

**Мельникова Ольга Владимировна,**  
кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и туризма, ФГБОУ ВО «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет им. В. М. Шукшина», г. Бийск  
[borisova-83@mail.ru](mailto:borisova-83@mail.ru)



**Комарова Дарья Владимировна,**  
студент ФГБОУ ВО «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет им. В. М. Шукшина», г. Бийск  
[kormarovad53@gmail.com](mailto:kormarovad53@gmail.com)

## Состояние и перспективы развития гостиничного бизнеса в Алтайском крае

**Аннотация.** Гостиничный бизнес – это самая крупная составляющая туристической отрасли. Следовательно, от развития гостиничного бизнеса зависит и развитие всей туристической отрасли. Целью работы является оценка состояния и перспектив развития гостиничного бизнеса на региональном уровне. В статье представлены результаты исследования основных современных тенденций развития гостиничного бизнеса в Алтайском крае. Рассмотрены проблемы развития гостиничного бизнеса, такие как физическое и моральное «старение» материального фонда, недостаток квалифицированных кадров, рост конкуренции.

**Ключевые слова:** гостиничный бизнес, анализ, туризм, средства размещения, вместимость, туристический поток, ценовая политика, типы отелей, тенденции, проблемы развития.

**Раздел:** 5.2. Экономика.

## Введение

Гостиничный бизнес развивается ускоренными темпами. Первые организации гостиничной сферы появились более чем две тысячи лет назад. И с того времени эта сфера не стоит на месте, а развивается с огромной скоростью. Для оценки современного уровня гостиничного бизнеса следует изучить период его развития от самого первого появления прообразов гостиниц до отелей «будущего». Необходимо принимать во внимание, что рынок средств размещения является одной из высокодоходных сфер как международного, так и российского туристского рынка. Гостиничная индустрия является крупнейшей комплексной составляющей индустрии туризма и гостеприимства. Оценка современного состояния и существующих проблем гостиничного бизнеса – непереносимое условие для определения направлений его дальнейшего развития.

Все это обусловило выбор темы работы и определило состав исследованных в ней проблем на основе анализа развития гостиничного бизнеса и объективной оценки состояния гостиничного рынка.

Объект исследования – гостиницы Алтайского края.

Предмет исследования – развитие гостиничного бизнеса Алтайского края.

Цель – изучить состояние и перспективы развития гостиничного бизнеса Алтайского края.

Достижение поставленной цели исследования связано с решением ряда вопросов: – изучением теоретических основ гостиничного бизнеса;

- проведением анализа средств размещения Алтайского края;
- выявлением существующих проблем развития гостиничного бизнеса в Алтайском крае;
- обоснованием перспектив развития гостиничного бизнеса в Алтайском крае.

### **Методология и результаты исследования**

Гостиница представляет собой организацию, предоставляющую посетителям комплекс услуг по размещению и питанию. Услуги размещения подразумевают, во-первых, предоставление в пользование гостиничных номеров, а, во-вторых, предоставление услуг, оказываемых непосредственно персоналом гостиницы: прием и оформление гостей, уборка гостиничных номеров и т. д.

Гостиничные номера – это основной элемент услуги размещения. Они представляют собой многофункциональные помещения, которые предназначены для отдыха, работы проживающих в них посетителей. Ключевая функция гостиничных номеров состоит в обеспечении возможности сна. Другие их функции зависят, прежде всего, от назначения гостиницы и потребностей гостей. Гостиничные номера отличаются друг от друга по категории, которая зависит от площади помещения, мебелировки, оборудования, оснащения и т. д. Несмотря на категорию номера, гостиничный номер обязательно должен иметь кровать, стул и кресло, ночной столик, шкаф для одежды, общее освещение, мусорную корзину. Помимо этого каждый номер должен быть обеспечен информацией о гостинице и планом эвакуации на случай землетрясения, пожара и т. п. Помимо услуги размещения в гостинице могут оказываться дополнительные услуги: посещение бассейна и/или спортивного зала, аренда конференц-залов, помещений для переговоров, услуги паркинга, проката автомобилей, бытовые услуги (химчистка, прачечная, парикмахерская), посещение зоны спа, массажного кабинета и др. В зависимости от сочетания и оформления перечисленных выше услуг в единый комплекс формируется определенный тип гостиничного предприятия: отель типа люкс, гостиница среднего класса, гостиница эконом-класса, мотель, пансион, гостинный двор и др. [1]

В настоящее время гостиничный бизнес России соответствует международным стандартам по качеству обслуживания, интерьерному оформлению, квалификации персонала. Вместе с тем существуют определенные проблемы в сфере гостиничного бизнеса, и особенно на региональном уровне.

Наиболее остро стоит вопрос нехватки квалифицированных кадров. Отсутствие квалифицированных кадров напрямую влияет на эффективность работы. Например, квалифицированная горничная может убрать на 60% больше номеров в день, чем неопытный стажер [2]. Также на сегодняшний день актуальна проблема взаимодействия гостиниц и туроператоров, которое зачастую носит претензионный характер. Со стороны туроператоров наблюдается нарушение договорных отношений. Гостиницы терпят убытки вследствие того, что туроператоры, предварительно бронирующие номера для своих групп, не всегда их выкупают. Туроператоры, в свою очередь, тоже имеют претензии к партнерам – средствам размещения. Довольно часто встречаются случаи, когда гостиницы не подтверждают заявки на бронирование в сроки, оговоренные в контрактах, тем самым занимая выжидательную позицию и намеренно создавая ажиотажный спрос на услуги размещения. Особенно действенным это становится накануне крупных мероприятий и праздников, когда услуги размещения пользуются наибольшей популярностью [3].

Проведем анализ развития гостиничного бизнеса на региональном уровне.

В табл. 1 приведены показатели, характеризующие сферу деятельности гостиничных предприятий и смежных с ними предприятий общественного питания.

Таблица 1

**Показатели, характеризующие сферу деятельности гостиничных предприятий и предприятий общественного питания [4]**

Показатель	Знание показателя						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ВРП Алтайского края, млн руб.	532401,5	545303,0	579740,5	628146,1	664129,2	869672,1	944894,1
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания, млн руб.	5054,5	6169,5	5772,3	5752,4	4457,2	6064,7	7669,0
Доля гостиниц и предприятий общественного питания в ВРП, %	0,9	1,1	1,0	0,9	0,7	0,7	0,8

Из табл. 1 видно, что доля, приходящаяся на деятельность гостиниц и предприятий общественного питания, в ВРП Алтайского края невелика. В то же время численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, в 2023 г. увеличилась в сравнении с 2022 г. на 10,3 % и составила 814 666 чел. Доходы коллективных средств размещения за оказываемые услуги в 2023 г. составили свыше 14 млн руб. Для сравнения: в соседней Республике Алтай аналогичный показатель свыше 5 млн руб. [5].

Алтайский край обладает высоким потенциалом развития сферы туризма. В подтверждение приведем следующую статистику (табл. 2).

Таблица 2

**Статистика по средствам размещения Алтайского края**

Показатель	Количество
Туристические предприятия, ед.	970
Коллективные средства размещения общего назначения (гостиницы, отели, мотели, хостелы и т. д.), ед.	280
Санаторно-курортные учреждения, ед.	43
Сельские «зеленые» дома, ед.	170
Турбазы и организации отдыха, ед.	163
Туристические фирмы, ед.,	220
в том числе в статусе туроператора	50
Мест единовременного размещения в коллективных туристско-рекреационных и санаторно-оздоровительных, а также детских оздоровительных учреждениях, тыс.	50,8
Круглогодичные места размещения, тыс.	19,6

Анализ рынка гостиничных услуг в работе проводился по ряду критериев:

- вид туризма;
- сроки пребывания;
- цели пребывания;
- структура посещения;
- вместимость;
- объем номерного фонда;
- вид средств размещения;

- количество туристских предприятий;
- месторасположение;
- востребованность дополнительных услуг.

По первому критерию гостиничные услуги Алтайского края делятся на следующие виды, представленные в табл. 3.

Таблица 3

**Оценка туристического потока по видам туризма в Алтайском крае**

<b>Вид туризма</b>	<b>Характеристика</b>	<b>Экспертная оценка турпотока, тыс. чел. в год</b>
Деловой	Посещение конкретных предприятий и организаций городов Алтайского края и посещение Бийска как наукограда с деловыми целями в форме командировок, деловых встреч, переговоров, рабочих визитов, конференций и др.	До 10
Частный, неорганизованный	Приезд внешних гостей и родственников к жителям городов Алтайского края с недельными целями, с одной и более ночевками, формирующий определенную часть микроэкономики домохозяйств и незначительную долю городского товарооборота	До 30
Культурно-познавательный	Посетители, специально приезжающие в города с культурно-познавательной мотивацией, – в основном это работники социально-культурной сферы и потребители культурных услуг	До 5

Доминирующее значение в структуре турпотоков в Бийске имеют «транзитники» – туристы, направляющиеся на юг Алтайского края и в Республику Алтай (во время летнего туристического сезона), и деловые туристы (в круглогодичном режиме). Источниками транзитного турпотока являются Новосибирская, Кемеровская, Томская, Омская области и Барнаул [6].

Потенциальные клиенты гостиничных предприятий Алтайского края – это в первую очередь индивидуальные туристы. Их можно разделить на две подгруппы: первая – это гости, прибывающие в регион преимущественно с целью семейного отдыха, а вторая – клиенты, приехавшие с целью посетить какое-либо мероприятие (культурное, развлекательное, спортивное). Как правило, категорию индивидуальных гостей составляют люди в возрасте от 10 до 50 лет.

Среднегодовая загрузка отелей Алтая от 55 до 70%. Из-за климатических условий летний период (примерно с первой декады июня и до начала сентября) – это сезон с самыми высокими показателями посещаемости региона. В это время загрузка увеличивается до 80–90%. Зимой заполняемость гостиниц составляет около 40%, а в межсезонье – 30%. В выходные и праздничные дни загрузка отелей увеличивается в среднем на 10–20% по сравнению с буднями.

Продолжительность размещения в гостиницах Алтая составляет: тур выходного дня (2 дня) – 40%, на 7–10 дней – 60%.

Анализ средств размещения Алтайского края проводился по следующим параметрам:

- вместимость;
- тип средства размещения;
- наименование и количество дополнительных услуг;

- цена;
- месторасположение.

Исследованию подлежало 157 средств гостиничного типа. На наш взгляд, гостиницы – это наиболее типичные средства размещения.

По вместимости все изученные предприятия гостеприимства были разделены на три группы (рис. 1).

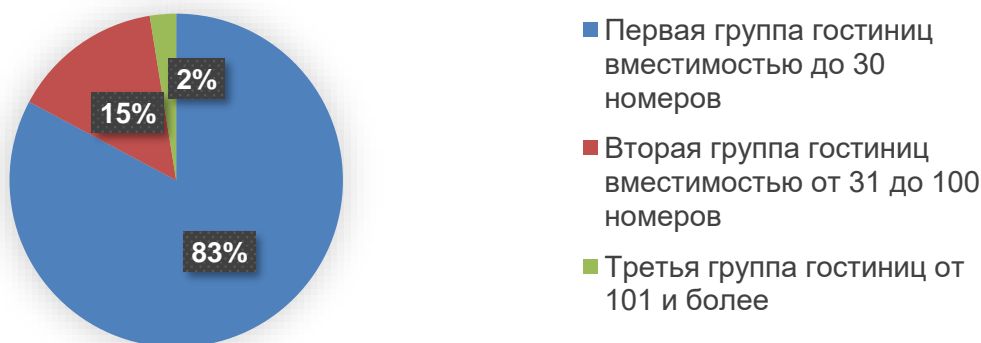


Рис. 1. Вместимость гостиниц Алтайского края

В первую группу были отнесены гостиницы вместимостью до 30 номеров, сюда вошло 130 гостиниц, что составило 83% от общего числа изученных средств размещения. Во вторую группу мы отнесли гостиницы вместимостью от 31 до 100 номеров, в эту группу вошло 23 гостиницы, что составило 15% от общего числа изученных средств размещения. В третью группу были отнесены гостиницы вместимостью от 101 и более номеров. В эту группу вошло четыре гостиницы, что составило 2% от общего числа изученных средств размещения.

Диаграмма позволила сделать вывод, что наибольшую часть гостиниц составляют мини-гостиницы вместимостью до 30 номеров.

Результаты исследования средств размещения по типу приведены в табл. 4.

Таблица 4

#### Статистика средств размещения Алтайского края по типу

Тип средства размещения	Характеристика	Количество средств размещения в Алтайском крае
Гостиница	Средство размещения, состоящее из определённого количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг	109
Отель	Средство размещения, состоящее из определённого количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее больший в сравнении с гостиницей набор услуг	12
Гостинично-развлекательный комплекс	Объединённое гостинично-развлекательное здание, включающее средства размещения и оказывающее услуги по организации досуга посетителей	1
Мотель	Небольшая гостиница для автомобилистов, вход осуществляется с места парковки	2

Турбаза	Комплекс сооружений для размещения, питания, культурно-бытового времяпрепровождения, развлечений и отдыха туристов	2
Гостиничный комплекс	Комплекс, включающий в себя полный ассортимент услуг, связанных с размещением, лечением и отдыхом	3
База отдыха	Лечебно-профилактическое учреждение, в котором для лечения и профилактики заболеваний используют главным образом природные факторы в сочетании с лечебной физкультурой, физиотерапией и рациональным питанием при соблюдении определённого режима лечения и отдыха	7
Итого:		157

Далее был проведен анализ средств размещения Алтайского края по видам оказываемых услуг.

Дополнительные услуги – это те услуги, которые не являются необходимыми, но при желании клиента могут оказываться за дополнительную плату. На рис. 2 представлены наиболее распространенные виды дополнительных услуг, оказываемых в гостиницах Алтайского края.

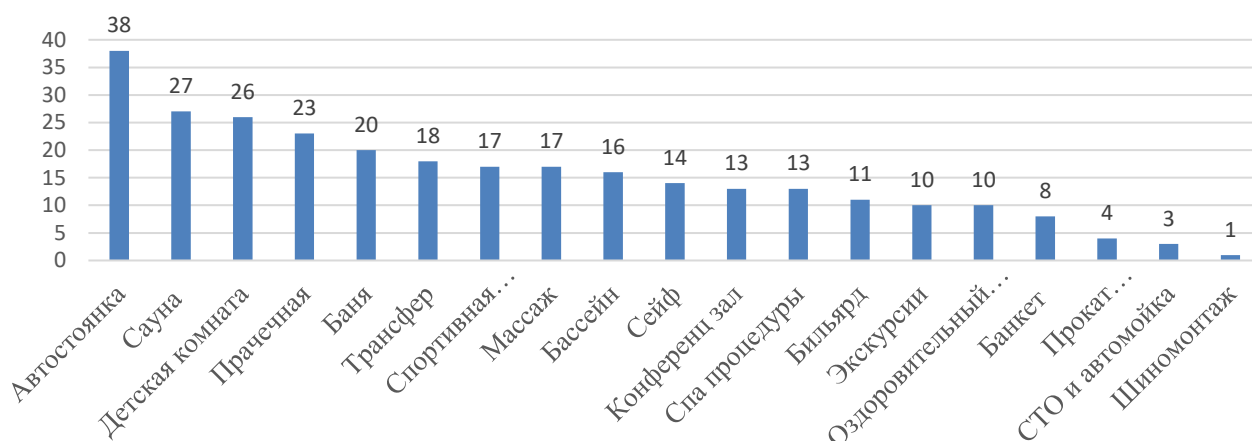


Рис. 2. Наиболее востребованные виды дополнительных услуг в средствах размещения Алтайского края

Из рис. 2 видно, что самой многочисленной услугой является платная автостоянка, так как большинство туристов путешествуют на автомобиле. Также большой популярностью пользуются услуги сауны, бани и детской комнаты.

На рис. 3 представлены наиболее популярные виды предоставляемых услуг в санаториях Алтайского края.

Самой популярной услугой санаториев являются лечебно-оздоровительные услуги и лечебная физкультура, так как основная часть туристов посещает санатории с целью оздоровления. Также популярностью пользуются такие услуги, как массаж, диетический стол и гидромассаж.

На рис. 4 представлены наиболее популярные услуги пансионатов Алтайского края.

Проанализировав данную диаграмму, можно сделать вывод, что наибольшей популярностью пользуются лечебно-профилактические услуги, а также дополнительные развлекательные услуги, такие как кафе, сауна, баня, спортивные мероприятия.



На рис. 5 представлены наиболее востребованные услуги турбаз Алтайского края.

Из диаграммы видно, что наиболее популярны такие дополнительные услуги, как баня, бассейн, детская площадка, частная пляжная зона, а также услуги няни.

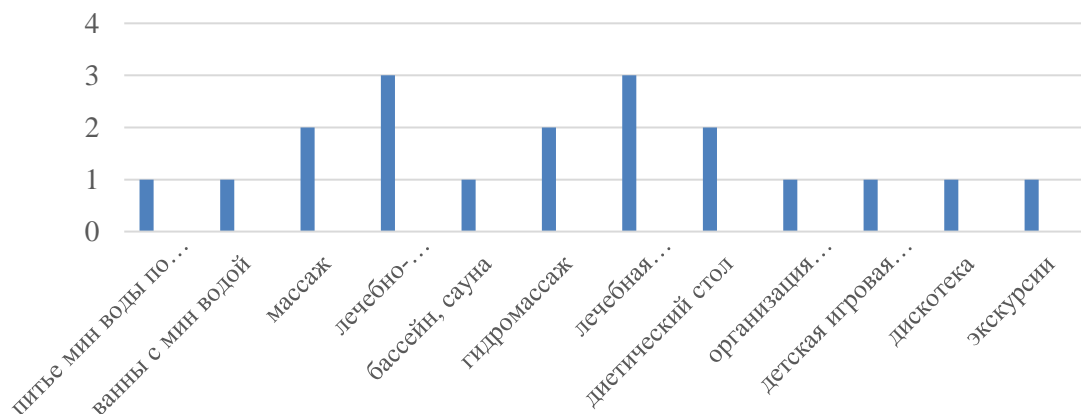


Рис. 3. Услуги санаториев Алтайского края

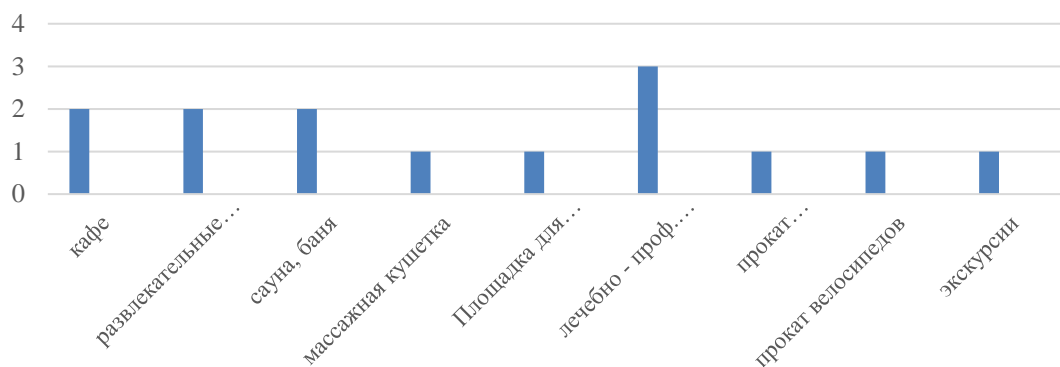


Рис. 4. Услуги пансионатов Алтайского края

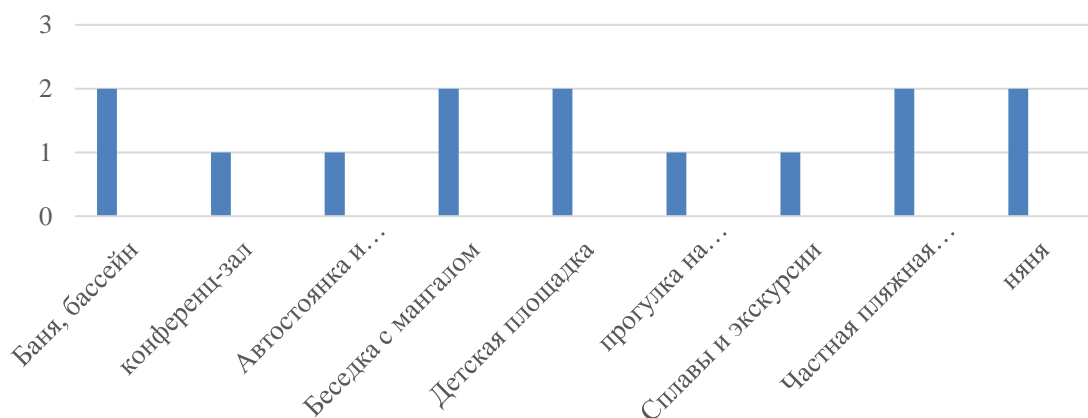


Рис. 5. Услуги турбаз Алтайского края

Подводя общий итог, могу заключить, что большинство гостиничных предприятий Алтайского края предоставляют такие дополнительные услуги, как несколько точек питания (ресторан, кафе, бар, столовая), баня и/или сауна, бильярд (более 70% всех средств размещения), тренажерный зал и/или спортзал, прокат спортивного развлекательного инвентаря (более 30%), бассейн (более 25%), лечебные услуги (50%) и конференц-услуги (более 30%).

Анализ действующей ценовой политики средств размещения Алтайского края позволил сделать следующие выводы.

В Алтайском крае средняя цена за номер составляет 1707 рублей.

По районам Алтайского края средняя цена варьируется от 500 рублей до 7900 рублей.

Наиболее низкая цена в районе 450 рублей, и наиболее высокая цена 2500.

Наиболее низкая цена в гостинице 450 рублей, и наиболее высокая цена 8250 рублей [7].

В целом можно говорить о значительном разбросе и о завышении цен (основная жалоба клиентов).

По результатам анализа состояния гостиничного бизнеса в Алтайском крае удалось определить основные факторы, сдерживающие развитие гостиничной отрасли:

- отсутствие у некоторых средств размещения собственного сайта;
- шестая часть гостиничных предприятий не работает с турфирмами;
- более 50% гостиничных предприятий не принимают кредитных карт;
- многие гостиницы морально и материально устарели, так как не реставрировались с момента их постройки;
- стоимость средств размещения завышена и не соответствует качеству предоставляемых услуг (средняя цена 2500–3000 рублей за сутки);
- слабо развита туристская инфраструктура [8].

Вместе с тем у Алтайского региона огромные перспективы развития туристской отрасли в целом и гостиничного бизнеса в частности.

Алтайский край обладает огромным туристическим потенциалом. Благодаря развитию туристской отрасли в целом и гостиничного бизнеса в частности Алтайский регион получает дополнительные возможности для экономического роста.

С каждым годом Алтайский край становится все более привлекательным для туристов. Турпоток в 2023 году превысил допандемийный уровень и составил больше двух миллионов человек [9].

На территории края развиваются масштабные проекты федерального значения: «Белокуриха», «Бирюзовая Катунь», «Сибирская монета». Также развиваются и более локальные проекты: увеличение количества экологических троп, обустройство пляжей и зон отдыха, организация новых маршрутов выходного дня.

В Алтайском крае строится первый в России всесезонный бальнеологический курорт «Белокуриха горная» – туристическая зона площадью свыше 49 гектаров. В ближайшие пять лет на этой территории при федеральной поддержке планируется запустить сразу несколько лечебно-оздоровительных и гостиничных комплексов. Здесь будут применяться современные методы лечения с использованием радоновых вод. Новый курорт сможет принимать более трех тысяч туристов одновременно, а ежегодно в «Белокурихе горной» смогут отдыхать 235 тысяч человек. Кроме того, здесь планируется создать больше 1,6 тысячи рабочих мест.

В крае также продолжает развиваться самая большая в России особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь». В настоящий момент в ОЭЗ «Бирюзовая Катунь» зарегистрировано 33 резидента с общей суммой заявленных инвестиций 24,1 миллиарда рублей. На территории ОЭЗ строят гостиницы, рестораны, спортплощадки, уже введены в эксплуатацию гостиничные и коттеджные комплексы примерно на 1,2 тысячи мест размещения. В перспективе повысится занятость населения края, так будет создано более двух тысяч рабочих мест. Инфраструктура ОЭЗ «Бирюзовая Катунь» рассчитана на турпоток в 350 тысяч человек в год.



В 2023 г. в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» правительство РФ выделило краю на два года почти 945 миллионов рублей на строительство модульных отелей. Это самая крупная сумма среди всех регионов России. Большинство поддержанных на федеральном уровне проектов сосредоточено в «Бирюзовой Катуни».

В 2023 г. восемь санаториев Алтайского края вошли в топ-100 лучших здравниц России рейтинга Ассоциации оздоровительного туризма и корпоративного здоровья. Среди них курорт «Белокуриха», санатории «Алтай», «Родник Алтая», «Эдем», «Алтайский замок», «Барнаульский».

Общий объем инвестиций по уже заключенным соглашениям в сфере туризма превысил 50 миллиардов рублей. Реализация проектов в рамках этих соглашений позволит создать в крае в течение пяти лет около четырех тысяч рабочих мест. Рост налоговых отчислений позволит продолжить работу по улучшению инфраструктуры по всему краю.

Для развития и совершенствования гостиничного хозяйства Алтайского края рекомендованы следующие варианты:

- организация предоставления более широкого спектра услуг;
- тщательный отбор работников (принимать на работу сотрудников с образованием, стажем и высокой квалификацией);
- организация предоставления качественных интернет-услуг;
- организация туристических маршрутов;
- повышение качества предоставляемых услуг;
- реставрация гостиниц.

## Заключение

Гостиничный бизнес Алтайского края сегодня – это глобальная по своим масштабам целостная, интегрированная и динамичная отрасль сферы услуг, но на данный момент она не является одной из самых развитых отраслей края. Гостиничное хозяйство уступает таким отраслям, как торговля, пищевая промышленность, фармацевтика. Предприятиям сферы гостеприимства еще предстоит много работы над качеством и расценками на предлагаемые услуги. Однако эти проблемы в гостиничном бизнесе Россия постепенно преодолевает.

## Ссылки на источники

1. Глазков В. Н. Методы научных исследований в сфере туризма и гостиничного дела: учеб. пособие для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 177 с.
2. Загородникова П. Н. Улучшение оказываемых услуг в сфере гостеприимства // Международный научный журнал «Вестник науки». – 2023. – № 12. – С. 90–93.
3. Николенко П. Г., Гаврильева Т. Ф. Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса: администрирование отеля: учеб. и практикум для среднего профессионального образования. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 451 с.
4. Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. – URL: <https://22.rosstat.gov.ru>
5. Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай.
6. ИА Амител. Развитие туристической отрасли на Алтае способствует и росту гостиничного бизнеса // logo: [сайт]. – URL: <http://www.amic.ru/news/4327>
7. Управление Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности Туристическая аналитика для Алтайского края / Управление Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности // profi + travel: [сайт]. – URL: [https://welcome.profi.travel/analytics\\_altai\\_region](https://welcome.profi.travel/analytics_altai_region)
8. Управление Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности.
9. Изутова О. В. Алтайский край – все настоящее // Бюджет.RU. – URL: <http://bujet.ru/article/477772.php>

**Olga V. Melnikova,**

*Candidate of Economical Sciences, Associate Professor, Department of Management and Tourism, Altai State Humanitarian Pedagogical University named after V.M. Shukshin, Biysk, Russian Federation*

[borisova-83@mail.ru](mailto:borisova-83@mail.ru)

**Darya V. Komarova,**

*Student, Altai State Humanitarian Pedagogical University named after V.M. Shukshin, Biysk, Russian Federation*

[komarovad53@gmail.com](mailto:komarovad53@gmail.com)

### **The status and prospects of the hotel business development in the Altai region**

**Abstract.** Hotel business is the largest complex component of the travel industry. Thus, the entire tourism industry depends on the development of the hotel business. The purpose of the work is to assess the state and prospects of the hotel business development at the regional level. The article presents the results of the study of the main modern trends in the development of the hotel business in the Altai region. The authors discuss the problems of the hotel business development, such as the physical and moral «aging» of the material fund, the lack of qualified personnel, and the growth of competition.

**Key words:** hotel business, analysis, tourism, accommodation facilities, capacity, flow of tourists, pricing policy, types of hotels, trends, development challenges.

### **References**

1. Glazkov, V. N. (2021). *Metody nauchnyh issledovaniy v sfere turizma i gostinichnogo dela: ucheb. posobie dlya vuzov*, Moscow, Izdatel'stvo Yurajt, 177 p. (in Russian).
2. Zagorodnikova, P. N. (2023). Uluchshenie okazyvaemyh uslug v sfere gostepriimstva, *Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal "Vestnik nauki"*, № 12, pp. 90–93 (in Russian).
3. Nikolenko, P. G., & Gavril'eva, T. F. (2021). *Predprinimatel'skaya deyatel'nost' v sfere gostinichnogo biznesa: administrirovanie otelya: ucheb. i praktikum dlya srednego professional'nogo obrazovaniya*, Izdatel'stvo Yurajt, Moscow, 451 p. (in Russian).
4. *Upravlenie Federal'noj sluzhby gosudarstvennoj statistiki po Altajskomu krayu i Respublike Altaj*. Available at: <https://22.rosstat.gov.ru> (in Russian).
5. Ibid.
6. "IA Amitel. Razvitie turisticheckoj otrasli na Altae sposobstvuet i rostu gostinichnogo biznesa", *logo: [sajt]*. Available at: <http://www.amic.ru/news/4327> (in Russian).
7. "Upravlenie Altajskogo kraya po razvitiyu turizma i kurortnoj deyatel'nosti Turisticheckaya analitika dlya Altajskogo kraya / Upravlenie Altajskogo kraya po razvitiyu turizma i kurortnoj deyatel'nosti", *profi + travel: [sajt]*. Available at: [https://welcome.profi.travel/analytics\\_altai\\_region](https://welcome.profi.travel/analytics_altai_region) (in Russian).
8. Upravlenie Altajskogo kraya po razvitiyu turizma i kurortnoj deyatel'nosti.
9. Izutova, O. V. "Altajskij kraj – vse nastoyashchee, *Byudzhel.RU*". Available at: <http://bujet.ru/article/477772.php> (in Russian).

### **Рекомендовано к публикации:**

Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,  
главным редактором журнала «Концепт»

Поступила в редакцию <i>Received</i>	26.02.24	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	24.04.24
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	24.04.24	Опубликована <i>Published</i>	30.06.24



Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

© Мельникова О. В., Комарова Д. В., 2024