

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ПОТОЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Д. О. ГУЗЬ, кандидат економічних наук;

Н. Л. КУСИК, кандидат економічних наук, доцент

(Одеський національний університет імені І. І. Мечникова)

Анотація. *Мета* дослідження полягає в доповненні теоретико-методичних засад щодо оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі в сучасних умовах господарювання. У статті обґрунтовується методичний підхід оцінки поточної стратегії економічного розвитку з метою формування ефективної стратегії розвитку підприємств туристичної галузі, яка дозволить досягти значних конкурентних переваг і зміцнити позиції на ринку в умовах нестабільного розвитку національної економіки. **Методика дослідження.** *Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою таких загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: монографічне обстеження, узагальнення, систематизація, економіко-статистичний аналіз. Результати.* Запропоновано методичний підхід щодо оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі, який полягає у певній послідовності основних етапів оцінки: визначення груп критеріїв оцінки стратегії (якісні зміни та протидія ризикам), визначення критеріїв оцінки в кожній групі (ефективність діяльності підприємства та стійкість до фінансових і комерційних ризиків), оцінка показників за визначеними критеріями (рівень рентабельності; норма прибутку, коефіцієнт автономії; частка ринку підприємства за обсягом продажу). Наприкінці оцінки запропоновано визначити інтегральні показники за кожною групою критеріїв. Завершувати оцінку пропонується визначенням загального показника оцінки поточної стратегії економічного розвитку. Методичний підхід дозволяє проводити діагностику рівня поточної стратегії розвитку підприємств туристичної галузі за відповідною шкалою та розробляти управлінські заходи щодо її коригування. **Практична значущість результатів дослідження.** Упровадження запропонованого методичного підходу оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі дає можливість здійснити всебічний аналіз наявного розвитку туристичних підприємств з метою подальшого вдосконалення існуючої стратегії розвитку й ефективної її адаптації до вимог зовнішнього середовища. Це сприятиме стабільному функціонуванню підприємств туристичної галузі та забезпечить їм перспективи для розвитку.

Ключові слова: інтегральний показник, оцінка поточної стратегії, протидія ризикам, стратегія економічного розвитку, туристична галузь.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Інтенсивне зростання ролі туристичної галузі в економіці України свідчить про активний розвиток даної сфери та доцільність її активізації на території всієї держави. Проте розвиток українського туристичного ринку можна оцінити як нерівномірний, оскільки він характеризується складними динамічними процесами, орієнтованими на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем і постійну

мінливість внутрішнього. Ринок туристичних послуг – це сукупність підприємств різних галузей економіки, що здійснюють виробництво та реалізацію туристичного продукту. Отже, ефективно сформована стратегія економічного розвитку кожного підприємства туристичної галузі є основною передумовою ефективного функціонування та стійкого розвитку вітчизняного туристичного ринку. Однак формування ефективної стратегії економічного розвитку підприємства неможливе без усебічної оцінки його поточної стратегії розвитку, яка дозволяє

ідентифікувати її наявні можливості та вірогідні загрози. Адже результатом такої оцінки виступає розробка комплексу організаційно-методичних рекомендацій щодо вдосконалення поточної або формування нової стратегії економічного розвитку. Враховуючи вищезазначене, визначення науково-методичного підходу до оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі є особливо актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес формування і реалізації стратегій підприємств досліджували зарубіжні та вітчизняні вчені, такі як: І. Ансофф, І. О. Бланк, К. Ендрюс, Д. Дж. Колліс, Г. Мінцберг, М. Портер, А. А. Томпсон, А. Дж. Стрікленд, Б. І. Шелегада й ін. Аналіз літератури показує, що чітка, конкретна послідовність дій щодо формування та реалізації стратегії досі не відпрацьована. Показники оцінки стратегії розвитку підприємства були розглянуті в працях таких вчених: Л. П. Артеменко, Р. М. Грант, В. В. Ковальов, О. Р. Кривицька, С. А. Липовицька, О. М. Сніговець й ін. З метою оцінки рівня розвитку підприємств вчені розглядають різні методи, прийоми, моделі фінансового й економічного аналізу. Залежно від цілей стратегічного розвитку задля оцінки рівня розвитку підприємств доцільно обрати відповідну сукупність показників діяльності організації. Враховуючи існуючі дослідження, залишається необґрунтованою система показників оцінки стратегії розвитку підприємства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в доповненні теоретико-методичних засад щодо оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Оцінка поточної стратегії економічного розвитку відіграє важливу роль у стратегічному управлінні діяльністю підприємства. Вона допомагає встановити відповідність між тим, як сформована стратегія підприємства, і тим, що необхідно для ефективної її реалізації з урахуванням вимог зовнішнього середовища.

В умовах нестабільного розвитку національної економіки особливого значення набуває оцінка поточної стратегії економічного

розвитку для вітчизняних підприємств туристичної галузі. Це обумовлено тим, що ринок туристичних послуг гнучкий і відразу реагує на зміну туристичного попиту та пропозиції.

Формування ефективної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної сфери можливе лише за умови всебічного аналізу наявного розвитку в сучасних умовах господарювання під впливом дії чинників зовнішнього середовища. Стратегія економічного розвитку туристичних підприємств забезпечить досягнення їх значних конкурентних переваг і сприятиме зміцненню ринкових позицій в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Деякі вчені помилково ототожнюють поняття «стратегія» та «стратегія розвитку» [1–4]. Таке ототожнення робити недоцільно, оскільки стратегія – це досягнення в довгостроковому періоді поставлених цілей підприємства в напрямі росту та розвитку. Враховуючи те, що в науковій літературі існують багатоаспектні визначення поняття «стратегія економічного розвитку підприємства», запропонуємо власне його визначення, а саме: стратегія економічного розвитку підприємства – це чітко сформований план дій, які спрямовані на забезпечення позитивних якісних змін, а також на ефективну та своєчасну протидію економічним ризикам зовнішнього середовища. Тобто метою формування та реалізації стратегії економічного розвитку підприємства є: поява позитивних якісних змін у діяльності підприємства, що свідчить про наявність економічного розвитку; ефективна протидія ризикам зовнішнього середовища, що свідчить про можливість забезпечення стійкості економічного розвитку підприємства.

Метою оцінювання поточної стратегії економічного розвитку підприємства є формування результуючої інформації щодо розвитку підприємства, такої, що відповідає певним характеристикам і є корисною для управління розвитком підприємства з позицій прийняття рішень про забезпечення або підтримку цього розвитку. Досягнення мети оцінювання стратегії розвитку підприємства потребує виконання окремих завдань. Усі завдання, що необхідно вирішити, поділені на дві різні за змістом і призначенням групи:

1) організаційні (вибір інструменту оцінювання розвитку підприємства; налагодження вибраного інструменту, визначення необхідної первинної інформації);

2) імплементаційні (організація збору первинної інформації, формування проміжної та результуючої інформації, інтерпретація результатів оцінювання) [5].

У результаті проведеного теоретичного осмислення методологічних підходів різних наукових шкіл до формування та оцінки стратегії розвитку підприємства [6–9] визначимо основні етапи оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі (рис. 1).

На першому етапі оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі необхідно визначити декілька груп критеріїв оцінки. Враховуючи мету стратегії економічного розвитку підприємств, доціль-

ним є вибір таких двох груп критеріїв оцінки поточної стратегії розвитку: якісні зміни в діяльності підприємства; протидія ризикам зовнішнього середовища.

На другому етапі оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі необхідно визначити критерії оцінки в кожній групі. Як критерій оцінки першої групи доцільно запропонувати економічну ефективність діяльності туристичних підприємств. Адже саме вона свідчить про наявність якісних змін у діяльності такого підприємства. Як критерій оцінки другої групи слід запропонувати стійкість діяльності підприємств туристичної галузі до фінансових і комерційних ризиків.



Рис. 1. Етапи оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі

Дослідження існуючих наукових підходів до визначення видів економічних ризиків, що впливають на діяльність підприємства, дозволило згрупувати їх за сферою походження на такі види: фінансові, виробничі, демографічні, комерційні, геополітичні, природно-екологічні, соціально-політичні, адміністративно-законодавчі [4, 5, 9].

Враховуючи те, що серед туристичних підприємств переважають суб'єкти малого підприємництва, яким притаманні низький рівень фінансового забезпечення господарської діяльності та жорстка конкуренція з боку великих підприємств даної сфери, значну загрозу стійкому економічному розвитку туристичних підприємств становлять саме фінансові та комерційні ризики. Фінансові ризики загрожують їх фінансовій стійкості та платоспроможності. Що стосується комерційних ризиків, то в сучасних умовах господарювання туристичних підприємств найбільш небезпечним їх проявом виступає жорстка конкуренція. Отже, фінансові та комерційні ризики є особливо актуальними для туристичних підприємств і доцільно їх розглянути у вигляді зниження фінансової стійкості та негативного впливу конкуренції.

На третьому етапі оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі необхідно оцінити показники за обраними критеріями. Щоб зробити висновок про рівень ефективності діяльності підприємства, отриманий прибуток необхідно порівняти з понесеними витратами. У результаті дослідження показників, що характеризують ефективність діяльності підприємства, доцільним є застосування таких показників: рівень рентабельності; норма прибутку [9, 10].

У сучасних умовах господарювання основною умовою виживання та економічного розвитку підприємства виступає його фінансова стійкість, яка надає підприємству можливість своєчасно реагувати на несподівані зміни ринкового середовища. Одним із найбільш важливих показників, що характеризують рівень фінансової стійкості підприємства, виступає показник фінансової автономії. Отже, значення показника фінансової автономії підприємств туристичної галузі буде свідчити про рівень їх протидії фінансовим ризикам. Показником, що буде свідчити про рівень протидії туристичних підприємств комерційним ризикам,

виступатиме їх ринкова частка за обсягом продажу. Частка ринку підприємства свідчить про результати конкурентної боротьби, фіксує ступінь домінування підприємства на ринку, його можливості впливати на структуру й обсяги попиту та пропозиції, ціни та динаміку ринку в цілому [10].

Враховуючи зазначене вище, у процесі оцінювання поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі, з метою достовірного визначення рівня їх економічної ефективності та стійкості до фінансових і комерційних ризиків, доцільно використовувати такі показники: рівень рентабельності; норма прибутку; коефіцієнт автономії; частка ринку підприємства за обсягом продажу. Перелічені показники будуть розраховані на основі даних господарської діяльності туристичних підприємств, а також проаналізовані з метою надання достовірної оцінки їх поточної стратегії розвитку. Залежно від отриманих результатів такої оцінки доцільно сформулювати дієві й актуальні для окремо взятого туристичного підприємства управлінські рекомендації щодо удосконалення його поточної стратегії економічного розвитку.

На четвертому етапі оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі необхідно розрахувати інтегральні показники за кожною групою критеріїв, а саме: якісні зміни та протидія ризикам.

Інтегральний показник ефективності діяльності туристичного підприємства слід розраховувати за такою формулою:

$$i_{c_1} = \sqrt{P \cdot H_p}, \quad (1)$$

де i_{c_1} – інтегральний показник ефективності діяльності туристичного підприємства;

P – стандартизований рівень рентабельності підприємства;

H_p – стандартизована норма прибутку підприємства.

Інтегральний показник стійкості туристичного підприємства до фінансових і комерційних ризиків розраховується за такою формулою:

$$i_{c_2} = \sqrt{K_a \cdot \chi_p}, \quad (2)$$

де i_{c_2} – інтегральний показник стійкості туристичного підприємства до фінансових і комерційних ризиків;

K_a – стандартизований коефіцієнт автономії підприємства;

$Ч_p$ – стандартизована частка ринку підприємства за обсягом продажу.

На п'ятому етапі оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі необхідно визначити загальний показник оцінки поточної стратегії економічного розвитку.

У результаті аналізу підходів різних вчених [6–9] до оцінки стратегії розвитку підприємства запропоновано визначити рівень оцінки поточної стратегії розвитку підприємств туристичної галузі на основі розрахунку загального показника оцінки поточної стратегії розвитку за допомогою таких критеріїв, як: ефективність діяльності туристичного підприємства та стійкість туристичного підприємства до фінансових і комерційних ризиків. Вказаний показник доцільно розраховувати за допомогою інтегральних показників ефективності діяльності підприємства та стійкості до фінансових і комерційних ризиків.

Загальний показник оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі розраховується за формулою:

$$I_{\text{заг.}} = \sqrt{i_{c_1} i_{c_2}}, \quad (3)$$

де $I_{\text{заг.}}$ – загальний показник оцінки поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі.

Залежно від рівня оцінки поточної стратегії економічного розвитку туристичні підприємства можна розподілити на три групи: з високою, з середньою та з низькою оцінками (табл. 1).

Проведена оцінка поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі дозволяє проаналізувати притаманні їм особливості господарської діяльності та стратегії розвитку. На базі отриманої характеристики поточної стратегії розвитку необхідно сформулювати управлінські рекомендації щодо її вдосконалення з метою забезпечення стійкого економічного розвитку в довгостроковому періоді.

Таблиця 1

Шкала рівнів поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі

Рівні поточної стратегії	Характеристика поточної стратегії	Рекомендації щодо вдосконалення поточної стратегії
<i>Висока</i>	Оцінка поточної стратегії економічного розвитку підприємств туристичної галузі засвідчує, що стратегія розвитку підприємства сформована ефективно, є дієвою та гарантує йому стійкий і стрімкий розвиток	З метою підтримання стійкого економічного розвитку підприємствам з таким рівнем оцінки необхідно проводити постійну оцінку стратегії їх економічного розвитку протягом усього періоду її реалізації з метою своєчасного виявлення можливих відхилень та швидкого реагування
<i>Середня</i>	Оцінка поточної стратегії економічного розвитку підприємства туристичної сфери засвідчує наявність суттєвих недоліків у стратегії розвитку та, як наслідок, її неефективність, що призводить до незначного та повільного розвитку такого підприємства	Підприємствам з таким рівнем оцінки поточної стратегії розвитку доцільно здійснити всебічний аналіз їх господарської діяльності та ліквідувати існуючі слабкі сторони, а також розробити ефективні управлінські рекомендації щодо вдосконалення поточної стратегії економічного розвитку
<i>Низька</i>	Оцінка поточної стратегії економічного розвитку підприємства туристичної галузі засвідчує низьку ефективність стратегії розвитку, яка в результаті її реалізації не призводить до економічного розвитку туристичного підприємства	Підприємствам з таким рівнем оцінки необхідно переглянути їх цілі та завдання, а також можливості та загрози. У результаті отриманої інформації такі туристичні підприємства повинні сформувати нову ефективну стратегію економічного розвитку

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Нестабільність бізнес-середовища зумовлює необхідність ретельного обґрунтування стратегії економічного розвитку

підприємств туристичної галузі та створення умов для її ефективної реалізації. Запропонований науково-методичний підхід до оцінки поточної стратегії економічного розвитку дає можливість здійснити всебічний аналіз на-

явного розвитку туристичних підприємств з метою подальшого вдосконалення існуючої стратегії розвитку й ефективної її адаптації до вимог зовнішнього середовища.

Оскільки переважною частиною учасників вітчизняного ринку туристичних послуг є такі суб'єкти, як туристичні агенти, застосування запропонованого науково-методичного підходу до оцінки їх поточної стратегії економічного розвитку є особливо актуальним у сучасних умовах господарювання. Такі туристичні підприємства в переважній більшості є суб'єктами малого бізнесу й особливо залежать від впливу негативних загроз зовнішнього середовища. Успішне впровадження даного підходу дозволить підприємствам туристичної галузі ефективно функціонувати та досягти економічного розвитку, що сприятиме забезпеченню розвитку туристичної галузі України в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коллис Д. Дж. Корпоративная стратегия. Ресурсный подход / Д. Дж. Коллис, С. А. Монгомери ; пер. с англ. под ред. Ю. Кострубова. – Москва : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. – 400 с.
2. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел ; пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского. – Санкт Петербург : Питер, 2000. – 330 с.
3. Эндрюс К. Концепция корпоративной стратегии / К. Эндрюс, Р. Ирвин ; пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского. – Санкт Петербург : Питер, 2001. – 688 с.
4. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – Москва : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
5. Погорелов Ю. С. Оцінювання та моделювання розвитку підприємства : монографія / Ю. С. Погорелов. – Луганськ : Глобус, 2010. – 512 с.
6. Артеменко Л. П. Підвищення стратегічного потенціалу як напрям стратегічного розвитку підприємства / Л. П. Артеменко, О. І. Фурсік // Ефективна економіка. – 2014. – № 1. – С. 15–19.
7. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк. – Киев : МП ИТЕМ ЛТД, 1995. – 448 с.
8. Грант Р. М. Современный стратегический анализ / Р. М. Грант ; пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова. – Санкт Петербург : Питер, 2008. – 560 с.
9. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер ; пер. с англ. под ред. И. Мишнервина. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 452 с.
10. Левченко Ю. Г. Методичні підходи до визначення ефективності господарської діяльності підприємства / Ю. Г. Левченко, Н. А. Шекмар // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. : Економіка. – 2011. – Вип. 32. – С. 130–136.

REFERENCES

1. Kollis, D. Dzh. & Montgomery, S. A. (2007). *Korporativnaja strategija. Resursnyj podhod [Corporate strategy. Resource approach]*. (Yu. Kostrubova, Trans.). Moscow : ЗАО «Olimp-Biznes» [in Russian].
2. Mincberg, G., Al'strjend, B. & Ljempel, Dzh. (2000). *Shkoly strategij [School of Strategy]*. (Yu. Kapturevskogo, Trans.). Sankt-Peterburg : Piter [in Russian].
3. Jendrjus, K. & Irvin, R. (2001). *Koncepcija korporativnoj strategii [Corporate strategy concept]* (Yu. Kapturevskogo, Trans.). Sankt-Peterburg : Piter [in Russian].
4. Tompson, A. A. & Striklend, A. Dzh. (1998). *Strategicheskij menedzhment. Iskusstvo razrabotki i realizacii strategii [Strategic management. The art of developing and implementing a strategy]*. (L. G. Zajceva & M. I. Sokolovoj, Trans.) Moscow : Banki i birzhi, JuNITI [in Russian].

5. Pogorelov, Yu. S. (2010). *Otsiniuvannia ta modeliuvannia rozvytku pidpriemstva [Assessment and modeling of enterprise development]*. Luhansk : Hlobus [in Ukrainian].
6. Artemenko, L. P. & Fursik, O. I. (2014). Pidvyshchennia stratehichnoho potentsialu yak napriam stratehichnoho rozvytku pidpriemstva [Increasing strategic potential as a direction of strategic enterprise development]. *Efektivna ekonomika – An efficient economy*, 1, 15–19 [in Ukrainian].
7. Blank, I. A. (1995). *Investicionnyj menedzhment [Investment management]*. Kyiv : MP ITEM LTD [in Ukrainian].
8. Grant, R. M. (2008). *Sovremennyj strategicheskij analiz [Modern strategic analysis]* (V. N. Funtova, Trans.) Sankt-Peterburg : Piter [in Russian].
9. Porter, M. (2005). *Konkurentnaja strategija: Metodika analiza otraslej i konkurentov [Competitive Strategy: Methodology for Analysis of Industries and Competitors]*. (I. Minervina, Trans.) Moscow : Al'pina Biznes Buks [in Russian].
10. Levchenko, Yu. H. & Shekmar, N. A. (2011). Metodychni pidkhody do vyznachennia efektyvnosti hospodarskoi diialnosti pidpriemstva [Methodical approaches to determining the efficiency of economic activity of the enterprise]. *Naukovyi visnyk uzhhorodskoho universytetu. Ser. Ekonomika – Scientific Bulletin of Uzhgorod University. Economy Series*, 32, 130–136 [in Ukrainian].

Д. А. Гудзь, кандидат экономических наук; **Н. Л. Кусик**, кандидат экономических наук, доцент (Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова). **Методические аспекты оценки текущей стратегии экономического развития предприятий туристической отрасли.**

Аннотация. Цель исследования заключается в дополнении теоретико-методических основ оценки текущей стратегии экономического развития предприятий туристической отрасли в современных условиях хозяйствования. В статье обосновывается методический подход оценки текущей стратегии экономического развития с целью формирования эффективной стратегии развития предприятий туристической отрасли, которая позволит достичь значительных конкурентных преимуществ и укрепить позиции на рынке в условиях нестабильного развития национальной экономики. **Методика исследования.** Решение поставленных в статье задач осуществлено с помощью таких общенаучных и специальных методов исследования: монографическое исследование, обобщение, систематизация, экономико-статистический анализ. **Результаты.** Предложен методический подход к оценке текущей стратегии экономического развития предприятий туристической отрасли, который заключается в определенной последовательности основных этапов оценки: определение групп критериев оценки стратегии (качественные изменения и противодействие рискам), определение критериев оценки в каждой группе (эффективность деятельности предприятия и устойчивость к финансовым и коммерческим рискам), оценка показателей по определенным критериям (уровень рентабельности, норма прибыли, коэффициент автономии, доля рынка предприятия по объему продаж). В конце оценки предлагается определить интегральные показатели по каждой группе критериев. Завершить оценку предлагается определением общего показателя оценки текущей стратегии экономического развития. Методический подход позволяет проводить диагностику уровня текущей стратегии развития предприятий туристической отрасли по соответствующей шкале и разрабатывать управленческие меры по ее корректировке. **Практическая значимость результатов исследования.** Внедрение предложенного методического подхода оценки текущей стратегии экономического развития предприятий туристической отрасли дает возможность осуществить всесторонний анализ имеющегося развития туристических предприятий с целью дальнейшего совершенствования существующей стратегии развития и эффективной ее адаптации к требованиям внешней среды. Это будет способствовать стабильному функционированию предприятий туристической отрасли и обеспечит им перспективы для развития.

Ключевые слова: интегральный показатель, оценка текущей стратегии, противодействие рискам, стратегия экономического развития, туристическая отрасль.

D. Huz, Candidate of Sciences in Economics; **N. Kusyk**, Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor (Odessa I. I. Mechnikov National University). **Methodological aspects of assessing the current strategy for the economic development of tourism enterprises.**

Annotation. Purpose the article is to supplement the theoretical and methodological foundations for assessing the current strategy for the economic development of tourism enterprises in modern economic conditions. The article substantiates the methodological approach for assessing the current strategy of economic development in order to form an effective strategy for the development of tourism industry enterprises, which will achieve significant competitive advantages and strengthen market positions in the unstable development of the national economy. **Methodology of research.** The solution of the targets posed in the article was carried out using such general scientific and special research methods as: monographic survey, generalization, systematization, economic and statistical analysis. **Findings.** It is proposed a methodological approach to assessing the current strategy for the economic development of tourism enterprises, which consists in a certain sequence of the main stages of the assessment: definition of groups of criteria for evaluating the strategy (qualitative changes and counteraction to risks), determination of evaluation criteria in each group (efficiency of the enterprise and resistance to financial and commercial risks), assessment of indicators according to certain criteria (level of profitability, profit margin, coefficient of autonomy, market share of the enterprise by sales volume). At the end of the assessment, it is proposed to determine the integral indicators for each group of criteria. It is proposed to complete the assessment by defining a general indicator for evaluating the current strategy for economic development. The methodological approach allows you to diagnose the level of the current development strategy of the tourism industry enterprises on an appropriate scale, and to develop management measures to adjust it. **Practical value.** Implementation of the proposed methodological approach to assessing the current strategy for the economic development of tourism enterprises makes it possible to carry out a comprehensive analysis of the existing development of tourism enterprises with the aim of further improving the existing development strategy and its effective adaptation to the requirements of the external environment. This will contribute to the stable functioning of tourism enterprises and provide them with prospects for development.

Keywords: integral indicator, assessment of current strategy, risk management, economic development strategy, tourism industry.