

УДК 657

Т. В. Момонт,

*к.е.н., старший викладач кафедри фінансів**Житомирська філія**ПВНЗ "Київський інститут бізнесу та технологій" ТОВ*

## АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

*У статті автором визначається сутність процесу диверсифікації через її видovu класифікацію. Запропоновано напрями економічного аналізу для оперативної та стратегічної диверсифікації туристичного підприємства.*

*Проведено дослідження дефініційних визначень "диверсифікаційного потенціалу". Визначено можливості здійснення оцінки диверсифікаційного потенціалу та визначення ефективності процесів диверсифікації.*

*Представлено показники оцінки складових диверсифікаційного потенціалу туристичного підприємства. Доведено, що складовими диверсифікаційного потенціалу є економічний, технологічний, фінансовий, кадровий та ринковий ресурси. Визначено показники ефективності процесів диверсифікації діяльності туристичного підприємства в різних сферах діяльності.*

*Запропоновано для використання групи показників ефективності диверсифікації діяльності туристичного підприємства, а саме економічні, соціальні та екологічні.*

*Ключові слова: туристичне підприємство, диверсифікація, диверсифікаційний потенціал, оцінка диверсифікаційного потенціалу, ефективність.*

**Постановка проблеми.** Забезпечення ефективного проходження процесу диверсифікації діяльності на туристичному підприємстві можливо тільки за умови належної організації та постійного контролю за дотриманням основних

його етапів. Здійснити це можливо тільки за умови належного інформаційного забезпечення та своєчасного проведення економічного аналізу.

Туристичні підприємства обирають диверсифікаційну стратегію розвитку, як правило, у випадку знаходження у кризовому стані. Проте, залежно від мети, туристичне підприємство обирає і різні заходи щодо її здійснення. В сучасних умовах найчастіше відбувається поєднання стратегічної та оперативної диверсифікації. Таке поєднання обумовлено часовими рамками. Як правило, здійснення стратегічної диверсифікації може тривати протягом декількох місяців. За більш короткий строк не можливо виконати завдання даного виду диверсифікації – вивчити галузь, оцінити її поточний стан, визначити місце туристичного підприємства на ринку та оцінити його конкурентоспроможність.

**Аналіз останніх джерел та публікацій.** Питання аналітичного забезпечення процесу диверсифікації, зокрема оцінки диверсифікаційного потенціалу (або потенціалу диверсифікації) протягом останніх років піднімається в працях все більшої кількості науковців. Автори досліджують як питання оцінки диверсифікаційного потенціалу виключно щодо виробничої діяльності, так і щодо окремих галузей.

Конкретизуємо науковців, які працюють над зазначеною проблемою, до них відносяться Манохіна Є. Е. [1], Єремїна Є. В. [2], Саух І. В. [3], Стрельчук Є. М. [4], Калугїна Н. А. [4] та інші. Для підприємств туристичної сфери питання кількісної оцінки диверсифікаційного потенціалу залишається до цього часу невирішеним і потребує подальшого опрацювання, вимагає більш глибокого дослідження та узагальнення.

**Мета дослідження.** Метою статті є дослідження методики аналітичного забезпечення процесу диверсифікації, в частині оцінки диверсифікаційного потенціалу і визначення його ефективності, та обґрунтування можливості її застосування на підприємствах туристичної індустрії.

**Виклад основного матеріалу.** Реалізація завдань оперативної диверсифікації, на думку Манохіної Є. Е., здійснюється за рахунок внутрішніх

© Момонт Т. В.

джерел та передбачає оперативну зміну номенклатури туристичних продуктів та послуг, створюючи тим самим передумови проведення стратегічної диверсифікації [1, с.9].

Таким чином, оперативна диверсифікація доволі часто передує стратегічній, яка потребує значно ширшого переліку інструментів та витрат часу. Проте за умови успішної реалізації першого виду диверсифікації у туристичного підприємства є можливість для реалізації мети зі значно глибшими перетвореннями.

Мета диверсифікації і визначає напрями економічного аналізу (таблиця 1). Так, визначено необхідність в ході оперативної диверсифікації здійснити аналіз ліквідності та платоспроможності (на момент впровадження та на завершення реалізації програми диверсифікації), а також визначити ефективність діяльності диверсифікованого туристичного підприємства.

Стратегічна диверсифікація передбачає значно ширший перелік показників для оцінки доцільності її проведення та результативності.

Таблиця 1

### Запропоновані напрями економічного аналізу для оперативної та стратегічної диверсифікації туристичного підприємства

Вид диверсифікації	Мета	Напрями економічного аналізу
1	2	3
Оперативна	Покращення ліквідності туристичного підприємства	Аналіз ліквідності та платоспроможності
		Аналіз ефективності діяльності диверсифікованого підприємства
Стратегічна	Проведення глибоких, обумовлених зовнішнім середовищем, внутрішніх перетворень	Аналіз туристичної галузі
		Оцінка диверсифікаційного потенціалу
		Аналіз ефективності діяльності диверсифікованого підприємства
		Оцінка ефективності диверсифікації

*\*Джерело: Розроблено автором.*

Якщо окремі напрями економічного аналізу, який здійснюється в ході диверсифікації, не викликають жодних питань, оскільки здійснюються в рамках нормальної діяльності будь-якого підприємства, а їх методики є

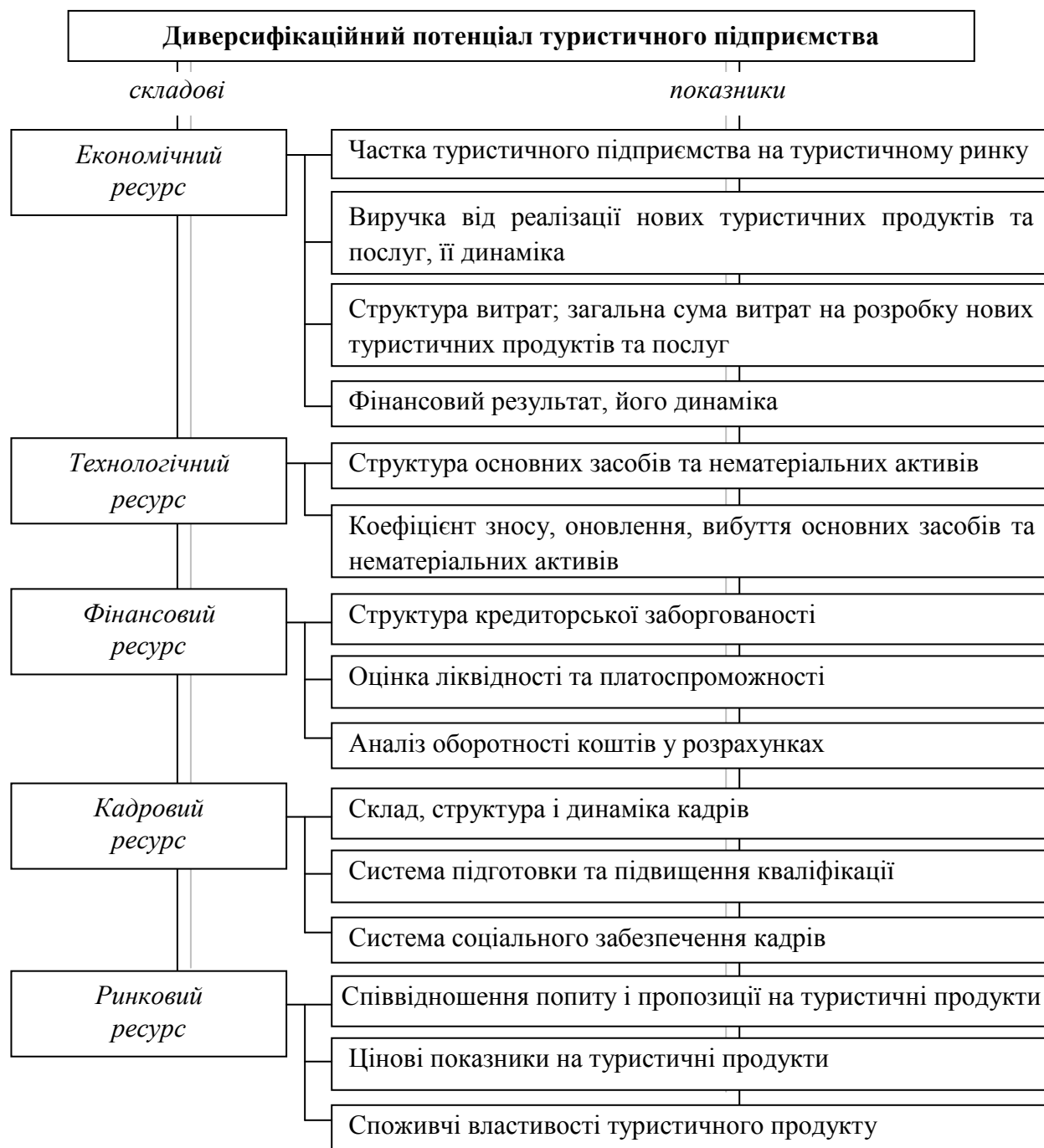
загальноприйнятими, то такі напрями, як оцінка диверсифікаційного потенціалу та оцінка ефективності диверсифікації потребують глибокого дослідження.

У сучасній науковій літературі існує різнобічність поглядів на визначення наукових підходів, покладених в основу композиції, принципів формування потенціалу, їх взаємозв'язку та взаємозалежності елементів структури [3]. Так, Саух І. В. в [3] стверджує, що потенціал підприємства є слабо структурованою системою, оскільки структура його відома лише частково. Проте, незважаючи на різноманітність підходів до проведеного дослідження, практично всі автори однакові в частині трактування поняття «диверсифікаційний потенціал» як наявних у підприємства можливостей щодо забезпечення в межах реалізації стратегії диверсифікаційного розвитку позитивних значень фінансово-господарських показників.

На думку Єреміної Є. В., диверсифікаційний потенціал являє собою сукупність наявних у підприємства ресурсів – організаційно-економічних, технологічних, кадрових, фінансових і кон'юнктурних (ринкових), які при реалізації обраної стратегії диверсифікації забезпечують її ефективність у вигляді підвищення конкурентоспроможності підприємства [2, с. 15]. Дане визначення та обґрунтування наведених видів ресурсів диверсифікації нами взяті за основу для подальшого дослідження.

Таким чином, диверсифікаційний потенціал включає в себе різноманітний склад ресурсів, для оцінки яких необхідно використовувати різноманітні показники, як комплексні, так і індивідуальні. Враховуючи наведене Є. В. Єреміною поняття «диверсифікаційний потенціал», його складові частини, а також особливості діяльності туристичних підприємств, такі показники можна представити наступним чином (рис. 1).

Як бачимо, оцінка диверсифікаційного потенціалу доволі трудомістка, оскільки передбачає визначення як кількісних, так і якісних показників. Саме тому непросто узагальнити наведені складові диверсифікаційного потенціалу у вигляді єдиного показника.



**Рис. 1.** Показники оцінки складових диверсифікаційного потенціалу туристичного підприємства

\*Джерело: Розроблено автором.

Проте вважаємо, що це можливо здійснити за допомогою показника оцінки диверсифікаційного потенціалу туристичного підприємства (DP):

$$DP = r1 * E + r2 * T + r3 * F + r4 * P + r5 * M \quad (1), \text{ де:}$$

E – загальний показник економічного ресурсу;

T – загальний показник технологічного ресурсу;

F – загальний показник фінансового ресурсу;

P – загальний показник кадрового ресурсу;

M – загальний показник ринкового ресурсу;

$r_1 \dots r_5$  – коефіцієнт відносної важливості кожного ресурсу диверсифікаційного потенціалу.

Визначення загальних показників для кожного складового ресурсу може відбуватися за наведеними показниками (рис. 1). Конкретний вибір показників для оцінки того чи іншого виду ресурсу диверсифікаційного потенціалу визначається призначеною керівництвом групою з диверсифікації. Залежатиме він від обраного напрямку диверсифікації та методів її реалізації.

Група з диверсифікації туристичного підприємства експертним методом до початку здійснення обраної стратегії повинна:

- визначити перелік показників для оцінки кожного ресурсу диверсифікаційного потенціалу;
- закріпити значення для кожного показника в межах визначених значень для ресурсу;
- обґрунтувати коефіцієнти відносної важливості для кожного ресурсу диверсифікаційного потенціалу туристичного підприємства;
- узагальнити шкалу результатів диверсифікаційного потенціалу.

Слід також зазначити, що оцінку диверсифікаційного потенціалу туристичного підприємства можна здійснювати на основі одного показника для кожного ресурсу, вибір якого знову включається до складу обов'язків групи з диверсифікації. Звичайно, що за такого підходу значення є досить наближеним, оскільки зростають ризики похибки у виборі показників.

Узагальнюючи результати проведеного дослідження на підприємствах сфери туризму Житомирської області, нами визначено такі показники, які можуть характеризувати диверсифікаційний потенціал туристичного підприємства в конкретний момент, зокрема для оцінки:

- економічного ресурсу використовувати виручку від реалізації нових туристичних продуктів (якщо програма диверсифікації спрямована на продукт) або показник фінансового результату за попередній рік;
- технологічного ресурсу – коефіцієнт зносу основних засобів;
- фінансового ресурсу – коефіцієнт автономії;
- кадрового ресурсу – показник перспективності структури кадрів;
- ринкового ресурсу – узагальнюючий показник споживчих властивостей туристичного продукту.

Проте перелік даних показників для туристичних підприємств може зазнавати змін у випадку зміни концентрації диверсифікації діяльності. Максимальне значення кожного показника визначається в числових межах, визначених для кожного виду ресурсу диверсифікаційного потенціалу.

Обґрунтування коефіцієнтів відносної важливості для кожного ресурсу диверсифікаційного потенціалу туристичного підприємства повністю покладається на обов'язки групи з диверсифікації. В даному випадку слід враховувати, який саме напрям диверсифікації обрано. Так, концентрична диверсифікація вимагає врахування технологічних і економічних ресурсів, горизонтальна диверсифікація – економічних, кадрових та фінансових ресурсів, конгломератна диверсифікація – всіх названих груп ресурсів. І в обов'язковому порядку при будь-якому напрямі диверсифікації спочатку повинна бути врахована кон'юнктура туристичного ринку. Без наявності на цьому ринку підвищеної кон'юнктури (попит більше пропозиції) диверсифікація не має сенсу і є, навіть, руйнівною для підприємства, оскільки витрачені при цьому ресурси, цілком ймовірно, не окупляться при спробі реалізувати туристичний продукт.

Крім того, значна складність при здійсненні оцінки полягає в інформаційному забезпеченні – використовується різноманітна інформація як за джерелами утворення, так і за видами. Саме тому основна складність полягає у зборі інформації, оскільки не вся вона може бути наявна у відкритому доступі.

Зокрема, це стосується аналізу туристичної галузі, при здійсненні якої необхідно не тільки володіти основними актуальними показниками (а, як правило, на офіційних сайтах інформація щодо основних показників наводиться недостатньо оперативно) по галузі, але й також мати основні дані щодо вибраної бази порівняння – підприємства, яке посідає лідируючі позиції в галузі. Середньогалузеві показники, які також можуть використовуватися в ході даного аналізу, не враховують загрози, що можуть нести окремі потенційні конкуренти.

Наступним напрямом нашого дослідження є оцінка ефективності диверсифікації. Поняття «ефективність» є багатограними, включає в себе багато складових; зокрема, серед форм прояву ефективності визначають технологічну, соціальну, господарську, узагальнюючу процес суспільного відтворення в цілому, локальну (окремих регіонів), часткову (окремих економічних факторів, окремих фаз відтворення) та інші її види.

На сьогодні склалося дві позиції щодо підходів до оцінки результатів диверсифікації. Так, прихильники однієї вважають диверсифікацію «доконаним фактом» і розглядають головним чином фактори, що визначають ефективність роботи диверсифікованих компаній. Прихильники іншого напрямку вважають, що сама диверсифікація є потужним засобом підвищення ефективності, і основну увагу приділяють вивченню умов, при яких диверсифікація веде до відчутного поліпшення показників діяльності підприємств.

Відповідно до першого напрямку, аналіз численних досліджень дозволяє виділити фактори, які найбільш часто наводяться серед основних, що визначають ефективність диверсифікованих компаній:

- здатність домагатися реального синергетичного ефекту в різних видах діяльності;
- ретельна підготовка диверсифікації, її стратегічної фінансової оцінки альтернатив.

Що стосується впливу самої диверсифікації на ефективність, дослідники зосередили зусилля переважно на перевірці двох гіпотез:

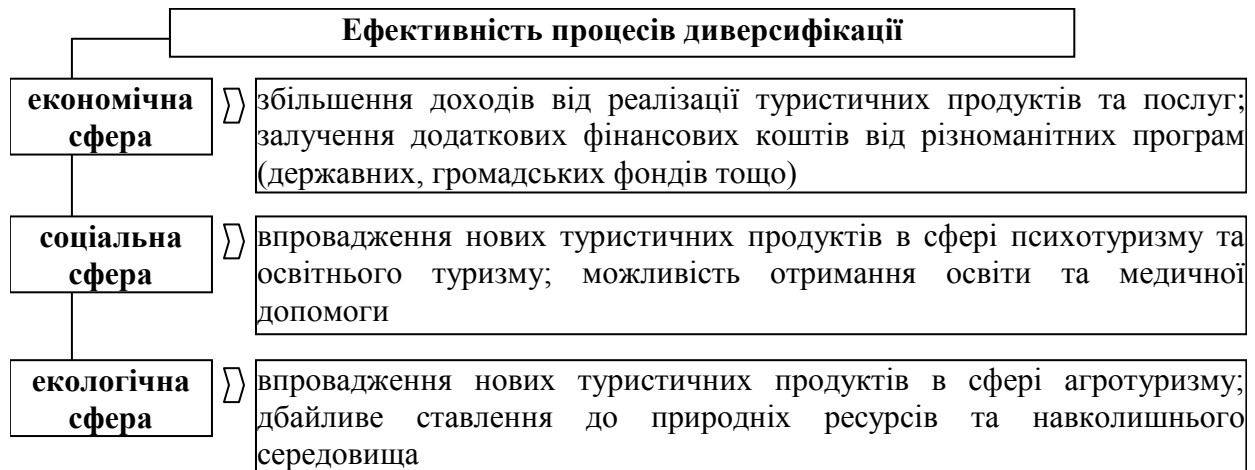


- диверсифікація робить позитивний вплив на економічний і фінансовий стан підприємств;
- ефект диверсифікації в значній мірі залежить від вибору напрямку (вертикальна інтеграція, диверсифікація на базі існуючих видів діяльності, утворення конгломератів). Саме диверсифікація стимулює прагнення підприємств в умовах конкуренції зміцнити свій стан на ринку, своєчасно відреагувати на зміну економічної кон'юнктури, забезпечити ефективність своєї діяльності.

Вважаємо, що позитивний ефект підходів до управління процесами диверсифікації може бути оцінений позитивними наслідками диверсифікації в таких сферах, як економічна, соціальна та екологічна (рис. 2).

Саме сумарний вплив дозволяє визначити ступінь ефективності диверсифікації діяльності туристичного підприємства. Обов'язковою умовою забезпечення дієвості диверсифікації в існуючій ситуації в країні є дотримання чітких етапів її організації.

Серед проблемних питань оцінки ефективності диверсифікації слід визначити той факт, що критерії та підходи, які пропонуються західними науковцями, не відповідають умовам здійснення діяльності вітчизняними підприємствами. Більшість досліджень, які здійснені в цьому напрямі, не мають прив'язки до сфери діяльності підприємства, зокрема до суб'єктів туристичної індустрії. Крім того, ускладнює процес диверсифікації нерозробленість концепції оцінки її результатів, фактична відсутність загальноприйнятої методики.



*Рис. 2. Визначення ефективності процесів диверсифікації діяльності туристичного підприємства в різних сферах*

Проведене нами дослідження дозволяє говорити не тільки про економічну ефективність, але й соціальну та екологічну.

Як правило, економічна ефективність визначається шляхом порівняння результатів від впровадження диверсифікаційних процесів (доходів від реалізації нових туристичних продуктів) та витрат, які були понесені в ході їх здійснення:

$$EE = \frac{I}{C} \quad (2), \text{ де:}$$

EE – економічна ефективність диверсифікації;

I – доходи від впровадження диверсифікаційних процесів;

C – витрати, понесені в ході здійснення диверсифікаційних процесів

Значення даного показника доволі легко описати за допомогою граничних значень:

$EE > 1$  – витрати є меншими за отримані в ході здійснення диверсифікації доходи, що свідчить про її високу ефективність;

$EE = 1$  – витрати на здійснення диверсифікаційних процесів повністю покриваються за рахунок отриманих від таких процесів доходів;

$EE < 1$  – витрати переважають над отриманими в ході диверсифікації доходами, що свідчить про неефективність впроваджених заходів.

Проте, на нашу думку, використання тільки даного показника не дозволяє в повній мірі оцінити економічну ефективність процесів диверсифікації. Адже мета диверсифікаційних процесів враховує багато інших аспектів, які також слід оцінити. Крім того, на початкових етапах диверсифікації витрати (які заплановано понести саме на початку процесу) можуть переважати над отриманими доходами (значна сума яких, як правило, отримуються наприкінці реалізації диверсифікаційної стратегії).

Взагалі ми вважаємо, що економічну ефективність слід визначати, в першу чергу, не відносними показниками, а абсолютними. Зокрема основними показниками повинні стати сума виручки від реалізації та сума прибутку.

Проте при визначенні економічної ефективності діяльності туристичного підприємства слід також враховувати показники, що характеризують фінансовий стан підприємства, зокрема показники фінансової стійкості, платоспроможності.

Визначаючи необхідність врахування при оцінці диверсифікації соціальної складової, Є. М. Стрельчук, Н. А. Калугіна визначають критерії, яким повинен відповідати перелік показників:

- відповідність потребам стійкого, збалансованого розвитку підприємства в усіх сферах господарювання та функціонування;
- врахування ступеня використання ринкових можливостей;
- прийнятність рівня ризику, пов'язаного з реалізацією стратегії диверсифікації;
- відповідність реальним ресурсним можливостям туристичного підприємства;
- врахування потреб споживачів та необхідності надання послуг усім прошаркам населення, в тому числі соціально-незахищеним;
- відповідність вимогам щодо застосування сучасних технологій [4].

Науковці запропонували проводити оцінку ефективності диверсифікації діяльності телекомунікаційного підприємства на основі таких груп показників, як: економічні; стратегічні; ринкові; соціальні; технологічні.

**Показники ефективності диверсифікації діяльності туристичного підприємства**

Група показників	Показник	Характеристика
1	2	3
Економічні показники ефективності диверсифікації	Відносне вивільнення обігових коштів під час диверсифікації	Визначає суму вивільнення обігових коштів у результаті прискорення їх обігу
	Період окупності вкладених інвестицій в диверсифікацію	Час, протягом якого чисті прибутки від інвестицій в диверсифікацію відшкодовують понесені втрати
	Рентабельність діяльності	Скільки припадає прибутку від реалізації нового виду продукції диверсифікованого виробництва на одиницю витрат
	Ліквідність	Означає швидкість, з якою активи підприємства можна перетворити на гроші, зберігаючи його повну цінність та визначається як відношення оборотних активів до поточних зобов'язань
Соціальні показники ефективності диверсифікації	Ступінь задоволеності споживачів	Визначає рівень задоволеності споживачів. Визначається або шляхом опитування та встановлення частки задоволених споживачів, або за динамікою скарг та звернень споживачів
	Рівень скорочення цифрового розриву	Показує середній рівень забезпеченості споживачів послугами зв'язку
	Скорочення плинності кадрів	Свідчить про сталість кадрового складу, що позитивно впливає на продуктивність праці, емоційний клімат в колективі тощо
	Підвищення рівня зайнятості населення	Характеризує рівень скорочення безробіття за рахунок працевлаштування на туристичних підприємствах за рахунок диверсифікації, розширення діяльності та необхідності залучення додаткового персоналу
Екологічні показники ефективності диверсифікації	Кількість нових туристичних продуктів в сфері агротуризму	Показує кількість нових туристичних продуктів, спрямованих на дбайливе ставлення до природних ресурсів
	Чисельність туристів, які взяли участь в еко-турах	Показує чисельність туристів, які переймаються екологією середовища

*\*Джерело: Доповнено автором на основі [4].*

Вказані показники мають право на застосування саме для телекомунікаційних підприємств, проте щодо суб'єктів господарювання сфери туризму, то доцільним, виходячи з специфіки їх діяльності та видів туризму, є врахування економічних та соціальних, а також екологічних. Саме тому

вважаємо необхідним проводити оцінку ефективності диверсифікації діяльності туристичного підприємства за трьома групами показників (табл. 2).

Аналізуючи наведені показники, слід вказати, що значна частина з них є показниками, які характеризують якісні процеси, що практично не підлягають грошовій оцінці. Саме тому оцінку таких показників слід проводити за допомогою методу «Експертні оцінки».

Відповідно і вказати на певні граничні значення, які б спростили процедуру прийняття рішень за здійсненими процесами, так само не є можливим.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** На підставі вищевикладеного стверджуємо, що, безумовно, наведена система показників оцінки ефективності диверсифікації діяльності туристичних підприємств не є вичерпаною та може бути розширена, враховуючи види диверсифікації та заходи на кожному конкретному туристичному підприємстві.

Як бачимо, оцінка диверсифікаційного потенціалу туристичного підприємства, так само як і оцінка ефективності диверсифікації, є непростим процесом, який в переважній більшості випадків потребує використання методу «Експертних оцінок». Проте, розрахунок показників в ході диверсифікації за запропонованими показниками сприятиме підвищенню ефективності управління діяльністю туристичного підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Манохина Е.Э. Диверсификация производства как форма реализации стратегии промышленного предприятия в условиях кризиса [Текст]: авторефер. дис... к.э.н.: 08.00.05 / Е.Э. Манохина; Госуд. образ. учрежд. высшего проф. образ. «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов». – СПб, 2009. – 17 с.

2. Еремина Е.В. Организационно-методическое обеспечение диверсификации машиностроительных предприятий: автореф. дис. канд. экон.

наук: 08.00.05 [Текст] / Е.В. Еремина; ГОУ ВПО «Ивановский государственный университет». – Иваново, 2011. – 24 с.

3. Саух І. В. Фінансовий потенціал підприємства: принципи та особливості його формування // Бізнес Інформ. – 2015. – №1. – С. 258–262.

4. Стрельчук Є.М. Ефективність диверсифікації діяльності телекомунікаційного підприємства [Електронний ресурс] / Є.М. Стрельчук, Н.А. Калугіна // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 2. – С. 28-33. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch\\_2014\\_2\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2014_2_6).

## REFERENCES

1. Manokhyna E. E. (2009). *Dyversyfykatsiya proyzvodstva kak forma realizatsyy strategyy promyshlennoho predpriyatiya v usloviakh kryzysa* [*Diversification of production as a form of implementation of the industrial strategy of the enterprise in the conditions of crisis*]. Extended abstract of candidate's thesis. Sankt-Peterburh. [in Russian].

2. Eremyna E.V. (2011). *Orhanyzatsyonno-metodycheskoe obespechenye dyversyfykatsyy mashynostroytelnykh predpriyatiy* [*Organizational and methodological support the diversification of machine-building enterprises*]. Extended abstract of candidate's thesis. Ivanovo. [in Russian].

3. Saukh, I. V. (2015). *Finansovy potentsial pidpriemstva: pryntsypy ta osoblyvosti yoho formuvannia* [*The financial potential of the enterprise: the principles and features of its formation*]. *Biznes Inform – Bussines Inform*, 1, 258–262.

4. Strelchuk Ye. M. (2014). *Efektyvnist dyversyfikatsii diialnosti telekomunikatsiinoho pidpriemstva* [*The effectiveness of diversification telecommunications company*]. *Ekonomika: realii chasu - Economy: Realities time*, 2, 28-33. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch\\_2014\\_2\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2014_2_6).

## **МОМОНТ Т. В. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССА ДИВЕРСИФИКАЦИИ СУБЪЕКТОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ**

*В статье автором определяется сущность процесса диверсификации через ее видовую классификацию. Предложены направления экономического анализа для оперативной и стратегической диверсификации туристического предприятия. Проведено исследование дефиниционных определений "диверсификационного потенциала". Определены возможности осуществления оценки диверсификационного потенциала и определение эффективности процессов диверсификации. Представлены показатели оценки составляющих диверсификационного потенциала туристического предприятия. Доказано, что составляющими диверсификационного потенциала являются экономический, технологический, финансовый, кадровый и рыночный ресурсы. Определены показатели эффективности процессов диверсификации деятельности туристического предприятия в различных сферах деятельности. Предложены для использования группы показателей эффективности диверсификации деятельности туристического предприятия, а именно экономические, социальные и экологические.*

**Ключевые слова:** туристическое предприятие, диверсификация, диверсификационный потенциал, оценка диверсификационного потенциала, эффективность.

## **MOMONT T. ANALYTICAL SUPPORT OF DIVERSIFICATION OF BUSINESS TOURISM INDUSTRY**

*In the article the author defined the essence of the process of diversification through its species classification. Directions economic analysis for operational and strategic diversification of the tourism business. Research definitions of "diversification potential." Determined feasibility assessment diversification potential and determine the effectiveness of the processes of diversification. Presented indicators for assessing the potential components diversification of tourism enterprises. It is proved that there are elements of diversification potential economic,*

*technological, financial, human resources and market resources. Definition of performance processes diversification of tourism enterprises in various fields. Proposed for use of performance diversification of tourist enterprise, namely economic, social and environmental.*

**Keywords: travel company, diversification, diversification potential, assessment diversification potential, effectiveness.**

Стаття надійшла до редакції 03.08.2016 р.



## Авторська довідка

	Українською мовою	Англійською мовою
ПІБ/ Last name, first name	Момонт Тетяна Василівна	Momont Tetiana
Науковий ступінь/ Scientific degree	Кандидат економічних наук	PhD in Economics
Вчене звання/ Scientific rank	-	-
Посада/ Position	Старший викладач	lecturer
Установа/ Establishment	Житомирська філія Київського інституту бізнесу та технологій	Zhytomir branch of the Kiev Institute of Business and Technology