

# РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ТА РАНЖУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ УЧАСНИКІВ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ЯК ОСНОВА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО ПРОЕКТУВАННЯ ЇХ КЛАСТЕРНО-ІНТЕГРАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

КУНИЦІН С. В.

УДК 338.48.329.733

## Куницін С. В. Рейтингова оцінка та ранжування професійних учасників туристичного ринку як основа інституціонального проектування їх кластерно-інтеграційної взаємодії

Запропоновано ітеративне проведення рейтингування учасників туристичного ринку в рамках інформаційно-комунікаційного середовища взаємодії. Процедура ранжування орієнтована на якісні характеристики туристичного продукту, індикативні плани розвитку кластера та врахування економічних параметрів діяльності його учасників. Відмінністю пропозицій є введення контексту розгляду процедур рейтингування у відповідності до рівня архітекtonіки кластерного утворення. Доведено доречність застосування «хмарних технологій» та рефлексивного підґрунтя для формування системи показників.

**Ключові слова:** рейтингова оцінка, ранжування, туристичний ринок, кластерно-інтеграційна взаємодія.

**Рис.:** 3. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 9.

**Куницін Сергій Володимирович** – кандидат економічних наук, доцент, Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського (пр. Вернадського, 4, Сімферополь, 95007, Україна)

УДК 338.48.329.733

## Куницін С. В. Рейтинговая оценка и ранжирование профессиональных участников туристического рынка как основа институционального проектирования их кластерно-интеграционного взаимодействия

Предложено итеративное проведение рейтингования участников туристического рынка в рамках информационно-коммуникационной среды взаимодействия. Процедура ранжирования ориентирована на качественные характеристики туристического продукта, индикативные планы развития кластера и экономические параметры деятельности его участников. Отличительной особенностью является введение контекста рассмотрения процедур рейтингования в соответствии с уровнем архитектоники кластера. Доказана уместность применения «облачных технологий» и рефлексивной основы для формирования системы показателей.

**Ключевые слова:** рейтинговая оценка, ранжирование, туристический рынок, кластерно-интеграционное взаимодействие.

**Рис.:** 3. **Табл.:** 1. **Библ.:** 9.

**Куницін Сергей Владимирович** – кандидат экономических наук, доцент, Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского (пр. Вернадского, 4, Симферополь, 95007, Украина)

UDC 338.48.329.733

## Kunitsin S. V. The Rating Score and Ranking of Tourism Market Professional Participants for their Cluster-Integration Interaction Institutional Design

Creating ratings of the tourism market participants in an iterative mode in the information and communication environment interaction was suggested. Ranking procedure is focused on the qualitative characteristics of tourist product, indicative of the cluster development plans and taking into account economic parameters of its participants. The difference of the proposals is the introduction of the context of rating review procedures in accordance with the level of the architectonics of the cluster. We prove the relevance of «cloud computing» and the reflective framework for the formation of a system of indicators.

**Key words:** rating score, ranking, tourism market, cluster-integration interaction.

**Pic.:** 3. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 9.

**Kunitsin Sergei V.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Taurida National V. I. Vernadsky University (pr. Vernadskogo, 4, Simferopol, 95007, Ukraine)

Об'єктивно існуючою тенденцією розвитку національної економіки є активізація процесів кластеризації та посилення інтеграційно-коопераційної взаємодії відокремлених суб'єктів господарювання, які знаходяться на певній географічно обмеженій території. Автором в своїх працях [6, 7] досить докладно розглянуто особливості формування та розвитку туристично-рекреаційних кластерів (ТРК), які складаються на підґрунті взаємодії так званих професійних учасників туристичного ринку (ПУТР). Окремо звернемо увагу на те, що останніми часами з'явилося досить багато досліджень, присвячених розгляду питань рейтингування та ранжування суб'єктів господарювання різних галузей промисловості чи сфери послуг. Такі публікації розвивають як методика й технологію здійснення процедур рейтингування й ранжування [1, 5], так і містять вагомий емпіричний матеріал щодо практичної реалізації означених процедур [4, 9]. Більше того, доречною є думка про виникнення рейтингового управління, яке в термінології О. І. Богатова [2] визначається як «концепція прийняття рішень

потенційними користувачами на підставі використання рейтингів у процесі реалізації функцій управління». При цьому актуалізуються розробки Л. В. Дуканіча [4, с. 83] щодо застосування рейтингів для подолання складності економічних об'єктів та створення можливості прийняття управлінських рішень з урахуванням різноманітних за природою зовнішніх впливів.

Детальний розгляд означених публікацій дозволяє говорити про наявність різних рівнів управлінської ієрархії, для потреб яких проводиться рейтингування й ранжування суб'єктів господарювання. По-перше, це макрорівень, орієнтований на потреби державної влади. Рейтингування на цьому рівні має за мету, наприклад, здійснити відбір підприємств для формування державного замовлення чи обґрунтування параметрів промислової політики. Подібні розробки, як правило, обмежуються визначенням відносної позиції певних суб'єктів господарювання або розробкою рекомендованих управлінських рішень для певних їх груп в межах обраних дослідниками інтервалів. На думку автора, це

не є достатнім, оскільки в умовах кластерної взаємодії побудова рейтингу має спростувати процедури визначення спільних напрямків для розвитку чи консолідації вектору цілей учасників кластера.

По-друге, це рівень конкретного суб'єкта господарювання, який, наприклад, здійснює пошук партнерів для реалізації інтеграційно-коопераційної взаємодії. Прикладом таких розробок є дослідження О. І. Пушкаря [8] щодо формування груп підприємств, коли склад групи утворюється саме завдяки реалізації процедури відбору можливих контрагентів через рейтингування [8, с. 221 – 240]. На жаль, подібні розробки досить складно використовувати на рівні кластера через мінливість вимог до кінцевого продукту кластерної взаємодії та спроможність кожного учасника кластера змінювати вектор власних цілей.

Отже, метою статті обрано розвиток теоретико-методологічних положень щодо реалізації процедур інституціонального проектування та формування архітектурного представлення кластерного утворення на базі проведення рейтингування та ранжування професійних учасників туристичного ринку. Реалізація мети статті передбачає орієнтування на іншу авторську розробку [7], яка доводить доречність формування організаційного механізму управління розвитком туристично-рекреаційного кластера (ОМУРТРЕК), для якого процедури рейтингування й ранжування розглядаються як елементи інструментальної складової.

Обґрунтовуючи використання рейтингових систем у рамках діяльності ОМУРТРЕК, слід наголосити на необхідності додержання всіх вимог до побудови рейтингів, які наявні в економічній літературі [1 – 9]: загальноприйнятність отриманої оцінки, пред-

ставлення рейтингу як узагальненого врахування різнопланових критеріїв, незалежність показників (відсутність автокореляції між показниками), транспарентність рейтингу (чітка визначеність характеристик, що входять до рейтингу, та пропорцій їх входження), цільова орієнтованість рейтингу та наявність чітко визначеної процедури розрахунку рейтингової оцінки. Разом з тим, у контексті дії ОМУРТРЕК змінюється безпосередньо підхід як до реалізації процесу рейтингування, так і організації рейтингового управління. Розглянемо такі зміни в контексті означених на *рис. 1* аспектів досліджуваної проблеми.

Отримання відповідей на поставлені на *рис. 1* проблемні питання дозволяє підвищити ефективність кооперування окремих суб'єктів господарювання в процесі утворення якісного туристичного продукту та забезпечити виникнення в межах ОМУРТРЕК контурів рейтингового управління. У даному випадку по відношенню до організації рейтингового управління наголосимо на наявності внутрішнього (базується на рейтинговому порівнянні ПУТР чи ТРК з конкурентами, які виступають базою для порівняння) й зовнішнього (реалізується зовнішніми контрагентами суб'єкта господарювання для прийняття рішення щодо визначення напрямів й параметрів взаємодії з ним) рейтингового управління.

Означений розподіл співпадає, зокрема, з пропозиціями В. В. Вітлінського [3]). В умовах же дії ОМУРТРЕК розподіл рейтингового управління на внутрішнє й зовнішнє втрачає актуальність й потребує заміни на введення відповідного контексту розгляду (доведеність даного положення автором оприлюднена у [7]). Як видно з *рис. 2*, у рамках ТРК виділяється декілька мереж діяльності з утворення туристичного продукту (МУТП). Наявність таких мереж формує ієрархію управління функ-



**Рис. 1. Логіка організації рейтингування й ранжування ПУТР у рамках процедури інституціонального проектування ТРК**

ціонуванням та розвитком кластера, закладену в логіку роботи ОМУРТРЕК. Отже й для процедур рейтингування та ранжування введено контекст розгляду, який відповідає ієрархії суб'єктів управління ОМУРТРЕК (підпорядкованості осіб, що приймають рішення). Більше того, такий контекст визначає місце процедур рейтингування та ранжування в процесі інституціонального проектування діяльності ТРК, що також означено на рис. 2. Окремо звернемо увагу, що подана на рис. 2 схема є відповіддю на перше питання щодо розкриття поданої на рис. 1 логіки організації рейтингування та ранжування ПУТР.

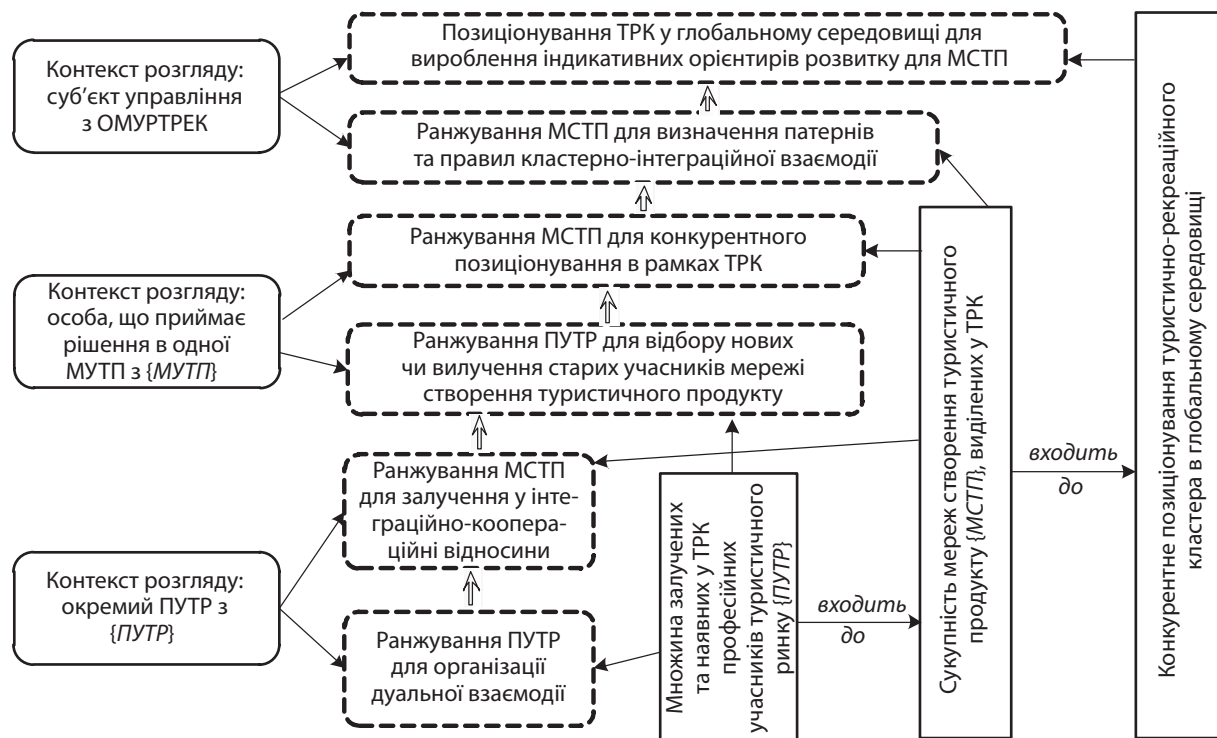


Рис. 2. Місце рейтингування та ранжування ПУТР у процесі інституціонального проектування їх кластерної взаємодії

Щодо відповіді на друге питання з рис. 1 наголосимо, що у будь-якому випадку процедура ранжування та рейтингування здійснюється певним суб'єктом, який розробляє відповідне методичне забезпечення для здійснення процесу відбору та розробляє необхідну для цього систему показників. В умовах дії ОМУРТРЕК пропонується відійти від такого загальноприйнятого підходу. Дійсно, оскільки наявність значної кількості учасників кластерної взаємодії змінює логіку організації рейтингового управління у напрямку швидкої адаптації до змін умов господарювання, доречним постає залучення новітніх інформаційних технологій. Відповідно, для організації рейтингування й ранжування автором пропонується на рівні ОМУРТРЕК використовувати технологію SaaS (*Software-as-a-Service*, або «програмне забезпечення як послуга»), що трактується як технологія надання публічних сервісів, або у більш вживаному публічному варіанті – як «хмарні технології». Зрозуміло, потрібні певні зміни до концепції SaaS і до процедур її використання, спрямовані на адаптацію SaaS до умов діяльності ОМУРТРЕК. Наголосимо, що варіанти вирішення питань розробки програмного забезпечення, сплати чи ліцензування надаваних сервісів, визначення вартості

обслуговування програмного забезпечення визначатимуться саме обраним варіантом організаційної побудови ОМУРТРЕК і виходять за межі мети дослідження.

Застосування технології SaaS одночасно забезпечує цільове орієнтування рейтингу (третє питання з рис. 1) шляхом ітеративного та рефлексивного узгодження як цілей ТРК, так і показників, що характеризують спроможність учасників кластера до досягнення таких цілей. При цьому навіть безпосередньо процес відбору учасників кластерного розвитку розподілиться за рівнями архітектурного представлення ОМУРТРЕК, про що свідчать

означені на рис. 2 взаємозв'язки між ПУТР, МУТР і ТРК. На рівні практичної реалізації передбачається, що залучені до кластерної взаємодії суб'єкти господарювання надаватимуть до ОМУРТРЕК інформацію, зокрема, про: параметри життєдіяльності та наявні можливості щодо формування туристичного продукту (в англійській економічній літературі визначаються як *capabilities*), цілі та очікування від участі у кластері, наявні ресурси та потрібні туристично-рекреаційні ресурси (ТРР) тощо.

На підґрунті отримання такої інформації суб'єкт управління з ОМУРТРЕК здійснюватиме ранжування й рейтингування учасників для визначення порівняного рівня ефективності їх господарювання (відповідь на четверте питання з рис. 1). При цьому слід забезпечити доступ до складових технологій рейтингування ПТРС, а безпосередньо методіку відбору формувати на основі пропозицій учасників кластера (для цього учасники подаватимуть відомості про необхідні для їх систем підтримки прийняття рішень показники). Окремі ПТРС і МУТР проведуть власне рейтингування шляхом отримання доступу до потрібних даних. Регіональна влада, у свою чергу, визначатиме індикативні плани для розвитку ПТРС та вводитиме показники контролю за сталістю природокористування.



У контексті розгляду аспекту формування методики рейтингування (відповідь на питання 4.3 з рис. 1) використаємо розробки В. В. Вітлінського [3] щодо наявності порівняних методик (різні методики визначають однаковий порядок об'єктів рейтингування) і непорівняних методик формування рейтингів. Такі методики в сукупності складатимуть множину  $\{MP\}$ , до якої входить фіксована кількість попарно непорівняних методик ( $MP = \{MP_1, \dots, MP_N\}$ ). У контексті застосування технології SaaS наявність ОМУРТРЕК забезпечує змістовне наповнення множини  $\{MP\}$ . Учасники кластерної взаємодії в рамках визначених на рис. 2 контекстів розгляду обирають певних елемент з множини  $\{MP\}$ , співвідносячи його з конкретною метою проведення рейтингування. При цьому як склад методик, так і перелік показників для здійснення рейтингу (моделюється множиною показників ефективності  $\{KPI\}$ , визначених за правилами концепції збалансованої системи показників) постійно переглядається, враховуючи різні рівні рефлексії між учасниками кластера та споживачами туристичного продукту.

Вагомим моментом для реалізації авторських пропозицій постає подолання інформаційної асиметрії (проявляється через можливість доступу до інформації про конкурентів без надання власної інформації) та опортунізму (декларування та додержання цілей, які відрізняються від консолідованих цілей ОМУРТРЕК). Зазначимо, що саме орієнтування ОМУРТРЕК на інституціоналізацію середовища взаємодії забезпечуватиме еволюційний перехід (за мірою вироблення спільних норм й правил взаємного існування учасників кластера) до зменшення опортунізму та подолання інформаційної асиметрії. Відповідну схему процесу даного еволюційного переходу представлена на рис. 3.

Урахування різних рівнів ієрархічного представлення роботи ОМУРТРЕК та використання моделей «хмарних обчислень» (SaaS) дозволяє підвищити якість процесу рейтингування ПУТР шляхом додавання елементів рефлексивного управління (особливо в частині

відбору параметрів й показників для здійснення рейтингування). У цілому забезпечення ранжування й рейтингування ПТРС і ПУТР є досить складною процедурою саме через різноманітність як параметрів утворюваного туристичного продукту, так і суб'єктів, що забезпечують його створення. Авторський варіант співвідношення рівнів управлінської ієрархії ТРК і процедур рейтингування представлено в табл. 1.

Таким чином, у статті представлено теоретико-методичний підхід до формування контурів рейтингового управління діяльності учасників туристично-рекреаційного кластера, орієнтованого на підтримку інституціонального проектування та формалізацію архітектурного представлення кластера. Разом з тим, потребує проведення подальших досліджень визначення референтного переліку показників і методів рейтингування, які будуть використовувати учасники кластерної взаємодії в процесі рейтингування. Окремим напрямом проведення подальших досліджень є розробка контурів рефлексивного управління в системі рейтингового управління діяльністю кластера. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. **Белый А. П.** Комплексные оценки в системе рейтингового управления предприятием: монография / А. П. Белый, Ю. Г. Лысенко, А. А. Мадых, К. Г. Макаров. – Донецк : Юго-Восток, 2003. – 117 с.
2. **Богатов О. И.** Рейтинговое управление экономическими системами / О. И. Богатов, Ю. Г. Лысенко, В. Л. Петренко, В. Г. Скобелев. – Донецк : Юго-Восток, 1999. – 326 с.
3. **Вітлінський В. В.** Моделювання економіки / В. В. Вітлінський. – К.: КНЕУ, 2003. – 408 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://fingal.com.ua/content/view/901/39/1/3/>
4. **Дуканич Л. В.** Рейтинговое управление экономическими системами и процессами: концепция и некоторые результаты применения / Л. В. Дуканич, А. С. Тимченко //

Таблиця 1

#### Напрямки проведення рейтингування та ранжування при їх співвіднесенні з різними рівнями архітектурного представлення осіб, що приймають рішення

Архітектура ТРК	Доцільність та особливості проведення рейтингування	Підхід до формування системи показників
Вищий рівень ОМУРТРЕК	Доцільність ранжування й рейтингування визначається необхідність вироблення орієнтирів розвитку та забезпечення глобальної конкурентоспроможності	Показники обираються в розрізі наявних факторів успіху кластера та напрямків розкриття потенціалу наявних туристично-рекреаційних ресурсів в розрізі глобальної конкурентоспроможності
Рівень мереж діяльності зі створення туристичного продукту	Оптимізація параметрів бізнес-процесів щодо формування туристичного продукту. Перегляд складу учасників мережі з оглядом на наявні у них можливості (capabilities) та додатково надавані сервіси споживачам ТП	Складність формування набору показників через різноманітність вимог до виходу мережі діяльності. Але має додержуватися зв'язок з показниками вищого рівня ОМУРТРЕК, що може реалізуватися зокрема за рахунок залучення процедур каскадування показників з концепції BSC
Рівень окремих ПУТР	Рейтинг виступає як спосіб пошуку партнерів для кооперації чи відбору альтернатив розвитку ПУТР як напрямку подолання стратегічних невідповідностей	Склад показників обирається або виходячи з вимог до контрагентів (до отриманого від іншого ПУТР сервісу), або з огляду на бачення окремим ПУТР свого місця у розвитку кластера
Рівень суб'єктів, які забезпечують інфраструктурну підтримку кластера	З огляду на обмеженість фінансування створення інфраструктурної підтримки діяльності кластера вимагає визначення пріоритетних напрямків розвитку ТРК	Склад показників визначається самостійно суб'єктом, виходячи з виду надаваної ним послуги та переліку показників, які входять до консолідованої бази методів, й показників, реалізованих як SaaS

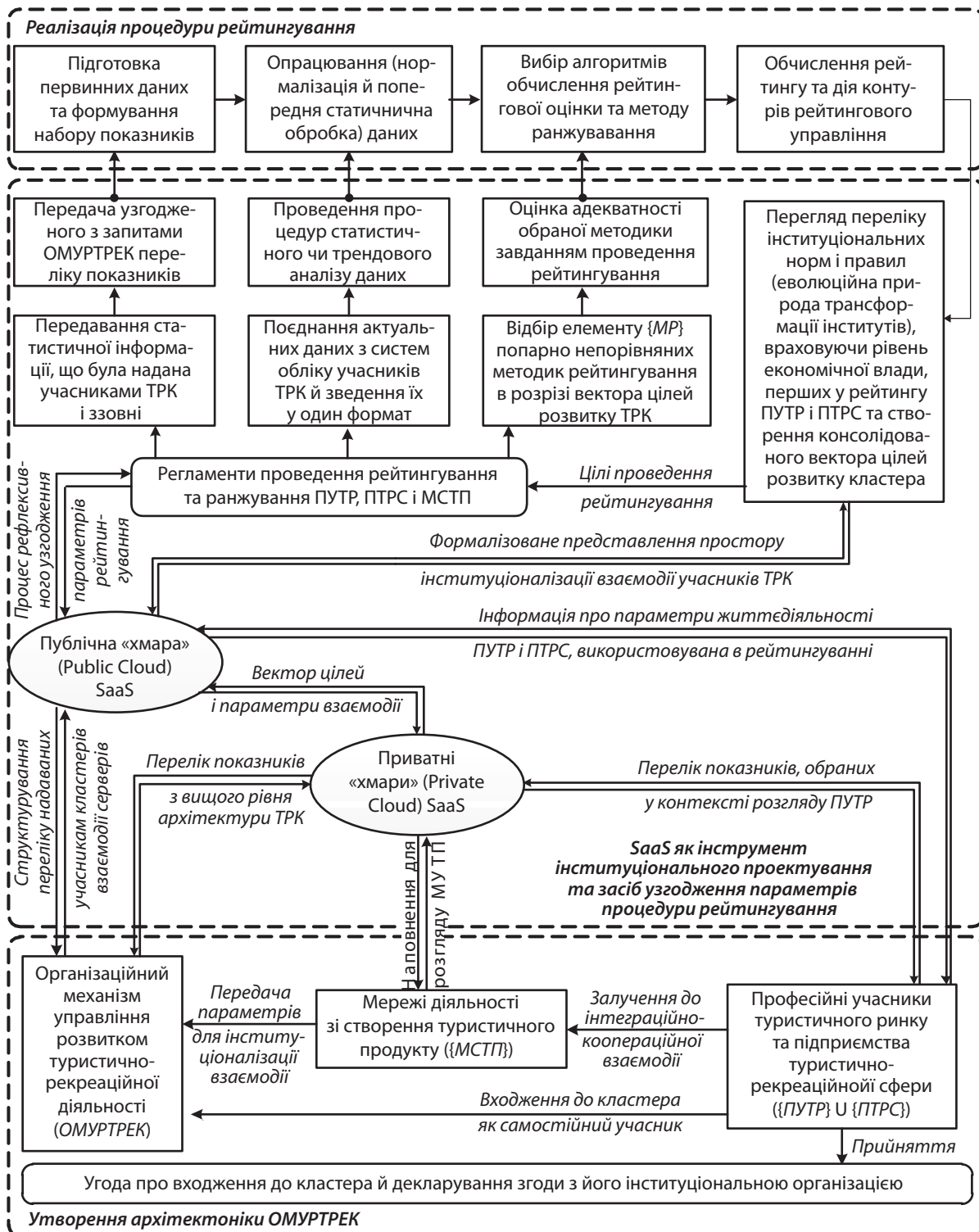


Рис. 3. Процедура узгодження процесу рейтингування та ранжування учасників ТРК при застосуванні технології SaaS («хмарних обчислень»)

Економічний вестник Ростовського державного університету. – 2005. – Т. 3. – № 3. – С. 823 – 891.

5. Карминский А. М. Рейтинги в экономике: методология и практика / А. М. Карминский, А. А. Пересецкий, А. Е. Петров. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 236 с.

6. Куницин С. В. Система показателей оценки конкурентоспособности туристического продукта / С. В. Куницин // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – 2011. – Т. 24 (63). – № 3. – С. 40 – 49.

7. Куницин С. В. Туристично-рекреаційний кластер: концепція організації управління розвитком та інфор-

маційно-інституціональне моделювання життєдіяльності / С. В. Куницин // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – № 3 (48). – С. 192 – 197

8. Пушкарь А. И. Стратегические группы предприятий: концепция, методология, управление : Научное издание / А. И. Пушкарь, Ю. Е. Жуков, А. А. Пилипенко. – Харьков : ООО «Кросс-Роуд», 2006. – 440 с.

9. Соколовська З. М. Експертні системи в економічних дослідженнях : монографія / З. М. Соколовська. – Одеса : Астропринт, 2005. – 240 с.