

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого»

**ИССЛЕДОВАНИЯ
И РАЗРАБОТКИ В ОБЛАСТИ
МАШИНОСТРОЕНИЯ,
ЭНЕРГЕТИКИ
И УПРАВЛЕНИЯ**

**МАТЕРИАЛЫ
XIX Международной научно-технической
конференции студентов, аспирантов
и молодых ученых**

Гомель, 25–26 апреля 2019 года

Гомель 2019

УДК 621.01+621.3+33+004(042.3)

ББК 30+65

И88

Редакционная коллегия:

д-р техн. наук, доц. *А. А. Бойко* (отв. редактор)

д-р техн. наук, проф. *М. И. Михайлов*

д-р физ.-мат. наук, проф. *О. Н. Шабловский*

д-р техн. наук, проф. *И. А. Мурашко*

канд. техн. наук, доц. *И. Н. Степанкин*

канд. техн. наук, доц. *В. Б. Попов*

канд. техн. наук, доц. *А. В. Шаповалов*

канд. техн. наук, доц. *В. В. Годарев*

канд. техн. наук, доц. *Ю. В. Крышнев*

канд. техн. наук, доц. *Ю. Л. Бобарикин*

канд. техн. наук, доц. *Т. А. Трохова*

канд. техн. наук *А. О. Добродей*

канд. экон. наук, доц. *Е. А. Кожевников*

канд. экон. наук, доц. *О. В. Лапицкая*

канд. экон. наук, доц. *И. В. Ермонина*

Под общей редакцией д-ра техн. наук, доц. *А. А. Бойко*

Подготовка и проведение конференции осуществлены на базе
Гомельского государственного технического
университета имени *П. О. Сухого*

Исследования и разработки в области машиностроения, энергетики
И88 и управления : материалы XIX Междунар. науч.-техн. конф. студентов, аспиран-
тов и молодых ученых, Гомель, 25–26 апр. 2019 г. / М-во образования Респ. Бе-
ларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. *П. О. Сухого* ; под общ. ред. *А. А. Бойко*. –
Гомель : ГГТУ им. *П. О. Сухого*, 2019. – 619 с.

ISBN 978-985-535-422-3.

Содержатся материалы XIX Международной научно-технической конфе-
ренции по следующим направлениям: машиностроение; материаловедение
и технологии обработки материалов; энергетика; радиоэлектроника, автомати-
ка, телекоммуникации, связь; экономика, организация производства и управле-
ния в промышленности; отраслевая экономика и управление; маркетинг и кор-
поративное управление; информационные технологии и моделирование; физи-
ческие и математические методы исследования сложных систем.

Для студентов, аспирантов и молодых ученых.

УДК 621.01+621.3+33+004(042.3)

ББК 30+65

ISBN 978-985-535-422-3

© Оформление. Учреждение образования
«Гомельский государственный технический
университет имени *П. О. Сухого*», 2019

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Петросянец Т. В.</i> Процесс разработки, содержание, структура и основные положения, рассматриваемые в учетной политике..... | 457 |
| <i>Ботиров Б. Ф., Номозова Н. Ш., Бердиев О. Б.</i> Особенности государственного регулирования национальной экономики в современных условиях..... | 459 |
| <i>Султонов А. О., Кенжабаев О. А.</i> Вопросы применения автоматизированных информационных систем в менеджменте гидроресурсов..... | 463 |
| <i>Кизимбаева А. Б.</i> Имидж и этика государственного служащего Республики Казахстан..... | 466 |
| <i>Кошаева Г. Б., Петросянец Т. В.</i> Причины образования дебиторской задолженности..... | 468 |
| <i>Танатар М. Т., Абдешов Д. Д.</i> Отраслевая экономика и управление..... | 471 |

Секция VII. МАРКЕТИНГ И КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Богдановская О. А., Карчевская Е. Н.</i> Совершенствование транзитного туризма в Республике Беларусь..... | 474 |
| <i>Грищенко К. А., Андриянчикова М. Н.</i> Использование творческого потенциала персонала как конкурентного преимущества организаций промышленности..... | 477 |
| <i>Зинько И. А., Карчевская Е. Н.</i> Нейминг высшей школы..... | 479 |
| <i>Зорька О. И., Соловьева Л. Л.</i> Состояние и перспективы рынка мороженого в Республике Беларусь..... | 482 |
| <i>Каламан О. Б.</i> Модель стратегического инновационного развития предприятий..... | 485 |
| <i>Kovalchuk Y., Karchevskaya E. N.</i> Directions of development of barrier-free tourism in Gomel region..... | 491 |
| <i>Краўчанка М. А., Карчэўская А. М.</i> Новыя магчымасці фестывальнага турызму ў Рэспубліцы Беларусь..... | 493 |
| <i>Lazareva A. S., Karchevskaya E. N.</i> Children's tourism: analysis of motives of children behavior..... | 496 |
| <i>Равковская А. П., Соловьева Л. Л.</i> Расширение услуг гостиниц за счет внедрения экскурсионной деятельности..... | 499 |
| <i>Рейбрандт М. С., Исайчикова Н. И.</i> Электронный бизнес как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия..... | 502 |
| <i>Сменова К. С., Соловьева Л. Л.</i> Состояние и перспективы рынка молочной промышленности Республики Беларусь..... | 505 |
| <i>Смирнова М. В., Исайчикова Н. И.</i> Оптимизация маркетинговых решений..... | 508 |
| <i>Surina A. O., Karchevskaya E. N.</i> Prospettive di evoluzione eventi nel turismo nella Repubblica di Bielorussia..... | 511 |
| <i>Ткаченко Д. Д., Домород А. В.</i> Конкуренция между торговыми марками на рынке молочной продукции Республики Беларусь..... | 513 |
| <i>Чирик А. А., Соловьева Л. Л.</i> Показатели конкурентоспособности машиностроительной продукции и их оценка..... | 516 |
| <i>Shandrak D., Solovjeva L. L.</i> The promotion of sports tourism through the organization of competitions for non-standard cycling track..... | 519 |
| <i>Шах А. В., Лапицкая О. В.</i> Применение эволюционного моделирования в логистическом маркетинге..... | 522 |
| <i>Дубровская А. Н., Лапицкая О. В.</i> Состояние и конкуренция рынка потребительских товаров в Республике Беларусь (на примере молока и молочной продукции)..... | 525 |
| <i>Дубровская А. Н., Лапицкая О. В.</i> Брендинг как направление развития маркетинга в промышленности Республики Беларусь..... | 528 |

С 1 июля 2005 г. в Беларуси введен в действие Государственный стандарт на мороженое – СТБ 1467–2004 «Мороженое. Общие технические условия». Он более точно выражает требования к сырью, упаковке и маркировке данной продукции, методам контроля, условиям хранения и срокам годности мороженого. Достижение данного стандарта – ограничение применения растительных жиров при производстве мороженого, разрешение использовать только кокосовое масло, сокращение сроков реализации мороженого (максимум – 5 месяцев при температуре –18°C). Это хорошо, так как некоторые производители использовали в его производстве пальмовое масло (которое расщепляется при температуре 40 °C), искусственные добавки [2].

Экспортный потенциал белорусского мороженого достаточно высок из-за его высокого качества и конкурентоспособной цены. Основными рынками сбыта являются страны-соседи (Россия, Украина и др.). Основные поставщики продукции на экспорт – это крупнейшие компании отрасли: СООО «Морозпродукт»; «Санта-Бремор»; ОАО «Могилевская фабрика мороженого»; СООО «Ингман мороженое» и др. Высокое качество белорусского мороженого, в первую очередь, обеспечивается за счет использования высококачественного сырья. Основная доля потребления (около 35–40 %) как в Беларуси, так и в России приходится на мороженое в вафельных стаканчиках.

Литература

1. Все о мороженом. Мороженое в Европе. Мороженое в Америке. – Режим доступа: <http://www.about-icescream.ru/8.html>. – Дата доступа: 10.03.2019.
2. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://president.gov.by>. – Дата доступа: 10.03.2019.
3. Продовольственный торгово-экономический портал. – Режим доступа: <http://www.produkt.by/Journal/item/3056>. – Дата доступа: 10.03.2019.

МОДЕЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

О. Б. Каламан

Одесская национальная академия пищевых технологий, Украина

Инновационное развитие предприятия является сложным процессом, требующим планирования и управления средствами инновационной стратегии в соответствии с конкретными возможностями предприятий на основе результатов оценки всех форм возможной инновационной деятельности. При этом задача выбора эффективного направления стратегического инновационного развития предприятия заключается в определении такого оптимального варианта из ряда альтернатив, который в процессе внедрения инноваций отражал бы будущее поведение предприятия по отношению к внешней среде, а именно – к другим субъектам хозяйственной деятельности с учетом индивидуальных внутренних возможностей. Значит, за основу выбора инновационной стратегии необходимо взять анализ ключевых факторов, характеризующих деятельность предприятия [1, с. 63]: состояние отрасли и позиции фирмы в этой области, цели предприятия, интересы и отношение высшего руководства, финансовые ресурсы, квалификацию рабочих, обязательства фирмы, степень зависимости от внешней среды, временной фактор.

Как видим, список ключевых факторов, требующих анализа, можно свести к понятию ресурсной составляющей как индивидуальной потенциальной возможности предприятия и понятие целей, которые предоставляют уникальность и оригинальность выбранной стратегии.

Выделение из множества факторов такой составляющей, как цель, обусловлено тем, что стратегические цели предприятия, направленные на масштабное завоевание рынка, отличаются от стратегических задач фирмы, которая едва сводит концы с концами [2, с. 200].

Связь инновационной стратегии именно с ресурсным обеспечением подтверждает В. М. Аньшин, который определяет инновационную стратегию как систему концептуальных установок, вытекающих из долгосрочных целей, и определяет характер распределения ресурсов между траекториями инновационного развития системы, а также их перераспределения при изменении внутренними и внешними условиями ее функционирования [3, с. 32]. Л. Водачек и А. Водачкова содержание стратегического управления инновациями вкладывают в своевременную концентрацию усилий на усвоение и использование перспективных исследований научно-технического развития и своевременное обеспечения ресурсами динамики инноваций в интересах достижения целей предприятия, создавая условия для долгосрочной эффективности его деятельности [4, с. 37].

То есть рассматривая развитие предприятия как непрерывный процесс расширения его ресурсных возможностей, следует подчеркнуть тот факт, что, поскольку ход развития каждого предприятия строго индивидуален, а значит, каждое предприятие обладает индивидуальным набором ресурсов, нельзя не учитывать влияние, которое осуществляет существующий ресурсный набор на выбор стратегии предприятия. Утверждая, что важным фактором выбора предприятием того или иного вида инновационной стратегии должно выступать ресурсное обеспечение в органическом сочетании с целями стратегии, исследуем взаимодействие именно этих двух факторов и их влияние на формирование предприятием стратегии инновационного развития (рис. 1), отмечая, что инновационные цели организации вытекают из общих стратегических целей, а ресурсный набор предприятия формирует необходимый инновационный потенциал.



Рис. 1. Формирование стратегического инновационного развития предприятия во взаимодействии целей предприятия и ресурсной составляющей

Разработка стратегии включает в себя процесс анализа и определения стратегических ориентиров на рынке, которые корректируются и находят свое отражение в форме различных стратегических программ и проектов. Инновационная цель как со-

ставляющая общих стратегических целей представляет собой желаемый результат деятельности организации (конкретных исполнителей и ответственных руководителей) в виде конкретного (определенного) нововведения, которое реализуется в ограниченные сроки с ограниченными ресурсами и направлено на качественное (радикальное) развитие организации [5]. Следовательно, определение инновационных целей, которое позволяет направить стратегическое инновационное решение на выполнение конкретных задач, связанных с деятельностью предприятия, должно происходить с осознанием руководством внутренних возможностей, представленных в наличии инновационным потенциалом. Соответственно, и управление инновационным развитием, которое направлено на достижение определенных целей, является эффективным только в том случае, когда конкретные стратегические цели могут быть подкреплены реалистичностью их содержания, т. е. ориентированы на истинное положение организации и внешней среды в определенный момент времени [6, с. 12].

Направленность инновационного развития может быть обнаружена с помощью диалектического закона отрицания отрицания, что с преодолением старого качества и сохранением ее позитивного содержания и созданием условий для нового этапа развития раскрывает связь между различными его стадиями [7, с. 115]. Среди исследований, в которых используются особенности закона отрицания отрицания, необходимо выделить работу И. Г. Мансуров [8, с. 17]. Результаты этих исследований подтверждают, что экономическое развитие является переходом от одного состояния экономики к другому, когда в новом периоде не только увеличивается производство товаров, а имеет место и производство новых товаров, и оказание услуг с использованием новых технологий по сравнению с предыдущим периодом. В связи с этим с внедрением инноваций связана, прежде всего, реорганизация, замена внутренней среды предприятия, которая может касаться замены методов производства, организации, управления и т. п.

В отличие от экстенсивного и интенсивного вариантов развития, ориентированных на увеличение объемов производства и, соответственно, снижение расходов, инновационное развитие направлено на увеличение доходов за счет улучшения качественных показателей. Ориентация субъекта предпринимательской деятельности на инновационное развитие позволяет ему адаптироваться к изменениям условий внешней среды и длительное время удерживаться на рынке за счет активизации процессов поиска и реализации на новых направлениях деятельности и усиленной мотивации развития. Таким образом, инновационное развитие характеризуется постоянным обновлением не только ассортимента продукции, внедрением новых технологий, постоянным совершенствованием системы производства и сбыта в соответствии с изменениями внешних условий хозяйствования, но и постоянной мотивацией развития.

Инновационное развитие проявляет себя в целеустремленном и необратимом результате циклического перехода на качественно новый уровень. При этом как составляющая экономического развития, будучи многофакторным процессом, отражает эволюцию хозяйственного механизма и изменение на этой основе экономических систем [9, с. 354], инновационное развитие проходит свои этапы неравномерно, с имеющимися периодами роста и спада, количественными и качественными изменениями в экономике, положительными, отрицательными тенденциями и должно рассматриваться в определенном периоде времени. То есть к характеристике понятия «инновационное развитие» прибавляется временной фактор, отражающий жизненный цикл нововведений как составляющих такого типа развития, отмечающий

неравномерности, дискретности изменений, наличие временных промежутков, за которые необходимо эти изменения осуществить.

Изменчивость инновационного развития позволяет поставить вопрос об обеспечении его управляемости путем создания целенаправленных, связанных между собой изменений с выделением основных характеристик и факторов такого типа развития, к которым авторы исследований [10, с. 126; 11, с. 239–240] относят:

- новаторские цели, инновационные результаты производственной деятельности (товары, услуги, эффективность, конкурентоспособность и т. п.) в тактическом и стратегическом плане;
- инновационные средства достижения целей (фактор-инновации в виде новой техники и технологии, новой организации и мотивации труда и производства);
- возможности воспроизведения инновационной направленности на сбалансированной основе затем, чтобы хозяйствующая система обладала всеми организационно-управленческими, ресурсными и мотивационными условиями для этого;
- специфические методы рыночного исследования;
- резкое увеличение объемов информации и непрерывное ее накопление;
- увеличение глубины прогнозирования и его многовариантный характер.

Анализируя результаты исследований [10], [11], можно сделать вывод, что эффективность инновационного развития достигается при условии обязательного увеличения глубины прогнозирования и планирования каждого варианта деятельности. При этом, на наш взгляд, необходимо обязательно учесть и определить движущую силу такого развития.

Главной движущей силой инновационного развития называют научно-технический прогресс и новые потребности, «удовлетворение которых обеспечивает новые виды деятельности, прежде всего, творческие» [12, с. 26]. При этом, поскольку инновационный тип развития экономики как нельзя лучше соответствует закономерностям научно-воспроизводственных процессов, осуществляется оптимизация использования основных факторов производства во времени и пространстве за счет, как правило, комплексной результативности при достижении основных целей.

Наиболее полное использование преобразующих возможностей основных современных факторов прогресса становится определяющим фактором для стратегии экономического роста. Кроме того, инновационная стадия экономического роста имеет большой запас прочности и способна сопротивляться макроэкономическим изменениям и внешнему давлению. Это позволяет утверждать, что инновационная составляющая модели развития является не только перспективной, но и рационально необходимой в условиях современного развития экономики, а следовательно, требует углубления исследований в направлении определения ее сущности.

Обобщение научных разработок позволяет утверждать, что дефиниция понятия «инновационное развитие» в основном рассматривается в узком и широком смысле как:

- составляющая общемирового научно-технического прогресса – макроэкономический подход;
- механизм реализации внутреннего потенциала предприятия;
- совокупность действий по внедрению нововведений.

Инновационный процесс – это последовательная цепь событий, в котором новация из идеи превращается в разработки и появляется в виде конкретной продукции, технологии или услуги. Систематизированный инновационный процесс – это целенаправленный и организованный поиск изменений и систематический анализ потенциала этих изменений как источника социальных и экономических преобразований. Большинство авторов рассматривает инновационный процесс с позиции кон-

кретного предприятия. При этом разнообразие видов инноваций обуславливает различные подходы к определению структуры и сущности этапов инновационного процесса. Но в общем инновационный процесс представляется как логическая последовательность следующих этапов: фундаментальные исследования; прикладные разработки; внедрения и коммерциализация [13, с. 16].

Несмотря на расхождение во взглядах на подчиненность инновационного менеджмента, ученые единодушно отмечают, что стратегическое инновационное управление производством на сегодня является важной составляющей национального благосостояния любой страны, а оторванность инновационного менеджмента от таких стратегически важных понятий, как анализ, планирование, организация, контроль, приводит к замкнутости инновационного процесса, информационной и маркетинговой необеспеченности нововведений, что особенно характерно для отечественного типа экономического развития [14, с. 43].

Определяя инструментарий управления инновационным развитием, необходимо обратить внимание на то, что развитие предприятия является сложным многогранным процессом, теоретические основы управления которым лежат в плоскости стратегического управления. В то же время протекание инновационных процессов в соответствии со специфической природой нововведений на предприятии при переходе к инновационной модели должно апеллировать к уже разработанному инструментарию инновационного менеджмента во взаимодействии со стратегическим менеджментом, что позволяет говорить об их интеграции, освещенной в ряде научных работ.

Как отдельную дисциплину А. П. Коробейников и А. А. Трифилова выделяют инновационный стратегический менеджмент [15], а В. Г. Мединский стратегический инновационный менеджмент относит «к составной части инновационного менеджмента, решает вопросы управления планирования и реализации инновационных проектов, имеет дело с процессом предвидения изменений в экономической ситуации фирмы, занимается поиском и реализацией масштабных решений, обеспечивающих ее выживание и устойчивое развитие за счет выявления будущих факторов успеха» [16].

Автор Г. Я. Гольдштейн указывает на «тесную взаимосвязь между задачами и подходами стратегического и инновационного менеджмента» и говорит о необходимости разработки теории и практики «единого стратегического инновационного менеджмента» [17]. Решение методологических проблем стратегического инновационного менеджмента находим в работе А. П. Гречневая [18].

Перед стратегическим инновационным менеджментом стоит задача эффективного распределения имеющихся ресурсов инновационного потенциала, определения потребности в ресурсах для обеспечения нововведения в течение всего жизненного цикла, выработки комплекса мер для укрепления жизнеспособности и мощи предприятия – формирование внутренней стратегии инновационного развития и адаптивной реализации освоенных нововведений в соответствии с этапами инновационного процесса и изменениями среды внешнего – внешняя стратегия инновационного развития.

Таким образом, возможно констатировать, что взаимосвязь функций стратегического и инновационного менеджмента позволяет разработать эффективные направления стратегического управления инновационным развитием за счет формирования инновационной стратегии, и, охватив жизненный цикл инноваций на предприятии, проводить детально спланированную инновационную деятельность, скоординированную методами стратегического управления.

При этом важность стратегического управления инновационным развитием предприятия формирует потребность исследования понятия «стратегия инновационного развития», принципов ее формирования и определения места инновационной стратегии в структуре общей стратегии предприятия.

Следовательно, можно утверждать, что управление инновационным развитием предприятия не ограничивается только определением целей инновационной стратегии, а требует оценки возможностей фирмы по их реализации. Из этого следует, что инновационная цель формирует вектор развития, который должен обеспечивать достижение поставленных целей, но лучшие результаты предприятие может получить лишь при условии соответствия его целей имеющемуся инновационному потенциалу, через который осуществляется развитие организации. Поэтому выбор и реализация инновационной стратегии зависит от состояния инновационного потенциала, формирование которого может осуществляться за счет компонентов и элементов внутренней среды организации. Набор ресурсов (финансовые, материальные, информационные, социальные и т. д.), которыми располагает организация, формирует ее инновационный потенциал и характеризует готовность к систематическому инновационному развитию, а следовательно, влияет на структуру и направления инновационной стратегии.

Литература

1. Виханский, О. С. Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Гардарики, 1998. – 296 с.
2. Стадник, В. Инновационный менеджмент : учеб. пособие. / В. Стадник, М. А. Йохна. – М. : Академвидав, 2006. – 463 с.
3. Инновационный менеджмент: концепции, многоуровневая стратегия и механизмы инновационного развития : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В. М. Аньшина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело, 2007. – 584 с.
4. Водачек, Л. Стратегия управления инновациями на предприятии : сокращ. пер. со словац. / Л. Водачек, О. Водачкова. – М. : Экономика, 1989. – 166 с.
5. Управление организацией / под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саламатинной. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА, 1998. – 669 с.
6. Управление исследованиями и инновациями / под ред. А. Форти – М. : Наука, 1994. – 144 с.
7. Подольская, Е. А. Философия : учебник / Е. А. Подольская. – М. : Центр учеб. лит-ры, 2006. – 704 с.
8. Манцуров, И. Г. Статистика экономического роста и конкурентоспособности страны : монография / И. Г. Манцуров. – М. : КНЭУ, 2006. – 392 с.
9. Осецкий, В. Л. Инвестиции и инновации: проблемы теории и практики : монография / В. Л. Осецкий. – М. : ИАЭ УААН, 2003. – 412 с.
10. Гончарова, Н. П. Инновационный тип развития как фактор сбалансированности экономики / Н. П. Гончарова // Стратегия экон. развития Украины. – 2002. – № 1 (8). – С. 125–132.
11. Ильяшенко, С. Н. Управление инновационным развитием: проблемы, концепции, методы : учеб. пособие / С. М. Ильяшенко. – Сумы : Украин. кн., 2003. – 278 с.
12. Шовкун, И. А. Модели инновационного развития: международный опыт и уроки для Украины / И. А. Шовкун // Проблемы науки. – 2002. – № 8. – С. 26–34.
13. Павленко, И. А. Инновационное предпринимательство в трансформационной экономике Украины : монография / И. А. Павленко. – М. : КНЭУ, 2007. – 248 с.
14. Мостовая, И. В. Инновационный менеджмент в современном производстве: Развитие социальных технологий / И. В. Мостовая, К. М. Дзыбов. – Ростов-н/Д : Изд-во Ростов. ун-та, 1998. – 105 с.
15. Коробейников, О. П. Интеграция стратегического и инновационного менеджмента / В. П. Коробейников, А. А. Трифилова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С. 25–36.
16. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент : учебник / В. Г. Медынский. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 295 с.

17. Гольдштейн, Г. Я. Стратегический инновационный менеджмент : учеб. пособие / Г. Я. Гольдштейн. – Таганрог : Изд-во ТРГУ. – 2004. – 267 с.
18. Гречан, А. П. Основы определения инновационного развития экономики / А. П. Гречан // Инновации. – 2006. – № 8. – С. 12–14.

DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF BARRIER-FREE TOURISM IN GOMEL REGION

Yulia Kovalchuk

*Educational institution «Sukhoi State Technical University of Gomel»,
Republic of Belarus*

Academic adviser E. N. Karchevskaya

The increasing of population's life level and quality of life over the past decade in the Republic of Belarus has led to increasing of free time, financial stability and growth of the needs for rest and recuperation, so there has been a dynamic development of the tourism sector and appearing of its new types, directions, forms of organization of tourist services [1].

Barrier-free tourism (tourism for people with disabilities) relates to a promising area of tourism in the Republic of Belarus – the creation of conditions for ensuring the availability of tourist services to all categories of consumers occupies a priority place in the system of strategic goals of tourism development in the country [1].

Global aging trends in the world lead to a steady increase in the number of people with disabilities. According to the World Health Organization there are now more than one billion people with disabilities. Along with this, it is an increase in amount of tourists with disabilities. 10 % of the Europe travellers have one or another malfunction. This causes an increased attention to ensuring equal rights to ordinary people and to people with disabilities to express their rights to work, rest, and have cultural and entertainment facilities [1].

Barrier-free tourism is the most right solution of this problem.

The level of barrier-free tourism development, its availability the maturity of the legal framework are a characteristic feature of social development and economic attractiveness of a country.

Thus, the formation of conditions for ensuring the availability of tourist services to all categories of consumers is today one of the most important issues in the system of strategic goals of tourism development. In connection with this fact, the theoretical and methodological problems of barrier-free tourism are increasingly being considered by researchers.

The purpose of the study is to develop proposals for the development of barrier-free tourism in the Gomel region.

For reaching this goal we need to meet this challenge – look through the analysis of the development of barrier-free tourism in the Gomel region

Service-design methodology was used and exactly the method called «Mocassin» [2].

The «Mocassin» method implies «try on shoes» of different customers. In other words, it is important to try to put yourself customers' shoes and pass their «buyer» way. And to determine who are potential customers, how they live, what situations appeal to you [2].

This method helps to evaluate the customer's experience, to understand how convenient it is for customers to use a product or service, to find the reasons for possible objections from customers, to improve the product or service.

It is needed to use this method when analyzing clients and their physical characteristics, lifestyle, motivation, life situation and etc. It is important to put yourself in clients'