

УДК: 379.851

## ТУРИСТСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА В БЕЛОКУРИХЕ 2 ГОРНОЙ: РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ ОПЫТА ПОСЕТИТЕЛЕЙ

*Е.М. Табакаева*

*Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия, E-mail: [tabakaevaem@mail.asu.ru](mailto:tabakaevaem@mail.asu.ru)*

### АННОТАЦИЯ

В статье приведены результаты контент-анализа отзывов об объектах туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной, включая транспортную инфраструктуру, средства размещения и питания, спортивные объекты, музейные комплексы, религиозные и арт-объекты. Проанализировано 478 отзывов на сайте 2gis.ru за период с 2017 по 2024 гг. Наибольшее число отзывов среди объектов туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной имеют трактир «Гоголь», музей шоколада «Тимани», архитектурно-исторический комплекс «Андреевская слобода», гостиничный комплекс «Олимп-парк», горнолыжный комплекс «Гора Мишина». Анализ отзывов выполнен по четырем категориям с определением тональности. Среди проанализированных отзывов по категории «привлекательность объекта для посетителей» значительное число отзывов положительные. По категории «благоустройство территории / комфортность номеров» по количеству упоминаний выделяются отзывы о гостиничном комплексе «Олимп-парк» и горнолыжном комплексе «Гора Мишина». По категории «комфортность встреч с другими посетителями» наибольшее число негативных оценок отмечено для горнолыжного комплекса «Гора Мишина» и музея шоколада «Тимани», где требуются меры организации туристских потоков. О проблемах с навигацией на местности посетители практически не упоминают. Единственным объектом, получившим все положительные оценки по категории «удовлетворенность уровнем обслуживания» стал музей русского алфавита и истории письменности «Слово». Полученные результаты позволили сформулировать рекомендации для совершенствования туристского обслуживания и проектирования новых объектов, а также изменение характеристик существующих объектов туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной.

**Ключевые слова:** контент-анализ, аттракторы, тональность отзывов, туристское проектирование, адаптивное проектирование.

## TOURIST INFRASTRUCTURE IN RESORT BELOKURIKHA 2 GORNAYA: VISITOR FEEDBACKS SURVEY

*Evgeniya M. Tabakaeva*

*Altai State University, Barnaul, Russia, E-mail: [tabakaevaem@mail.asu.ru](mailto:tabakaevaem@mail.asu.ru)*

### ABSTRACT

The article presents the results of a content analysis of reviews about tourist infrastructure facilities in *Belokurikha 2 Gornaya*, including transport infrastructure, accommodation and catering facilities, sports facilities, museum complexes, religious and art objects. 478 reviews on the website 2gis.ru were analyzed for the period from 2017 to 2024. The largest number of reviews among tourist infrastructure facilities in *Belokurikha 2 Gornaya* include the Gogol tavern, the Timani chocolate museum, the Andreevskaya Sloboda architectural and historical complex, the Olympus Park hotel complex, and the Mount Mishina ski complex. The analysis of reviews was carried out in four categories with the determination of sentiment. Among the analyzed reviews in the category “attractiveness of the object for visitors,” a significant number of reviews are positive. In the category “land improvement / room comfort”, reviews of the Olympus Park hotel complex and the Mishina Mountain ski complex stand out by the number of mentions. In the category “comfort of

meeting with other visitors,” the largest number of negative ratings were noted for the Mount Mishina ski complex and the Timani chocolate museum, where measures to organize tourist flows are required. Visitors practically do not mention problems with navigation on the ground. The only object that received all positive ratings in the category “satisfaction with the level of service” was the Slovo Museum of the Russian Alphabet and History of Writing. The results obtained made it possible to formulate recommendations for improving tourism services and designing new facilities, as well as changing the characteristics of existing tourist infrastructure facilities in *Belokurikha 2 Gornaya*.

**Keywords:** content analysis, attractors, sentiment of reviews, tourism design, adaptive design.

## ВВЕДЕНИЕ

Для успешной реализации проектов развития туристских территорий в условиях меняющихся предпочтений посетителей очень важно проводить изучение их потребительского опыта, выяснять их мнение относительно удобства использования тех или иных объектов туристской инфраструктуры. Одним из традиционных методов является опрос, однако он требует больших финансовых и временных затрат [Мартышенко, 2011] и не исключает определенного влияния на респондентов (например, получение социально одобряемых ответов). Для поискового типа исследования с целью обнаружения имеющихся проблем в опыте посетителей достаточно эффективным является изучение отзывов с использованием метода контент-анализа. В этом случае исключается какое-либо воздействие на респондентов со стороны исследователей [Ньюман, 1998]. Хотя репрезентативность таких данных может быть ограничена, отзывы, как правило, фиксируют крайние положительные или отрицательные оценки посетителей, что позволяет выявить имеющиеся недостатки и преимущества объектов туристской инфраструктуры.

Изучение опыта посетителей в Белокурихе 2 Горной особенно важно, т.к. территория относится к территориям нового освоения и создание новых объектов туристской инфраструктуры продолжается в настоящее время. Белокуриха 2 Горная начала свое развитие в 2013 году как новый курортный комплекс на ранее неосвоенной горной территории, который входит в состав муниципального образования города Белокурихи. Первоначальный план развития территории предполагал строительство средств размещения на 3000 мест. В 2016 году внесены изменения в генплан города Белокурихи, в результате чего в санаторной зоне Белокурихи 2 Горной планируется 1200 мест размещения вместо заявленных 3000, а остальные – в туристской и спортивной зонах. К настоящему времени построен горный серпантин, ведущий в Белокуриху 2 Горная, проведена ЛЭП мощностью 10 кВ и 100 кВ, а также созданы такие туристские объекты интереса, как историко-архитектурный комплекс «Андреевская слобода» с рестораном «Гоголь», музей шоколада, горнолыжный комплекс «Гора Мишина», лыжно-биатлонный комплекс «Алтайские горы», многочисленные арт-объекты. В 2021 году введен в эксплуатацию первый гостиничный комплекс «Олимп-парк» [Табакаева и др., 2023]. В 2024 году планируется открытие санатория премиального уровня «Altay Restart».

Целью данной работы является изучение имеющихся отзывов посетителей о существующих объектах туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной для выявления проблем при их использовании, обусловленных прежде всего материальными характеристиками объектов.

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В качестве объектов туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной для изучения отзывов выбраны следующие. Среди объектов транспортной инфраструктуры рассмотрены серпантин со смотровыми площадками, терренкур имени Н. Бреславского, экотропа «С видами на гору Синюху», среди спортивных объектов - лыжно-биатлонный комплекс «Алтайские горы», гора Мишина с горнолыжным комплексом, среди музейных комплексов - архитектурно-исторический комплекс «Андреевская слобода», музей шоколада «Тимани», музей русского алфавита и истории письменности «Слово», музей под открытым небом «Белокурихинский рудник», религиозное сооружение «Ступа медицины», среди арт-объектов - «Байкерский топор», «Мыслитель на гигантском стуле», «Пепелац», скульптурная композиция «Поляна художника». Кроме этого, изучены отзывы о предприятиях

питания (ресторан «Олимп-парк», кафе-блинная на Мишиной горе, трактир «Гоголь») и гостиничном комплексе «Олимп-парк». Всего проанализировано 478 отзывов на сайте 2gis.ru за весь доступный период с 2017 по 2024 г. Сбор отзывов выполнен в сентябре 2024 г.

Изучение данных проводилось с помощью метода контент-анализа [Ahuvia, 2001; Пашиян, 2012; Никулин и др., 2018] и включало следующие этапы: 1) формирование базы данных отзывов для анализа по каждому выбранному объекту туристской инфраструктуры, 2) определение категорий и единиц контент-анализа, 3) оценка тональности отзывов, 4) анализ частоты упоминаемости единиц контент-анализа.

Категориями контент-анализа выбраны следующие анализируемые свойства туристской инфраструктуры с учетом данных [Минаев и др., 2015]: привлекательность объекта для посетителей, благоустройство территории и/или номеров, качество навигации на местности, комфортность встреч с другими посетителями, удовлетворенность уровнем обслуживания. Единицами контент-анализа служили темы, присутствующие в отзывах и соответствующие названным выше категориям.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Количество отзывов по выбранным для анализа объектам туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной варьирует в широком диапазоне от 144 до 2. Рейтинг изучаемых объектов туристской инфраструктуры по общему числу отзывов показан на рис. 1.

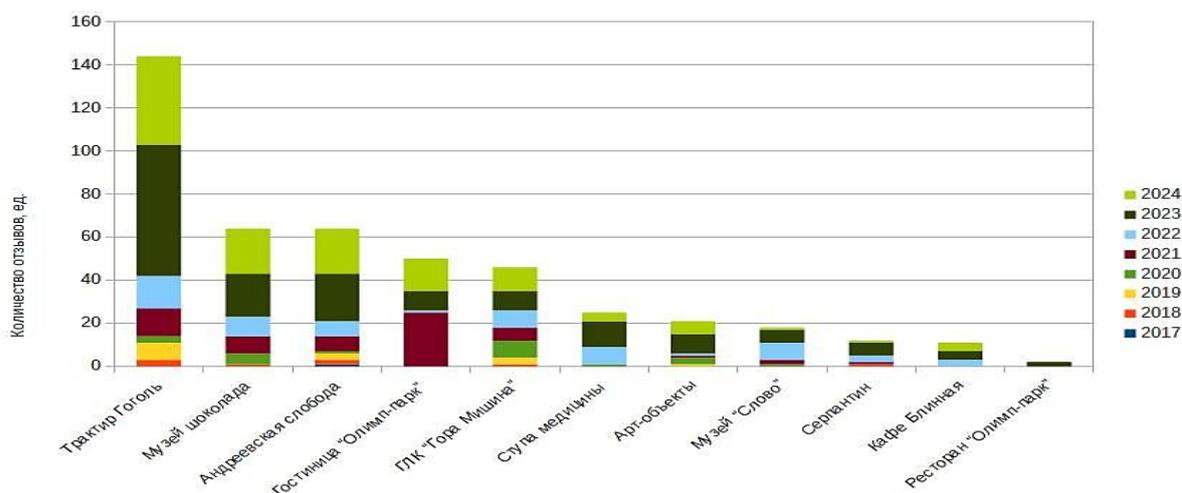


Рисунок 1. Распределение отзывов об объектах туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной за период с 2017 по 2024 г.

Figure 1. Distribution of reviews about tourist infrastructure facilities in Belokurikha 2 Gornaya for the period from 2017 to 2024.

Распределение отзывов по разным годам очень неравномерно от объекта к объекту. Например, максимальное число отзывов по гостиничному комплексу «Олимп-парк» приходится на год его открытия (2021). И напротив, давно существующие объекты могут иметь небольшое количество отзывов, например, как серпантин, ведущий в Белокуриху 2 Горную. Хотя его положительные упоминания встречаются в отзывах по другим объектам туристской инфраструктуры. Из контекста отзывов, становится понятно, что в настоящее время посетители воспринимают этот объект не как цель путешествия, что отмечалось в первые годы после появления объекта, а как живописный элемент на их маршруте. При этом есть труднодоступные или малопосещаемые объекты, на которые отзывы отсутствуют (музей под открытым небом «Белокурихинский рудник», терренкур имени Н. Бреславского, лыжно-биатлонный комплекс «Алтайские горы») или есть только единичные отзывы (экотропа «С видами на гору Синюху»). Наиболее постоянное число отзывов из года в год имеет горнолыжный комплекс «Гора Мишина».

Результаты контент-анализа отзывов по категориям «привлекательность объекта для посетителей», «благоустройство территории / комфортность номеров», «качество навигации на местности», «комфортность встреч с другими посетителями», «удовлетворенность уровнем обслуживания» представлены на рис. 2-5. Рейтинг объектов построен по убыванию числа положительных упоминаний той или иной категории в отзывах.

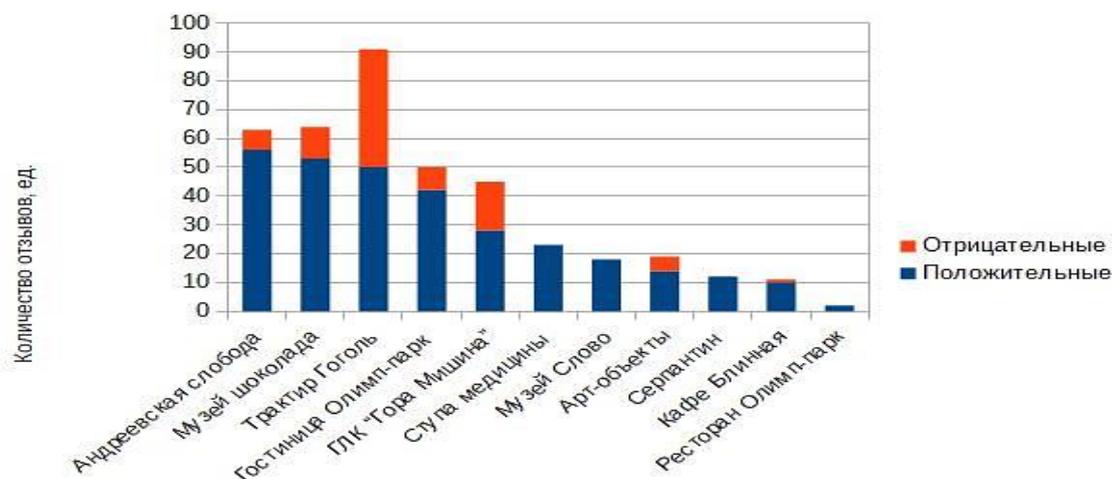


Рисунок 2. Тональность и частота единиц контент-анализа по категории «Привлекательность объекта для посетителей» для объектов туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной

Figure 2. Sentiment and frequency of content analysis units for the category “Attractiveness of the facilities for visitors” for tourist infrastructure in Belokurikha 2 Gornaya

Факторы, привлекающие посетителей к туристским объектам, очень разнообразны. Среди них можно отметить такие, как живописные виды природы, возможность для фото, тишина, благоустройство территории и комфортность номеров, необычные арт-объекты, подлинные исторические объекты, доброжелательность персонала, вкусное меню, профессионализм экскурсовода, активное участие посетителей при посещении объектов, создающее уникальный и запоминающийся опыт, возможность купить качественные сувениры, а также такое комплексное свойство как атмосферность места, во многом складывающееся из качества работы персонала и внешнего вида места, воздействующего на разные органы чувств.

Для каждого туристского объекта на основе содержания отзывов можно определить свой набор привлекательных факторов, которые обеспечивают туристский поток в данное место. Так, *архитектурно-исторический комплекс «Андреевская слобода»* привлекает атмосферой XIX века, воссозданной с помощью подлинных построек и интерьера трактира «Гоголь», стилизованного меню.

*Музей шоколада «Тимани»* интересен посетителям своими экспонатами из шоколада, дегустациями, а также возможностью приобрести вкусный шоколад (часть людей целенаправленно совершает поездки именно для покупки шоколадной продукции). При этом музей работает над расширением привлекающих факторов, которыми, по данным отзывов, уже стали горячий шоколад и мягкое мороженое.

В *гостиничном комплексе «Олимп-парк»*, открывшемся в 2021 году, посетители ценят новые комфортные номера, запах дерева в них, тишину вокруг комплекса, живописный вид на гору Мишину, благоустройство территории гостиничного комплекса (беседки, дорожки, открытый подогреваемый бассейн и др.).

*Горнолыжный комплекс «Гора Мишина»* привлекает широкой трассой, живописными видами во время катания, кафе-блинной, которая для некоторых является самостоятельной целью поездки.

К *религиозному сооружению «Ступа медицины»* посетители едут и идут для уединенного отдыха на природе и любования живописными видами на Предалтайскую равнину, открывающимися со смотровой площадки.

В музей *русского алфавита и истории письменности «Слово»* приезжают ради увлекательных рассказов экскурсовода и основателя музея, уникального опыта погружения в старину через активную деятельность (написать гусиным пером, напечатать на старинном станке, послушать звучание имени и др.).

Наиболее частыми проблемами посетителей, снижающими привлекательность объектов являются качество обслуживания (трактир «Гоголь», комплекс «Андреевская слобода», гостиничный комплекс «Олимп-парк», кафе «Блинная»), уровень благоустройства (гостиничный комплекс «Олимп-парк»), трудности с организацией туристских потоков (музей шоколада, горнолыжный комплекс «Гора Мишина»).

По категории **«Благоустройство территории / комфортность номеров»** (рис. 3) гостиничный комплекс «Олимп-парк» и горнолыжный комплекс «Гора Мишина» имеют наибольшее количество упоминаний (31 и 27), а также высокую долю отрицательных оценок (45% и 56%, соответственно). Отрицательные оценки о благоустройстве *гостиничного комплекса «Олимп-парк»* связаны с тем, что гостиничный комплекс был еще недостроен к моменту открытия, продолжались работы на территории. Для части посетителей важно благоустройство окружающих пространств для проведения досуга (нет парков, магазинов, развлечений, «некуда сходить», нужно больше дорожек на территории самого комплекса). Кроме этого, большая доля жалоб связана с высокой слышимостью в номерах, а также проблемами со связью, единично упоминается отсутствие кондиционеров. Среди положительных моментов в благоустройстве отмечают вместительные номера из цельного бруса, удачное расположение светильников и розеток, просторные душевые кабины, столешницу из кедра в беседке, панорамные окна в крытом бассейне, открытый подогреваемый бассейн, банный комплекс, детскую площадку, красивый и просторный банкетный зал, ухоженную территорию с цветниками и беседками.

Среди проблем пользователей *горнолыжного комплекса «Гора Мишина»* можно назвать отсутствие барьеров или ограждений на спуске, много нареканий вызывает один медленный бугельный подъемник, к тому же неудобный для сноубордистов, часто упоминается жалоба на плохую очистку парковки и детской горки. При этом посетителям нравится ширина трассы, вместительная парковка, теплое помещение для переодевания, наличие туалетов, блинная.

Исключительно отрицательные оценки благоустройства *религиозного сооружения «Ступа медицины»* связаны с плохим состоянием грунтовой дороги к этому месту. Отрицательные отзывы о благоустройстве *арт-объектов* вызваны мусорной урной рядом с арт-объектом «Мыслитель на гигантском стуле», что портит вид и мусор разбросан рядом с урной.

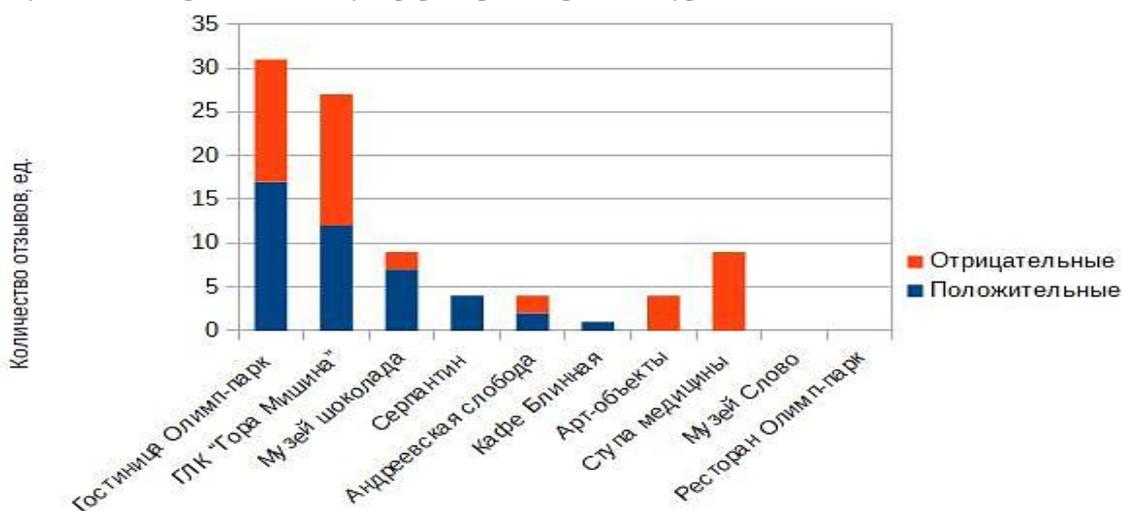


Рисунок 3. Тональность и частота единиц контент-анализа по категории «Благоустройство территории / комфортность номеров» для объектов туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной

Figure 3. Sentiment and frequency of content analysis units for the category “Land improvement / room comfort” for tourist infrastructure in Belokurikha 2 Gornaya

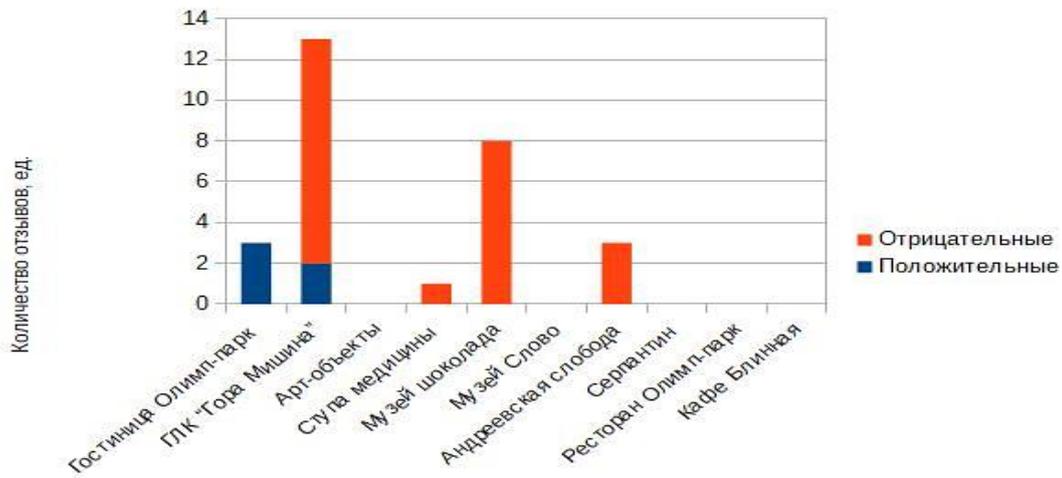


Рисунок 4. Тональность и частота единиц контент-анализа по категории «Комфортность встреч с другими посетителями» для объектов туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной  
Figure 4. Sentiment and frequency of content analysis units for the category “Comfortable meetings with other visitors” for tourist infrastructure in Belokurikha 2 Gornaya

Больше всего проблем по категории «Комфортность встреч с другими посетителями» (рис. 4) отмечается у гостей горнолыжного комплекса «Мишина гора» из-за больших очередей к подъемнику, в некоторых случаях при отсутствии достаточного количества свободных мест на парковке. В музее шоколада проблемы посетителей связаны с доминирующим групповым обслуживанием и необходимостью предварительной записи для посещения. Часть людей заезжают купить шоколадную продукцию и не могут попасть в музей из-за обслуживания групп. Возможным разрешением этой проблемы может стать расширение территории музея и его зонирование для разных категорий посетителей. В архитектурно-историческом комплексе «Андреевская слобода» проблемы также вызваны очередями, которые возникают в трактире «Гоголь» из-за отсутствия туалета на территории комплекса, что доставляет беспокойство посетителям трактира. Важно отметить, что посетители смотровой площадки рядом с религиозным сооружением «Ступа медицины» очень ценят уединение, поэтому большое количество встреч с другими туристами оценивается отрицательно.

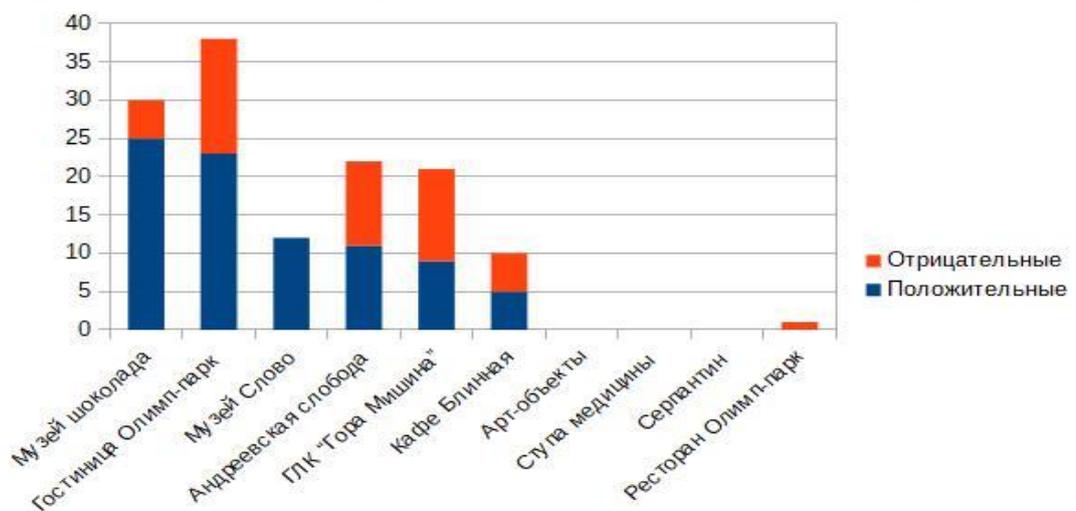


Рисунок 5. Тональность и частота единиц контент-анализа по категории «Удовлетворенность уровнем обслуживания» для объектов туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной  
Figure 5. Sentiment and frequency of content analysis units for the category “Satisfaction with the level of service” for tourist infrastructure in Belokurikha 2 Gornaya

Анализ отзывов по категории «Удовлетворенность уровнем обслуживания» (рис. 5) позволяет увидеть, какой вклад в восприятие объектов как привлекательных вносит именно качество обслуживания. Музей русского алфавита и истории письменности «Слово» единственный из рассмотренных туристских объектов имеет только положительные упоминания об уровне обслуживания. По остальным объектам отрицательные упоминания уровня обслуживания связаны с отсутствием внимательности, вежливости и профессионализма персонала, предоставлением недостоверной информации о работе объектов, долгим обслуживанием по меню и др.

## ВЫВОДЫ

Количество отзывов об объектах туристской инфраструктуры может служить важным критерием уровня востребованности объектов туристской инфраструктуры. При этом важно учитывать, что возможными стимулирующими факторами роста числа отзывов могут являться период открытия новых объектов, целенаправленные действия сотрудников по увеличению числа отзывов, уровень посещаемости/популярности объекта, наличие проблем у посетителей и другие.

Результаты изучения содержания отзывов об объектах туристской инфраструктуры в Белокурихе 2 Горной позволяют сформулировать следующие предложения по их улучшению.

Для гостиничного комплекса «Олимп-парк» актуально расширение сети троп в лесной части территории комплекса, создание возможностей для проведения разнообразного досуга, проведение мероприятий по повышению звукоизоляции в номерах.

Для горнолыжного комплекса «Гора Мишина» требуются меры по организации туристских потоков для предотвращения возникновения очередей на бутельный подъемник, при наличии возможностей посетители предпочитают кресельный подъемник. В музее шоколада «Тимани» также нужны меры по обеспечению возможности доступа в музей всех желающих посетителей, что возможно обеспечить на основе расширения территории музея и зонирования его территории.

Архитектурно-исторический комплекс «Андреевская слобода» нуждается в размещении на его территории дополнительного туалета кроме имеющегося в трактире «Гоголь», а также востребована возможность экскурсий с гидом в дополнение к имеющемуся аудиогиду. Для трактира «Гоголь» и других предприятий обслуживания в Белокурихе 2 Горной важно проведение мероприятий, направленных на повышение качества обслуживания.

Грунтовая дорога к смотровой площадке рядом с религиозным сооружением «Ступа медицины» требует улучшения дорожного покрытия. Однако при этом важно учитывать, что для посетителей этого места ценна именно атмосфера уединения, которая есть сейчас. Хороший доступ и, как следствие, большой поток посетителей могут разрушить эту возможность для отдыха. Возможно, пешеходный или велосипедный доступ на территорию будет тем вариантом развития данной территории, который позволит сохранить впечатления посетителей.

Таким образом, изучение содержания отзывов с помощью метода контент-анализа позволяет получить ценные данные об опыте использования объектов инфраструктуры посетителями, выявить их предпочтения и существующие проблемы, а также важные для них свойства, что дает возможность своевременно вносить изменения в реализацию текущих проектов или учитывать при проектировании новых объектов туристской инфраструктуры.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Мартышенко Н.С.* Оценка пространственного распределения туристов в Приморском крае в высокий сезон // Практический маркетинг. 2011. Т. 8. Вып. 174. С. 17–25.
2. *Минаев В.А., Ульянченко Л.А., Цыщук Е.А.* Оценка туристских ресурсов и качества инфраструктуры туризма в муниципальных образованиях // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2015. №3. С. 4-13.
3. *Никулин Д.Н., Климова О.Н., Ярушина Е.В., Мошкина Л.Д.* Методика анализа отзывов потребителей в интернет-пространстве // Экономика и социум. 2018. №11(54). С. 1248-1256.

4. Ньюман Л.В. Неопросные методы исследования // Социологические исследования. 1998. №6. С. 123.
5. Пашинян И.А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-kak-metod-issledovaniya-dostoinstva-i-ogranicheniya> (дата обращения: 29.08.2024).
6. Табакаева Е. М., Дунец А. Н., Акимов О. С. Низкогорные территории Большой Белокурихи: туристское проектирование на основе спектра рекреационных возможностей // Устойчивое развитие горных территорий. 2023. Т. 15, № 1. С. 182–196. <https://doi.org/10.21177/1998-4502-2023-15-1-182-196>.
7. *Abuvia A.* Traditional, Interpretive, and Reception Based Content Analyses: Improving the Ability of Content Analyses to Address Issues of Pragmatic and Theoretical Concern // *Social Indicators Research*. 2001. Vol. 54. Issue 2. P. 139-172. <https://doi.org/10.1023/A:1011087813505>.

## REFERENCES

1. *Martysbenko N.S.* Assessment of the spatial distribution of tourists in the Primorsky Territory during the high season. *Practical Marketing*. 2011, 8(174):17–25 (in Russian).
2. *Minaev V.A., Ulyanchenko L.A., Tsysbchuk E.A.* Assessment of tourist resources and the quality of tourism infrastructure in municipalities. *Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service*. 2015, 3:4-13 (in Russian).
3. *Nikulin D.N., Klimova O.N., Yarushina E.V., Moshkina L.D.* Methodology for analyzing consumer reviews in the Internet space. *Economy and Society*. 2018, 11(54):1248-1256 (in Russian).
4. *Newman L.W.* Non-survey research methods. *Sociological Research*. 1998, 6:123 (in Russian).
5. *Pashinyan I.A.* Content analysis as a research method: advantages and limitations. *Scientific periodicals: problems and solutions*. 2012, 3. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-kak-metod-issledovaniya-dostoinstva-i-ogranicheniya> (accessed on 29.08.2024) (in Russian).
6. *Tabakaeva E. M., Dunets A. N., Akimov O. S.* Low-mountain territories of Bolshaya Belokurikha: tourist design based on the recreation opportunity spectrum. *Sustainable development of mountain territories*. 2023, 15(1):182–196. <https://doi.org/10.21177/1998-4502-2023-15-1-182-196> (in Russian).
7. *Abuvia A.* Traditional, Interpretive, and Reception Based Content Analyses: Improving the Ability of Content Analyses to Address Issues of Pragmatic and Theoretical Concern. *Social Indicators Research*. 2001, 54(2):139-172. <https://doi.org/10.1023/A:1011087813505>.

Статья поступила в редакцию: 26.06.2024, одобрена после рецензирования: 29.08.2024, принята к опубликованию: 14.10.2024. The article was submitted: 26.06.2024; approved after review: 29.08.2024, accepted for publication: 14.10.2024.

### Информация об авторах

**Табакаева Евгения Михайловна**, кандидат геолого-минералогических наук, доцент кафедры рекреационной географии, сервиса, туризма и гостеприимства, Алтайский государственный университет, 656049, г. Барнаул, пр. Ленина, 61, E-mail: [tabakaevaem@mail.asu.ru](mailto:tabakaevaem@mail.asu.ru)

### Information about the authors

**Evgeniya M. Tabakaeva**, Candidate of Geological and Mineralogical Sciences, Associate Professor of the Department of Recreational Geography, Service, Tourism and Hospitality, Altai State University, 656049, Barnaul, Lenin Ave., 61, E-mail: [tabakaevaem@mail.asu.ru](mailto:tabakaevaem@mail.asu.ru)