



КОМИСИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Брюксел, 29.1.2008
СОМ(2008) 31 окончателен

СЪОБЩЕНИЕ ОТ КОМИСИЯТА

**относно проследяването на резултатите за потребителите в единния пазар: Индекс
за развитие на пазарите на дребно**

{SEC(2008) 87}

СЪОБЩЕНИЕ ОТ КОМИСИЯТА

относно проследяването на резултатите за потребителите в единния пазар: Индекс за развитие на пазарите на дребно

(текст от значение за ЕИП)

1. ВЪВЕДЕНИЕ

1. Един от основните изводи от съобщението на Комисията относно прегледа на единния пазар е, че пазарът трябва в по-голяма степен да отговаря на очакванията и тревогите на гражданите и да бъде по-способен да се приспособява към предизвикателствата на глобализацията. За да бъдат посрещнати тези предизвикателства, трябва да се обърне повече внимание не само на правните инструменти, но и на крайния резултат, пряко засягащ гражданите на ЕС. Политиките трябва в по-голяма степен да се основават на факти и да са ориентирани към постигане на резултати. По-доброто наблюдение и оценка на резултатите за гражданите са приоритет за Комисията при преминаването към следващия етап на единния пазар. Доброто проследяване е важно не само защото дава насоки за работата по политиките и законодателството, но и защото представлява инструмент, показващ на гражданите, че техните тревоги се вземат под внимание.
2. Повечето от нашите граждани се срещат ежедневно с единния пазар именно в ролята си на потребители. Затова техният опит като потребители оказва влияние върху възгледите им за единния пазар и за ЕС като цяло. Постигането на по-добри резултати за потребителите е крайната цел на всички политики свързани с единния пазар, както и индикатор за техния успех. Ако във все по-глобализираната и ориентирана към потребителя икономика единният пазар отговаря по-ефективно на потребителското търсене, това спомага и за постигане на иновативна и конкурентоспособна икономика.
3. Единният пазар не е единствено икономически проект. Той защитава и определени социални стандарти. По същия начин интересите на потребителите не могат да бъдат определени единствено в контекста на икономическата ефективност. Гражданите очакват политиката на единния пазар да доведе до социално приемливи резултати понякога за сметка на икономическата ефективност. Загрижеността за човешкото здраве, околната среда и безопасността, например, означава, че потребителските стоки подлежат на строг контрол. Съществува също така консенсус да се гарантира, че определени услуги, които са жизненоважни за икономическото и социалното включване, и които се предоставят с търговска цел, са достъпни за всички, където и да пребивават. Следователно идеята за „неправилно функциониране на пазара“ следва да бъде схващана в контекста на индекса като обхващаща едновременно неефективното разпределение на ресурсите и непостигането на резултатите.

4. Факти за постиженията на единния пазар спрямо потребителите обаче като цяло в момента липсват. Разработването на индикаторите за по-добро проследяване на процеса на търсене в единния пазар следователно е жизненоважно за новия подход на Комисията. Индексът ще има принос по принцип към действията за проследяването като се опита да открие онези случаи, в които признаците за неправилно функциониране на пазара са свързани с незадоволителни условия на потребителската среда. Събраните данни не само ще спомогнат за създаването на по-добра политика по отношение на потребителите, но и ще послужат на всички политики, които засягат потребителите, като осигурят по-добро включване на интересите на потребителите във всички политики на ЕС.

2. ЗАЩО Е ВАЖНО ПРОСЛЕДЯВАНЕТО НА РЕЗУЛТАТИТЕ ЗА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ В ЕДИННИЯ ПАЗАР

5. Потребителските пазари са сложни системи, в които търсенето и предлагането намират допирна точка, и в които поведението на производители, доставчици на услуги, търговци и потребители постоянно се променя посредством процес на обратна връзка. Най-новаторски ориентирани компании виждат в потребителите един от най-богатите източници на идеи.

6. Икономическите показатели на потребителските пазари вече не се разглеждат като обикновен продукт на ефективно предлагане от страна на икономическите оператори, дори то да е съществено за положителните потребителски резултати. Провеждането на ефективна политика в областта на конкуренцията и спорадичното регламентиране на предлагането са необходими, но не достатъчни за обезпечаване на ефективни пазари с високи икономически показатели. Ефективните и адаптиращи се потребителски пазари в цялата икономиката са основни движещи сили на конкурентоспособността и благосъстоянието на населението. Те се нуждаят от силни потребители, способни да направят информиран избор и бързо да възнаградят ефективните оператори. Пазари, в които потребителите са объркани, заблуждавани, до които няма достъп или които предлагат малък избор ще са по-малко конкурентоспособни и ще бъдат в ущърб на потребителите, което ще бъде за сметка на ефективността на икономиката като цяло.

7. Прегледът на единния пазар разпозна необходимостта от предоставяне на повече ползи за потребителите и за възобновяване на усилията за насърчаване на интеграцията и по-високата ефективност. Стратегията на Европейската комисия за политика за защита на потребителите¹ превърна това в цел за периода 2007 — 2013 г.

¹ COM(2007) 99 от 13.3.2007 г.

8. Индексът за развитие на пазарите на дребно е плод на консултации между заинтересованите страни и държавите-членки. В резултат на обществено допитване се получи повече от шестдесет отговора от страна на националните власти, европейските потребителски центрове, НПО, промишлеността и отделни граждани. Мнозинството от запитаните се обявява в подкрепа на Индекса².

3. ИНДЕКС ЗА РАЗВИТИЕ НА ПАЗАРИТЕ НА ДРЕБНО

9. Предиизвикателството се състои в това да се разработят индикатори, които посочват в кои области потребителските пазари не отговарят на очакванията на потребителите и къде Комисията следва да концентрира вниманието си. Индикаторите следва да показват къде пазарите не успяват да максимализират икономическите резултати за потребителите и също така къде не успяват да постигнат ключовите социални резултати.
10. Следва да бъде направено ясно разграничение между фазите на проучване и анализ от проследяването. Във фазата на проучване е необходимо да се установи за кои пазари има риск да не отговорят на очакванията на потребителите. Предвид големия брой индикатори, които могат да бъдат събрани за всички пазари на потребителски стоки, достатъчен е ограничен брой индикатори, които да улавят основните характеристики необходими за целите на проучването.
11. Фазата на анализ изисква допълнителни, специфични за сектора данни и проучване. Задълбоченият анализ има за цел да установи дали и защо има риск тези пазари да не отговорят на очакванията на потребителите. Той следва да установи дали неуспехът се дължи на липса на конкуренция, изкривяване на избора на потребителя, липса на пълна и прозрачна информация, неподходящо секторно регулиране, фрагментираност на вътрешния пазар или комбинация от няколко или от всички тези причини. Подборът на най-подходящия политически инструмент за разрешаване на проблемите на даден пазар ще зависи от тези причини. Например политика засягаща конкуренцията при злоупотреба с господстващо положение, секторно регулиране за премахване на определени бариери пред навлизането на пазара, политика за защита на потребителите за осигуряване на прозрачност на информацията или комбинация от такива инструменти.
12. Ползата от отделеното по-голямо внимание за проследяването на пазарите на потребителски стоки е тройна. Първо, въпреки че проблемите се появяват както на ниво търговия на едро, така и на ниво търговия на дребно, гражданите са изложени на неправилното функциониране на пазара на ниво търговия на дребно. Второ, неправилното функциониране на пазара вследствие изкривяването на избора на потребителя вреди на конкурентоспособността като цяло, поради негативното въздействие върху ефективното разпределение на ресурсите. Трето, според мястото на крайното потребление във веригата на

² Обобщение на отговорите може да бъде намерено на http://ec.europa.eu/consumers/consultations/consultations_en.htm

добавената стойност, неправилното функциониране на пазара на етап търговия на дребно може да показва липса на конкуренция или друг вид неправилно функциониране по веригата.

13. Индексът е един от първите плодове на общия процес на наблюдение на пазара стартиран с Прегледа на единния пазар. Това наблюдение на пазара също има два етапа: етап на проучване и фаза на задълбочен анализ. Първата фаза има за цел да определи секторите, които са от най-голямо значение за растежа, създаването на работни места, потреблението на домакинствата и адаптирането в единния пазар, както и да установи дали има признаци за неправилно функциониране на пазара. Поради липса на подходящи данни, за наблюдението на пазара е използван само един потребителски индикатор. Когато бъдат налице нови данни посредством Индекса за развитие на пазарите на дребно, методологията, използвана за секторно проучване ще бъде приспособена по начин, който ще отразява по-добре потребителското измерение. Втората фаза включва пазарно изследване на посочените от етапа на проучване сектори. Когато даден пазар на потребителски стоки е избран за изследване, то ще включва също така анализ от гледна точка на потребителите.
14. Първият Индекс за развитие на пазарите на дребно посочва индикаторите, необходими за проучване на пазарите на потребителски стоки, както и институционалната рамка, в която пазарите и потребителите оперират. В голяма степен липсват изчерпателни, хармонизирани и сравними данни за резултатите за потребителите. Този първи Индекс разглежда съществуващите данни и предлага начини за запълване на обширните пропуски.

4. СТРУКТУРА И КЛЮЧОВИ ИНДИКАТОРИ НА ИНДЕКСА

15. Изготвянето на индекс на ниво ЕС поставя определени предизвикателства, които не съществуват за националните индекси, а също така предоставя и някои предимства. В допълнение към наблюдението на различни пазари на потребителски стоки, индексът оценява интегрирането на потребителските пазари на ЕС и сравнява потребителската среда. Някои индикатори, например системи за обезщетение и правоприлагане, даване на власт на потребителите, прозрачност на информацията или бариери пред трансграничната търговия, са приложими по-скоро на хоризонтално, отколкото на секторно ниво. Индексът отразява тази сложна мозайка като анализира единния пазар в три измерения.
16. Първото наблюдава общото представяне на пазарите на **потребителски стоки в цялата икономика**. Наравно с посочването на проблемните сектори за последващ анализ това измерение ще помогне за сравняване на представянето в целия ЕС. Индикаторите ще бъдат структурирани съгласно статистическата методология СОICOP (Класификация на индивидуалното потребление по предназначение).
17. Второто измерение е **степената на интеграция на вътрешния пазар на търговия на дребно** в светлината на стратегическата цел на политиката на Комисията за защита на потребителите, а именно до 2013 г. търговците и потребителите да бъдат толкова уверени когато пазаруват зад граница, както когато го правят в собствената си страна.

18. Третото измерение е потребителската среда в **27-те национални пазара** от гледна точка на правоприлагане, информация, образование и обезщетения. Тези индикатори сравняват системите и институциите за защита на потребителите в държавите-членки със стандартите.
19. Функционирането на пазарите от гледна точка на потребителите не може да бъде уловено от един единствен индикатор, то зависи от взаимодействието на множество променливи. Структурата на пазара и институционалната и конкурентната среда са основни фактори за пазарния резултат. Степента, в която изборът на потребителя е повлиян от поведението на икономическите оператори също оказва влияние върху резултатите. **Способността на потребителите** да разберат наличните на пазара възможности за избор се отразява на функционирането на пазара, дори ако операторите действат прозрачно и честно. Възможно е преценката за сложни продукти, като застраховки живот или високотехнологично оборудване, да изисква професионален съвет.
20. Тези променливи ще бъдат измервани посредством комбинация от „меки“ (от английски “soft”) и „твърди“ (от английски “hard”) данни. Нито едни от тях не дават представа за пълната картина. Твърдите данни улавят някои аспекти на функционирането на пазара, докато меките данни са необходими за улавяне опита и възприятията на потребителите за функционирането на пазара и доверието в него, които от своя страна се отразяват на поведението на операторите.

4.1. Проучване на пазарите на потребителски стоки

21. Основните характеристики на пазарите на потребителски стоки могат да бъдат уловени посредством пет основни индикатора, всеки от които има определени силни и слаби страни. Комбинацията от индикатори помага да се смекчат техните слабости и да бъде пресъздадена ясна картина. Наличието на доказателства за проблеми в два или повече индикатора е достатъчно, за да бъде оправдан последващ анализ. Петте индикатора — подадени жалби, равнища на цените, удовлетворение на потребителите, смяна на доставчика и безопасност — са изложени по-долу. По-подробни обяснения и илюстративен материал са представени в приложението.

4.1.1. Жалби

22. Данните за жалбите на потребителите са описани като „златен стандарт“ на индикаторите за функционирането на пазарите на потребителски стоки и се използват като ключов индикатор в няколко държави-членки, както и в трети страни. Готовността за подаване на жалби варира в различните държави и сектори в зависимост от традициите в областта на защита на потребителите и възприятията за вероятен успех, затова нивата на подадените жалби трябва да се тълкуват заедно с останалите индикатори. Подробната и сравнима картина на жалбите във всички производствени сектори и тези, предоставящи услуги ще предостави мощен инструмент в целия ЕС. През 2008 г. ще бъде публикуван консултативен документ, търсещ гледните точки на всички органи по обработване на жалбите в ЕС по пътя към по-хармонизирана система за класификация на жалбите.

4.1.2. *Равнища на цените*

23. Равнищата на цените будят голямо безпокойство у потребителите. Поради тази причина е важно да бъдат наблюдавани равнищата на цените на различни стоки и тяхната промяна. Ако ценовото равнище на даден продукт е по-високо от базисния индекс, трябва да бъдат проучени причините за това. По-високите цени могат да бъдат резултат от различия в търсенето или структурата на разходите. Равнищата на цените могат също така да са знак за неефективен от гледна точка на потребителите пазар в следствие на регулаторната рамка или конкурентната среда. За да бъде изяснен източникът на различните равнища на цените, е необходимо този индикатор да се разглежда заедно с останалите индикатори използвани в индекса. Необходима е по-нататъшна работа с националните статистически агенции за разработване на сравними и представителни данни за цените и за преценяване на необходимостта от приспособяване на съществуващата нормативна уредба за статистиката. Необходимостта от тези данни беше установена от Прегледа на единния пазар. Понастоящем почти напълно липсват сравними данни за цените, с малък брой изключения (автомобили, храна и т.н.).

4.1.3. *Удовлетворение на потребителите*

24. Трудно е да бъдат измерени обективно някои жизненоважни аспекти на функционирането на пазара като качество, избор, прозрачност и сервизно обслужване. Възприятията на потребителите за тези променливи предлагат най-добрия начин за наблюдение на тези резултати. Въз основа на добре установени техники за измерване на удовлетворението на потребителите, разработени от бизнеса, беше създадена ясна методология, предоставяща съставен индекс за този индикатор. Методологията беше изпробвана за единадесет услуги от общ икономически интерес, които са сравними във времето и измежду всички услуги. С течение на времето следва да бъдат обхванати по-важните пазари на потребителски стоки.

4.1.4. *Смяна на доставчика*

25. Смяната на доставчика от страна на потребителя е важен индикатор както за избора, с който разполагат потребителите, така и за способността им да упражняят този избор (в зависимост от прозрачността на пазара, пречките пред смяната на доставчика и др.). Готовността на потребителите да сменят доставчика е жизненоважна за успеха на либерализирането на мрежовите услуги. Съществуват данни за нагласите на потребителите към смяната на доставчика на ниво ЕС за ограничен брой услуги от общ икономически интерес в определени държави-членки. Бъдещата работа ще се концентрира върху разширяването на обхвата на индикаторите с включване и на други ключови услуги и също така върху изучаването на цената на смяната на доставчика и възприятията доколко лесно може да стане тя.

4.1.5. *Безопасност*

26. Безопасността на потребителските стоки и услуги представлява важен индикатор за резултата. Наличните в момента данни за безопасността на потребителските стоки и услуги, измерени на базата на информация за инциденти и наранявания, както и чрез системите за уведомяване за опасни стоки, са незадоволителни. Необходимо е данните за нараняванията и инцидентите да бъдат подобрени от гледна точка на географския обхват и сравнимостта им, а от друга страна да бъде включена допълнителна информация (например за пазарния дял, обема на проверките и др.), която да позволи правилна оценка.

4.2. **Оценка за интеграцията на вътрешния пазар на търговия на дребно**

27. Тези индикатори търсят да оценят нивото на интеграция на вътрешния пазар. Степента на интеграция може да бъде уловена посредством присъствието на националния пазар на търговци на дребно от трети страни, трансграничните преки чуждестранни инвестиции и трансграничната търговия на дребно. Данните за търговията в рамките на ЕС не правят разлика между търговия на едро и търговия на дребно. По тази причина липсват данни за реалното ниво на трансграничните продажби. Данни за тази статистика могат да бъдат изведени от разплащателните системи. Междувременно, за да има налични факти, трябва редовно да се проследяват данните за наблюдението на трансграничната търговия, съобщавани от потребителите и бизнеса.

28. Нагласите на потребителите и търговците към трансграничните продажби и покупки също са важни за проследяване на възприятията и измерване на прогреса към целта да се укрепи доверието в трансграничните продажби и покупки. Събраните данни за цените при проследяването на пазарите на потребителски стоки също така ще позволят използването на ценовите вариации като индикатор за интеграцията на пазара.

29. Данните за проблемите, с които се сблъскват купувачите зад граница също са важни. Представени са данни, подадени от мрежата от европейски потребителски центрове и мрежата от правоприлагащи агенции за сътрудничество в областта на защитата на потребителите, показващи равнищата на трансграничните искания за предоставяне на информация, жалбите, споровете и случаите на правоприлагане.

4.3. Определяне на стандарти за потребителската среда в държавите-членки

30. Тези стандарти са необходими, за да бъде разбрана потребителската среда на национално ниво, тъй като тя е важна за функционирането на националните пазари и на интегрирания пазар на ЕС. Прегледът на единния пазар определя **правоприлагането** като основен приоритет. Качеството на механизмите за правоприлагане е ключов индикатор за състоянието на националните пазари както от гледна точка на безопасността, така и от икономическа гледна точка. Индикаторите за готовността за съдействие на правоприлагащите органи и доверието в тях улавят един елемент. Вложеното в правоприлагането и резултатите от него (инспектори, проведени инспекции) представляват друг индикатор. Аналогично, начините на **обжалване**, с които разполагат потребителите (чрез съдилищата или чрез други органи за разрешаване на спорове) се измерват съгласно възприятията на потребителите и събраните по случаите твърди данни. Въпреки че съществуват данни за възприятията на потребителите, необходимо е да бъде събрана още информация в сътрудничеството с държавите-членки.
31. Независимите **организации за защита на потребителите** играят ключова роля за осигуряване на ефективното функциониране на пазарите като извършват сравнително изпробване на продукти и посочват случаи на неправилно функциониране на пазара. Индикаторите за силата на организациите за защита на потребителите от гледна точка на доверието и ресурсите инвестирани в тях от страна на потребителите, също играят важна роля.
32. Индикаторите за **власт** на потребителите, особено нивото на образование, информираност и разбиране на потребителите, грамотността/уменията им, осведомеността и увереността им са важни за вникването в различните национални пазари и откриването на най-добрите практики. В момента са налице сравнително малко данни на ниво ЕС за тази област.

4.4. Проучвания във фазата на анализ

33. Петте индикатора за пазарите на потребителски стоки ще предоставят много информация за това как функционира определен пазар. Пазарните проучвания във фазата на анализ обаче трябва да съберат цялата приложима информация с оглед на по-добро разбиране на причините за неправилно функциониране на пазара. Данните, събрани за оценка на интеграцията на вътрешния пазар и за определяне на стандарти за националните политики, също ще помогнат за да бъде обяснено защо конкретни пазари не функционират добре.
34. Там, където индексът открие данни за проблеми, които са общи за пазарите, това може да бъде повод за хоризонтален анализ на различни пазари. Анализът на индикаторите на национално ниво може също така да помогне на властите или организациите за защита на потребителите да открият специфични проблеми в своите страни и да проведат по-нататъшни анализи.
35. Примери за въпроси, които да бъдат по-подробно изучени във фазата на анализ включват:

- Власт на потребителя. Предвид факта, че способността на потребителите да разберат предоставените им възможности за избор се мени в зависимост от естеството на пазара може да се окаже необходимо проучване за това как потребителите разбират предлаганите продуктите.
- Ущърб на потребителя. Може да е необходимо проучване за способността на потребителите да правят ефективен избор.
- Проучване на връзката между вносните и потребителски цени.
- Законодателни индикатори когато законодателството предвижда конкретен резултат за потребителите.
- Нива на съответствие, измервани посредством внезапни проверки от правоприлагащите органи или чрез други инструменти.
- Качество. Тези данни обикновено са специфични за конкретния пазар, но улавят важни качества, необхванати от индикаторите за удовлетворение на потребителите и безопасност като степен на новаторство, здраве и околна среда.
- Достъп и достъпност – особено отнасящи се до жизненоважни за икономическото и социалното включване услуги.
- Оперативна съвместимост - възможността дадена система или продукт да работи с други системи или продукти без специално усилие от страна на потребителя.

4.5. По-нататъшно развитие на индекса

36. Предвид липсата на голяма част от информацията в настоящия първи индекс, неговият пълен потенциал все още не може да бъде представен. След време пълният индекс ще даде на Комисията възможност да:
- установи кои пазари са неправилно функциониращи от гледна точка на резултатите за потребителите и имат нужда от по-задълбочен пазарен анализ. Този анализ би могъл да формулира специфични препоръки за политиките (политика по конкуренцията, политика за защита на потребителите, секторно регулиране и т.н.).
 - установи кои хоризонтални въпроси, свързани с потребителите, имат нужда от по-задълбочен анализ, особено от гледна точка на европейското и/или националното законодателство за защита на потребителите.
 - покаже напредъка към постигането на целите на политиката на Комисията за защита на потребителите за обединен вътрешен пазар на дребно и уверени потребители.
 - позволи сравняване със стандарта на представянето на държавите-членки в цялата национална потребителска среда.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЯ

37. Индексът за развитие на пазарите на дребно допълва общия преглед на пазара, разгърнат от Комисията в рамките на Прегледа на единния пазар. Той може да допринесе за по-нататъшно разгръщане на потребителското измерение в рамките на общия преглед на пазара.
38. Настоящият първи индекс е в зародишна фаза. Наличните данни за индикаторите са незадоволителни: повечето от индикаторите са налице само за ограничен брой сектори и не винаги има данни за всички държави-членки нито пък са винаги сравними.
39. Повечето от таблиците и графиките, представени в първия индекс, са базирани на данни, събрани в рамките на политиката за защита на потребителите посредством наблюдения или със съдействието на заинтересовани страни от държавите-членки. Очертава се липса на информация за резултатите за потребителите във връзка с други политики не ЕС, които засягат потребителите с изключение на областите, където политиките на ЕС се припокриват с пазарите, например данните за цените на телекомуникациите и тези за безопасността на транспорта.
40. Наличните в момента данни са твърде ограничени, особено по отношение на броя на секторите, за да могат да покажат кои пазари функционират по-добре от други. Поради тази причина първият индекс е представен по индикатори, а не по сектори. Докато първият индекс се съсредоточава основно върху услугите, бъдещите индекси ще обхващат повече пазари на стоки.
41. Вътрешният пазар на ЕС далеч не е обединен. Европейските потребители все още предпочитат да купуват стоки или да поръчват услуги в собствената си страна. Въпреки че съществуват множество структурни бариери като различният език или законодателство за защита на потребителите, тези бариери нямат същия негативен ефект във всички държави. Както може да се предположи, потребителите в малките, централни държави имат по-голяма склонност да пазаруват от чужди доставчици, отколкото потребителите в държавите в периферията на ЕС.
42. Потребителската среда се различава чувствително и в множество аспекти в различните държави-членки. Доверието в националната система за защита на потребителите, в националните власти, занимаващи се с въпросите за защита на потребителите, в независимите организации за защита на потребителите или в доставчиците за защита на правата на потребителите варира от 30 % до над 80 % из цяла Европа. Разрешаването на спорове се смята за по-лесно в някои страни, отколкото в други. Съществуват също така съществени разлики по отношение на нивото на разбиране на информацията или по отношение на размера на държавно финансиране, което организациите за защита на потребителите получават.

43. Този първи индекс преди всичко показва необходимостта от събиране на нови набори от данни и доказателства за бъдещите индекси. Събирането на данни ще се извършва в сътрудничество със заинтересованите трети страни в държавите-членки като например органи за защита на потребителите, браншови организации, асоциации за защита на потребителите и статистически служби. Специално внимание ще бъде отделено на събирането на данни за всичките 27 държави-членки, включително България и Румъния, които често отсъстват от наличните в момента данни. Непосредствените последващи дейности ще се съсредоточат върху:
- Сравними данни за цените на значителен брой продукти в сътрудничество с ЕВРОСТАТ и националните статистически служби.
 - Разработване на методология за класифициране на жалбите по по-хармонизиран начин във всичките държави-членки.
 - Приспособяване на методологията за измерване на удовлетворението на потребителите и провеждане на проучвания за удовлетворението в допълнителни сектори.
 - По-нататъшно разработване на индикатори и интегриране на индекса в процеса на наблюдение и в Индекса на единния пазар. Бъдещият Индекс на единния пазар ще предостави индикатори за икономическо представяне, конкуренция, интеграция на пазарите, новаторство и по-обща индикатори за ползите за потребителите.
44. Промяната от инструментален подход към такъв, ориентиран към резултатите, с фокус върху резултатите за потребителите при определянето на политиките е амбициозна и призовава за съществена промяна в работата на създателите на политики. Очертаната по-нагоре програма ще изисква значителни усилия от страна на създателите на политики и заинтересованите трети страни. Наградата за това ще е едновременно опростено законодателство и пазари, които предоставят по-успешно това, което гражданите искат.