

водства по программе обеспечения сельского хозяйства страны отечественной сельхозтехникой.

Основными направлениями стратегии маркетинга ОАО «Гомсельмаш» на среднесрочную перспективу являются:

1. Сохранение позиций по зерноуборочной и кормоуборочной технике на внутреннем рынке. Повышение показателей надёжности, технических характеристик серийно выпускаемых машин и разработка новых образцов техники.

2. Развитие совместного предприятия ЗАО СП «Брянксельмаш» РФ с включением его в федеральные и региональные программы субсидирования. Расширение сотрудничества ЗАО СП «Брянксельмаш» с ОАО «Росагролизинг» в рамках поставок техники по федеральному лизингу.

3. Расширение ассортимента поставляемой продукции за счет продвижения на рынок новых моделей зерноуборочных комбайнов (КЗС-3219КР, КЗС-1119Р) и кормоуборочной техники (КВК-800А, КВК-8060), что позволит увеличить продажи на традиционных рынках (Беларусь, Россия, Казахстан) и расширить географию поставок в страны ближнего и дальнего зарубежья. Довести в среднесрочной перспективе удельный вес новой техники в общем объеме поставок до 51%.

4. Развитие совместного производства зерноуборочной техники в Казахстане базе АО «АгромашХолдингKZ» и увеличение совместно собираемых комбайнов до 500 шт. в год.

5. Подписание соглашений о сотрудничестве с банками Украины заинтересованными в кредитовании сельхозпроизводителей при покупке сельхозтехники ОАО «Гомсельмаш» с целью совместной разработки конкурентоспособных финансовых схем с гибкими условиями кредитования.

6. Повышение эффективности работы ТПС путем развития существующих и создания новых субъектов в странах ближнего и дальнего зарубежья (Украина, Польша, Литва, Латвия, Болгария, Румыния, Венгрия).

7. Установление гибкой ценовой политики и альтернативных схем оплаты за поставляемую продукцию для вхождения и закрепления на новых рынках.

8. Максимальное удовлетворение потребителей путем улучшения потребительских характеристик (интерьер и экстерьер машин), качества и надежности выпускаемой и вновь разрабатываемой техники.

9. Проведение демонстрационных показов работы комбайнов в сезон уборки в основных странах экспорта и участие в крупнейших сельскохозяйственных выставках в странах ближнего и дальнего зарубежья.

10. Регистрация субъектов ТПС ОАО «Гомсельмаш» на тендерных площадках в странах ближнего и дальнего зарубежья, отслеживание и своевременное участие в объявляемых тендерах на закупку сельхозтехники.

*Nodar Grdzelishvili*

*Doctor of economics, professor, senior Researcher New Higher Education*

*Institute Georgian Technical University*

*The Center Studying Productive Forces and Natural Resources of Georgia*

*Georgia (Tbilisi)*

*Laura Kvaratskhelia*

*Doctor of chemistry, senior Researcher*

## **ASPECTS OF TOURISM-RECREATIONAL RESOURCES MANAGEMENT IN THE REGION**

### **АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННЫМИ РЕСУРСАМИ РЕГИОНА**

Региональный аспект управления туризмом имеет особое значение. Эффективность туризма напрямую связана с его территориальным статусом. Для повышения эффективности туристической деятельности необходимо оценивать и управлять туристическим потенциалом регионов на государственном и региональном уровнях. Именно региональный, внутренний туризм должен стать отправной точкой для роста местной экономики, дать возможность обслуживать местное население, предлагать качественные туристические продукты на основе существующих природных и историко-культурных ресурсов.

Conducting a comprehensive assessment of the region's tourism resources in relation to the need for spatial location and organization of tourism service enterprises is an important precondition for the development of the sector. Consequently, the regional aspect of tourism management is of special importance.

The effectiveness of tourism is directly related to its territorial status. In determining the effective work of the tourism sector, it is usually taken into account the enlarged territorial boundaries – country, region. A more detailed discussion of the areas is used insufficiently often. This is due to the specifics of statistical accounting in tourism, the absence of the need for such calculations and surveys.

Relatively developed tourist centers have been studied in great detail on the availability of tourist resources. Medium-perspective and less-explored regions - but promising for tourism - are virtually left unattended. Quite a large amount of financial resources and time is needed to gather information in the process of studying the tourism resources of the regions. It should also be taken into account that the methodology for assessing tourism resources in Georgia is still in the process of development.

In order to increase the efficiency of tourism activities, it is necessary to assess and manage the tourism potential of the regions at the state and regional levels. It is regional, domestic tourism that should become the starting point for the growth of the local economy, make it possible to serve the local population, offer quality tour products based on existing natural and historical-cultural resources.

In order to create world-class tourism products and stimulate both international and domestic demand, the country must overcome the following challenges:

- Enhancing cooperation between the public and private sectors in various fields;
- Provide convenient and affordable air traffic from important tourist markets;
- Improving access roads and relevant infrastructure to the country's most impressive tourist destinations;
- Improving and modernizing tourism-related infrastructure;
- Preserving cultural heritage sites and other cultural assets, improving their accessibility, existing services and interpretive infrastructure;

- Increasing awareness of the country's tourism potential in both international and domestic markets;
- Offering high quality services across the country for visitors, especially outside cities where the potential for tourism development is highest;
- Improving the education system in the field of tourism and increasing the availability of educational programs throughout the country;
- Offering a new tourism product and diversifying the existing one;
- Data collection and analysis, market research and marketing;
- Capacity building.

The main provisions of the regional policy are applicable to the tourism market. The special role of the state lies in the management of the group of socio-economic resources for the development of tourism in the regions. This is done by creating favorable conditions for the development of tourism infrastructure, improving the quality of tourism services and advancing the territories through public-private partnerships. These provisions are reflected in the «Georgian Tourism Strategy 2025», which should promote sustainable development of tourism, increase revenues and increase the importance of the sector. The document describes the current situation, target indicators, eight strategic tasks and relevant activities.

The goal of «Georgian Tourism Strategy 2025» is to create a guide that will contribute to the sustainable development of tourism, increase revenues and increase the importance of the sector. The task of the Government of Georgia is to develop and implement a plan that will turn rich natural and cultural resources into a world-class tourism product and an opportunity to make unique impressions. The aforementioned will attract more high-paying tourists from EU countries, North America, the Middle East and Asia.

The development plans set out in the «Georgian Tourism Strategy 2025» are as follows:

- Increase in tourism revenues from the current level (\$ 1.9 billion) to \$ 6.6 billion;
- The direct share of the sector in the gross domestic product should be 7.9%;
- Increase the average amount spent by each visitor from the existing \$ 328 to \$ 600;
- Increase the number of people employed in tourism by about 90%, from the existing 158,515 to 301,284;
- Increase the average duration of the visit from the existing 5 days to 7 days;
- 63% increase in foreign direct investment in tourism, from \$ 723 million to \$ 1,178 million;
- Double the number of visitors from the high-paying markets of Western Europe, Asia and North America.

The strategy was adopted in 2015. However, this strategy has faced great challenges due to the Covid-19 pandemic.

It is necessary to create institutional conditions for the functioning of the country's competitive tourism market.

The following concepts are usually widely used in science: tourist region, tourist district, tourist-recreational complex, tourist cluster, etc. Although the terminology of tourism economics is quite well developed, some of the above terms require clarification or modern wording. All this concerns the territorial aspects of the development of tourism activities.

The World Tourism Organization (WTO) defines a tourist region as an area with a large network of special facilities and services that are essential for organizing recreation or recreation. From this definition it can be concluded that in order to be considered an independent tourist region, it must have all the necessary facilities to accommodate the tourists who have arrived there. A tourist region is defined as a place that owns tourist facilities and services - chosen by a tourist or group of tourists - and sold by a service provider.

The following definition is adopted in tourism management: “A tourist region is an area that tourists are interested in and that can serve them.

Considering the different approaches to defining a tourist region, let's formulate the following concept: «Tourist region - is an area that has the necessary tourist resources and conditions for the effective implementation of tourism activities, - which a image. «

Tourism zones are a type of sectoral zones (reflecting only one aspect of tourism) that can be described on a fundamental basis. In tourist areas, the district is defined as an area of ??recreational and tourist use. A number of authors consider the tourist district as a territorial combination of economically interconnected tourism enterprises specializing in tourist services, which allows them to successfully meet their needs using the existing natural and cultural-historical complexes of the area and its economic conditions.

The following signs of the district are distinguished in the recreational zone;

- Tourist-recreational resources – medical, tourist, sports, etc.
- Quality of tourist-recreational development of the area (developed, medium- or poorly developed area);
- The degree of openness of the district;
- Perspective of mastery.

Tourist district - this is an area, part of the region, owns tourist resources with certain signs of attractiveness, is provided with tourist infrastructure and tourism organizational system.

One or more tourist or tourist-recreational complexes are usually formed in the territory of each tourist region.

The regional approach is really important for the establishment of a tourism management system in the country. At present there is no unified approach to defining the tourist boundaries of territories. From a tourism management position, the most correct approach is to develop regional tourism within its administrative boundaries. However, this does not always coincide with natural boundaries, but is the most thorough and expedient. Within the boundaries of tourist regions, regional tourist complexes are being formed and formed, which can be combined into clusters for more efficient management and investment in tourism infrastructure.

Objective comprehensive assessment of tourism resources in all regions of the country should be the basis for domestic tourism development programs. The efficiency of the use of tourism resources can be increased only by establishing a state regulatory mechanism and supporting tourism activities in the country.

### ***List of references***

1. Nodar Grdzlishvili - «Regional Policy of EU Countries» Textbook 432 p. Publishing House «Universal» 2019.

2. Nodar Grdzlishvili - „Region-Economy, Politics, Management” Mon. 2020.

3. A. Devadze; N. Grdzlishvili - «Tourism in Georgia - Situation, Problems, Perspectives» Mon. 272 p. Tb. 2012.

4. Grdzlishvili N., Kvaratskhelia L. „METHODOLOGICAL FEATURES AND PROBLEMS OF ASSESSMENT OF TOURIST AND RECREATIONAL RESOURCES OF THE TERRITORY” VOL 3, No 60 (2020) Sciences of Europe (Praha, Czech Republic) pp.3-5.

5. L. Kvaratskhelia, M. Metreveli - natural recreational resources and prospects of their use. In monograph»natural resources of Tbilisi and prospects of theiruse» Georgian Technical University The Center Studying Productive Forces and Natural Resources of Georgia. Tbilisi 2012.

6. Investments - the foundation of tourism revival in Georgia. Scientific Journal «Law and Economics» # 4, p. 77-82. Tб. 2012.

7. «The role of branding in shaping the tourist attractiveness of the region». Georgian Academy of Business Sciences, International Scientific Reviewed Practical Journal «Moambe» , 20,2014. Pp.83-85.

8. «Georgian Tourism Strategy 2025» Georgian National Tourism Administration.

*В.В. Паневчик, канд. хим. наук, доцент*

*М.В. Самойлов, канд. техн. наук, доцент*

*В.В. Акулич, ассистент*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»*

*Минск (Беларусь)*

## **ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ**

Установление единых правил работы с документами в той или иной сфере деятельности вытекает из самой сути организации и управления.

Поскольку подавляющая часть управленческих действий нуждается в их фиксации, необходима эффективная система документационного обеспечения управления. Начиная с 1970-х гг., для обозначения комплекса работ с документами в организациях стал использоваться термин «документационное обеспечение управления (ДООУ)», связанный с созданием автоматизированных систем управления.

Не следует понимать делопроизводство и ДООУ как взаимоисключающие друг друга понятия. Делопроизводство – в большей степени формальное понятие (регламент, правило, условие, конструкция), жестко определяющее порядок работы с документами (инструкция по делопроизводству). Документационное обеспечение управления – понятие другого рода. Его суть – обеспечение процесса управления (принятия решения) документированной информацией, при этом включая в него аналитические компоненты, связь управленческих функций с документами, их обслуживающими.

Современные исследователи проблематики документационного обеспечения управления (ДООУ) сравнивают его с нервным центром организации – здесь накапливаются, хранятся и поддерживаются в рабочем состоянии информационные массивы, составляющие «память» организации.

Таким образом, на первое место выходят следующие три основные функции современной организации:

- *документационное обеспечение*, т.е. документирование процедур управления;
- *технологии документационного обеспечения коммуникации*;
- *организация учета и хранения документируемой информации* в оперативных и перспективных целях.

Использование новых информационных технологий позволяет усовершенствовать коммуникации, что в конечном итоге должно вести не только к повышению эффективности, но и изменению технологий ДООУ.

Особенно важна проблематика чёткого функционирования системы ДООУ для организаций, оказывающих логистические и транспортные услуги как на внутреннем, так и на внешнем рынках.