

документация на ремонт автомобилей. Она включает нормативные, организационные, конструкторские и технологические документы. Нормативные документы – это межгосударственные или республиканские стандарты, которые определяют общие технические требования к автомобилям, сдаваемым в ремонт и выпускаемым из ремонта, их комплектность, а также другие стандарты, на которые имеются ссылки в документации. Применительно к автомобилям и их составным частям в Беларуси действуют стандарты СТБ 960-2011, СТБ 928–2004.

Организационные документы – это технические условия или руководства по капитальному ремонту отдельных автомобилей и их агрегатов, разработанные отраслевыми специализированными проектно-конструкторскими организациями. Эти документы устанавливают обязательную замену ряда ответственных или малоресурсных деталей. Конструкторские документы включают ремонтные чертежи изделий, каталоги деталей и нормы расхода запасных частей и материалов.

Комплект технологической документации содержит описания технологических операций, включая контроль и перемещение, с указанием данных об оборудовании, оснастке, технологических режимах, материальных нормативах и трудовых затратах со ссылками на документы по охране труда. Маршрутная карта является основным и обязательным документом, в котором описывают весь процесс в технологической последовательности. Состав сведений должен быть достаточным для выполнения операции с необходимым качеством.

Таким образом, следует отметить важность стандартов как основных документов управления качеством выпускаемых товаров и услуг. При грамотном формировании фонда нормативно-технической документации предприятие гарантирует себе рост эффективности, а, следовательно, и рост прибыли.

УДК 658.86/.87

Студ. Е.Е. Рудковская, А.В. Лукашевич  
Науч. рук. стар. преп. А.А.Пузыревская  
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ И ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

Актуальность данной темы заключается в том, что в условиях рыночной экономики предприниматели оказались вне рамок привычной среды, где единственным товаром являлась материальная продук-

ция, или, точнее, узкая ее часть – товары народного потребления. Новые отношения требуют освоения новых сегментов рынка, таких, как рабочей силы, услуг и т. п.

Туристская услуга – результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов. Работа турпредприятия может заключаться как в организации всего путешествия, так и в организации отдельных услуг.

Туристским услугам, как и любым другим услугам, присущи отличительные черты, которые можно обозначить как «три Н»:

- неосвязаемость
- неразрывность производства и потребления;
- невозможность хранения туристской услуги.

Учитывая предпочтения туристической аудитории, складывающуюся конъюнктуру рынка и все благоприятные факторы и условия, на наш взгляд, возможно разработать диверсифицированный конкурентоспособный национальный турпродукт, включающий различные виды туризма и отдыха для привлечения иностранных посетителей: познавательный, экологический, оздоровительный, этнический, охотничий, спортивный, транзитный, деловой и религиозный (паломнический) туризм, агротуризм и др.

Так, развитие экологического туризма в Беларуси должно быть направлено преимущественно на иностранного туриста, поскольку зарубежный спрос базируется на познавательных и психоэмоциональных потребностях. Для развития этого направления предпочтительны особо охраняемые природные территории, каждая из которых имеет свои особенности. Природоохранные учреждения предлагают организацию туристических походов в нетронутые уголки природы, фотоохоту на редких зверей и птиц, находящихся в естественных условиях, знакомство с флорой и фауной болот. Наличие развитой гидрографической сети позволяет развивать водный туризм. Перспективными для развития можно выделить такие специфические виды туризма, как медицинский, образовательный, научный, событийный.

#### ЛИТЕРАТУРА

1 Азар, В.И. Экономика и организация туризма. -М: Профиздат, 1998

2 Александрова, А. Ю. Структура туристского рынка: Учеб/ пособие для вузов. М.: Соло-Пресс, 2005.