**РЕЗУЛЬТАТ МОНИТОРИНГА**

**СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ**

**НА РЫНКАХ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ**

**СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА 2017 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 граждане пенсионного возраста.

**Социальный статус опрошенных респондентов**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Работаю | Без работы | Учусь/студент | Домохозяйка (домохозяин) | Пенсионер | Иное |
| 83,3% | - | - | - | 16,7% | - |

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 | - | 50,0 | 33,3 | - | 16,7 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | - | 16,7 | 83,3 | - | - |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | - | 66,7 | 33,3 | - | - |
| Рынок медицинских услуг | - | 50,0 | 50,0 | - | - |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | - | - | 33,3 | - | 66,7 |
| Рынок услуг в сфере культуры | - | 83,3 | 16,7 | - | - |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | - | 33,3 | 33,3 | - | 33,4 |
| Рынок розничной торговли | 83,3 | 16,7 | - | - | - |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | - | 83,3 | 16,7 | - | - |
| Рынок услуг связи | - | 100 |  | - | - |
| Рынок социальных услуг | - | 33,3 | 16,7 | - | 50,0 |
| Рынок газа | - | - | 66,7 | - | 33,3 |
| Рынок медицинских изделий | 16,7 | 33,3 | 16,7 | - | 33,3 |

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

- рынок услуг детского отдыха и оздоровления – 83,3% от общего числа;

- рынок газа – 66,7%;

- рынок медицинских услуг – 50,0%;

Достаточное количество:

- Рынок услуг связи – 100% опрошенных;

- рынок услуг в сфере культуры - 83,3% от общего числа опрошенных;

- рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом- 83,3%;

- Рынок услуг дополнительного образования детей – 66,7%

- Рынок услуг дошкольного образования и рынок медицинских услуг – по 50%.

Среди особых значений следует отметить, что 83,3% от общего числа респондентов указали на избыточное количество организаций в сфере розничной торговли, а 66,7% 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 | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 66,6 | 16,7 | 0 | 16,7 | 16,7 | 50,0 | 16,7 | 0 | 16,6 | 0 | 0 | 33,4 | 33,3 | 33,3 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | | | | | | | | | | | | | | |
| 16,7 | 16,7 | 0 | 33,3 | 33,3 | 0 | 16,7 | 33,3 | 16,7 | 33,3 | 0 | 0 | 0 | 66,7 | 33,3 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | | | | | | | | | | | | | | |
| 16,7 | 33,3 | 0 | 16,7 | 33,3 | 16,7 | 50,0 | 0 | 0 | 33,3 | 16,7 | 33,3 | 16,7 | 16,7 | 16,6 |
| Рынок медицинских услуг | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 0 | 33,3 | 33,3 | 33,4 | 0 | 16,7 | 33,3 | 33,3 | 16,7 | 16,7 | 16,7 | 0 | 33,3 | 33,3 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 100 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 |
| Рынок услуг в сфере культуры | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 66,7 | 16,7 | 0 | 16,6 | 33,3 | 50,0 | 0 | 0 | 16,7 | 0 | 83,3 | 16,7 | 0 | 0 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 16,7 | 16,7 | 50 | 16,7 | 0 | 33,3 | 16,7 | 33,3 | 16,7 | 0 | 0 | 33,3 | 33,3 | 33,4 |
| Рынок розничной торговли | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 16,7 | 16,7 | 66,6 | 0 | 0 | 0 | 66,7 | 33,3 | 0 | 33,3 | 33,3 | 16,7 | 16,7 | 0 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 16,7 | 16,7 | 66,6 | 0 | 0 | 0 | 66,7 | 33,3 | 0 | 33,3 | 33,3 | 16,7 | 16,7 | 0 |
| Рынок услуг связи | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 83,3 | 0 | 0 | 16,7 | 0 | 66,7 | 0 | 16,7 | 16,6 | 16,7 | 50,0 | 16,7 | 0 | 16,6 |
| Рынок социальных услуг | | | | | | | | | | | | | | |
| 16,7 | 66,7 | 0 | 0 | 16,6 | 0 | 83,3 | 16,7 | 0 | 0 | 16,7 | 66,7 | 0 | 0 | 16,6 |
| Рынок газа | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 0 | 0 | 33,3 | 66,7 | 0 | 16,7 | 0 | 16,6 | 66,7 | 0 | 0 | 16,7 | 50,0 | 33,3 |
| Рынок медицинских изделий | | | | | | | | | | | | | | |
| 0 | 0 | 33,3 | 33,3 | 33,4 | 16,7 | 0 | 0 | 16,6 | 66,7 | 16,7 | 16,6 | 0 | 16,7 | 50,0 |

**Рынок услуг дошкольного образования** опрошенныереспонденты скорее удовлетворены уровнем цен (66,6%) и качеством оказываемых услуг (50%), при этом показатель возможности выбора распределился в равных долях между критериями «скорее не удовлетворен»-«не удовлетворен»-«затрудняюсь ответить».

**Рынок услуг детского отдыха и оздоровления** часть респондентов не удовлетворена ценами (33% от общего числа), качеством услуг скорее удовлетворены 33,3%. Возможностью выбора не удовлетворены 66,7% опрошенных. При этом треть от общего числа респондентов в целом затруднились оценить характеристики услуг на данном рынке.

**Рынок услуг дополнительного образования детей** ценами и возможностью выбора скорее удовлетворены 33,3% опрошенных, качеством оказанных услуг - 50,0%. При этом следует отметить, что в среднем – 27,7% от общего числа респондентов затруднились оценить характеристики рынка услуг.

**Рынок медицинских услуг** доля респондентов, характеризуя уровень цен, равномерно распределилась между критериями «скорее не удовлетворён» – «не удовлетворен» –«затрудняюсь ответить». По качеству - между «скорее не удовлетворён» и «не удовлетворен». По возможности выбора – между «не удовлетворен» и «затрудняюсь ответить».

Дать характеристику услуг **на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья** не смогли 100% опрошенных.

**Рынок услуг в сфере культуры** имеет картину большей удовлетворенности в сравнении с иными услугами. Здесь уровнем цен скорее удовлетворены 66,7% от общего числа респондентов, качеством услуг – 50% (при этом полностью удовлетворены 33,3%), возможностью выбора скорее удовлетворены 83,3% опрошенных.

**Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства** не удовлетворены ценами данных услуг - половина, качеством и возможностью выбора – треть респондентов. Оценку «удовлетворен» не поставил ни один респондент ни по одному из критериев.

**Рынок розничной торговли -** значительная часть потребителей не удовлетворены уровнем цен (66,6%), в таком же количестве - скорее не удовлетворены и, по отношению к качеству товаров. А вот показателем возможности выбора товаров в виде удовлетворенности высказали 33,3% респондентов, и скорее удовлетворены так же 33,3% из числа опрошенных.

**На рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом** возможностью выбора удовлетворены 33,3% от общего числа респондентов (еще 33,3% скорее удовлетворены), качеством услуг удовлетворены 66,7%. При этом уровнем цен не удовлетворена большая часть опрошенных – 66,6%.

**Рынок услуг связи -** большая часть потребителей скорее удовлетворена ценами (83,3%), качеством услуг (66,7%) и возможностью выбора (50% от общего числа опрошенных).

**Рынок социальных услуг** удовлетворяет большую часть опрошенных. Уровень цен принимают 66,7% респондентов, качество услуг – 83,3%, возможностью выбора удовлетворены 66,7% участников опроса.

**Рынок газа-** 66,7% опрошенных затруднились дать оценку уровню цен и качеству данного рынка, половина опрошенных считают неудовлетворительной возможность выбора.

**Рынок медицинских изделий -** значительная часть потребителей затруднились ответить о качестве и возможности выбора товара. Не удовлетворены в разной степени уровнем цен 66,6% от общего числа 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 | 25,0 |
| Непродовольственные товары | 62,5 |
| Продовольственные товары | 12,5 |

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 | - | 50,0 | 33,3 | 16,7 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 16,7 | 33,3 | 33,3 | 16,7 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | - | 50,0 | 33,3 | 16,7 |
| Рынок медицинских услуг | - | 83,3 | - | 16,7 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | - | 16,7 | - | 83,3 |
| Рынок услуг в сфере культуры | - | 16,7 | 66,7 | 16,6 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 16,7 |  | 50,0 | 33,3 |
| Рынок розничной торговли | - | 100 | - | - |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | - | 16,7 | 83,3 | - |
| Рынок услуг связи | - | 50,0 | 50,0 | - |
| Рынок социальных услуг | - | - | 16,7 | 83,3 |
| Рынок газа | - | - | 66,7 | 33,3 |
| Рынок медицинских изделий | - | 16,7 | 50,0 | 33,3 |

Большая часть респондентов отметила, что количество организаций, оказывающих услуги по указанным рынкам, в течение последних трех лет преимущественно не изменилось на следующих рынках:

- услуги в сфере перевозки пассажиров – 83,3%

- услуги в сфере культуры – 66,7%;

- газа – 66,7%;

- услуги ЖКХ – 50,0%;

- услуги связи – 50,0%;

- медицинские изделия – 50,0%.

Касательно увеличения количества организаций респондентами отмечено по следующим рынкам:

- розничная торговля 100 (!) % опрошенных;

- медицинских услуг – 83,3%;

- услуги дошкольного образования – 50,0%;

- услуги дополнительного образования детей – 50%;

- услуг связи – 50%.

Затруднились дать оценку 83,3% информанта об услугах психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья и социальных услуг, что отражает узкий спектр лиц, получающих данные услуги и низкий уровень информированности населения по данному направлению.

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 | - | 16,7 | 33,3 | 50,0 |  |
| Газоснабжение | - | 16,7 | 16,7 | 33,3 | 33,3 |
| Электроснабжение | 50,0 | 50,0 | - | - |  |
| Теплоснабжение | 33,3 | 50,0 | - | - | 16,7 |

Качеством услуг водоснабжения (водоотведения) остались не удовлетворены 50% из числа опрошенных. Треть опрошенных не удовлетворены качеством услуг газоснабжения. Услуги электроснабжения оценены всеми респондентами положительно. Оценкой «скорее удовлетворительно» - отметили 50% опрошенных относительно услуг теплоснабжения и 33,3% - 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 | 33,3 | 16,7 | - | - | 50,0 |
| Уровень понятности | - | 33,3 | 16,7 | - | 50,0 |
| Удобство получения | - | 33,3 | - | - | 66,7 |

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 все опрошенные субъекты предпринимательства относят себя к микропредприятиям (с численностью рабочих до 15 человек и годовым оборотом бизнеса до 120 млн.рублей)

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% |
| - 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 75% процентов опрошенных представителей считают, что в чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают и 25% 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:** оставшаяся часть респондентов характеризуют высокими, либо скорее высокими все три показателя оценки.

**В газоснабжении** 50% 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** мнениереспондентов разделилось между «скорее низкий» и «скорее высокий» по 25% каждый, еще половина респондентов придерживаются мнения, что стоимость подключения к услугам электроснабжения высокая (или скорее 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 | 25 | 50 | - | - | 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.