



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

міндетке барынша қол жеткізу - еліміздің ғарыштық туризмнің даму әлеуетін айқындайды.

Пайдаланылған әдебиеттер.

1. Жумагулова Б.Р. «Ұлы жібек жолы бойымен Байқоңыр ғарыш алаңына: ғарыштық туризмді дамыту болашағы», 2013 ж.
2. <http://kazcosmos.gov.kz/ru/press-office/intervyu/doc/egemen.html>
3. <http://www.inform.kz/rus/article/2241455>

УДК 33.334.02

ТУРИЗМДЕГІ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Игисинава Мақпал

makpal199@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ «Туризм» мамандығының 4 курс студенті, Астана,
Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Муканов А.Х.

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына соңғы жолдауында қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағытын тұжырымдады. Жолдауда алдағы онжылдықтарда әлеуметтік-экономикалық саясаттың негізгі басымдылықтары мазмұндалды, соның ішінде ЖІӨ-ді ұлғайту, халықтың тұрмысын жақсарту сияқты мәселелер айтылды. Президент ең негізгі күш халықтың тұрмысының сапасын тіке анықтайтын салаларға бағытталуы тиіс екенін атап өтті.

Туризм – адамдардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға және халықтың әл-ауқатын көтеруге бағытталған экономиканың ең маңызды салаларының бірі. Дегенмен, бұл ретте экономиканың басқада салаларына қарағанда туризм табиғи ресурстардың сарқылуына әкелмейді. Туризм басқа салалардың әлемдік нарықтағы орнықсыздық жағдайларымен салыстырғанда тұрақтылықты көрсетеді.

Кез-келген туристік кәсіпорынның қатаң бәсекелестік жағдайында ең басты міндеті туристік нарықта алдыңғы орынға шығу, табыс табу және оны арттыру болып табылады. Тұтынушыларды өз тауарына назарын аудартуда негізгі әдістердің бірі - бәсекелестердің тауарларынан ерекшелінетін, нарыққа жаңа тауарды ұсыну.

Уақытылы нарыққа шыққан жаңа өнім жаңа тұтынушыларды қызықтырып, кәсіпорынның табысын арттырады. Осы заманғы экономикада инновацияның рөлі едәуір өсті.

Нарықтық экономикада инновация бәсекелестік әдісі ретінде көрсетіледі. Инновация жаңа қажеттіліктердің туындауына, ақшаның құйылуына, жаңа өнімдерді өндірушілердің имиджінің (рейтинг) көтерілуіне, жаңа нарықтарды игеруге және оны жаулап алуға әкеледі. Инновация үрдіс немесе өнім ретінде пайданың артуына маңызды әсер ететін кәсіпорынның негізгі табыс көзі бола алады. Алайда, көптеген кәсіпорындар тәжірибе жүзінде инновацияны ынталана қолданбайды. Сондықтан, мемлекет тарапынан туризмде инновациялық қызметті дамытуда туристік кәсіпорындарды ынталандыру шаралары жүргізілуі тиіс. Туризм инновациялар арқылы үлкен табыс әкелетін экономиканың инновационды-тартымды саласы. Әлемде жаңа технологиялардың үздіксіз дамуына байланысты туристік қызмет нарығында инновацияның рөлі артауда. Елімізде туризмді дамытуда, инновацияны тиімді қолдану үлкен жетістіктерге алып келеді. Қазақстан әлемге аса танымал болмағандықтан, шетелдік туристерге жат елдің салт-дәстүрлері таңсық келеді. Біз бұл кемшіліктерден өзіндік артықшылықтарды таба аламыз. Туризмнің жаңа инновациялық түрлерін енгізуге мүмкіндік бар. Мысалға, қымызбен емделу, ауылдық туризм, ат туризмі және т.б.

Бүгінде XXI ғасырдың бірінші жартысы - экономиканы қалыптастыратын озық

инновациялар дәуірі деп сеніммен айтуға болады. Инновациялық қызмет – инновацияға әкелетін ғылыми, технологиялық, ұйымдық, қаржылық, коммерциялық шаралардың жиынтығы. Қоғамда талап етілетін нәтижелерге қол жету үшін қызметке жаңа білім, технологиялар, әдіс-тәсілдер қолданса қызмет инновационды болып саналады. Кәсіпорынның инновациялық қызметін барлық қызметкерлердің жаңалықты жасауға және енгізуге бағытталған ортақ жұмысы ретінде анықтауға болады. Инновациялық қызмет жүйелі сипат алады, жүйені қоғам мен инновациялық қызметтің субъектілері құрайды.

Инновациялық қызмет – бұл бәсекеге қабілетті тауарлар мен қызметтерге тұтынушылардың сұранысын қанағаттандыратын жаңа өнімді шығару үшін жаппай өндірісте ғылыми-инновациялық және интеллектуалды потенциалдың қолайлы қолданылуы. Бұл қызметтің маңызды сипаты – инновациондық белсенділігі, яғни кәсіпорын персоналының басқару құрылымы мен әдістері арқылы жаңалықты қабылдауын қолдау. Инновациялық қызмет, негізінен жаңалықтарды ойлап табуды және олардың диффузиясын жылдамдатумен сипатталады. Ол өз кезегінде, экономикада құрылымдық алға басудың артуына және ұлғаюына, нарық көлемінің үлкеюіне, бар және пайда болатын қажеттіліктерді қанағаттандыруға мүмкіндік туғызады [1].

Туризмдегі инновациялық қызметке инновациялық процесс шеңберіндегі барлық қызметтер кіреді, соның ішінде, өткізу нарығында жүргізілетін маркетингтік зерттеулер және жаңа тұтынушыларды іздеу, бәсекелестік орта және бәсекелес фирма тауарларының тұтынушылық қасиеті туралы ақпаратпен қамтамасыз ету, жаңашыл идеялар мен шешімдерді іздестеру, сонымен бірге, инновациялық жобаны енгізу және қаржыландыру бойынша серіктестерді іздеу.

Туризмдегі инновациялық қызметтің мазмұны өндірісте жаңалықты ойлап табу мен оны тарату болып табылады. Инновациялық қызмет – ғылым мен өндіріс саласы арасындағы жанамалы бөлім, бұл ғылым мен өндірістің бірігуін жүзеге асыратын, ғылыми өнімдер мен қызметтерді қолдану арқылы экономикалық агенттердің техника-экономикалық қажеттіліктерін іске асыратын ерекше өндірістік күш. Нарықтық экономика жағдайында инновациялық қызметті жүзеге асыру коммерциялық мақсаттылықпен жанасады.

Инновациялық саланың өзегі өндірістік кәсіпорын болып табылады. Білімге, жаңа технологияларға, өнімге, басқару әдістері мен жүйесіне тұрақты сұраныс және сұраныстың жоғарлауы кәсіпорынның технологиялық деңгейін, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін (функционалдық жетілдірілуі, бағасы), өндіріс тиімділігін, нарықтағы орнын, тұрақты қаржылық жағдайын анықтайды.

Инновациялық қызмет барысында ғылым мен өндірістік сала субъектілерінің мүдделері біріктіріледі, сондықтан, өндірістік салада жаңашылдықты ойлап табудан оны қолдануға дейін ғылым – инновациялар – өндіріс тізбегі бойынша бірыңғай процесс жүзеге асады.

Субъектінің инновациялық қызметі оның инновациялық белсенділігін сипаттайды. Инновациялық белсенділіктің дәрежесі қоғамдық қажеттіліктердің дамушылығымен және әртараптануымен, экономика саласының құрылымымен; инновациялық қызмет үшін сәйкес өндірістік, ғылыми, ақпараттық және басқада инфрақұрылымның бар болуымен; жұмыс күшінің құрылымы, сапасы, мотивациясы және тағы сол сияқты факторларлармен анықталады.

Туризм және қонақжайлық саласында инновациялық қызметтің негізгі бағыттары:

- туристік өнімнің, мейрамхана өнімінің, қонақ үй қызметтерінің және т.б жаңа түрлерін шығару;
- дәстүрлі өнімдерді шығаруда жаңа техника мен технологияларды қолдану;
- бұрын қолданылмаған жаңа туристік ресурстарды қолдану. Ерекше мысал – туристердің ғарыш кемелерінде саяхат жасауы.
- ұйымның дәстүрлі туристік, мейрамхана өнімдерін, қонақ үй қызметтерін және т.б өндіруде және тұтытудағы өзгерістер; жаңа маркетинг, жаңа менеджмент;
- өнімдерді өткізудің жаңа нарықтарын анықтау және қолдану.

Экономиканың барлық секторында инновациялық қызметтің негізін ғылыми-техникалық прогрестің жетістіктері құрайды. Айтылған сөз толықтай туризм саласына қатысты.

Барлық фактолар сыртқы және ішкі ортаның жағдайына тәуелді, және ол туристік кәсіпорынның үнемі назарында болуы керек.

Туристік кәсіпорындардың инновациялық қызметтерінің негізгі бағыттары:

- дәстүрлі қызметтерді көрсетуде жаңа техникалар мен жаңа технологияларды қолдану;
- жаңа туристук ресурстарды қолдану;
- ұйымның туристік қызметтерін өндіруде және тұтытуда өзгерістер;
- туристік қызметтерді өткізудің жаңа нарықтарын анықтау және қолдану.

Туристік кәсіпорынның инновациялық қызметінің дамуына келесі факторлар әсер етеді:

- экономикалық және технологиялық (қаржыландыруға жеткілікті қаражаттың болмауы, материалды-техникалық базаның әлсіздігі, ескірген технология);

- саяси, құқықтық (саяси тұрақсыздық, қылмыстық жағдай, заңдық жолмен енгізілген шектеулер);

- ұйымдық-басқарушылық (орынсыз орталықтандыру, қысқа мерзімді өтелімділікке бағдарлану, инновациялық процесстердің қатысушыларының мүдделерінің мәмілеге келуінің күрделілігі, ақпараттардың тік ағындарының басым болуы);

- әлеуметтік-психологиялық және мәдени (сырттан келетін барлық жаңашылдыққа қарсылық, белгісіздіктен қорқу).

Туристік бизнестің дамуы үшін инновациялық процесстерді тежейтін сыртқы орта факторларынан басқа көп жағдайлар ішкі ортаға тәуелді болып келеді.

Инновациялық қызметте туристік бизнес жиналған білім негізіне сүйенеді. Жаңа идеяларды жүзеге асыруда және туризмнің жаңа бағыттарын қалыптастыруды бастауда жұмыстың түрін және әдісін танып, зерттегеннен кейін ғана кірісу қажет. Қызмет саласын терең түсіну уақиғаның дамуын болжауға және бәсекелестерді озуға мүмкіндік береді. Туризмге инновацияны енгізуде мемлекеттегі экономикалық жағдай, халықтың әлеуметтік жағдайы, ұлттық заңнама, сонымен бірге үкіметаралық және халықаралық келісімдер әсер етеді. Сондықтан туристік қызметте инновацияның пайда болуының мотивтері мен себептері әр елде әр түрлі болуы мүмкін. Алайда кез келген мемлекеттің өзіндік белгілері бар:

- басқа аймақтардың өмір сүру қалпымен танысудан кейін және жаңа мағлұматтардың игерілуіне байланысты халық мұқтаждықтарының өсуі;

- көптеген классикалық және дәстүрлі саяхаттар бағыттарын толықтырылуы;

- кіру туризмінде нарықтық үлестемеден айырылу қаупі;

- бәсекенің шиеленісуі, стандартталған ғаламдық өнімдер ұсыныстарының ұлғаюы;

- ең талапшыл туристердің қажеттіліктерін толық қанағаттандыру үшін демалыс пен саяхаттың тартымды жағдайларын (табиғи және мәдени ерекшеліктерін, бос уақытты өткізу мүмкіндіктері, ерекше тауарлар мен арнайы туристік қызметтерді иелену) үйлесімді бірлестіру;

- экономикадағы технологиялық революция және қызметтер экспансиясы;

- ұсыныс экономикасынан сұраныс экономикасына ауысу.

Сауда қызметтерінің бас келісімінің ережесіне сүйене отырып (ГАТС), туристік салада инновациялық қызмет үш бағыт бойынша дамып келеді:

1. Жаңалықтарды енгізу (ұйымдастырылған инновациялар), кәсіпорын мен туристік бизнестің басқарудағы жүйесі мен құрылымын дамытумен байланысты: қайта ұйымдастыру, үлкейту, жаңа техникалар мен озық технологиялар негізінде бәсекелес субъектілердің жұтылуы; кадрлық саясат (кадрлық құрамның жаңаруы мен ауысуы, квалификацияны жоғарлату жүйесі, қызметкерлерді қайта дайындау және ынталандыру); оңтайлы экономикалық және қаржы қызметтері (кәсіпорынның тұрақтылығын және дамуын қамтамасыз ететін есеп берудің қазіргі заманға сай түрлерін енгізу).

2. Арнаулы тұтынушылардың қажеттіліктерін қамтитын немесе сол уақыт мезгіліне

сай емес клиенттерді өзіне тартуға мүмкіндік беретін маркетингтік инновациялар.

3. Туристік өнімнің тұтынушылық қасиетін өзгертуге, оны жайғастыруға және бәсекелік артықшылық беруге бағытталған мерзімдік жаңалықтар (өнімдер инновациялары) [2].

Яковлев Г.А өз жұмыстарында туризмдегі инновациялық іс- әрекеттің негізгі бағыттарына басқаша көзқарас көрсетеді. Оның ойынша, туристік кәсіпорындардың инновациялық іс- әрекетінің негізгі бағыттары: дәстүрлі қызмет көрсетудегі жаңа техника және технологияны пайдалану, жаңа ерекшелігі бар жаңа қызметті енгізу, бұрын қолданбаған туристік ресурстарды кірістіру, туристік қызмет және тауар өткізу нарығын пайдалану . Бұл жіктелу қандай қағидатпен өткізілгені Г. Яковлевпен айтылмаған. Осы ұсынылған нұсқаларды қарастыра отырып, инновациялық іс-әрекеттің негізгі бағыттарын жүйелеуге болады.

Жаңа немесе жетілдірілген туристік өнімді дайындауда инновациялық жоспарларды көрсететін SWOT-анализ қолданылады. Ғылыми-техникалық революция тек қана жаппай туризмнің қалыптасуының материалдық негізі болып қана қоймай, ол туризмдегі инновациялық қызметке жоғары технологиялар (жаңа материалдар, микропроцестік техника, ақпарат және байланыс құралдары, биотехнология) арқылы үлкен әсерін тигізді. Полимерлік және тағыда басқа жаңа материалдардың пайда болуы киім мен аяқ киімнің жаңа түрлерінің, жаңа спорттық жабдықтардың және т.б шығуына әкелді. Жаңа материалдар экстремалды туризмнің материалды негізі болды, су, тау және туризмнің басқа түрлерінің дамуына ықпал етті. Заманауи ақпарат және байланыс құралдарының пайда болуы қоғамдық өндіріс пен адамдардың тұрмысына күшті ықпал етті.Туристік кәсіпорындардың заманауи туристік қызметі мен жұмысын интернетсіз елестету мүмкін емес. Заманауи аудио-видео-техника менеджмент технологиясын елеулі өзгертті.

Сонымен, туризм саласындағы инновациялық қызмет жаңа өнімді жасауға немесе бар өнімді өзгертуге, көліктік, қонақ үй және басқада қызметтерді жетілдіруге, жаңа нарықтарды игеруге, озық ақпараттық және телекоммуникациондық технологияларды және ұйымдық-басқарушылық қызметтің заманға сай түрлерін енгізуге бағытталған.

Соңғы оңжылдықта Қазақстан басқа мемлекеттер сияқты экономиканы дамытудың инновациялық жолына түсу үшін белсенді әрекеттер жасауда. Қазақстанда көптеген инновациялар мемлекет мақсатты түрде қаржыландыратын стратегиялық салаларда ғана қалыптасады. Туризм және қызмет көрсету саласында коммерциялық кәсіпорындардың басшылықтары инновациялық жобаларға инвестиция құюға тәуекел етуге ұмтылмайды. Қазақстандық экономиканың технологиялық базасы негізгі фондтардың ескіріуімен сипатталады. Ғылымды қаржыландырудың көлемінің артуы ғылыми ортаның қызмет істеу жағдайын, әлеуметтік-экономикалық прогресс мәселелерін шешуде түбегейлі өзгерістерге әкелмейді. Әзірге, біздің мемлекет нақты көрсетілген ресурсты өткізу бағытына ие болып отыр. Қазақстан Республикасының статистика агенттігінің мәліметтері бойынша тек қазақстандық өндірістік кәсіпорындардың 7,1%-ы технологиялық инновацияларды әзірлеп, енгізуде. Статистика органының мәліметтеріне сүйенетін болсақ, инновациялық тауарлар, жұмыстар, қызметтер көлемі соңғы жылдары 5,7% құрады [3].

Қазақстан Республикасының Ұлттық Ғылым академиясының президенті Мұрат Жүріновтың айтуынша, экономикасы дамыған көп мемлекеттерде зерттеулер мен жобаларға кететін ішкі шығындардың үлесі ЖІӨ-ң 3% шамасын құрайды. Мысалға, Швецияда бұл көрсеткіш 3,8%-ды көрсетеді, Финляндияда - 3,5%, Жапонияда - 3,44%, Швейцарияда - 2,9%, АҚШ-та - 2,84%, Германияда - 2,54%, Ресейде - 1,2%, Жаңа Зеландияда- 1,16%, Оңтүстік Африкада - 0,92%, Белоруссияда - 0,7%-ды құрайды. АҚШ ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарға \$390 миллиардтан артық қаражат жұмсайды, ал Европалық одақта шамамен \$270 миллиард, Жапония мен Қытайда \$140 миллиардқа жеткен. Ал Қазақстанда ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарды қаржыландыру 2000 жылдан бері 5 есеге өскен және республиканың ЖІӨ-ң 0,26%-ын құрады, 2020жылға дейін бұл көрсеткіш 2%-ға дейін, яғни 8 есе өседі деп болжануда [4].

Әлемдік әлеуметтік-экономикалық дамудың тенденциялары қызмет көрсету саласында жалпы ішкі өнімнің жартысынан көбі өндірілетінін көрсетеді. Әлемдік экономикада тікелей инвестициялардың 40%-ы саудаға, банк және қаржыландыру қызметтеріне, сақтандыру және туризмге келеді. Туристік индустрия табыстылық және даму динамикасы жағынан тек мұнай-газды шығару мен өңдеуден кейін орынды алады.

Дүниежүзілік туристік ұйымның мәліметтері бойынша, туристік бизнес өндірістік сервис нарығының 10%-дық айналымын қамтамасыз етеді, оның үлесіне әлемдік инвестицияның жалпы көлемінің 7%-ы және барлық салық түсімдерінің 5%-ы келеді. Сондықтан, Қазақстанда туризм индустриясына көп көңіл бөлу керек, инновациялық процесстерді жетілдіруге жәрдемдесуге, жаңа туристік өнімдер мен қызметтерді, туристік бизнесте жаңа басқару технологиясын жасауға мүмкіндік туғызу керек [5].

Туризм саласы көптеген елдерде ЖІӨ-ң 4-6% құрайды, алайда Қазақстан мұндай деңгейге әлі жете қойған жоқ. Біздің елімізде туристік қызметтерді дамытуға ресурстар жетерлік. Туристік бизнестің қарқынды дамуы үшін инновацияларды жиі қолдану керек. Туристік қызметті басқарудың мемлекетаралық және ұлттық жүйелерінде инновациялық процесстер жүре бастады, жаңа технологияларды игеруге және оны қолдануға уақыт келді (электрондық сауда, виртуалды туристік фирмаларды құру); маркетинг құрылымы және туристік өнімді жасау жетілдірілуде. Туристік қызмет көрсету саласында инновациялық қызмет бірнеше бағыттар бойынша дамып келеді. Мысалы, туристік өнімнің жаңа түрлерін шығару.

Туризм саласында инновациялық қызметтерінің бағыттары болып келесілер саналады: жаңа туристік ресурстарды қолдану (туристердің ғарыш кемелерінде саяхат жасауы); ұйымның туристік қызметтерді өндіруде және тұтытуда өзгерістер (маркетинг пен менеджменттің алдыңғы қағидаттарын ұстану); туристік өнімдерді өткізудің жаңа нарықтарын анықтау және қолдану, сонымен бірге, жаңа техникалар мен жаңа технологияларды қолдану [6].

Жоғарыда айтылған соңғы бағытқа ерекше көңіл бөлу керек болып отыр. Себебі, туристік индустрияның кәсіпорындарының қызметіне жаңа технологияларды қолдану үлкен әсер береді. Бүгінгі күнде, бұл технологиялар негізінен компьютерлендіру, жаһандану және электроникаға ауысумен сипатталады.

Қолданылған әдебиет

- 1 «Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы» Қазақстан Республикасының 2006 жылғы 23 наурыздағы N 135 Заңы // Егемен Қазақстан. - 2006. - 31 наурыз.
- 2 Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2011. – с 98.
- 3 Дмитриев М.Н. Экономика и предпринимательство в социально- культурном сервисе и туризме: Учебник. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.- 398 с.
- 4 Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. - М.: Гардарики, 2013. -160 с.
- 5 Ефремова М.В. Основы технологии туристического бизнеса: Учебное пособие. – М.: Ось, 2010. – 192 с.
- 6 Боголюбов С.Н. Экономика туризма: Учебное пособие. – М.: Академия, 2012. – 311 с.

УДК 338.48

АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ УКРАИНЫ СО СТРАНАМИ СРЕДНЕЙ АЗИИ

Карплюк Каролина Владимировна

karolina_karplyuk@i.ua

Студентка Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара,
Днепропетровск, Украина