

## AZ EURÓ BEVEZETÉSÉNEK HATÁSA AZ ÁRKÉPZÉSRE

### BEVEZETÉS

Az Európai Unió tagállamaiban 2002. január elsejétől a gazdasági élet szereplői mind a bankokban, mind az üzletekben a termékek és szolgáltatások árának értékelésekkor, összehasonlításakor új szimbólummal, fizetési eszközzel találják szembe magukat. Ez az új közös fizetőeszköz, az euró jele.

Ez a közös valuta a belső, vagy a közös piac hatékonyságát növeli, mivel az árak könnyedén összehasonlíthatóvá válnak az egyes országokban.

A nemzeti valuta feladása, az euró hazai fizetőeszközként való bevezetése Magyarországon, 2010-re várható, ugyanis európai integrációnk egyik legjelentősebb állomása a Gazdasági és Monetáris Unióhoz való csatlakozás. Magyarország, mint új EU tagállam számára az euró bevezetése nem lehetőség, hanem kötelezettség lesz.

Ezért lényegesnek tartom megvizsgálni, hogy az euró bevezetésekkor a vállalatok árképzési területén a korábbi gyakorlat hol változhat meg, illetve az új típusú piacra jellemző tevékenységek hol jelennek meg. Továbbá az euró bevezetése, milyen haszonnal és költségekkel járhat a vállalatok számára, és egyben, hogy hosszútávon milyen árpolitikai stratégia kialakítására kerülhet sor.

Az átgondolt hosszú távú árpolitika kialakítása és ezen belül a jelentős strukturális, vállalati viszonyokat érintő és az árpolitikai környezetet átalakító változások felismerése azért nagyon fontos, mert jelentős kihatással van a vállalatok eredményességére, valamint meghatározó tényező a pénzügyi jólét szempontjából.

Ebben az elemzésben össze gyűjtöm az euró-övezethez való csatlakozás várható hatásait úgy a vállalatokra, mint a fogyasztókra nézve.

### Hogyan befolyásolhatja az euró a vállalati árpolitikát

Az euró bevezetése a vállalatok és vállalkozások körében számos kérdést vett fel, újabb feladatokat kell majd megoldani és számos következményt figyelembe venni és közvetlenül érinti a vállalati ár-célok végrehajtását.

Minden vállalatnak kötelező lesz átváltani árait euróra, az euró-övezetbe való belépéskor. Egyesek esetében ez pusztán technikai kérdés, amit átváltással és kerekítéssel egyszerűen megoldhatnak majd.

A közös pénznem használata kettős árképzést követel, mivel az euró-övezethez való csatlakozás előtt már jóval és az euró bevezetése után is egy ideig, a számlákon, vásárlási blokkokon szerepelnie kell mindkét árak.

A végfelhasználókhoz közeli cégek számára azonban az árképzési stratégia kulcsfontosságú része lesz az euróra való időbeni felkészülésnek. A vállalatok köréből többen tudatosan készülnek a gazdasági és monetáris unióra, mivel hatalmas üzleti lehetőséget látnak az egységesülő piacon, mások viszont úgy látják az euró-övezethez való csatlakozást, mint egy pusztulásba vezető katasztrófát.

Az árak euróra való átszámításakor, akár teljesen új árakat határozhatnak meg, melyek nagymértékben eltérhetnek az eddigi valutánemben feltüntetett áráktól. A cégek eldönthetik, hogy fenntartják-e az ár-különbözetet az országok között. Ezt indokolhatják az országonként eltérő ÁFA kulcsok és a szállítási

---

<sup>105</sup> Nyárádi Andrea Erika PhD hallgató, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem.

költségek, valamint az országonként eltérő kereslet és az a tény, hogy az egyes piacok távolsága miatt nehéz összehasonlítani az árakat.

Olyan vállalatok válnak közvetlen versenytársakká, amelyek költségstruktúrája meglehetősen eltér egymástól. Az egymástól eltérő költségstruktúrák harcában a költség plusz nyereség formula csak rossz árdöntéshez vezethet: vagy magasabb lesz az ár a vevők által elfogadottnál, és akkor a vállalat piacrészesedést veszít, vagy alacsonyabb, és akkor többlethaszonból esik el. Szükséges, hogy a vállalatok a termékeiknek és szolgáltatásaiknak az árát a vásárlók által észlelt hasznossággal összhangban, az árelfogadási hajlandóságuknak megfelelően állapítsák meg.

A fogyasztói cikkekkel és kiskereskedelemmel foglalkozó nemzetközi vállalatok már most nekiláttak a tervezésnek, írja az Economist Corporate Network, az „Euróra várva” című tanulmányában.

A tanulmány megemlíti egy nagy saját néven forgalmazó kiskereskedelmi hálózat hosszú távú árstratégiáját is, az euró-övezeti csatlakozásig terjedő időszakokra. A vállalat Közép-Európában fokozatosan leszorítja árait, és a jelenleg a nyugat-európai átlagot némileg meghaladó árakat kissé azok alá viszi le. Azt reméli, hogy így a következő öt évben megkészszerzi értékesítését, és növeli piaci részesedését. Jövő évtől a cég keretében működő eurós projektcsoporthoz rendszeresen felméri az euró-övezeti piacok közötti árkülönbségeket, és fokozatosan a konvergencia felé tereli a helyi árakat, hogy azok elérjék az euró bevezetéséhez megfelelő szintet.

Az egységes európai valuta, az euró régen várt bevezetése, a szakértők egybehangzó véleménye szerint igen nagy hatással volt a gazdasági illetve az üzleti élet valamennyi szférájára, átalakította a folyamatokat, valamint bizonyos termékeket és szolgáltatásokat is. Az egyesített piac és fizetőeszköz arra készítette a vállalatokat, hogy páneurópai dimenziókban gondolkodjanak, s messzeható következtetéseket vonjanak le eddigi marketing, termelési, szolgáltatási, és nem utolsósorban árpolitikai stratégiájukról.

Az euróban árazott termékek, az euróban vezetett bankszámlák, hitelkártyák, csekkek, mind-mind támogató rendszert követeltek. Az üzleti könyvelési rendszereket tehát a kiskereskedelemben is fel kellett készíteni a kettős valutában való árazásra és egyéb tranzakcióra.

Azok a vállalatok, akik jobbra a hazai piacból éltek az euró bevezetéséig teljes körűen át kell gondolniuk az eddigi stratégiájukat, az eddig meghatározott árpolitikájukat, hogy alkalmazkodjanak az új környezethez.

Ez az alkalmazkodás nem ért véget a könyvelési rendszerek eurókonformá tételével, a következmények jóval túlmutatnak az informatikai igazgatók hatáskörén. Felmérések szerint jó néhány nagyvállalat többet költött és költ ma is rendszere eurónak megfelelő átalakítására, mint 2000. év dátumproblémájának megoldására.

Az árak ellenőrzésének és szabályozásának megnövekedhet a jelentősége, főleg a kezdeti időszakban, árazási szabályok létrejövésének a formájában, ami a kereskedőket is illeti, ezúton megvédve a fogyasztókat a hirtelen áremelkedéstől.

### **Az euró jelentősége és gyakorlati előnyei a vállalatok szempontjából**

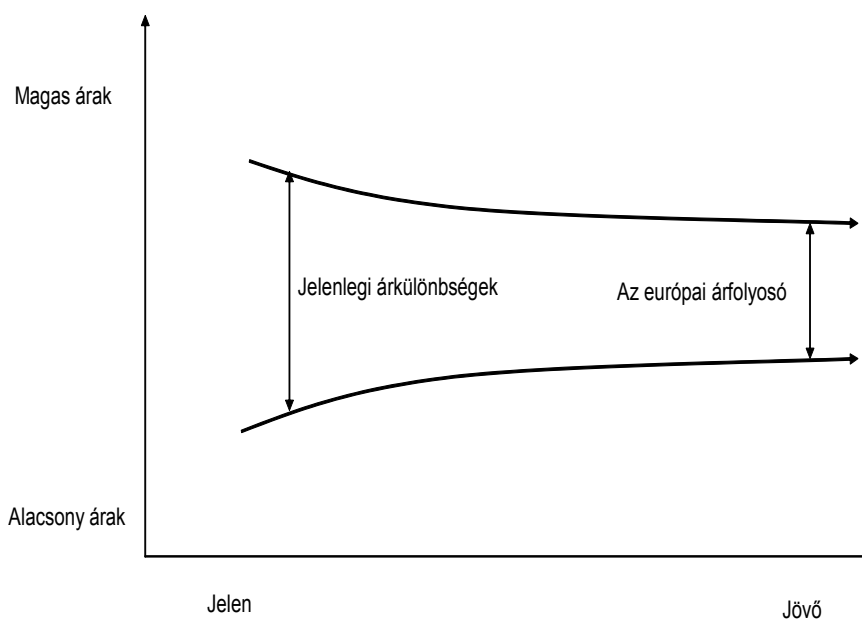
Az euró bevezetésének egyik legnagyobb előnye, hogy segíti a versenyt az árak jobb összehasonlíthatósági lehetőségével, azonban ez a folyamat az euró-övezeten belül is lassan megy végbe. Az árak között még huzamosabb ideig megmaradnak a különbségek, különösen ott, ahol ezeket lassan lehet kereskedelemmel, szállítással, versennyel kiegyenlíteni.

A bér és jövedelmi színvonalra tekintettel alakulnak majd a legfontosabb fogyasztási cikkek és szolgáltatások árai, s csak ezek függvényében képzelhető el a folytonos konvergencia.

Míg az árpolitika mozgásteret növekedik, addig nemzetközi téren az árkülönbségek csökkenése, és ezzel együtt az árpolitika nemzetközi mozgásterének a beszűkülése prognosztizálható. A két tendencia nem mond ellent egymásnak, a szűkülő nemzetközi árfolyosón belül vállalatokként és termékeként

ugyanúgy igaz az árpolitikai mozgástér növekedése, azaz a csökkenő költségek és az emelkedő értékelfogadás közötti rés szélesedése.

A kibővült mozgástér lehetővé teszi, sőt igazából megköveteli, hogy az árképzésben a piacvezérelt módszerek kerüljenek előtérbe. A lehetőségek növekedése egyidejűleg az árképzési variációk szélesedését, differenciált alkalmazásának lehetőségét is magában rejti.



### Az árképzés sajátosságai

Forrás: Simon-Wiese (1992), idézi Rekettye Gábor (1999)

Az egységes valuta bevezetésének a közös európai piac átláthatóbbá tétele volt az egyik nem titkolt célja. Hamar kiderült azonban hogy a gáz és az elektromos áram ára a napfényes Itáliában az egyik legmagasabb, egy doboz Coca-Cola Írországban kétszer annyiba kerül, mint Spanyolországban, Finnország pedig az autók árában vezet: egy Renault Megane például 74,3 százalékkal kerül többre ott, mint Luxemburgban. A háromszázmillió európolgár pedig csak kapkodja a fejét, a kereskedők viszont egyáltalán nem kapkodnak az áruk egységesítésével ([www.piacessprofit.hu](http://www.piacessprofit.hu)).

Az elmúlt évek során a hazai árak szinte minden területen közeledtek az Európai Unió átlagos színvonalához, sőt sokszor el is érték azt, mindent egybevetve még mindig olcsóbbak vagyunk. És ha egyes országokhoz viszonyítjuk magunkat, valószínűleg még jó darabig azok is maradunk. A belga turistáknak is magasak a dániai árak, az angolok viszont viszonylag olcsón kijönnek a Csatorna túlsó oldalán.

Könnyebbé válhat az export-import lebonyolítása különösen a kisvállalatok részére. A vállalatoknak nem fog jelenti bizonytalanságot az árfolyam-ingadozás az árképzésük kialakításakor, megszűnik a tranzakciós költség.

### Mire számíthatnak a fogyasztók az euró bevezetés után?

Az euró bevezetése véleményem szerint rövid távon nem okoz drasztikus változásokat a magyarországi lakosság életében, hanem inkább biztonságosabb jövőt biztosít. Akik egyik napról a másikra jóval magasabb ártól félnek, vagy meredeken zuhanó árakat várnak, csalódásban lesz részük. Viszont az nincs kizárva, hogy egyes termékek vagy szolgáltatások ára nem fog nőni vagy éppen csökkenni, az euró bevezetését követően.

Az általános drágulás ellen hat majd az is, hogy a következő években az infláció további csökkenésére lehet számítani, mivel az árdrágulás leszorítása az egyik előfeltétele annak, hogy néhány év múlva Magyarországon is bevezethessék az eurót.

Ha megnézzük az Európai Unió tagállamait az árak országoként is eltérést mutatnak, a termékeknek és szolgáltatásoknak különböző árai vannak, amelyeket a helyi bérek és keresletek határoznak meg.

Hosszabb távon viszont az euró bevezetése, a lakosság számára az árak könnyebb összehasonlíthatóságához vezet. Átláthatóbbá válnak a hazai piac és a többi tagállam árai, és a fogyasztók abba az országba mennek vásárolni, például gépkocsit, ahol olcsóbbnak találják. Ugyanakkor megkönnyíti a külföldi utazásokat Európa nagy részében, hiszen ugyanazzal a pénzzel sok országban lehet fizetni.

Egyszerűbb lesz minden, mivel nem kell majd többé állandóan átszámolni a forintot euróra és az eurót forintra, nem fog ingadozani többé az árfolyam, és az euró használata egyben a gazdaság stabilitásának is a jele lesz.

Ugyanakkor félelmet válthat ki a fogyasztókból, a nem ismert fizetőeszköz használata. Segítség és támogatás kell a lakosság számára, hiszen a fillérről, már rég leszokott, s az euró bevezetésekor ez gyökeresen meg fog változni (Deli 2004). A kézi számológép segíthetné a vásárlókat a régi és az új árak közötti kiigazodásban.

Lélektani hatása is lehet majd az euró bevezetésének a magyar lakosságra, ami abban nyilvánulhat meg, hogy bérük könnyebben elkölthetőnek tűnik. Kicsit csalóka volt a franciáknak is az új pénz a frank után, mert azt mondták, könnyebb elkölteni 15-öt, mint 100-at, még ha az előbbi euró, az utóbbi pedig frank is. A nagy számokhoz és sok nullához szokott olaszok, pedig ujjaikon számolgatták, hogy egy bizonyos ár hogy is nézne ki a jó öreg lírában számolva.

El kell telnie egy kis időnek addig amíg a magyar lakosság is megszokja az euró használatát és nem fog visszaszámolni mindig a hazai valutába. Ennek következtében kevesebb lesz azoknak a helyzeteknek a száma, amikor a fogyasztókat a spekulatív kereskedők könnyen becsaphatják, mivel nem járta-sok még az euró használatában.

### **Mit gondol a magyar lakosság az euróról mint az egységes fizetőegység bevezetéséről?**

A lakosság véleménye az eurót illetően, mint egységes fizetőeszköz két szempontból is fontos, egyrészt mivel ők azok, akik a vállalatoknál felelős pozíciót töltenek be, és másrészt célcsoportjai lehetnek különböző vállalatoknak.

A magyar lakosság euróval kapcsolatos ismereteit, illetve véleményeit, valamint ezek időbeli alakulásának vizsgálatát tartja szem előtt, a Deli kutatásának sorozata. A felmérés szerint (Deli 1999) 1999-ben a lakosság 37%-a és, az előző felmérés ismétlésének tekinthető kutatás (Deli 2001) alapján az egyének 34%-a nem ismerte az eurót. A felmérés sorozat harmadik része, ami 2003 májusában lett lezárva, arról számol be, hogy a magyar lakosság egy csoportja (29%) továbbra sem rendelkezik információval a közös európai valutával kapcsolatban.

A felmérés egyik kulcsfontosságú eredménye, hogy a magyar lakosság véleményalkotása függvénye annak, hogy az állampolgárok értelmi és képességi szintjüknek megfelelően – szakszerűen vagy szakszerűtlenül – közelítik meg a kérdést (Deli 2004). Itt fontossá vált annak tisztázása, hogy a megkérdezett megalapozott indokok alapján fogalmaz meg véleményt, vagy komolytalan érvekre hivatkozva fejti ki álláspontját.

A kutatási mintába 16 helység került: a főváros, öt kisváros, öt nagyváros, és öt falu. A települések között szerepelt fejlett, fejlődő és fejletlen helyiség is, Magyarország minden tájáról.

	1. KLASZTER EURÓT NEM ISMERŐK		2. KLASZTER POZITÍV VÉL. SZAKSZERŰ		3. KLASZTER POZITÍV VÉL. SZAKSZERŰTL EN		4. KLASZTER NEGATÍV VÉL. SZAKSZERŰ		5. KLASZTER NEGATÍV VÉL. SZAKSZERŰTL EN		6. KLASZTER BIZONYTALAN OK	
<b>1999</b>	355	35%	197	20,5%	201	21%	77	8%	130	13,5%		
<b>2001</b>	329	34%	216	22,5%	189	20%	86	9%	140	14,5%		
<b>2003</b>	275	29%	77	8%	201	21%	48	5%	148	15%	211	22%

## Euró szegmensek Magyarországon 1999-ben, 2001-ben és 2003-ban

Forrás: Deli Zsuzsa (2004)

Amint az ábrából is látható az első helyet az eurót nem ismerők tábora szerezte meg. Az új, közös pénzzel kapcsolatban valamilyen irányban véleményt formálók közül az eurót támogatók vannak többségben. 2003-ban viszont egy újabb klaszter is megjelent, a bizonytalanok csoportja. Az új csoport a szakszerű, komoly indokok alapján akár negatív, akár pozitív véleményt formáló egyének csoportjainak rovására alakult ki.

A kutatás a Magyarországon létrejövő euró kalaszterek jellemzőit, illetve a szegmensek időbeli alakulását tekintve, azt a következtetést vonja le, hogy az Európai Unióban jelentkező tendenciák, amely alapján az eurót nem ismerők száma folyamatosan lecsökkent a tudatos és megfelelően szervezett euró kommunikációnak köszönhetően, valamint az állampolgárok a decentralizált formában végzett felkészítés során megértették az euró használatát és szerepét, hazánkban nem érzékelhetők, sőt bizonyos esetekben azok fordítottja azonosítható.

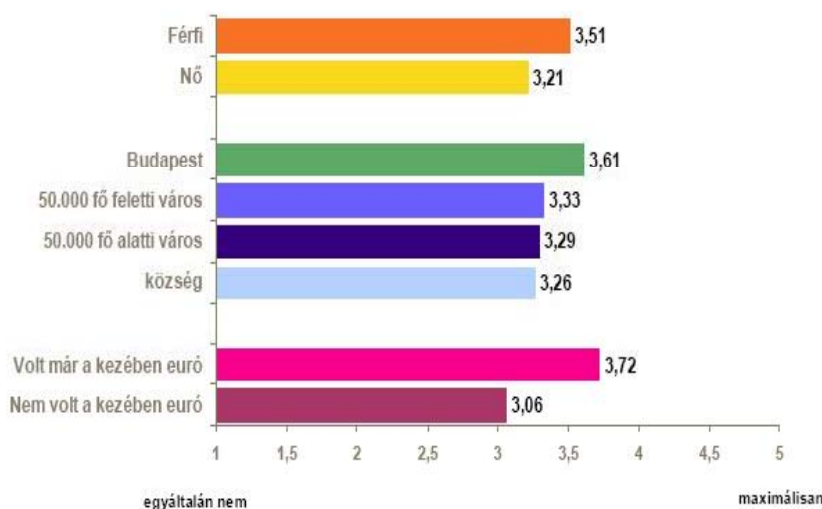
Egy másik kutatásból, amely 2004 május elején zajlott le, az derül ki, hogy a magyarok örömmel fogadják az eurót.

A TNS, amely a Londoni Értéktőzsdén jegyzett cégcsoport végzett kutatást arra vonatkozóan, hogy a magyar lakosság miként reagál az euró bevezetésére. A 15 évesnél idősebb magyar lakosságból közel ugyanannyian tartják szebbnek az eurót a forintnál, mint fordítva.

Nem meglepő az sem, hogy az idősebbek (60 év felett) jobban ragaszkodnak a forinthez és elutasítják az eurót, míg a 30 év alattiak inkább ez utóbbit választanák. Északkelet-Magyarországon, illetve Dél-Dunántúlon élnek azok a válaszadók, akik nem tudtak véleményt mondani. Általában idős (60 év feletti), alacsony társadalmi státuszban élő nők kerültek ebbe a csoportba.

Arra a kérdésre, hogy mennyire támogatja, hogy forint helyett euró lesz az ország fizetőeszköze, egy 5 fokú skálán (1 = egyáltalán nem, 5 = maximálisan), a következő volt az eredmény:

### Mennyire támogatja, hogy forint helyett euró lesz az ország fizetőeszköze?



A megkérdezett 1000 főből 46% örül az EU tagországokban az egységes pénznem bevezetésének, s 27%-uk maximálisan támogatja a magyarországi bevezetést is. A bevezetést támogatók között gyakrabban a magasabb társadalmi státuszt képviselő, 30 év alatti, központi régióban élő, férfi válaszadó.

Csaknem háromnegyedük örvend az egységes pénznemnek, mivel nem kell átváltani, számolgatni, most akkor mi és mennyibe kerül, és fejben tartani az éppen aktuális árfolyamot. Leginkább a férfiak, budapesti magas társadalmi státuszban élők nyilatkoztak így.

A kutatás legfőbb megállapításai:

- A 15 évesnél idősebb magyar lakosság 41%- a tartott már a kezében eurót.
- 37%-nak a forint, 42%-nak pedig az euró tetszett azok közül akik fizikailag is találkoztak már euróval.
- Mindössze 18% említette, hogy a két pénz között nincs különbség, egyformák.
- A válaszadók 46%- a örül annak, hogy a legtöbb EU országban egységes pénzérmet vezetnek be.
- 22% nem támogatja az egységes pénzérmet, mert ragaszkodik a forinthez
- 24% még sosem volt külföldön, ezért nem tud véleményt mondani
- Az euró magyarországi bevezetését a lakosság közel fele (48%) támogatja (5 fokú skálán 4-es, illetve 5-ös értéket mondott.)

Az euró magyarországi bevezetésének időpontjáról megoszlottak a vélemények, a bevezetést 2004 és 2014 közé helyezték. A legtöbben (27%) 2008-at, 14% pedig 2010-et jelölte meg.

A felmérés időpontjában a lakosság kétötöde fogott már a kezében eurót, s valamivel többen voltak azok, akiknek jobban tetszik ez a pénznem, a forint.

Az euró bevezetésének fontos „veszélyterülete” a burkolt áremelések megjelenése, ami a fogyasztókra van hatással. Ezt főképp a dél-európai országokban lehetett tapasztalni, de szinte mindenütt panaszkodtak miatta. Ezért is igen fontos az átállás jó megszervezése és adminisztratív támogatása.

Belgiumban a kormány minden lehetséges módon és eszközzel igyekezett felkészíteni a belgákat az új pénzre. Az euró érkezése előtt a belgák nagy része már tisztában volt azzal, hogy milyen áron jut hozzá mindennapi fogyasztási cikkeihez és hogy 1,20 a bagettért, vagy 1,70 a briósért vajon sok-e, vagy kevés. Az állami és helyi közigazgatási szervek mellett civil szerveződések is ellenőrizték az árakat, az áruféleségeket, a szolgáltatásokat és a kereskedelmi kamarák is nagyon hatékony és aktív partnerek voltak. A kormány ehhez a meglévő intézményrendszerhez rendelte az ellenőrző szerepet, hogy elejét tudja venni minden nem kívánt áremelésnek.

Németországban a fogyasztó emelkedő élelmiszer és szolgáltatói árakkal találkozott, ami alaposan megingatta az euróba előzetesen vetett bizalmat és a közös valuta csillogó fénye gyorsan megkopott.

Hans Eichel német pénzügyminiszter – az ECB-hez hasonlóan – először májusban mondta ki, hogy az euró megjelenése valóban jelentős áremelkedéssel járt. A márka lecserélése következtében a kormány nem számított ilyen mértékű áremelkedésre – mondta önkritikusan a Spiegel magazinnak, ám hozzátette: – Valószínűleg hiba volt azt gondolnunk, hogy a kiskereskedők fegyelmezettebbek lesznek.

A bevezetési év végére már elhangzottak az első komolyabb kritikák az euró németországi bevezetésével kapcsolatban. Wim Duisenberg, az Európai Központi Bank elnöke szerint a bankszakembereknek többet kellett volna foglalkozni az emberek felkészítésével és nyíltabban kellett volna beszélni a várható áremelkedésekről, mint a pénz bevezetésének technikai részleteiről.

A németek a teuer = drága, költséges szó és az euró összevonásából már csak *teuro*-nak, „drágácskának” becézik a sok csalódást okozott új jövevényt.

Olaszországban, a kezdetekben nem sikerült megakadályozni a rejtett áremelést és a piaci árak nagyon megugrottak, ami nem csekély tiltakozást váltott ki. A kereskedők mindenért egyre többet kértek, az olasz áru pedig egyre jobban kiszorult a piacokról. Mára némiképpen javult a helyzet és amíg az előző évben a legolcsóbb ár is 1 euróval kezdődött, ma már a 0,55 cent-es árcédulák sem ritkák. Igazi bevezető kampány hiányában inkább arra próbálták felhívni az emberek figyelmét, hogy a visszajárót, bármilyen csekélynek tűnik is, ne hagyják a kereskedőknél, mindenképpen kérjék vissza, mert a sok kicsi sokra megy.

A 2000-ben elindított kampány eredményesnek bizonyult Franciaországban és görögországi területeken, mint sok más uniós országban. Az árak emelkedése viszont itt sem maradt el.

Görögország szinte egyáltalán nem készült fel az euró bevezetésére, így pillanatok alatt megemelkedtek az árak. A hajójegyek kétszer, a narancs háromszor annyiba kerül, mint korábban. Athéni fogyasztói érdekvédelmi csoportok azt mondják, idén az árak átlag 10 százalékkal nőttek. Egy felmérés szerint a görögök 70 százaléka a kiskereskedők profitéségét okolja a valutacsere óta felszökött áráért.

Hollandiában például kimondottan tiltották az áremelést a fogyasztók védelmében.

Az euró bevezetése előtti felkészülés, a bevezetés tapasztalatai magától értetődően eltérőek voltak az egyes tagállamokban ([www.mindentudas.hu](http://www.mindentudas.hu)). Ezeket megvizsgálva Magyarország sokat tanulhat a tagállamok euró bevezetési utáni helyzetükből.

Magyarországra, mint az euró-övezet jövőbeli tagjára minden bizonnyal hasznosak lehetnek a 2002. évi, euró-készpénzre való áttérés során szerzett tapasztalatok. A vállalatok közötti versenynek köszönhetően ugyanis hosszabb távon nehezebben lehet majd árat emelni azt kihasználva, hogy az emberek még nem ismerik eléggé az új euró árait.

Az euróra való áttéréskor hazánkban nagyon fontos lesz, hogy fokozott figyelmet fordítsanak mind a vállalati mind pedig a lakossági szféra felkészítésére, valamint a szükséges feltételek megvalósításához, hogy az előbbi országoknál felmerülő nehézségekből tanulva, az euró bevezetése ne vezessen ár-emelkedéshez.

Bár az előbbi példákban sok szó esett az euró bevezetése kapcsán az árak emelkedéséről, az empirikus bizonyítékok arra utalnak, hogy az átlagot tekintve a váltás nem nyomta fel az árakat. A relatív árak változása szokásos jellemzője az összes piacgazdaságnak.

Az árakra gyakorolt hatás valószínűsége úgy csökkenhet Magyarországon, ha a fogyasztók és a termelők a megfelelő időben lesznek tájékoztatva, és a kiskereskedőkkel bizonyos árazási szabályok jönnek létre, valamint kettős árazást alkalmaznak a kritikus hónapokban.

## IRODALOM

- [1] Akar László, Balassa Ákos, Barta Judit, Karsai Gábor, Loconcz Miklós, Vértes András (2004 április): Az euróhoz vezető optimális út megtervezése. Budapest.  
[http://www.gki.hu/docs/eurohoz\\_pm.pdf](http://www.gki.hu/docs/eurohoz_pm.pdf)
- [2] Deli Zsuzsa (2004): A magyar lakosság Euróval kapcsolatos ismeretei és véleménye. In: A transzformáció végén. Szerk. Veress József. Stúdium Kiadó.
- [3] Rekettye Gábor (2004): Az érték a marketingben. Országos Marketing Konferencia.
- [4] A magyaroknak tetszik az euró (2004 július 6):  
[http://www.tns-global.hu/aktual/TNS\\_kutatas\\_euro.pdf](http://www.tns-global.hu/aktual/TNS_kutatas_euro.pdf)
- [5] Az euró első napjai. <http://www.mindentudas.hu/mindentudasegyetem/20040328azeuro.html>
- [6] Az euró hálójában. Változások technológián innen és túl. <http://szt.hu/archiv.php?id=10037>
- [7] Economist Corporate Network (2004 június): Az euróra várva: A kérdések amiket a vállalatoknak már most át kell gondolniuk.
- [8] Mindennapi pénzügyeink az Európai Unióban:  
<http://www.bmeip.hu/img/Kiadvanyok/Gazdalkodj%20okosan%20az%20Europai%20Unioban.pdf>
- [9] Szárnyaló euróárak. <http://www.piacprofit.hu/?s=32&n=28&mr=894>