**РЕЗУЛЬТАТ МОНИТОРИНГА**

**СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ**

**НА РЫНКАХ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ**

**СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА 2018 ГОД**

Мониторинг включает в себя:

1. мониторинг удовлетворенности потребителей товаров и услуг качеством товаров и услуг и ценовой конкуренцией на рынках Свердловской области.
2. мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров, оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг Свердловской области.
3. **Мониторинг удовлетворенностью качеством  
   товаров и услуг и ценовой конкуренцией на рынках**

**Свердловской области**

В рамках мониторинга опрос произведен среди жителей города Ирбита. Согласно обработанных данных в опросе преимущественно приняли участие работающие граждане, меньшую часть составили безработные граждане.

**Социальный статус опрошенных респондентов**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Работаю | Без работы | Учусь/студент | Домохозяйка (домохозяин) | Пенсионер | Иное |
| 95,8% | 1,0% | 1,2% | 0,25% | 1,5% | 0,25% |

С целью определения удовлетворенности потребителей ценами и качеством товаров (услуг) участвующим в опросе предложили оценить достаточность организаций, оказывающих услуги на приоритетных и социально значимых рынках:

**Количество организаций предоставляющих товары (услуги) на рынках города,**

**в %% от общего числа респондентов**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование рынка | Избыточно (много) | Достаточно | Мало | Нет совсем | Затрудняюсь ответить |
| Рынок услуг дошкольного образования | 0,1 | 59,7 | 24,4 | 8,8 | 7,0 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 3,3 | 25,6 | 42,3 | 19,6 | 9,2 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | - | 47,3 | 42,5 | 5,0 | 5,2 |
| Рынок медицинских услуг | 0,5 | 20,6 | 61,9 | 14,5 | 2,5 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 0,8 | 23,6 | 19,2 | 34,3 | 22,1 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 0,7 | 60,2 | 33,6 | 2,5 | 3,0 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 2,0 | 57,2 | 28,9 | 5,5 | 6,4 |
| Рынок розничной торговли | 11,0 | 70,6 | 15,4 | 1,5 | 1,5 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 1,5 | 56,0 | 32,5 | 4,5 | 5,5 |
| Рынок услуг связи | 2,5 | 58,7 | 29,3 | 4,0 | 5,5 |
| Рынок социальных услуг | - | 38,7 | 36,1 | 13,7 | 11,5 |
| Рынок газа | 0,5 | 53,1 | 24,2 | 13,2 | 9,0 |
| Рынок медицинских изделий | 2,1 | 32,9 | 23,4 | 30,0 | 11,6 |

Как видно из таблицы - большая часть респондентов отметила недостаточное количество организаций, оказывающих услуги на следующих рынках:

- рынок медицинских услуг – 61,9 % от общего числа;

- рынок услуг дополнительного образования детей – 42,5%;

- рынок услуг детского отдыха и оздоровления – 42,3%;

Достаточное количество:

- Рынок розничной торговли – 70,6% опрошенных;

- Рынок услуг в сфере культуры – 60,2 % от общего числа опрошенных;

- Рынок услуг дошкольного образования – 59,7%;

- Рынок услуг связи – 58,7%

- Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства – 57,2%.

Среди особых значений следует отметить, что 11,0% от общего числа респондентов указали на избыточное количество организаций в сфере розничной торговли, а 22,1% респондентов затруднились ответить об оценке рынка услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, что говорит об отсутствии достаточной информированности населения о данных услугах.

Следующим вопросом было предложено оценить, какова удовлетворенность уровнем цен, качеством и возможностью выбора услуг на представленных рынках. Результаты отражены в следующей таблице:

**Уровень удовлетворенности характеристиками товаров (услуг),**

**в %% от общего числа респондентов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Уровень цен | | | | | Качество | | | | | Возможность выбора | | | | |
| Удовлетворен | Скорее удовлетворен | Скорее не удовлетворен | Не удовлетворен | Затрудняюсь ответить | Удовлетворен | Скорее удовлетворен | Скорее не удовлетворен | Не удовлетворен | Затрудняюсь ответить | Удовлетворен | Скорее удовлетворен | Скорее не удовлетворен | Не удовлетворен | Затрудняюсь ответить |
| Рынок услуг дошкольного образования | | | | | | | | | | | | | | |
| 25,6 | 28,8 | 15,6 | 23,3 | 6,7 | 20,5 | 34,1 | 22,7 | 13,6 | 9,1 | 26,4 | 36,3 | 16,5 | 12,0 | 8,8 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | | | | | | | | | | | | | | |
| 15,7 | 31,6 | 16,8 | 30,3 | 5,6 | 12,4 | 19,1 | 14,6 | 30,3 | 23,6 | 36,2 | 41,5 | 10,6 | 8,5 | 3,2 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | |
| 12,9 | 43,0 | 20,4 | 21,5 | 2,2 | 30,9 | 36,2 | 18,1 | 12,8 | 2,0 | 23,4 | 19,1 | 16,0 | 23,4 | 18,1 |
| Рынок медицинских услуг | | | | | | | | | | | | | | |
| 39,4 | 29,8 | 23,4 | 7,4 | 0 | 15,7 | 30,3 | 21,3 | 20,3 | 12,4 | 21,3 | 29,2 | 11,3 | 14,6 | 23,6 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | | | | | | | | | | | | | | |
| 14,1 | 16,5 | 21,2 | 31,7 | 16,5 | 3,8 | 11,4 | 24,5 | 22,6 | 37,7 | 15,7 | 25,5 | 19,6 | 3,9 | 35,3 |
| Рынок услуг в сфере культуры | | | | | | | | | | | | | | |
| 11,8 | 23,5 | 17,6 | 7,8 | 39,3 | 21,3 | 21,3 | 12,7 | 6,4 | 38,3 | 8,9 | 22,2 | 22,2 | 20,0 | 26,7 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | | | | | | | | | | | | | | |
| 5,4 | 9,4 | 23,6 | 47,8 | 13,8 | 3,2 | 8,7 | 28,6 | 38,1 | 21,4 | 18,0 | 28,0 | 8,0 | 8,0 | 38,0 |
| Рынок розничной торговли | | | | | | | | | | | | | | |
| 7,3 | 9,7 | 12,2 | 9,8 | 61 | 14 | 27,9 | 21 | 14,0 | 23,1 | 9,5 | 14,3 | 26,2 | 16,7 | 33,3 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | | | | | | | | | | | | | | |
| 11,5 | 17,3 | 0 | 13,5 | 57,7 | 6,4 | 21,3 | 10,6 | 12,8 | 48,9 | 8,3 | 10,4 | 25,0 | 27,1 | 29,2 |
| Рынок услуг связи | | | | | | | | | | | | | | |
| 33,0 | 35,1 | 19,1 | 11,7 | 1,1 | 29,8 | 27,7 | 21,3 | 10,6 | 10,6 | 42,6 | 41,4 | 7,4 | 4,3 | 4,3 |
| Рынок социальных услуг | | | | | | | | | | | | | | |
| 31,9 | 29,9 | 19,1 | 19,1 | 0 | 19,2 | 31,9 | 11,7 | 10,6 | 26,6 | 24,5 | 44,7 | 1,0 | 4,3 | 25,5 |
| Рынок газа | | | | | | | | | | | | | | |
| 23,4 | 37,2 | 5,3 | 6,4 | 27,7 | 6,4 | 8,5 | 15,9 | 14,9 | 54,3 | 23,4 | 22,3 | 26,6 | 23,4 | 4,3 |
| Рынок медицинских изделий | | | | | | | | | | | | | | |
| 10,6 | 29,8 | 19,2 | 22,3 | 18,1 | 23,5 | 19,1 | 4,3 | 19,1 | 34,0 | 19,4 | 12,9 | 17,2 | 21,5 | 29,0 |

**Рынок услуг дошкольного образования** опрошенныереспонденты скорее удовлетворены уровнем цен (28,8%) и качеством оказываемых услуг (34,1%), показатель возможности выбора (36,3%).

**Рынок услуг детского отдыха и оздоровления** часть респондентов скорее не удовлетворена ценами (31,6% от общего числа), качеством услуг не удовлетворены 30,3%. Возможностью выбора скорее удовлетворены 41,5% опрошенных.

**Рынок услуг дополнительного образования детей** опрошенныереспонденты скорее удовлетворены уровнем цен (43,0%), качеством оказанных услуг – 36,2%. В критерии возможности выбора равномерно распределились мнения между критериями «удовлетворен» и «не удовлетворен» (23,4%).

**Рынок медицинских услуг** доля респондентов, характеризуя уровень цен, удовлетворительным - 39,4%. Качеством предоставляемых медицинских услуг скорее удовлетворено 30,3% опрошенных. По возможности выбора – скорее удовлетворен - 29,2% респондентов и затрудняются ответить 23,6%.

**На рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья** не удовлетворены уровнем цен 31,7 % респондентов, по качеству услуг и возможности выборане смогли дать ответ 37,7 % и 35,3% опрошенных соответственно.

**Рынок услуг в сфере культуры** имеет картину большей удовлетворенности в сравнении с иными услугами. Здесь уровнем цен скорее удовлетворены 23,5% от общего числа респондентов, при этом 39,3% затрудняются ответить, по качеству услуг затрудняются ответить 38,3% опрошенных (при этом полностью удовлетворены 21,3%), возможностью выбора скорее удовлетворены 22,2%, так же скорее не удовлетворены 22,2% опрошенных.

**Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства** не удовлетворены ценами данных услуг – 47,8%, затрудняются ответить – 13,8%, не удовлетворены качеством 38,1% опрошенных и возможностью выбора 38% респондентов затрудняются ответить.

**Рынок розничной торговли -** значительная часть потребителей затрудняются ответить в отношении уровня цен (61%), скорее удовлетворены 27,9% по отношению к качеству товаров. А вот показателем возможности выбора товаров затрудняется ответить

33,3 % из числа опрошенных.

**На рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом** возможностью выбора затрудняется ответить 29,2% от общего числа респондентов (еще 27,1% не удовлетворены), качеством услуг удовлетворены 21,3%, при этом 48,9% затрудняются ответить. Оценить уровень цен затрудняется большая часть опрошенных – 57,7%.

**Рынок услуг связи -** большая часть потребителей скорее удовлетворена ценами (35,1%), качеством услуг удовлетворено 29,8% и возможностью выбора 42,6% от общего числа опрошенных.

**Рынок социальных услуг** удовлетворяет большую часть опрошенных. Уровень цен принимают 31,9% респондентов, качество услуг скорее удовлетворяет – 31,9%, возможностью выбора скорее удовлетворены 44,7% участников опроса.

**Рынок газа –** 37,2% опрошенных скорее удовлетворены уровнем цен, затруднились дать оценку качеству данного рынка 54,3%, возможностью выбора скорее не удовлетворены 26,6% опрошенных.

**Рынок медицинских изделий -** значительная часть потребителей скорее удовлетворены уровнем цен, однако о качестве затруднились ответить 34% и возможности выбора товара 29% опрошенных.

Одним из пунктов опроса респондентам было предложено указать, на какие товары (услуги), по их мнению, цены в Свердловской области выше по сравнению с другими регионами. В результате опроса доминирующую позицию по уровню превышения цен заняла группа непродовольственных товаров (здесь респонденты наиболее часто отмечали такие группы товаров, как бензин, одежда, электроника). Распределение долей между группами выглядит следующим образом:

**Мнение по стоимости товаров (услуг), цены на которые в МО город Ирбит выше по сравнению с другими регионами**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование товаров, услуг | Удельный вес  от общего числа респондентов, % |
| Рынок услуг ЖКХ | 39,7 |
| Медицинские услуги | 30,9 |
| Продовольственные товары | 29,4 |

В целях оценки состояния конкурентной среды участники опроса отвечали, как изменилось количество организаций, представляющих товары (услуги), в течение последних трех лет

**Оценка населением изменения количества организаций, предоставляющих товары (услуги) на следующих рынках МО город Ирбит в течение последних 3 лет,**

**в %% от общего числа респондентов**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование рынка | Снизилось | Увеличилось | Не  изменилось | Затрудняюсь ответить |
| Рынок услуг дошкольного образования | 24,9 | 22,2 | 24,2 | 28,7 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 27,2 | 25,4 | 29,4 | 18,0 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 26,0 | 27,9 | 27,4 | 18,7 |
| Рынок медицинских услуг | 31,4 | 20,0 | 27,2 | 21,4 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 29,4 | 13,5 | 33,4 | 23,7 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 26,1 | 28,7 | 29,2 | 16,0 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 20,7 | 28,7 | 24,2 | 26,4 |
| Рынок розничной торговли | 27,1 | 40,4 | 19,5 | 13,0 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 31,2 | 19,2 | 24,2 | 25,4 |
| Рынок услуг связи | 28,2 | 24,4 | 26,7 | 20,7 |
| Рынок социальных услуг | 31,2 | 16,7 | 27,7 | 24,4 |
| Рынок газа | 26,7 | 20,4 | 28,7 | 24,2 |
| Рынок медицинских изделий | 18,8 | 4,0 | 41,0 | 36,2 |

Большая часть респондентов отметила, что не изменилось количество организаций на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья преимущественно 33,4%, снизилось количество организаций в сфере перевозки пассажиров считают 31,2% респондентов, увеличилось количество организаций в сфере розничной торговли по мнению 40,4% опрошенных, изменилась ли ситуация на рынке медицинских изделий, затрудняются ответить – 36,2%.

Так же респондентам была дана возможность высказать мнение, как изменилось качество услуг объектов естественных монополий на территории муниципального образования, на которой они проживают.

**Мнение о качестве услуг субъектов естественных монополий,**

**в %% от общего числа респондентов**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование рынка | Удовлетворительно | Скорее удовлетворительно | Скорее неудовлетворительно | Неудовлетворительно | Затрудняюсь ответить |
| Водоснабжение, водоотведение | 27,4 | 26,2 | 13,2 | 19,2 | 14,0 |
| Газоснабжение | 32,7 | 22,4 | 10,2 | 22,0 | 12,7 |
| Электроснабжение | 30,9 | 25,7 | 10,5 | 17,7 | 15,2 |
| Теплоснабжение | 24,7 | 24,0 | 19,1 | 13,7 | 18,5 |

Качеством услуг водоснабжения (водоотведения) остались удовлетворены 27,4% из числа опрошенных. Удовлетворены качеством услуг газоснабжения 32,7%. Услуги электроснабжения оценены положительно 30,9% респондентов. Оценкой «удовлетворительно» - отметили 24,7% опрошенных относительно услуг теплоснабжения и 24,0% - скорее удовлетворены данной услугой полностью.

В заключение респондентам предложили оценить качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе

**Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды**

**на рынках товаров и услуг МО город Ирбит, размещаемой в открытом доступе,**

**в %% от общего числа респондентов**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Удовлетворительное | Скорее удовлетворительное | Скорее неудовлетворительное | Неудовлетворительное | Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации |
| Уровень доступности | 25,9 | 22,4 | 17,0 | 4,0 | 30,7 |
| Уровень понятности | 26,4 | 27,2 | 10,0 | 2,2 | 34,2 |
| Удобство получения | 23,2 | 32,9 | 7,5 | 8,5 | 27,9 |

Большая часть респондентов указала, что затрудняются ответить либо им ни чего не известно о такой информации, при этом треть опрошенных полностью удовлетворены уровнем доступности такой информации, еще треть скорее удовлетворены уровнем понятности и удобством получения.

1. **Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров, оценка состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг Свердловской области**

В рамках мониторинга опрос произведен среди субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих свою деятельность на территории Муниципального образования город Ирбит. Согласно обработанных данных отвечали на вопросы анкеты собственники бизнеса либо руководители организаций.

**Должность в организации, среди опрошенных респондентов**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| собственник бизнеса (совладелец) | руководитель высшего звена (генеральный директор, заместитель генерального директора или иная аналогичная позиция) | руководитель среднего звена (руководитель управления/подразделения/отдела) | не руководящий сотрудник |
| 50% | - | 25% | 25% |

Результат опроса о периоде времени осуществления деятельности показал, что 100% респондентов осуществляют свою предпринимательскую деятельность на рынке более 7 лет.

Направление осуществления деятельности у опрошенных респондентов распределились следующим образом:

|  |  |
| --- | --- |
|  | Удельный вес от общего количества |
| Рынок розничной торговли | 50% |
| Другое (производство) | 25% |
| Другое (услуги населению) | 25% |

Половина из числа опрошенных респондентов осуществляет свою деятельность в сфере розничной торговли. Поровну распределилось число респондентов занятых в производстве и оказывающих услуги населению (по 25%).

Для получения информации о размерах бизнеса, осуществляемого субъектами предпринимательской деятельности, респондентов попросили указать численность сотрудников предприятия и величину их годового оборота. Результат показал, что большинство опрошенных субъектов предпринимательства относят себя к микропредприятиям (с численностью рабочих до 15 человек и годовым оборотом бизнеса до 120 млн.руб.), один субъект относится к малым предприятиям (численность до 100 человек и годовым оборотом бизнеса до 800 млн.руб.).

В целях определения уровня конкуренции предпринимателям было предложено оценить условия ведения бизнеса, который они представляют, получились следующие результаты:

**Характеристика условий конкуренции на рынках бизнеса**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Удельный вес от общего количества |
| Высокая конкуренция | 50% |
| Умеренная конкуренция | 50% |
| Реальная конкуренция отсутствует | - |

Мнения среди предпринимателей оценивших условия ведения бизнеса как высокая конкуренция и умеренная разделились пополам. Респондентов, считающих, что конкуренция на рынке, который они представляют, отсутствует - нет.

В отношении состояния конкуренции относительно поставщиков, осуществляющих поставки основного закупаемого товара среди опрошенных респондентов мнения разделились следующим образом:

|  |  |
| --- | --- |
|  | Удельный вес от общего количества |
| - единственный поставщик / Неудовлетворительно | - |
| - 2-3 поставщика / Скорее неудовлетворительно | 50% |
| - 3-4 и более поставщика / Скорее удовлетворительно | 25% |
| - большое число поставщиков / Удовлетворительно | 25% |

50% опрошенных, имеющих 2-3 поставщика поставляемой для закупа продукции, считают данное состояние конкуренции скорее неудовлетворительным. Остальная часть респондентов распределилась равномерно между тем, кто удовлетворен и скорее удовлетворен состоянием конкуренции среди поставщиков.

Далее, пунктом опроса у респондентов было предложено отразить, какие процедуры содержат наиболее существенные административные барьеры при процедурах, связанных с началом предпринимательской деятельности затруднение вызвало лишь получение лицензирования. По процедурам, связанным с размещением бизнеса, предприниматели отметили административные барьеры в отношении приобретения зданий, помещений, получения земельных участков под строительство, аренды зданий и получения разрешения на строительство, перевод помещений в нежилые. Среди аспектов, связанных с ведением бизнеса доминирующую позицию занимают налоги, чуть меньше коррупция. В меньшей степени были обозначены такие аспекты как сертификация и стандартизация, поиск кадров и доступ к кредитному финансированию. Среди Административных барьеров, состоящих из контрольных мероприятий и деятельности органов власти отмечены проверки роспотребнадзора и росприроднадзора, проверки пожарной инспекции, прокуратуры, проверки со стороны налоговых и государственных внебюджетных фондов, а так же ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок.

Среди опрошенных респондентов в текущем году в надзорные органы с жалобами на ненадлежащее оказание государственных услуг ни кто не обращался.

По оценке изменения уровня административных барьеров на рынке, который представляют респонденты в течение последних трех лет, имеет следующее мнение:

|  |  |
| --- | --- |
|  | Удельный вес от общего количества |
| - полностью устранены | - |
| - стало проще, чем раньше | - |
| - уровень и количество административных барьеров не изменились | 50% |
| - стало сложнее, чем раньше | 50% |
| - ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились | - |
| - административные барьеры отсутствуют, как и ранее | - |

Относительно участия органов власти 50% процентов опрошенных представителей считают, что в чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают и 50% опрошенных считают, что органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо.

В рамках мониторинга респондентам было предложено дать оценку характеристик услуг субъектов естественных монополий (водоснабжение, водоотведение, газоснабжение, электроснабжение, теплоснабжение) по следующим критериям: сроки получения доступа, сложность (количество) процедур подключения, стоимость подключения. Следует отметить, что половина респондентов затруднились дать характеристики по данным услугам, что связано с отсутствием необходимости прохождения процедур подключения к этим услугами, т.к. с момента начала деятельности (согласно ответов на п.3 анкеты – участники опроса ведут бизнес более 7 лет). Остальные представители предпринимательства охарактеризовали услуги следующим образом:

**Водоснабжение, водоотведение:** 50% респондентов характеризуют высокими, либо скорее высокими все три показателя оценки.

**В газоснабжении** 75% из числа опрошенных считают, что стоимость подключения к данным услугам высокая, сложность подключения и сроки получения доступа так же отмечают скорее высокие, либо высокие.

В оценке сроков получения доступа и сложности процедур подключения услуг по **электроснабжению** мнение25 %респондентов «скорее низкий» и «скорее высокий» 50%, еще 25% респондентов придерживаются мнения, что стоимость подключения к услугам электроснабжения высокая.

Относительно **теплоснабжения** 50% из числа опрошенных высказали мнение, что стоимость подключения к данным услугам высокая, сложность подключения и сроки получения доступа так же отмечают скорее высокими, либо высокими.

В рамках мониторинга субъектам предпринимательской деятельности было предложено оценить удовлетворенность официальной информацией, размещаемой в средствах массовой информации и сети Интернет, о развитии конкурентной среды.

**Удовлетворенность качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды**

**на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе,**

**в %% от общего числа респондентов**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Удовлетворительное | Скорее удовлетворительное | Скорее неудовлетворительное | Неудовлетворительное | Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации |
| Уровень доступности | 50 | 25 | - | - | 25 |
| Уровень понятности | - | 75 | - | - | 25 |
| Удобство получения | 25 | 50 | - | - | 25 |

Половина респондентов ответили, что размещаемая информация о развитии конкуренции доступна, понятна и удобна в получении. Четверть от опрошенных затруднились ответить, в том числе по причине того, что ни чего не знают о наличии такой информации.

На основе полученных результатов имеет смысл усилить пропаганду официальных каналов, информирующих о развитии конкуренции в Свердловской области среди субъектов предпринимательской деятельности, а также не снижать качество размещаемой информации.