3	5	1,8	5,2	5,8		4	3	2,2	
Hambapasta 100 ml		2,7	2	0,9	3,1	1,3	2,5		1,6	3,2		2,2		1,8		2,3	1,9	2,9	1,9		2,4	1,5	3	1,4		2,6	1,3		
Dušigeel 300 ml		2,7	2,1			2,7			2,4			3,1		2,1		2,7	2,8	2,9	2,8	3	3,6	2,5	2,1	2,8		2,4	2,9	2,4	
Käterätik 70x150 cm		19,2	15,2	2,7		5,1								3,8		9,9	3,8	9,3		6,6	5,2	4		5,5			4,8		
Muusika CD – pop (müügi top 5)		15,8	17,5		19,7	12,2								11,8		18,8	6,6	18,3	12,5		15,1	8,7	14,2			14	11	12,2	
Koeratoit, liha 1 kg				2,6			2,4							2,4		2		2,3	2,3	4			2,1			2			
Koeratoit, kuiv 1 kg		1,8	1,8	1,5		2,2						2,4					2,2	2,1		4	3,3	2	2,6				2,6		
Pesupulber 1 kg				3,4	2,7	3,1	1,7			3,5	3,7	2,7		2,7		2,5	2,7	3,2	2,9	2,9		3	2,6	2,7		3,5	3		
Sigaretid 20tk		3,8	4,7	1,7	3,1	2,4			2,6	2,6		4,5		2,4	8,3		1,7	3,8	2,6	3,4	5	1,8	3,4	1,7		2,8	2,5	6,8	
Puhastus ja parandus: Rõivad ja jalanõud																													
Ülikonna keemiline puhastus		13,4	14,7		10,1	5,6			8,1	9,8				7,9		8,7		15,7		6,8	14,8	6	7,3	4,9		12,3		11,8	
Kingsepatenused						4			5	3,8				3,5			3,9	10,8	6,3			2,9	3,7	4,7		6,7	3,1		

Allikas: Eurostati hinnad, 2009 (uurimisprojekt)

II LISA: TURGUDE PINGEREASTAMINE RIIKIDES

Siin on esitatud uuringu alusel koostatud 50 turu pingerida riikides.

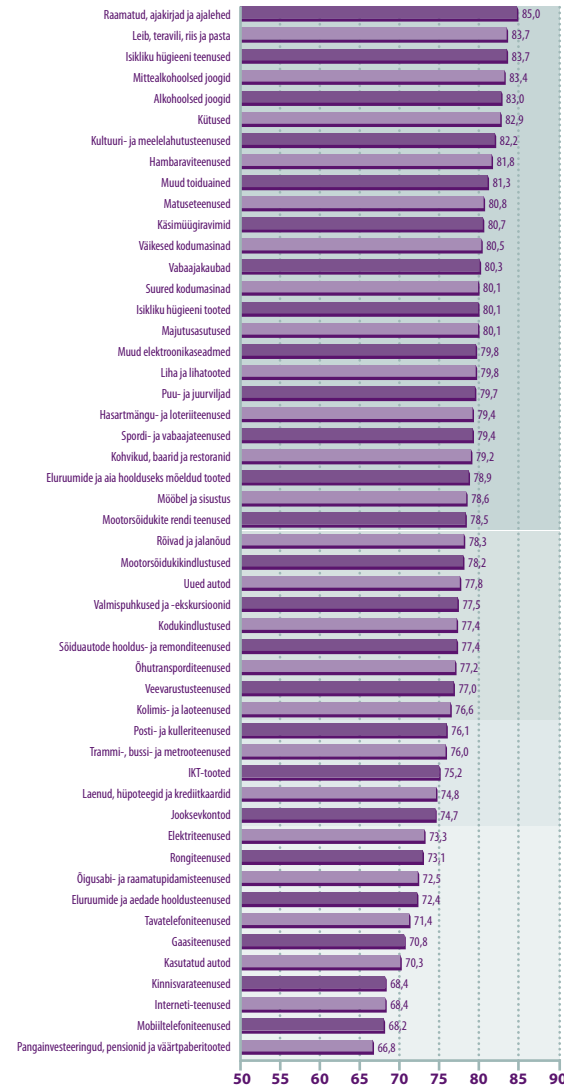


AUSTRIA

MPI turu kohta

Austrias jäid posti- ja hambaraviteened pingereas palju madalamale kohale kui üldises eli pingereas. Gaasiteened, tavatelefoniteened, rongiteened, kütus, eluamemekindlustus, hasartmängu- ja loteriiteened, mootorsõidukikindlustused, käsimüügravimid, sporti- ja vabaajateened, leib, teravili, riis ja pasta ning isikliku hügieeni teenused olid kõik madalamal kui nende keskmise eli tase.

Mitte ükski turg ei saavutanud kõrget taset eli keskmisest. Eluruumide ja aegade hooldusteened, sõiduautode hooldus- ja remonditeened, õigusabi- ja raamatupidamis- ja notariaalsed teenused, liha ja lihatooted, rõivad ja jalanõud, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, veevarustusteened, trammi-, bussi- ja metroteenused, uued autod, matuseteened ja väikesed kodumasinad olid kõik kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



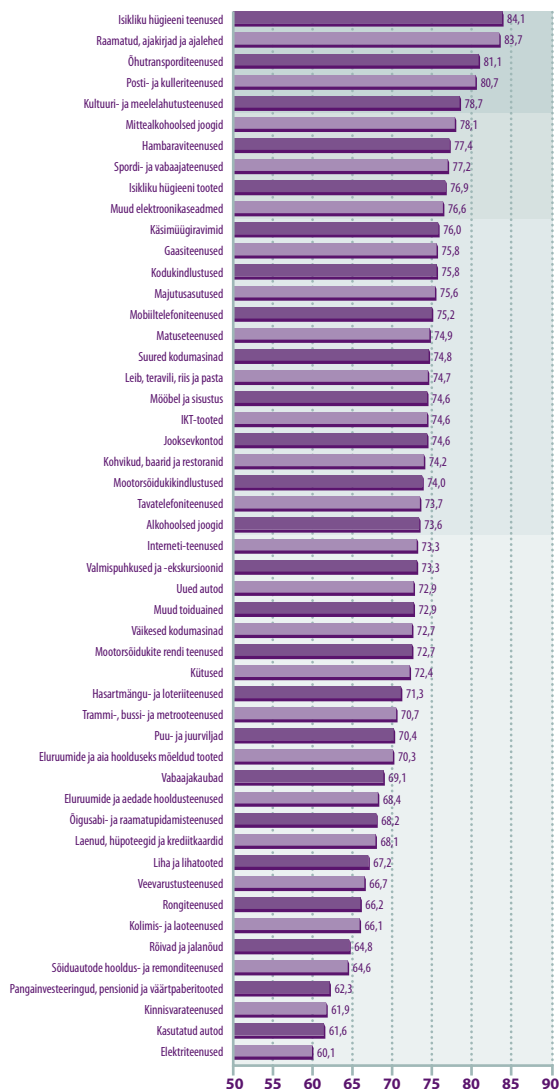
BELGIA

MPI turu kohta

Belgias on posti- ja kulleriteened ning õhutransporditeened palju madalamal kui nende keskmine eli tase. Mobilitelefoniteened, gaasiteened, tavatelefoniteened, ikt-tooted, uued autod, mootorsõidukikindlustused, mööbel ja sisustus, sporti- ja vabaajateened, majutusasutused ning isikliku hügieeni tooted on samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Kütus aga on hinnatud palju kõrgemalt kui selle keskmine eli tase. Laenu, hüpoteegid ja krediitkaardid, veevarustusteened, sõiduautode hooldus- ja remonditeened, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, hasartmängu- ja loteriiteened, puu- ja juurviljad, liha ja lihatooted, vabaajakaubad, käsimüügravimid ja muud toiduinained on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Kõrge tase Keskmine kuni kõrge tase Keskmine kuni madal tase Madal tase



BULGAARIA

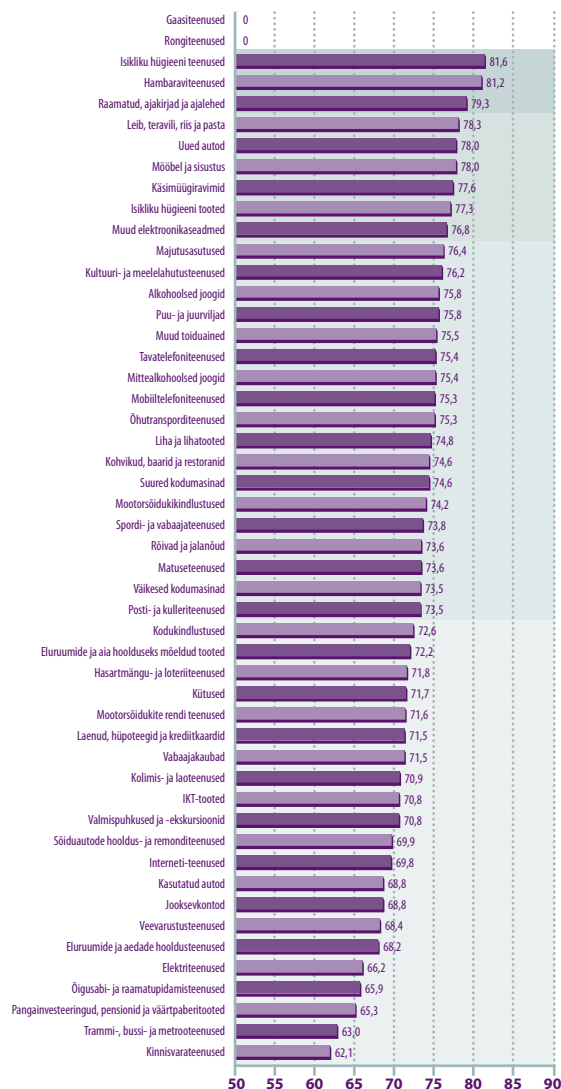
MPI turu kohta

Bulgaarias on vabaajakaubad, väikesed kodumasinad ja alkohoolsed joogid ainsad kolm turgu, mis on palju madalalal kohal kui nende keskmine eli tase.

Rõivad ja jalanõud, kolimis- ja laoteenused, rongiteenused, liha ja lihatooted, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, puu- ja juurviljad, kütus, mootorsõidukite renditeenused, muud toiduained, uued autod, leib, teravili, riis ja pasta, suured kodumasinad ja majutusasutused on kõik madalalal kui nende keskmine eli tase.

Interneti-teenused, jooksekontod, mobiiltelefoniteenused, eluasemekindlustus ja gaasiteenused on kõik palju kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine.

Eluruumide ja aedade hooldusteenused, tavatelefoniteenused, käsimüügiravimid, hambaraviteenused, posti- ja kulleriteenused ja õhutransporditeenused on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



KÜPROSE

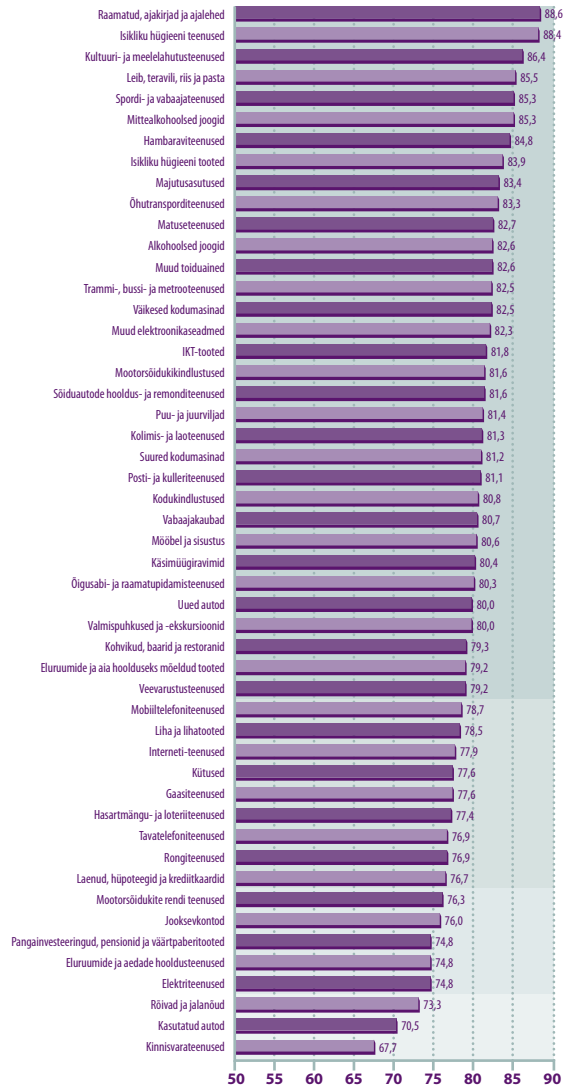
MPI turu kohta

Küprosel on trammi-, bussi- ja metroteenused, väikesed kodumasinad ja spordi- ja vabaajateenused palju madalalal kui nende keskmine eli tase.

Valmispuhkused ja -ekskursioonid, ikt-tooted, vabaajakaubad, mootorsõidukite renditeenused, kütus, posti- ja kulleriteenused, matuseteenused, suured kodumasinad, mittealkohoolsed joogid, puu- ja juurviljad, alkohoolsed joogid ja kultuuri- ja vabaajateenused on samuti madalalal kui nende keskmine eli tase.

Mobiiltelefoniteenused ja tavatelefoniteenused on seevastu palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Kasutatud autod, interneti-teenused, laenu-, hüpoteegid ja krediitkaardid, rõivad ja jalanõud, liha ja lihatooted, käsimüügiravimid, mööbel ja sisustus, uued autod ja hambaraviteenused on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



TŠEHHI VABARIIGIS

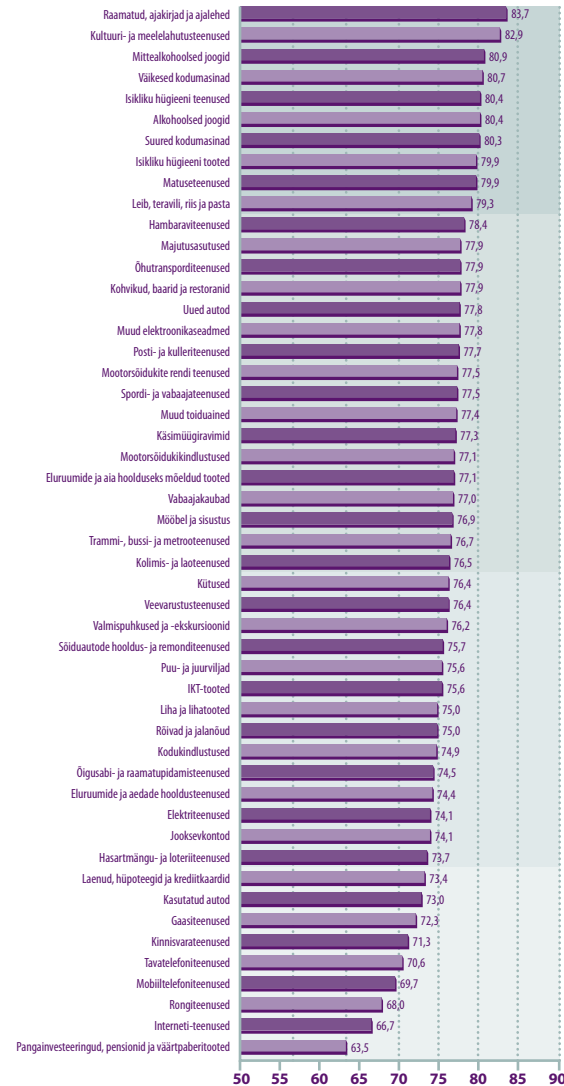
MPI turu kohta

Tšehhi Vabariigis on mootorsõidukite renditeenuste turg ainus turg, mis oli palju madalamal tasemel kui tema eli keskmine tase.

Rõivad ja jalanõud, hasartmängu- ja loteriiteenused, kütus, uued autod, käsimüügiravimid, mööbel ja sisustus ja alkohoolsed joogid on kõik madalamal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Sõiduautode hooldus- ja remonditeenused ning trammi-, bussi- ja metrooteenused olid mõlemad palju kõrgemal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Interneti-teenused, mobiiltelefoniteenused, veevarustusteenused, õigusabi- ja raamatupidamis- ja notariaalsed teenused, eluasemekindlustus, kolimis- ja laoteenused, puu- ja juurviljad, ikt-tooted, muud toiduained ja hambaraviteenused on kõik kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine.



SAKSAMAAL

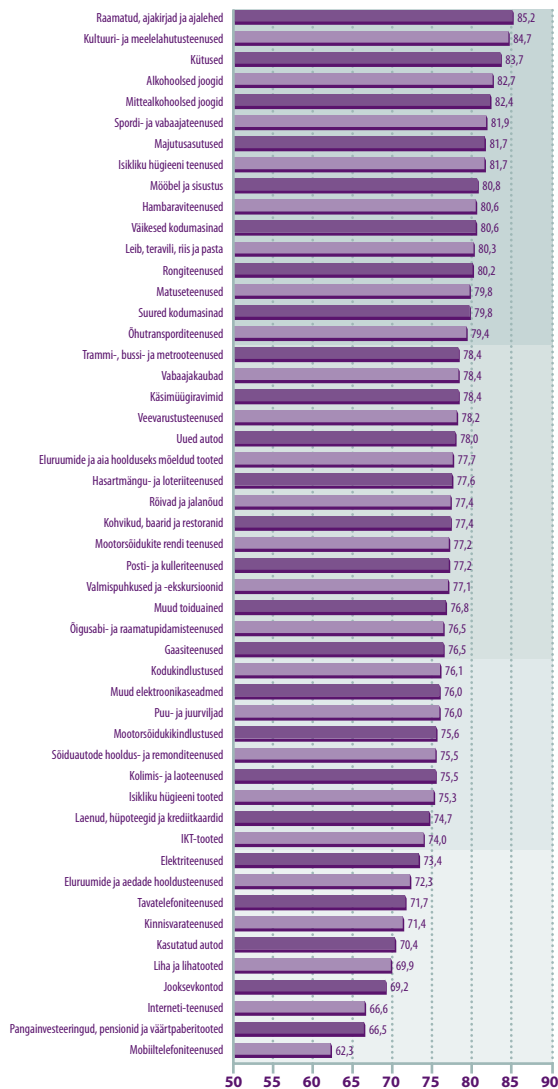
MPI turu kohta

Saksamaal ei ole ükski turg väga madalal või väga kõrgel, võrreldes nende keskmise eli tasemega.

Rongiteenused, tavatelefoniteenused, gaasiteenused, hasartmängu- ja loteriiteenused, ikt-tooted, puu- ja juurviljad, mööbel ja sisustus, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, spordi- ja vabaajateenused ning lõpuks leib, teravili, riis ja pasta on madalamal kui nende keskmine eli tase.

Elektriteenused, eluruumide ja aegade hooldusteenused, sõiduautode hooldus- ja remonditeenused, veevarustusteenused, kolimis- ja laoteenused, trammi-, bussi- ja metrooteenused, mootorsõidukite renditeenused, uued autod, kohvikud, restoranid ja baarid ning väikesed kodumasinad on seevastu kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Kõrge tase Keskmine kuni kõrge tase Keskmine kuni madal tase Madal tase



TAANI

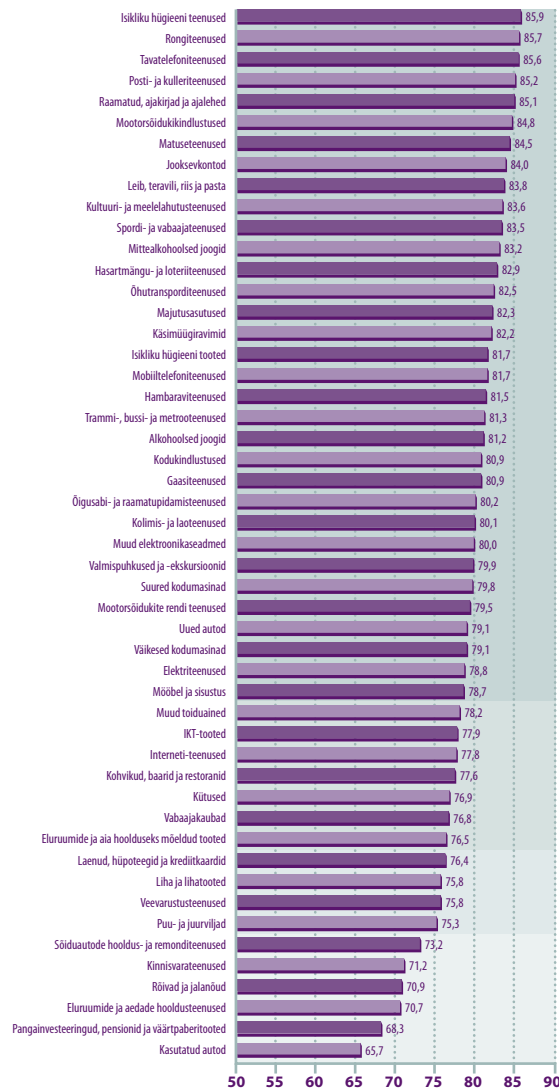
MPI turu kohta

Taanis on isikliku hügieeni tooted ja elektroonikaseadmed a palju madalamal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Mobiiltelefoniteened, jooksekontod, liha ja lihatooted, tavatelefoni-teenused, ikt-tooted, mootorsõidukikindlustused, puu- ja juurviljad, muud toiduained, posti- ja kulleriteened ja isikliku hügieeni teenused on samuti a madalamal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Veevarustusteened, rongiteened ja kütus on kõik palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Õigusabi- ja raamatupidamis- ja notariaalsed teenused, rõivad ja jalanõud, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, trammi-, bussi- ja metrooteened ja mööbel ja sisustus on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



EESTI

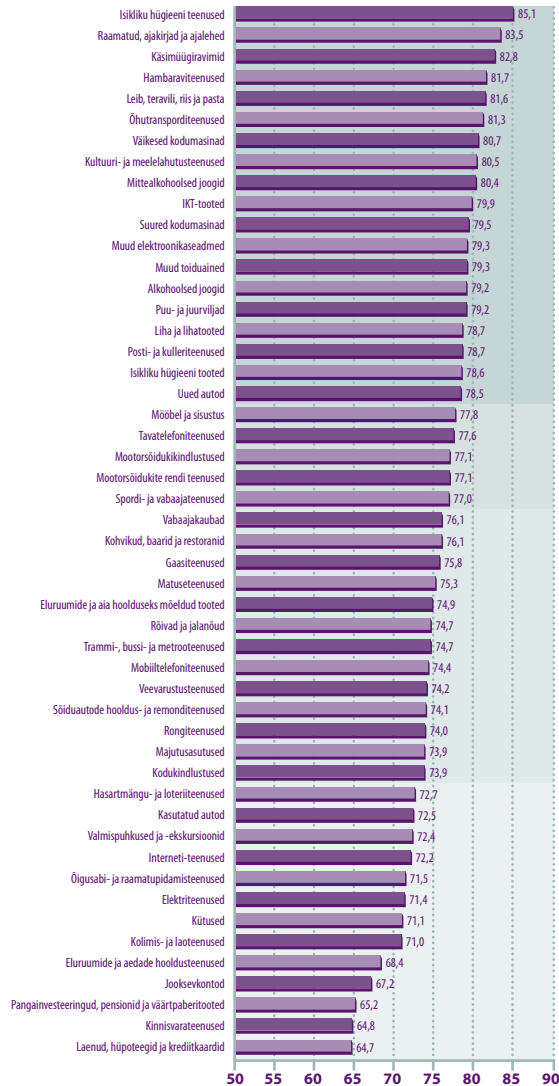
MPI turu kohta

Eestis on puu- ja juurviljad, vabaajakaubad, väikesed kodumasinad ja suured kodumasinad kõik palju madalamal kui nende keskmine eli tase.

Rõivad ja jalanõud, liha ja lihatooted, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, kütus, kohvikud, baarid ja restoranid, ikt-tooted, muud toiduained, mööbel ja sisustus, uued autod, elektroonikaseadmed, alkohoolsed joogid, mittealkohoolsed joogid, isikliku hügieeni tooted, majutusasutused ning kultuuri- ja vabaajateened on kõik madalamal kui nende keskmine eli tase.

Õigusabi- ja raamatupidamis- ja notariaalsed teenused, mobiiltelefoniteened, jooksekontod, tavatelefoni-teenused ja rongiteened on palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Interneti-teenused, elektriteened, kolimis- ja laoteened, gaasiteened, eluasemekindlustus, trammi-, bussi- ja metrooteened, hasartmängu- ja loteriiteened, matuseteened, mootorsõidukikindlustused ja posti- ja kulleriteened on kõik kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



KREEKA

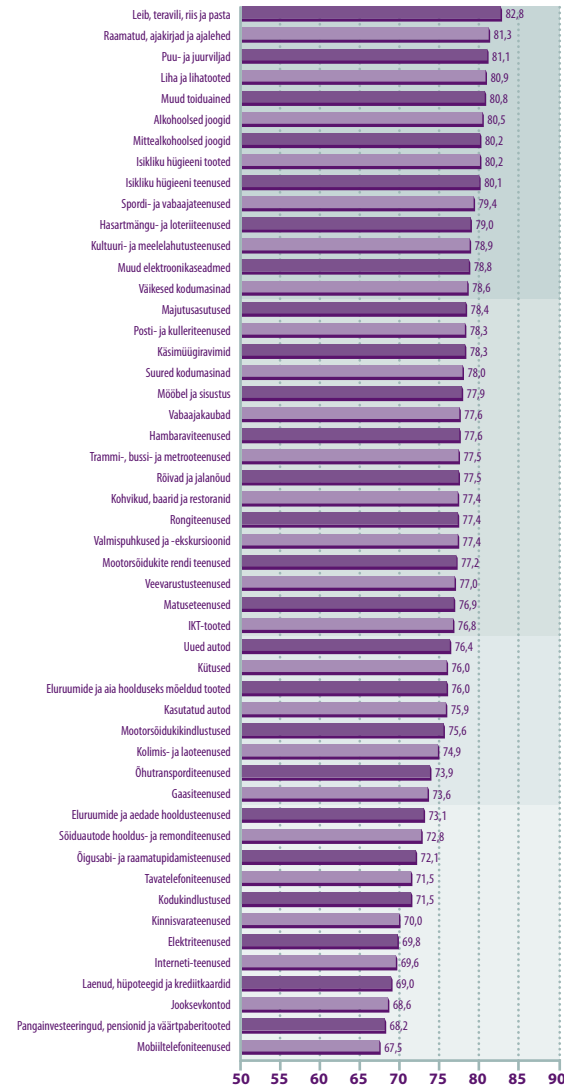
MPI turu kohta

Kreekas on kütus, majutusasutused, spordi- ja vabaajateenused palju madalamal kui nende keskmine eli tase.

Laenuid, hüpoteegid ja krediitkaardid, jooksevkontod, kolimis- ja laoteenused, valmispuhkused ja -ekskursioonid, hasartmängu- ja loteriiteenused, eluasekindlustus, matuseteenused, isikliku hügieeni tooted ja alkohoolsed joogid on samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Liha ja lihatoodete turg on ainus turg, mis on palju kõrgemal eli keskmisest tasemest.

Interneti-teenused, kasutatud autod, sõiduautode hooldus- ja remonditeenused, veevarustusteenused, mobiiltelefoniteenused, rõivad ja jalanõud, gaasiteenused, puu- ja juurviljad, muud toiduained, ikt-tooted, õhustransporditeenused ja hambaraviteenused on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



HISPAANIA

MPI turu kohta

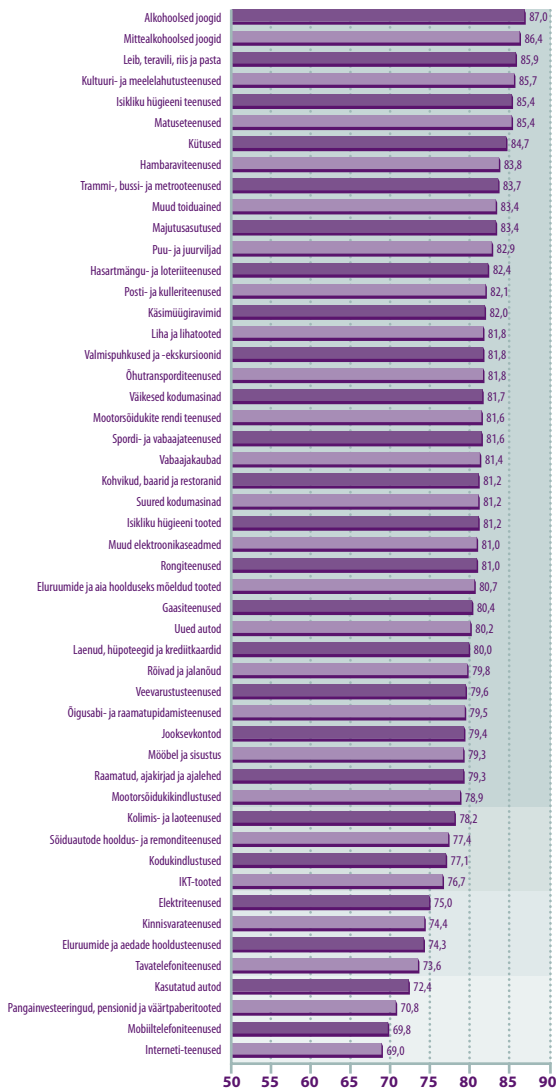
Hispaanias on õhustransporditeenused ainus turg, mis on palju madalamal kui selle keskmine eli tase.

Mobiiltelefoniteenused, jooksevkontod, eluasekindlustus, tavatelefoniteenused, mootorsõidukindlustused, kütus, uued autod, matuseteenused, hambaraviteenused, suured kodumasinad, majutusasutused, kultuuri- ja vabaajateenused ja isikliku hügieeni teenused on kõik madalamal kui nende keskmine eli tase.

Eluruumide ja aegade hooldusteenused, hasartmängu- ja loteriiteenused, liha ja lihatooted ja puu- ja juurviljadon kõik palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Kasutatud autod, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, veevarustusteelused, rongiteenused, rõivad ja jalanõud, trammi-, bussi- ja metrooteenused ja muud toiduained on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Kõrge tase Keskmine kuni kõrge tase Keskmine kuni madal tase Madal tase



SOOME

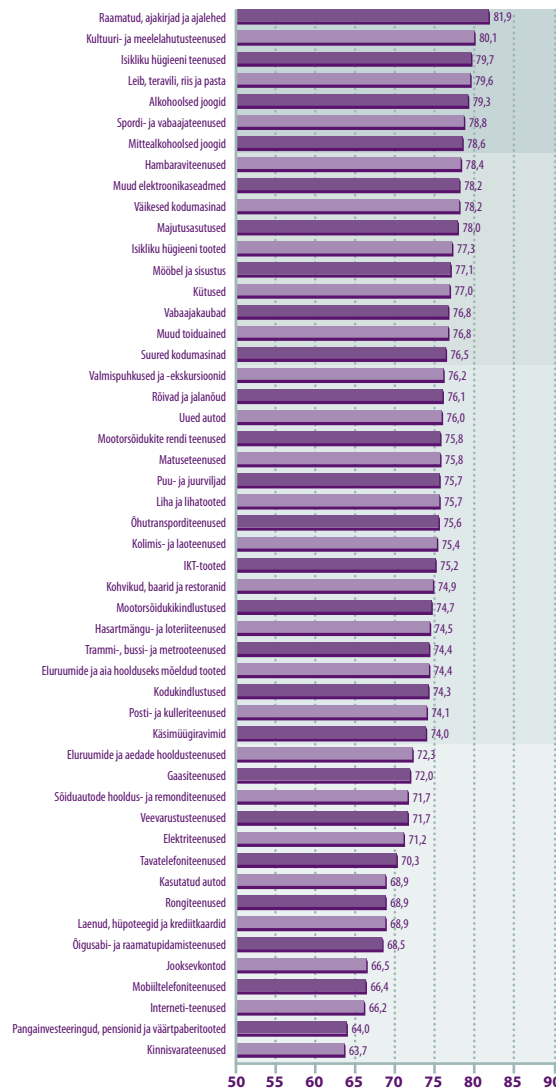
MPI turu kohta

Soomes on ikt-tooted, mootorsõidukindlustused, raamatud, ajakirjad, ajalehed ja mööbel ja sisustus palju madalamal eli keskmisest tasemest.

Mobiiltelefoniteenused, tavatelefoniteenused, eluasemekindlustus, uued autod, elektroonikaseadmed, isikliku hügieeni tooted, spordi- ja vabaajateenused, suured kodumasinad ja väikesed kodumasinad on madalamal kui nende keskmine eli tase.

Liha ja lihatooted ning trammi-, bussi- ja metrooteenused on palju kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine.

Õigusabi- ja raamatupidamis- ja notariaalsed teenused, veevarustusteenused, rõivad ja jalanõud, laenud, hüpoteegid ja krediitkaardid, rongiteenused, valmispuhkused ja -ekskursioonid, hasartmängu- ja loteriiteenused, puu- ja juurviljad, kütus ja matuseteenused on kõik kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



PRANTSUSMAA

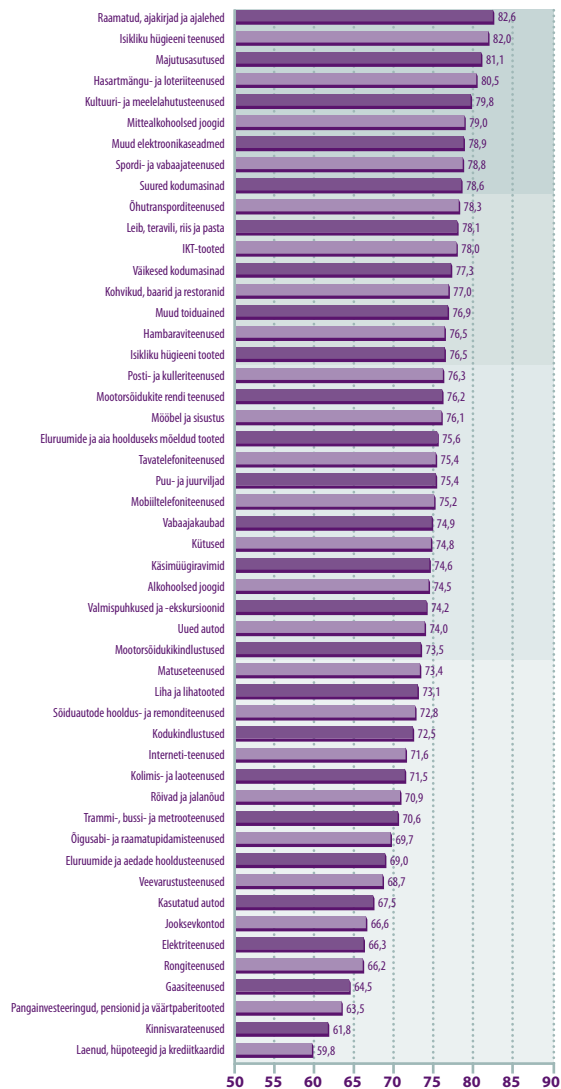
MPI turu kohta

Prantsusmaal on käsimüügiravimid ja posti- ja kulleriteenused palju madalamal kui nende keskmine eli tase.

Jooksevkontod, rongiteenused, tavatelefoniteenused, mootorsõidukindlustused, õhutransporditeenused, matuseteenused ja suured kodumasinad on samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Rõivad ja jalanõud on palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Kasutatud autod, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, kolimis- ja laoteenused, liha ja lihatooted, valmispuhkused ja -ekskursioonid ning kütus olid samuti kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine.



UNGARI

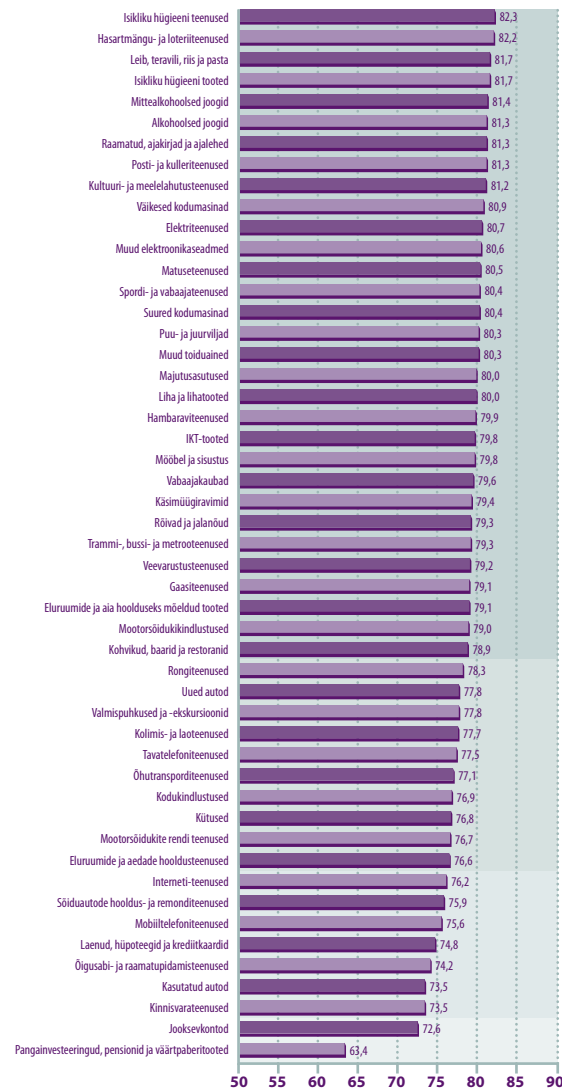
MPI turu kohta

Ungaris on matuseteenused, alkohoolsed joogid ja hasartmängu- ja loteriiteenused kõik palju madalamal kui nende keskmine eli tase.

Laenuid, hüpoteegid ja krediitkaardid, gaasiteenused, rongiteenused, trammi-, bussi- ja metrooteenused, mootorsõidukikindlustused, uued autod, isikliku hügieeni tooted and leib, teravili, riis ja pasta on kõik samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Mobiiltelefoniteenuste turg on ainus turg, mis on palju kõrgemal kui tema eli keskmine tase.

Interneti-teenused, sõiduaudote hooldus- ja remonditeenused, tavatelefoniteenused, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, kohvikud, baarid ja restoranid ning ikt-tooted on kõik kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine.



IIRIMAA

MPI turu kohta

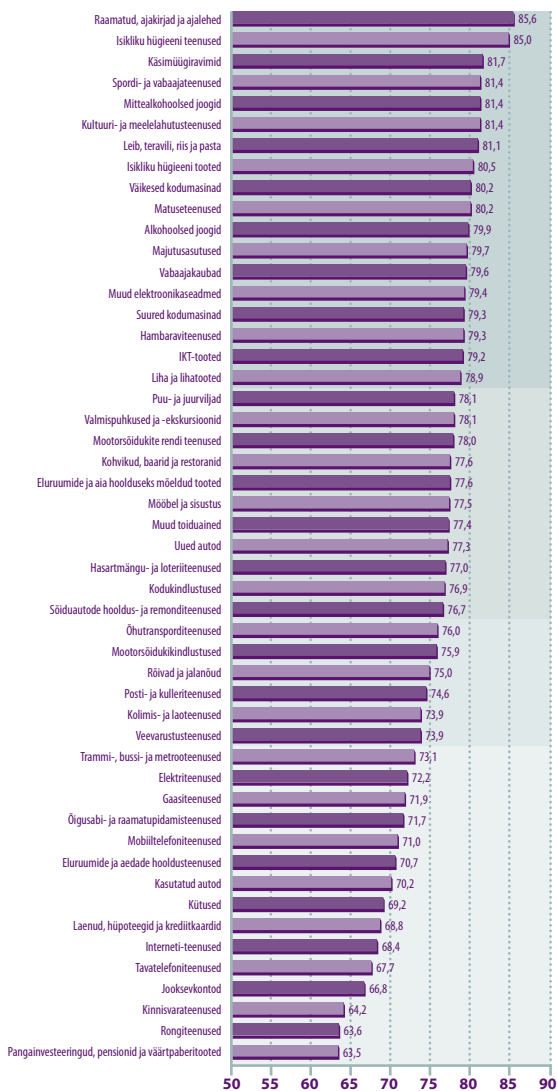
Iirimaa on õhutransporditeenused palju madalamal kui selle keskmine eli tase.

Jooksekontod, mootorsõidukite renditeenused, kütus, eluasemekindlustus, uued autod, mootorsõidukikindlustused, käsimüügiravimid, hambaraviteenused, majutusasutused, spordi- ja vabaajateenused, kultuuri- ja vabaajateenused ning raamatud, ajakirjad, ajalehed on samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Elektriteenused ning hasartmängu- ja loteriiteenused on palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Gaasiteenused, veevarustusteenused, trammi-, bussi- ja metrooteenused, röivad ja jalanõud, liha ja lihatooted, puu- ja juurviljad ning posti- ja kulleriteenused on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Kõrge tase Keskmine kuni kõrge tase Keskmine kuni madal tase Madal tase



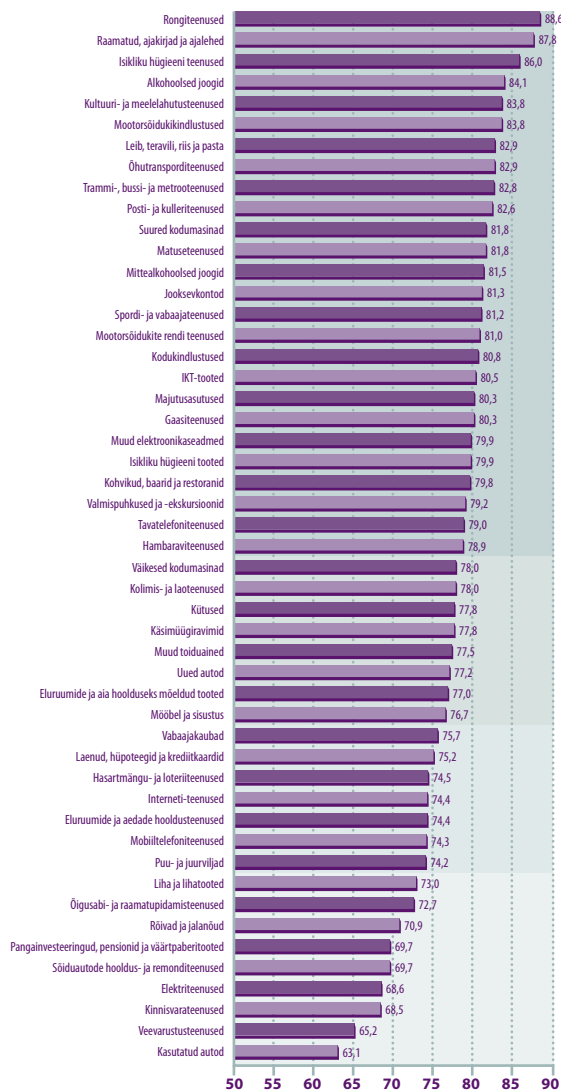
ITAALIA

MPI turu kohta

Itaalias on kütus and posti- ja kulleriteenused palju madalamal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Rongiteenused, jooksekontod, tavatelefoniteenused, mootorsõidukikindlustused, õhutransporditeenused, muud toiduained ning mööbel ja sisustus on samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Kasutatud autod, elektriteenused, rõivad ja jalanõud, sõiduautode hooldus- ja remonditeenused, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, valmispuhkused ja -ekskursioonid, puu- ja juurviljad, liha ja lihatooted, ikt-tooted, vabaajakaubad ning käsimüügiravimid saavutasid kõrgema taseme kui nende keskmine eli tase.



LEEDU

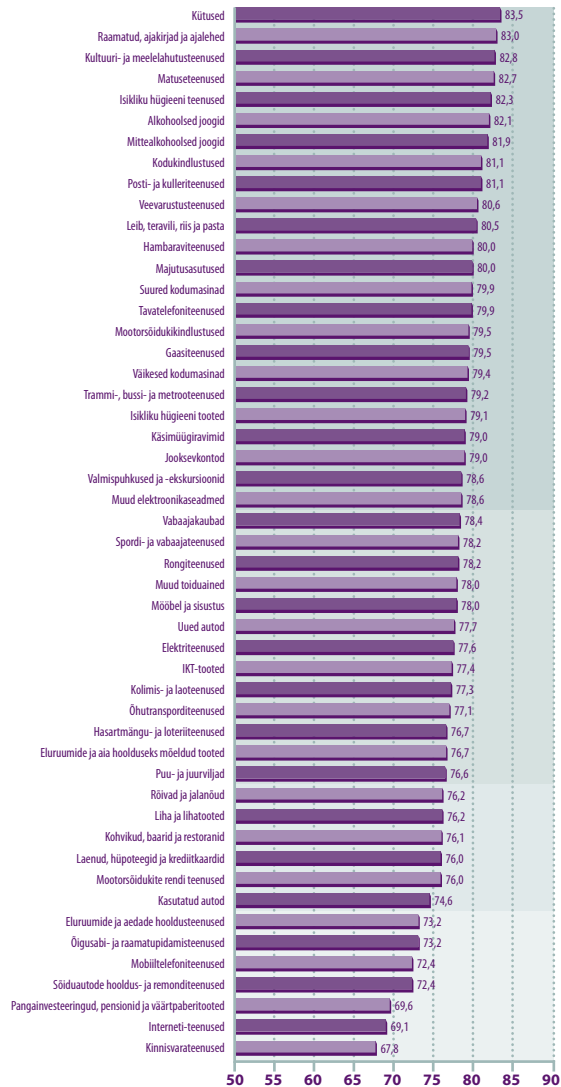
MPI turu kohta

Leedus ei olnud ükski turg palju madalamal kui selle keskmine eli tase.

Veevarustusteenused, rõivad ja jalanõud, liha ja lihatooted, puu- ja juurviljad, hasartmängu- ja loteriiteenused, vabaajakaubad, mööbel ja sisustus, uued autod, muud toiduained, käsimüügiravimid, kütus, väikesed kodumasinad, hambaraviteenused, isikliku hügieeni tooted, elektroonikaseadmed, majutusasutused sporti- ja vabaajateenused ning mittealkohoolsed joogid olid siiski madalamal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Jooksekontod ning trammi-, bussi- ja metrooteenused olid mõlemad palju kõrgemal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Eluruumide ja aegade hooldusteenused, interneti-teenused, laenu, hüpoteegid ja krediitkaardid, kolimis- ja laoteenused, gaasiteenused, eluasemekindlustus, mootorsõidukite renditeenused, posti- ja kulleriteenused, õhutransporditeenused ning mootorsõidukikindlustused olid kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



LUKSEMBURGI

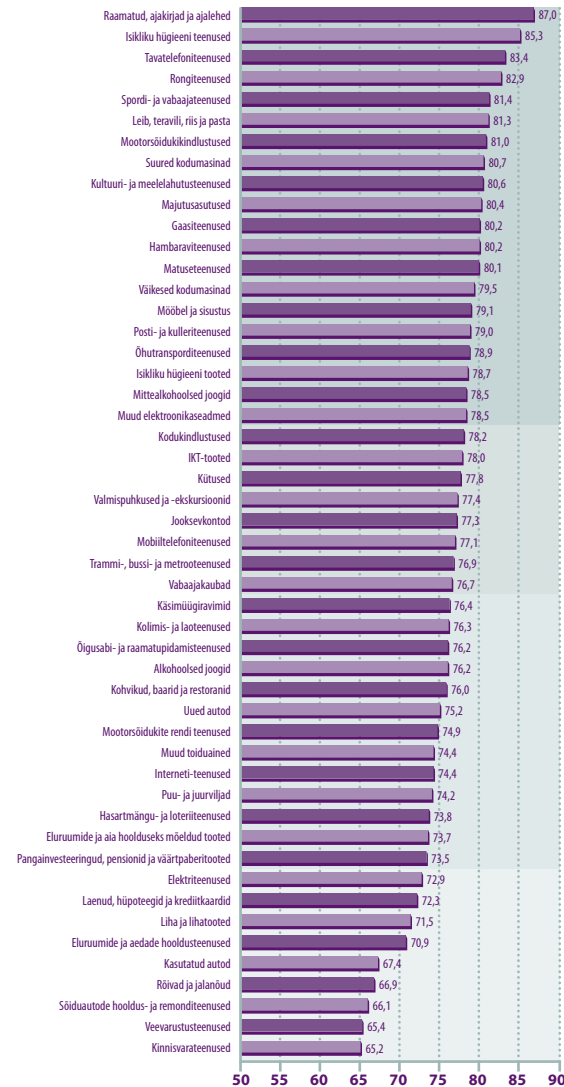
MPI turu kohta

Luksemburgis on mootorsõidukite renditeened, õhutransporditeened ning spordi- ja vabaajateened palju madalamal kui nende keskmine eli tase.

Sõiduautode hooldus- ja remonditeened, kohvikud, baarid ja restoranid, liha ja lihatooted, hasartmängu- ja loteriiteened, ikt-tooted, uued autod, mööbel ja sisustus, muud toiduained, elektroonikaseadmed, isikliku hügieeni tooted, väikesed kodumasinad ning leib, teravili, riis ja pasta on samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Jooksevkontod, gaasiteened, tavatelefoniteened, veevarustusteened, eluasemekindlustus ning kütus on palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Elektriteened, rongiteened, valmispuhkused ja -ekskursioonid, trammi-, bussi- ja metrooteened, posti- ja kulleriteened ning funeral on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



LÄTI

MPI turu kohta

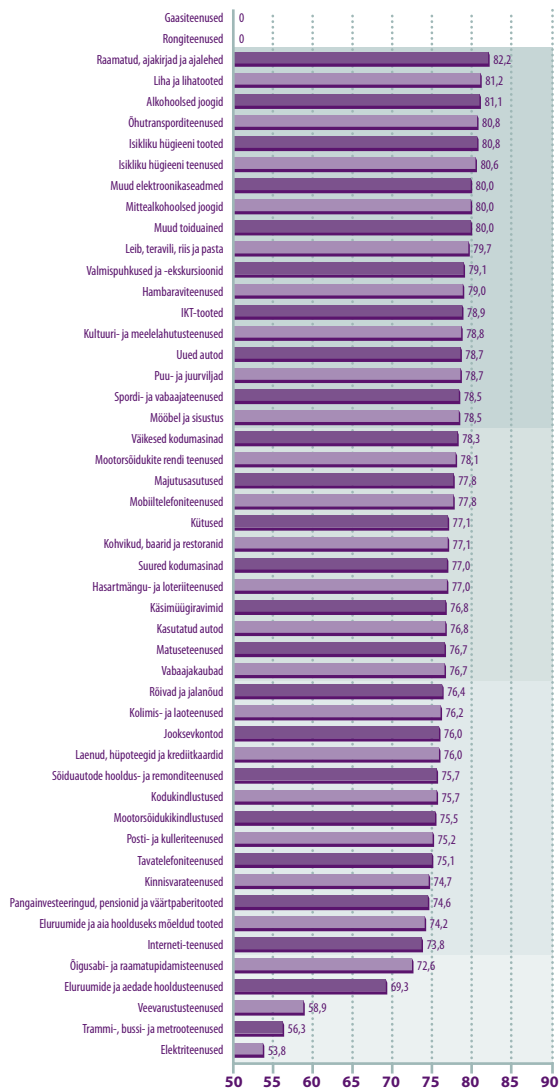
Lätis olid muud toiduained ning alkohoolsed joogid palju madalamal kui nende keskmine eli tase.

Veevarustusteened, sõiduautode hooldus- ja remonditeened, röivad ja jalanõud, liha ja lihatooted, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, hasartmängu- ja loteriiteened, puu- ja juurviljad, mootorsõidukite renditeened, uued autod, kohvikud, baarid ja restoranid, käsimüügiravid, vabaajakaubad, elektroonikaseadmed, mittealkohoolsed joogid, isikliku hügieeni tooted ning kultuuri- ja vabaajateened on samuti kõik madalamal kui nende keskmine eli tase.

Mobiiltelefoniteened, gaasiteened, rongiteened ning tavatelefoniteened on palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Pangainvesteeringud, pensionid ja väärtpaberitooted, interneti-teenused, õigusabi- ja raamatupidamis- ja notariaalsed teenused, kolimis- ja laoteened, jooksevkontod, eluasemekindlustus ning mootorsõidukikindlustused on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Kõrge tase Keskmine kuni kõrge tase Keskmine kuni madal tase Madal tase



MALTA

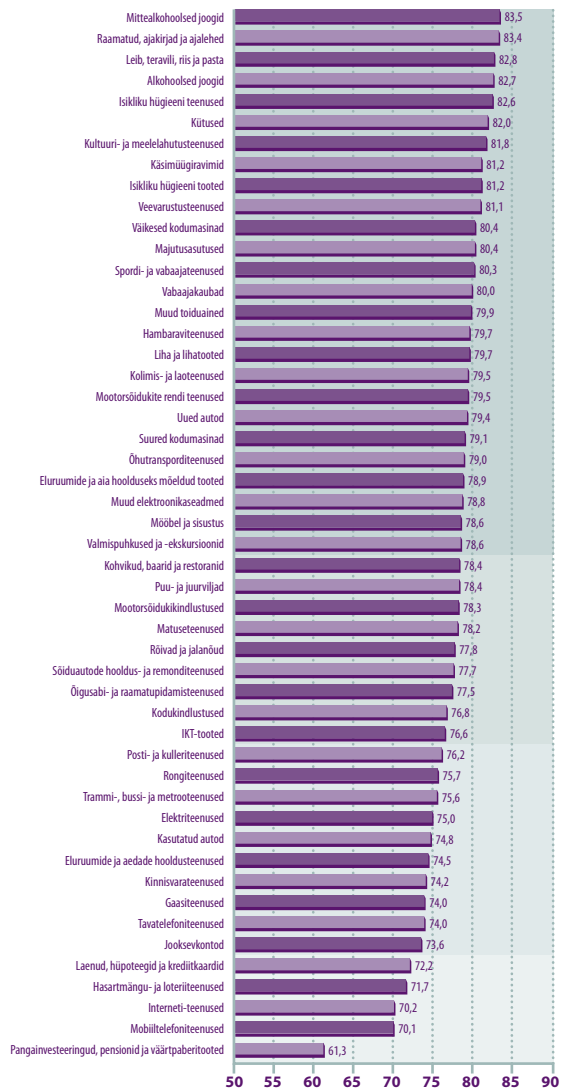
MPI turu kohta

Maltal on trammi-, bussi- ja metrooteenused, posti- ja kulleriteenused, mootorsõidukindlustused, matuseteenused ning suured kodumasinad kõik palju madalamal kui nende keskmine eli tase.

Veevarustusteenused, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, tavatelefoniteenused, eluasemekindlustus, vabaajakaubad, käsimüügiravimid, majutusasutused, väikesed kodumasinad, spordi- ja vabaajateenused, kultuuri- ja vabaajateenused ning leib, teravili, riis ja pasta on samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Kasutatud autod, mobiiltelefoniteenused ning liha ja lihatooted on aga seevastu palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Pangainvesteeringud, pensionid ja väärtpaperitooted, kinnisvarateenused, laenud, hüpoteegid ja krediitkaardid, puu- ja juurviljad, ikt-tooted, valmispuhkused ja -ekskursioonid, muud toiduained ning õhutransporditeenused on samuti kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine tase.



MADALMAADE

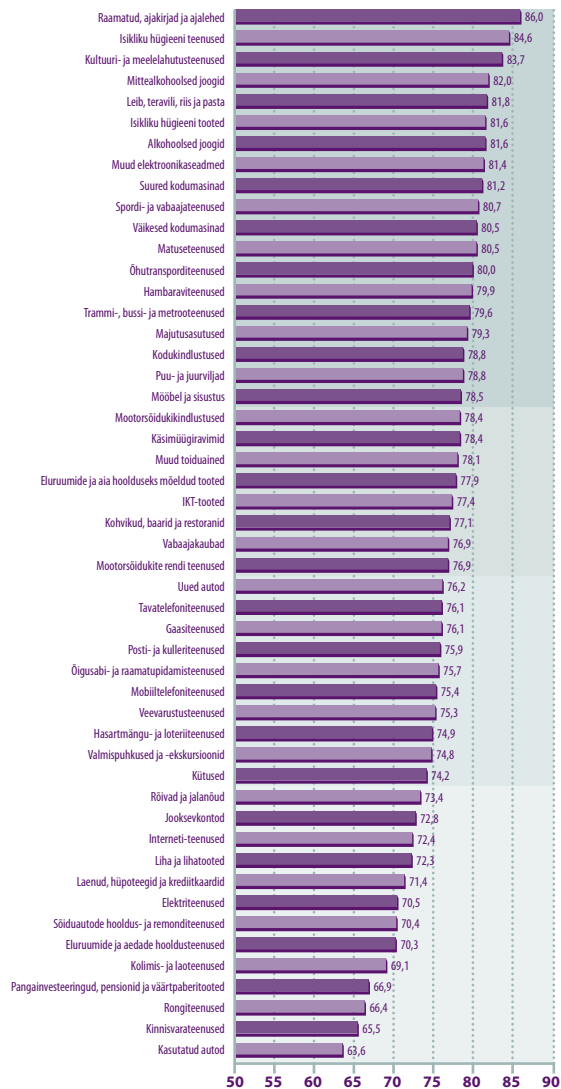
MPI turu kohta

Madalmaades on hasartmängu- ja loteriiteenused ning posti- ja kulleriteenused palju madalamal kui nende keskmine eli tase.

Mobiiltelefoniteenused, tavatelefoniteenused, gaasiteenused, trammi-, bussi- ja metrooteenused, ikt-tooted, matuseteenused, mootorsõidukindlustused, mööbel ja sisustus, elektroonikaseadmed, õhutransporditeenused, suured kodumasinad ning spordi- ja vabaajateenused on samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Kolimis- ja laoteenused, veevarustuste- ning kütus on palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Kinnisvarateenused, kasutatud autod, elektriteenused, õigusabi- ja raamatupidamis- ja notariaalsed teenused, sõiduautode hooldus- ja remonditeenused, rõivad ja jalanõud, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, liha ja lihatooted, vabaajakaubad ning käsimüügiravimid on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



POOLA

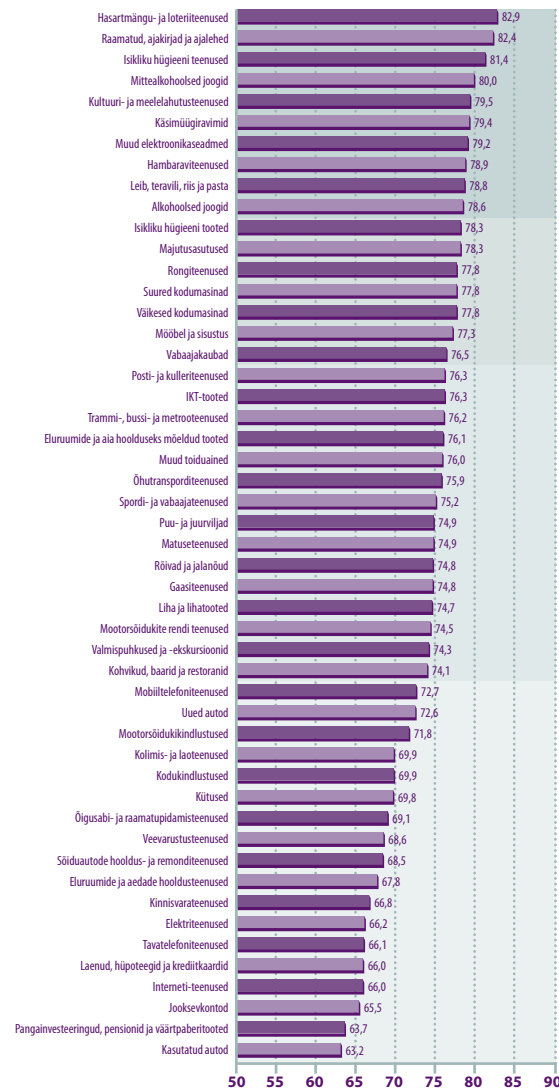
MPI turu kohta

Poolas ei jäänud ükski turg palju madalalmale tasemele kui nende keskmise eli tase.

Rongiteened, kolimis- ja laoteened, liha ja lihatooted, kütus, valmispuhkused ja -ekskursioonid, hasartmängu- ja loteriiteened, posti- ja kulleriteened, uued autod, vabaajakaubad ning majutusasutused on kõik madalamal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Trammi-, bussi- ja metrooteened marketi olid palju kõrgemal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Interneti-teenused, mobiiltelefoniteened, õigusabi- ja raamatupidamis- ja notariaalsed teenused, tavatelefoni-teenused, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, puu- ja juurviljad ning eluasemekindlustus olid kõik korvatud kõrgema tasemega kui nende eli keskmine.



PORTUGALI

MPI turu kohta

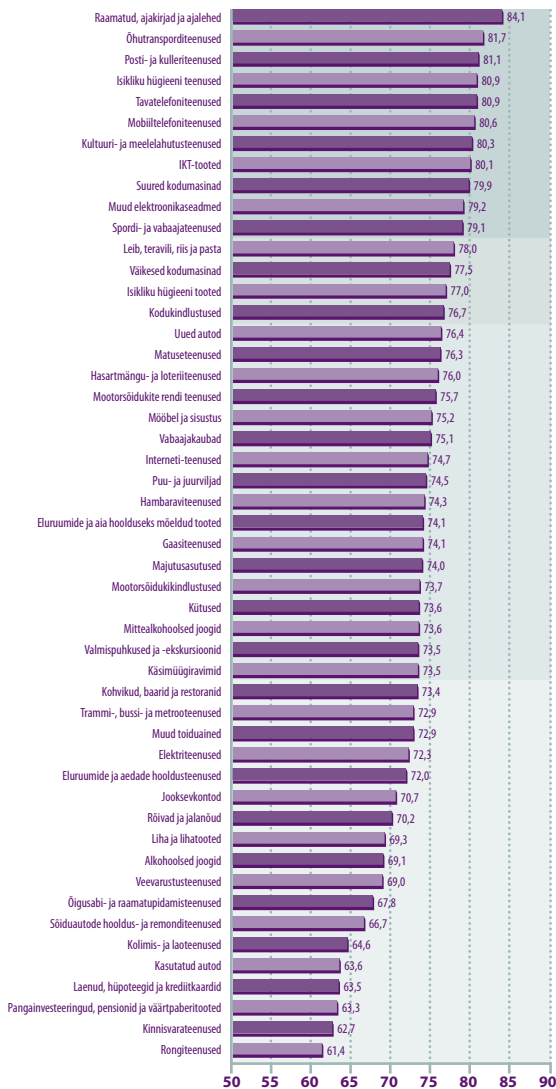
Portugalis on spordi- ja vabaajateened ainus turg, mis on palju madalamal kui selle keskmine eli tase.

Jooksevkontod, tavatelefoni-teenused, kütus, eluasemekindlustus, uued autod, mootorsõidukite renditeened, matuseteened ning ohutransporditeened on samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Rongiteenuste suur turg ning hasartmängu- ja loteriiteened on mõlemad kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Mobiiltelefoniteened, gaasiteened, rõivad ja jalanõud, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, ikt-tooted ning käsimüügiravid on samuti kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Kõrge tase Keskmine kuni kõrge tase Keskmine kuni madal tase Madal tase



RUMEENIA

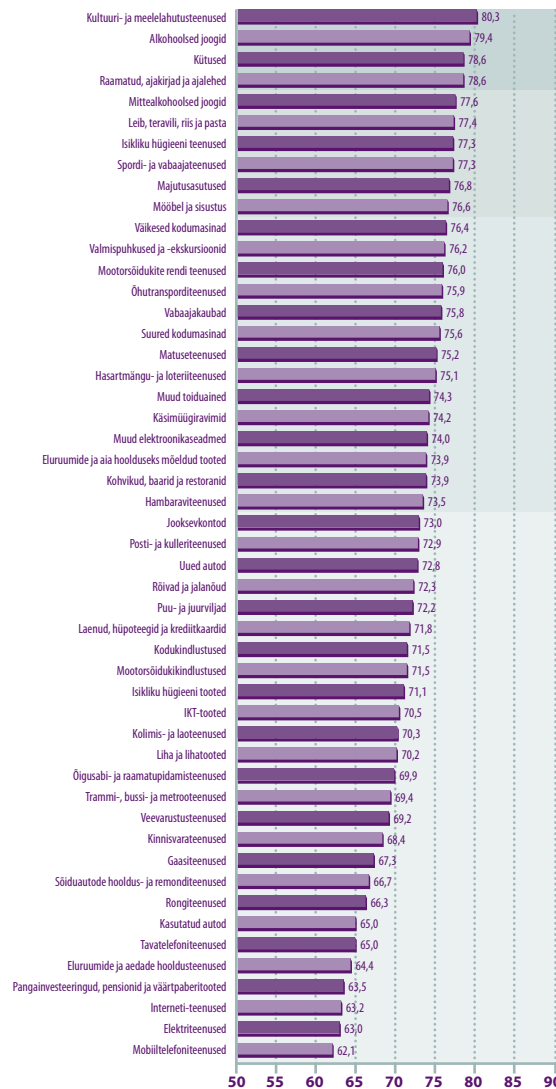
MPI turu kohta

Rumeenias on alkohoolsed joogid, mit-tealkohoolsed joogid ning majutusasu-tused kõik palju madalamal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Rongiteenused, kolimis- ja laoteenused, liha ja lihatooted, muud toiduained, kohvikud, baarid ja restoranid, käsimüü-giravimid, kütus, mootorsõidukikindlus-tused ning leib, teravili, riis ja pasta olid samuti kõik madalamal tasemel kui nen-de keskmine eli tase.

Interneti-teenused, ikt-tooted, mobiil-telefoniteenused ning tavatelefonitee-nused said palju kõrgema asetuse kui nende keskmise eli tase.

Eluruumide ja aegade hooldusteenu-sed, elektriteenused, gaasiteenused, hasart-mängu- ja loteriiteenused, uued autod, eluasekindlustus, posti- ja kulleri-teenused ning õhutransporditeenused olid kõik kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine.



ROOTSI

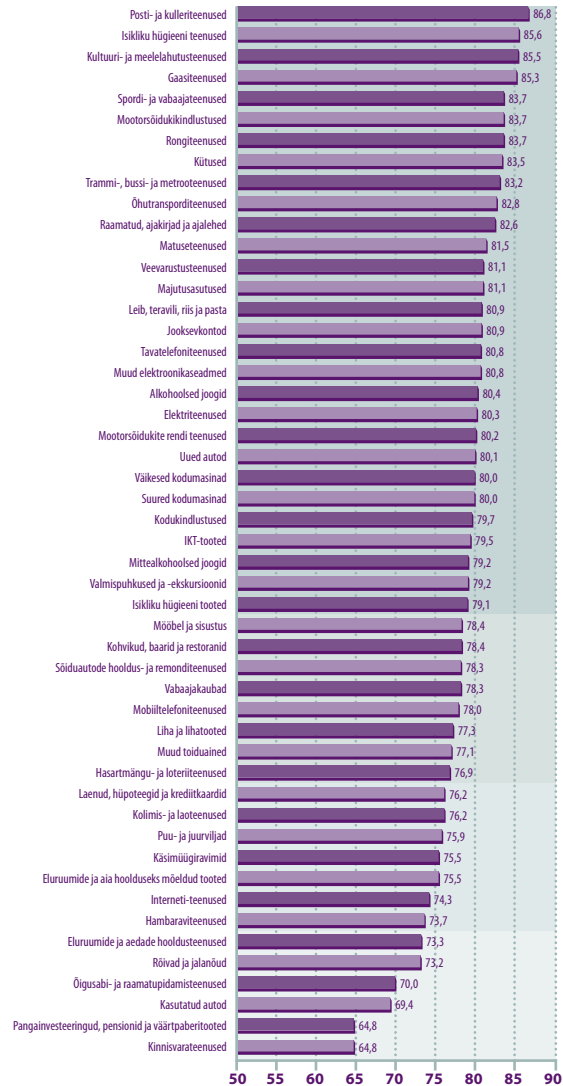
MPI turu kohta

Rootsis on isikliku hügieeni toodete turg ainus turg, mis on palju madalamal kui selle keskmine eli tase.

Mobiiltelefoniteenused, tavatelefo-niteenused, rongiteenused, gaasiteenu-sed, trammi-, bussi- ja metroteenused, ikt-tooted, mootorsõidukikindlustused, posti- ja kulleriteenused, hambaravitee-nused, elektroonikaseadmed ning suu-red kodumasinad saavutasid madalama koha kui nende keskmine eli tase.

Valmispuhkused ja -ekskursioonid ning kütus on ainsad kaks turgu, mis on pal-ju kõrgemal tasemel kui nende eli kesk-mine.

Kinnisvarateenused, laenud, hüpotee-gid ja krediitkaardid, rõivad ja jalanõud, jooksekontod, eluruumide ja aia hool-duseks mõeldud tooted, hasartmän-gu- ja loteriiteenused, mootorsõidukite renditeenused ning mööbel ja sisustus olid kõik kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine.



SLOVEENIA

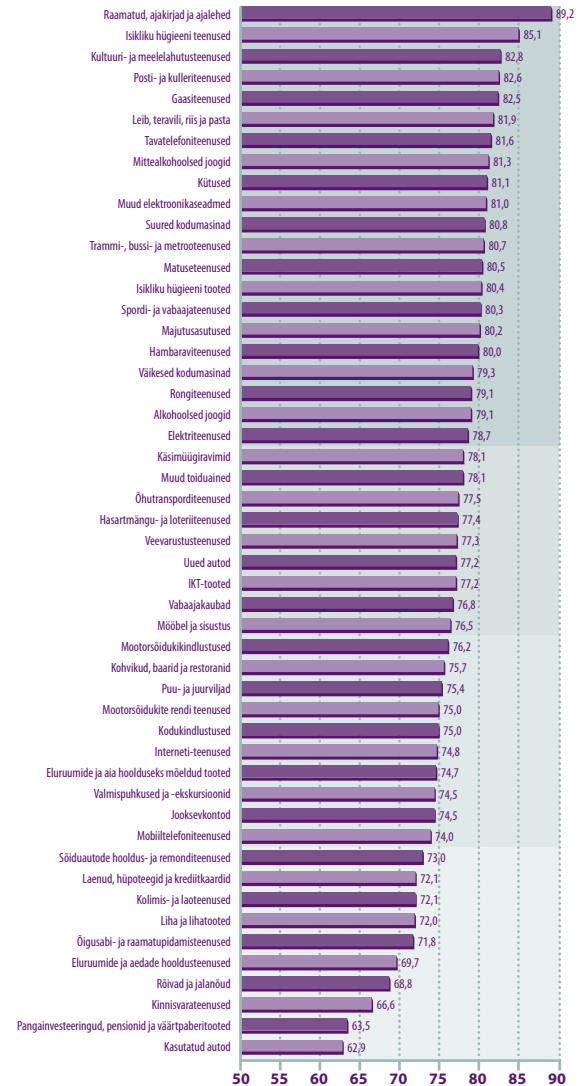
MPI turu kohta

Sloveenias olid hambaraviteenused, käsimüügiravid, isikliku hügieeni tooted ning muud toiduained kõik palju madalamal tasemel kui nende keskmine eli tase.

Röivad ja jalanõud, puu- ja juurviljad, hasartmängu- ja loteriiteenused, vabaajakaubad, mööbel ja sisustus, suured kodumasinad, väikesed kodumasinad, alkohoolsed joogid, elektroonikaseadmed, leib, teravili, riis ja pasta, majutusasutused ning raamatud, ajakirjad, ajalehed olid samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Elektriteenused, tavatelefoniteenused, jooksevkontod, veevarustusteenused, trammi-, bussi- ja metrooteenused, rongiteenused and gaasiteenused kõik olid palju kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine tase.

Laenu-, hüpoteegid ja krediitkaardid, mobiiltelefoniteenused, sõiduautode hooldus- ja remonditeenused, eluasekindlustus, mootorsõidukikindlustused, kütus ning posti- ja kulleriteenused olid kõik kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine.



SLOVAKKIA

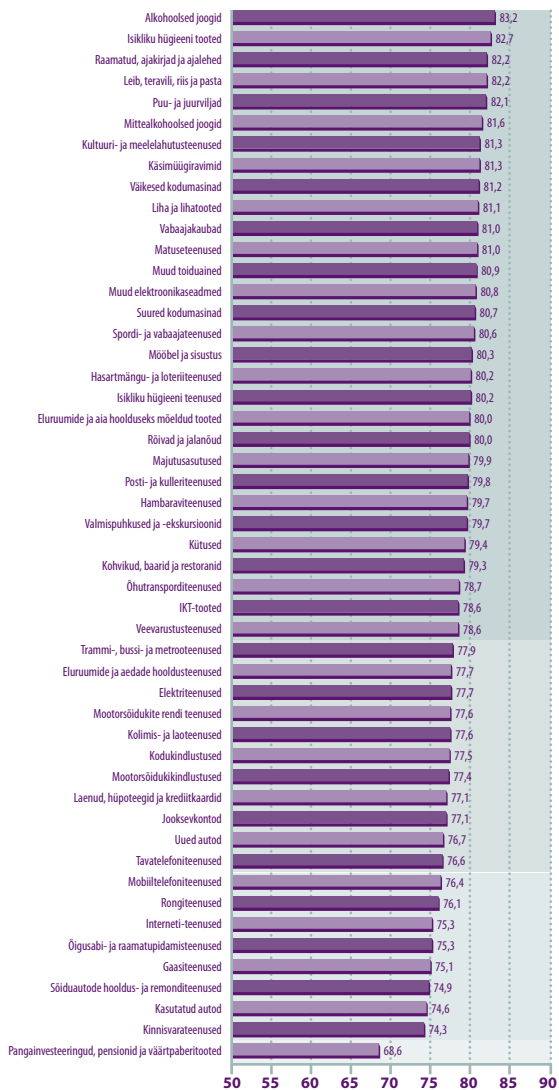
MPI turu kohta

Slovakkias ei olnud ükski turg palju madalamal kui tema keskmine eli tase.

Kuid röivad ja jalanõud, liha ja lihatooted, kolimis- ja laoteenused, valmispuhkused ja -ekskursioonid, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, mootorsõidukite renditeenused, mootorsõidukikindlustused, mööbel ja sisustus, vabaajakaubad, ohutransporditeenused, alkohoolsed joogid, väikesed kodumasinad, majutusasutused ning spordi- ja vabaajateenused on kõik madalamal kui nende keskmine eli tase.

Elektriteenused, rongiteenused, trammi-, bussi- ja metrooteenused, tavatelefoniteenused ning gaasiteenused, on seevastu palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Interneti-teenused, veevarustusteenused, kütus ning posti- ja kulleriteenused on kõik kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



ÜHENDKUNINGRIIGI

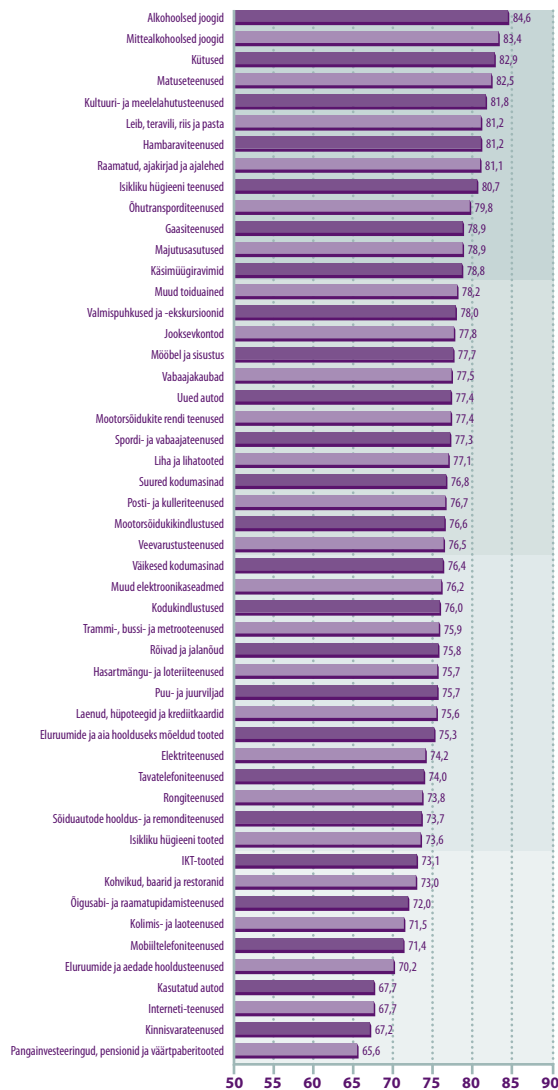
MPI turu kohta

Ühendkuningriigis olid uued autod ja isikliku hügieeni teenused palju madalam kui nende keskmine eli tase.

Sõiduaudote hooldus- ja remonditeenused, gaasiteenused, rongiteenused, tavatelefoni-teenused, mootorsõidukikindlustused, mootorsõidukite renditeenused, õhutransporditeenused, hambaraviteenused, posti- ja kulleriteenused, majutusasutused ning spordi- ja vabaajateenused olid samuti madalamal kui nende keskmine eli tase.

Rõivad ja jalanõud, liha ja lihatooted ning puu- ja juurviljad olid palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Laenu-, hüpoteegid ja krediitkaardid, elektriteenused, eluruumide ja aegade hooldusteenused, veevarustusteenused, eluruumide ja aia hoolduseks mõeldud tooted, hasartmängu- ja loteriiteenused, muud toiduained, vabaajakaubad, käsimüügiravimid ning isikliku hügieeni tooted olid samuti kõrgemal tasemel kui nende eli keskmine.



NORRA

MPI turu kohta

Norras oli ainult isikliku hügieeni toodete turg palju madalamal kui selle keskmine eli tase.

Kolimis- ja laoteenused, kohvikud, baarid ja restoranid, ikt-toodet, puu- ja juurviljad, elektroonikaseadmed, väikesed kodumasinad, spordi- ja vabaajateenused, isikliku hügieeni teenused ning raamatud, ajakirjad, ajalehed olid madalamal kui nende keskmine eli tase.

Jooksevkontod, gaasiteenused ning kütus olid kõik palju kõrgemal kui nende keskmine eli tase.

Elektriteenused, laenu-, hüpoteegid ja krediitkaardid, rõivad ja jalanõud, veevarustusteenused, liha ja lihatooted, valmispuhkused ja -ekskursioonid, hambaraviteenused ning matuseteenused on kõik kõrgemal kui nende keskmine eli tase.



ISBN 978-92-79-17181-9



9 789279 171819