

УДК 332.1

Н. И. Морщинина

Севастопольский филиал РЭУ имени Г.В. Плеханова, Севастополь,
e-mail: Sirnik35@mail.ru

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ЭКОСИСТЕМ В СФЕРЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Ключевые слова: Экосистема в сфере жилья, эффективность предпринимательских экосистем, резиденты экосистемы, ценность услуги, валентность экосистемы.

Автор публикации, исследуя функционирование и развитие экосистем на российском рынке жилой недвижимости, осуществил попытку группировки потенциальных резидентов экосистем в отдельные категории. Тем самым подчеркивая, что экосистемы в сфере жилья формируются под воздействием расширения горизонтальных и вертикальных связей, то есть углубляя предоставляемые сервисы как по основным услугам операций с жильем, так и по сопутствующим или текущим жилищным услугам, и усиливая свои конкурентные позиции благодаря увеличению количества поставщиков услуг на платформе. Также автором проведен анализ дифференции резидентов предпринимательской экосистемы в сфере жилой недвижимости путем разделения их интересов, сведенных в единую схему эффективного их взаимодействия. В исследовании проведена оценка ценности оказываемых услуг на платформе экосистемы путем расчета сводного комплексного показателя, сформированного на основе авторской методики.

N. I. Morschina

Sevastopol Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Sevastopol,
e-mail: Sirnik35@mail.ru

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS IN THE FIELD OF RESIDENTIAL REAL ESTATE

Keywords: Ecosystem in the field of housing, the effectiveness of entrepreneurial ecosystems, ecosystem residents, the value of the service, the valence of the ecosystem.

The author of the publication, investigating the functioning and development of ecosystems in the Russian residential real estate market, made an attempt to group potential residents of ecosystems into separate categories. Thereby emphasizing that ecosystems in the housing sector are formed under the influence of the expansion of horizontal and vertical links, that is, deepening the services provided both for the main services of housing transactions, and for related or current housing services, and strengthening their competitive positions by increasing the number of service providers on the platform. The author also analyzes the differentiation of residents of the entrepreneurial ecosystem in the field of residential real estate by separating their interests, combined into a single scheme of their effective interaction. The study assessed the value of the services provided on the ecosystem platform by calculating a consolidated complex indicator formed on the basis of the author's methodology.

Современная гибридизация платформенных отношений на рынке недвижимости вступила в активную стадию. Акторы сферы недвижимости активно усиливают свои конкурентные позиции благодаря переходу на цифровой формат взаимодействия друг с другом и с клиентами. Важнейшей задачей на современном этапе развития кооперационных взаимосвязей резидентов экосистем является оценка их экономической эффективности. Экономическая оценка эффективности выступает в виде смешанного

показателя, рассчитываемого, во-первых, в форме монетизации предоставления оказываемых услуг, во-вторых, в виде оценки ценности по ряду критериев, выступающих качественной характеристикой услуги. Таким образом, создается единый формат анализа предоставления предпринимательским сообществом, объединенным в одну из экосистем, востребованной, качественной и своевременной услуги в сфере жилья. Многогранность рынка недвижимости, сложность проведения операций на нем,

специфичность услуг данного сектора создают обоснованные предпосылки для разработки общих норм и правил оценки оказываемых услуг. А предпринимательские инициативы по вхождению в резиденты экосистем не оставляют выбора научному сообществу, кроме как структурировать и систематизировать общие подходы к оценке эффективности взаимодействия бизнес-единиц и оказания услуг ими на рынке жилой недвижимости.

Актуальность данного исследования. Охват российского рынка жилой недвижимости цифровыми экосистемами увеличивается с каждым днем. Появление растущего количества созданных и функционирующих платформ формирует запрос на создание и применение единой комплексной оценки эффективности оказываемых услуг резидентами экосистем в сфере жилья. Данная методика позволит давать оценку отдельным стейкхолдерам экосистемы, а также самой экосистеме, в целом, отражая уровень ее конкурентоспособности по сравнению с подобными.

Целью данной статьи является разработка методики оценки эффективности функционирования предпринимательских экосистем в сфере жилья. На настоящий момент общей методики экономической оценки эффективности развития экосистем не существует. Детальная структуризация субъектной структуры предпринимательской экосистемы на рынке жилой недвижимости путем дифференциации резидентов экосистемы по их интересам позволит выработать единую систему экономических показателей, применяемых в научной среде.

Научная новизна статьи заключается в разработке и апробации авторской методики оценки эффективности взаимодействия резидентов экосистемы путем расчета сводного комплексного агрегированного показателя оказываемых услуг, содержащего набор критериальных принципов оценки корзины предпочтений потребителей в сфере жилой недвижимости. Автором применен термин «эффект валентности экосистемы», заключающийся в описании поэтапного расчета показателей оценки эффективности предпринимательских экосистем на рынке жилой недвижимости.

Современный этап развития общества отмечается переходом на цифровой формат всех экономических и социальных сфер

экономики, тем самым, порождая потребность в развитии информационной инфраструктуры. Субъекты предпринимательства переходят к активной стадии освоения новых подходов ведения бизнеса. Отраслевые особенности развития предпринимательства имеют свои уникальные характеристики. Так, на рынке жилой недвижимости традиционная форма совершения сделок замещается онлайн форматом, меняя схему конкурентных отношений, бизнес пространство и создавая единое ценностное предложение для потребителя. Предпринимательские единицы в целях динамичного развития переходят на цифровые бизнес-модели своей деятельности, создавая новые или трансформируя имеющиеся. Таким образом, развивая конкурентный потенциал предпринимательской деятельности в сфере жилой недвижимости, фирмы стремятся освоить новые методы ведения бизнеса в рамках цифровой бизнес-модели – экосистемы. Принципы функционирования предпринимательской экосистемы в сфере жилья сводятся к нескольким основным векторам: сформировать собственную экосистему или присоединиться в качестве партнера к одной или нескольким экосистемам. Как уже отмечалось автором [1, с. 1745-1758], предпринимательская экосистема представляет собой некую структуру, которая объединяет разных участников предпринимательской деятельности, создающих ценностные предложения для максимального охвата привычек и предпочтений потребителя, тем самым, развивая свой предпринимательский потенциал посредством кооперации бывших конкурентов, их взаимного сотрудничества и дополнения в создании линейки сервисов на единой платформе. Автором ранее приводились примеры функционирования экосистем на рынке жилой недвижимости, такие как ВТБ и Сбербанк [2, с. 1515-1528], которые отошли от традиционной модели ведения бизнеса, и создали свои «открытые» экосистемы, охватывающие не только финансовые операции, но консалтинговый и сервисный аспекты, а также направления розничной торговли, электронной коммерции, интернета и медиа, телекома и связи, жилья и коммунальных услуг, транспорта и логистики.

Драйвером развития современной цифровой экономики выступает процесс функционирования субъектов предпринимательства

в рамках новой бизнес-модели, где сфокусированы базовые составляющие стартапов и успешный опыт, возможный успех и потенциальный риск, а также информационные инфраструктурные элементы: мобильный интернет, облачные вычисления, виртуальная реальность и др. Бизнес-модель принято разделять на два блока: первый блок отвечает за набор ценностей, которые создаются для потребителя, то есть анализируется потенциальная монетизация созданных линейек сервисов и ценностей, реализация которых принесет прибыль компаниям; второй блок отражает способ создания этих ценностных предложений, то есть анализируются операционные процессы, исполнители процессов, их зоны ответственности и иерархия. Как и у любого бизнеса, так и перед цифровой бизнес-моделью стоит задача – достижение максимальной прибыли.

Анализ ключевых элементов функционирования экосистемы, как новой бизнес-модели на рынке жилой недвижимости позволил разработать методику оценки ее эффективности. Известно, что объект жилой недвижимости обладает многообразием свойств, таких как физическая составляющая, экономическое благо, социальное удовлетворение и правовую регистрацию. Единство указанных свойств не исключает привилегию любого из представленных как основного. В этой связи целесообразно

рассматривать эффективность функционирования экосистемы как с позиции создания ценности и получения потенциальных выгод для бизнес-единиц, так и с позиции удовлетворения предпочтений с позиции конечного потребителя [3, с. 908-912].

Субъектный состав предпринимательских единиц, участвующих в формировании цепочки ценностей в рамках одной экосистемы или одного бренда для приобретателя жилья был подробно рассмотрен нами ранее. Так, среди основных резидентов экосистемы в сфере жилой недвижимости выделяют (рис. 1):

- финансовый сектор – инвестиции, кредиты, ипотека;
- девелоперские, проектные, строительные компании – строительство, ремонт;
- государственные информационные ресурсы – оформление сделок;
- другие резиденты экосистемы – сопутствующие услуги – текущее обслуживание.

Субъектный состав приобретателей объектов жилья может подразделяться в зависимости от целей совершения сделки [4, с. 311-314]:

- выбор экономичного жилья;
- выбор загородного жилья;
- переезд;
- приобретение с целью перепродажи;
- дизайн квартиры;
- ландшафтные работы и др.

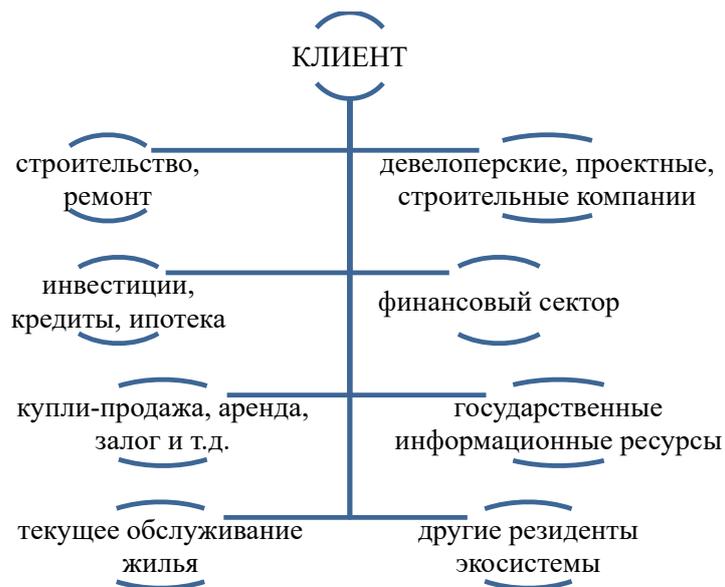


Рис. 1. Потенциальные резиденты экосистемы (составлено автором)

Исходя из первичных предпочтений клиента, может формироваться потенциальный круг резидентов экосистемы, и чем выше запросы клиента к выбору объекта жилья, его качеству, набору сопутствующих услуг, тем шире круг предпринимательских единиц, оказывающих эти услуги на единой платформе. При этом, зачастую, обращаясь по вопросу жилья на какую-либо экосистемную платформу и заключив договор о сотрудничестве, клиент гарантированно получает персональную выгоду на услуги и работы резидентов платформы (до 50% кэшбека). Таким образом, эффективность и целесообразность сотрудничества клиента с участниками экосистемы в сфере жилья очевидна.

Анализ заинтересованности резидентов экосистемы в вопросах кооперации своих интересов показал, что любой участник экосистемы, принимая правила и условия лидирующей организации, должен быть готов производить работы или оказывать услуги со скидкой, которая будет являться платой за возможность работать под определенным брендом экосистемы. С другой стороны, лидирующая организация получает компенсацию за организацию интересов стейкхолдеров и их объединение на своей платформе с целью максимального удовлетворения интересов потребителя.

Таким образом, эффективность взаимодействия разноразрядных резидентов

и клиентов сферы жилья на одной платформе вполне очевидна, однако, для полной ее оценки необходимо сгруппировать ряд показателей, доказывающих экономическую оценку взаимодействия и взаимной выгоды платформенных отношений на рынке жилой недвижимости [5, с. 1062-1066].

Процедура экономической оценки эффективности взаимодействия резидентов экосистемы с объектами жилой недвижимости включает следующие блоки, представленные на рисунке 2:

1. Идентификация запросов на объект и услуги экосистемы;
2. Расчет их экономической ценности;
3. Определение выгод получателя;
4. Формирование алгоритма платежей (компенсации).

Первый блок из представленного алгоритма является основным. При этом следует отметить, что предпринимательские субъекты экосистемы направлены на формирование сервисов, то есть на создание комплекса услуг для удовлетворения потребности потребителя сектора жилой недвижимости. Но как известно, услугу любого формата оценить объективно крайне сложно, поэтому автором предлагается авторская методика расчета экономической ценности предоставляемых экосистемами услуг на рынке жилой недвижимости.



Рис. 2. Экономическая оценка эффективности взаимодействия резидентов экосистемы (составлено автором)

Система расчета ценности оказываемых услуг в сфере жилой недвижимости состоит из следующих принципов [6, с. 33-42]:

- агрегированности (многогранность услуги с позиции психоэмоциональной, физической и правовой характеристик);
- неделимости и целостности (единый комплекс сервисов при сделке с объектом жилой недвижимости);
- своевременности (оказание услуги в установленные и согласованные сроки);
- ожидаемости (соответствие потенциальных и обещаемых услуг фактическим – по качеству, объему, срокам, цене и т.д.);
- доступности (открытость и прозрачность всех сервисов экосистемы).

Анализ перечисленных принципов показал, что существует необходимость их объединения в сводный комплексный агрегированный показатель, где каждому критерию присваивается свой весовой коэффициент, сформированный в соответствии со шкалой важности (1 – менее важно, 10 – наиболее важно) и первостепенности для потребителя. Набор принципов и соответствующие сервисные услуги были предоставлены группе граждан РФ

(экспертов) от 25-ти до 50-ти лет в виде выбора индивидуального запроса на потребность в сфере жилой недвижимости [7, с. 3019-3028]. По итогам анкетирования составлена сводная таблица с результатами (табл. 1).

Таким образом, предоставляется возможность из десяти предлагаемых сервисных услуг выбрать наиболее востребованные и значимые, а именно распределить их в формате возрастания по важности (50 баллов – максимум):

1. Покупка и продажа объектов жилой недвижимости – 50 баллов;
2. Помощь в кредитовании объектов жилой недвижимости – 46 баллов;
3. Работы и услуги с кэшбеком на платформе экосистемы – 44 балла;
4. Оформление сделок с объектами жилой недвижимости – 41 балл;
5. Текущее обслуживание жилья – 40 баллов;
6. Ремонт жилья – 33 балла;
7. Строительство жилья – 26 баллов;
8. Юридические услуги – 16 баллов;
9. Ландшафтные работы – 15 баллов;
10. Дизайн – 14 баллов.

Таблица 1

Критерии формирования корзины предпочтений на рынке жилой недвижимости в рамках экосистемы

№	Сервисная услуга	Набор принципов для оценки (баллы)					Сумма
		Агрегированность (А)	Неделимость (Н)	Своевременность (С)	Ожидаемость (О)	Доступность (Д)	
1	Покупка и продажа	10	10	10	10	10	50
2	Строительство	1	3	8	9	5	26
3	Оформление сделок	9	10	7	5	10	41
4	Услуги юриста	2	1	3	6	4	16
5	Ремонт	7	2	9	8	7	33
6	Дизайн	5	4	1	3	1	14
7	Ландшафтные работы	3	1	4	5	2	15
8	Текущее обслуживание	8	10	6	9	7	40
9	Помощь в кредитовании	8	9	10	10	9	46
10	Работы и услуги с кэшбеком	10	8	7	10	9	44
Итого 10 ед.		63	58	65	75	64	-

Составлено автором

Также можно провести анализ сервисной услуги на платформе экосистемы [8, с. 14-24] в сфере жилья по совокупности набора принципов при оценке корзины предпочтений (100 баллов – максимум), а именно:

1. Ожидаемость – 75 баллов;
2. Своевременность – 65 баллов;
3. Доступность – 64 балла;
4. Агрегированность – 63 балла;
5. Неделимость – 58 баллов.

Соответственно, объединив критерии оценки, получаем формулу расчета сводного комплексного агрегированного показателя экосистемной услуги на рынке жилой недвижимости:

$$\Sigma_{\text{эц}} = A_{(1-10)} + H_{(1-10)} + C_{(1-10)} + O_{(1-10)} + D_{(1-10)}, \quad (1)$$

где $\Sigma_{\text{эц}}$ – Оценка экономической ценности услуги на платформе экосистемы;

- $A_{(1-10)}$ – Шкала агрегированности услуги;
- $H_{(1-10)}$ – Шкала неделимости услуги;
- $C_{(1-10)}$ – Шкала своевременности услуги;
- $O_{(1-10)}$ – Шкала ожидаемости услуги;
- $D_{(1-10)}$ – Шкала доступности услуги.

Таким образом, данный показатель (сводный комплексный агрегированный показатель) способен не только сформировать денежную оценку экономической ценности услуг, но и отразить уровень конкурентоспособности по сравнению с другими экосистемами, предлагающими подобный спектр услуг на рынке жилой недвижимости [9, с. 141-144]. По результатам анализа, наиболее востребованной услугой в сфере жилья является запрос на «покупку/продажу» объекта жилой недвижимости, а по результатам анализа ценности услуги лидирует принцип «ожидаемость» – соответствие потенциальных и обещаемых услуг фактическим – по качеству, объему, срокам, цене и т.д. Следовательно, расширяя круг резидентов данной экосистемы по ее вертикали, то есть по вопросам предложения и сопровождения сделок купли-продажи с объектами жилой недвижимости, будет происходить повышение уровня конкурентоспособности (по шкале принципов) и резидентов и экосистемы, в целом, по сравнению с подобными экосистемами [10, с. 1065-1076]. Напомним, что совокупность удовлетворенности потребителей оказанными услугами напрямую влияет на экономический потенциал развития и расширения предпринимательских экосистем на рынке жилой недвижимости. Таким образом, использование ранее изложенного авторского показателя расчета ценности эко-

системной услуги позволит сформировать четкую оценку предоставления конкретной услуги конкретным резидентом данной экосистемы, тем самым формируя их рейтинг наиболее конкурентоспособных и значимых как для экосистемы, в целом, так и для конечного потребителя [11].

Дальнейший анализ экономической оценки эффективности взаимодействия резидентов экосистемы (рис.2) показал, что второй блок указанной схемы тесно пересекается с предыдущим и последующим блоками. А именно на основе проведенного расчета экономической ценности услуги определяется выгода получателя путем дифференциации услуг, оказываемых резидентами экосистемы, в частности, выделяется финансовый блок, подразумевающий финансовую поддержку/возможность либо приобретения жилья, либо проведения ремонта, либо нового строительства объекта жилой недвижимости и т.д. Второй блок в указанной схеме также является важнейшим среди выделенных этапов формирования ценности услуги. Так, потребитель имея запрос на изменение жилищных условий, но не имея финансовой возможности, сможет стать лишь потенциальным клиентом экосистемы. Именно переход из потенциального в действительного клиента и осуществляется благодаря поддержке финансовых институтов, оказывающих кредитование/инвестирование объектов жилищного сектора.

Третьим блоком в схеме взаимодействия резидентов экосистемы выступает формирование алгоритма платежей со стороны потребителя услуги (компенсации – со стороны поставщика услуги). Этот этап является не менее важным среди предыдущих, ведь своевременность оплаты за предоставленные услуги, ее полнота являются оперативной экономической целью каждого поставщика услуг – резидента экосистемы.

Таким образом, анализ эффективности предпринимательских экосистем на рынке жилой недвижимости показал целесообразность формирования ценности оказываемых услуг через призму оценки резидентов данной экосистемы по ряду критериев, имеющих весовые коэффициенты, сведенные в сводный комплексный агрегированный показатель. Ранее в исследовании было отмечено, что все стейкхолдеры экосистемы представляют собой вертикальную ось экосистемы, а ее расширение по вертикали и горизонтали – это основа динамического разви-

тия цифровых услуг на платформе. В этой связи, автором произведена попытка дифференциации предоставляемых услуг в рамках экосистемы с их разбивкой на блоки по этапам осуществления операций на рынке жилья и по уровню востребованности запросов на сервисные услуги, сопровождающие сделки с объектами жилой недвижимости [12, с. 1–10].

Предлагаемый алгоритм оценки эффективности функционирования экосистем в сфере жилой недвижимости целесообразно дополнить анализом самой модели предпринимательской экосистемы на рынке жилья. Так, существует несколько позиций рассмотрения экосистемы в сфере жилой недвижимости, часть из них уже была рассмотрена ранее в исследовании, а другая часть – нет:

1. Экосистема как взаимосвязь резидентов – бизнес-единицы, взаимодействующие с лидирующей организацией на определенных условиях и прямо или косвенно формирующие «цепочку ценностей», в том числе клиенты;

2. Marketplace – «бесшовная» платформа, на которой предлагаются сформированные продукты, услуги и работы, покрывающие максимально широкий спектр клиентских запросов (потребность в жилье и сопутствующие профили);

3. Лидирующая саморазвивающаяся организация – организация, имеющая цель – расширение горизонтальных и вертикальных связей при одновременном использовании инновационных разработок и стартапов, объединенных в один «живой организм».

Ранее в исследовании были подробно рассмотрены первые две характеристики, а именно, взаимодействие участников экосистемы и набор сервисов, предоставляемых ею. Третий взгляд на экосистему представляет собой общий подход к ее анализу, то есть как к организации, которая развивается по типу саморазвития или самосовершенствования, то есть улучшения предпринимательского климата при одновременном успешном удовлетворении потребностей клиентов [13, с. 284–307].

Далее проведем оценку преимуществ и недостатков (соответствий и несоответствий) трансформации концептуальных характеристик субъектно-объектной структуры рынка жилой недвижимости (табл. 2).

Результаты анализа характеристик развития вертикальных и горизонтальных связей на рынке жилья свидетельствуют о глубоком процессе перехода его качественных характеристик от традиционных, которые были актуальны еще «вчера», к слаженной кооперации предпринимательских инициатив, объединенных на единой платформе, слитые в синергетический эффект для всех участников экосистемы. Так преимуществами в рамках экосистемного подхода выступают:

- для клиентов – «принцип одного окна», «бесшовность» удовлетворения запроса;
- для резидентов – увеличение объема прибыли, что выступает главной целью любой коммерческой деятельности;
- для лидирующей организации – безрисковый доход при расширении комплексного предложения по запросам на товары, услуги и работы с объектами жилья.

Таблица 2

Концептуальные характеристики трансформации рынка жилой недвижимости

№ п/п	Классический подход	Цифровой подход	Экосистемный подход
1	Разовое взаимодействие с клиентом при непосредственной встрече в офисе	Взаимодействие с клиентом через цифровые каналы (без посещения офиса)	Формирование линейки «единой ценности» по принципу бесшовности приобретения
2	Отсутствие общей автоматизированной базы клиентов и объектов продажи/сдачи/строительства	Цифровые E2E- процессы	Применение Life-style маркетинга для формирования образа жизни клиента
3	Традиционная организация процесса сопровождения сделки	Платформенная гибкость к изменениям	Кооперация резидентов экосистемы
4	Типичный уровень подхода к клиенту/отсутствие индивидуального подхода	Аналитическая работа по предпочтениям клиентов	Эффект синергии для клиента, резидентов и самой экосистемы

Составлено автором.

Характеризуя лидирующую организацию, которая напрямую заинтересована в своем самосовершенствовании и создании комфортных условий для существующих резидентов / привлечения новых, необходимо выделить критерии ее успешного развития, к которым можно отнести:

- прогрессивное масштабирование клиентской базы при соблюдении доверительных отношений с каждым клиентом;
- использование «открытой» модели функционирования при адаптации модульной системы управления бизнес-единиц;
- стопроцентное сохранение персональной информации клиентов при эффективном использовании ее внутри системы;
- усиление конкурентных преимуществ своего бренда при сохранении позитивного восприятия организации на рынке.

На современном этапе развития можно выделить несколько основных лидирующих отраслевых секторов, заявляющих запрос на создание и ведение своего бизнеса в рамках экосистемы [14]. К ним относятся: финансовые институты, крупные операторы связи и технологические компании. Однако, следует отметить группу потенциальных секторальных организаций, которые могли бы создать экосистему, охватывающую рынок жилой недвижимости, это: девелоперские компании, туроператоры, торговые сети, автодилеры, индустрия развлечений и другие. Анализируя потенциал развития экосистем на рынке жилой недвижимости в условиях высокой нестабильности политических и экономических факторов, можно уверенно утверждать, что набирающая обороты кооперация равноуровневых бизнес-единиц приведет к желаемому успеху. Так, недавно сформированные и динамично развивающиеся экосистемы, такие как «Метр квадратный», «Жизнь недвижимости» и др. указывают курс будущего качественного изменения образа жизни со стороны потребителей и успешного расширения линейки сервисов при создании «единой ценности» – для резидентов экосистемы [15, с. 41–50]. Таким образом, проведенная в исследовании оценка эффективности предпринимательских экосистем в сфере жилья затронула не только анализ интересов стейкхолдеров платформы, но и анализ потребностей целевого клиентского сегмента, а также обзор ключевых компетентностных характеристик лидирующей организации при сравнении с классической моделью ведения бизнеса [16, с. 16–28].

Глубокий анализ субъектно-объектных отношений участников экосистемы позволил сформулировать обобщающий показатель, отражающий эффективность функционирования экосистемы. В исследовании предлагается использовать термин «валентность экосистемы» – эффект относительного уровня взаимодействия резидентов экосистемы и ее клиентов (суммарный показатель). Данный показатель показывает уровень набранных баллов по каждой сервисной услуге и по каждому резиденту (формула 1), реализующему данную услугу, сведенных в горизонтальную и вертикальную ветви экосистемы [17, с. 601–614]. Таким образом, эффект валентности заключается в том, что, чем шире представлена сеть вертикальных и горизонтальных связей экосистемы, чем глубже представлены линейки сервисов, тем выше ценность предоставляемых услуг, как в экономическом, так и в качественном отношении. Таким образом, анализируя эффект валентности по каждой экосистеме на рынке жилой недвижимости можно видеть реальный уровень ее конкурентоспособности, что является ключевым фактором эффективности ее развития и входа на ее платформу поставщиков товаров, услуг, работ [18, с. 45–56].

Современные научное и предпринимательское сообщества активно исследуют предпринимательские экосистемы в различных секторах экономики. Существует многообразие характеристик, принципов и факторов развития экосистем многих авторов. Однако для оценки эффективности функционирования предпринимательских экосистем до сих пор не внедрен в практику ни один общий сводный показатель, который бы наряду с оценкой экономической эффективности резидентов экосистемы, показывал общий рейтинг ее среди других, то есть отражал бы уровень конкурентоспособности предпринимательской экосистемы на рынке жилой недвижимости.

В исследовании доказана важность и необходимость применения оценки эффективности функционирования предпринимательских экосистем на рынке жилой недвижимости. Автором предлагается методика расчета «эффекта валентности экосистемы» путем описания алгоритма расчета показателей с присвоением им балльной шкалы, то есть весовых коэффициентов каждой сервисной услуге из «цепочки ценности» и каждому резиденту, формирующему данную «цепочку».

Таким образом, суммируя баллы по вертикали и горизонтали экосистемы, получаем коэффициент, который при сравнительном анализе с параллельными экосистемами будет отражать реальный уровень ее конкурентоспособности. Именно высокий уровень по-

казателя конкурентоспособности экосистемы на рынке жилой недвижимости выступает индикатором и ключевым фактором успеха, воспринимаемый как сигнал к сотрудничеству как со стороны поставщиков товаров, услуг, работ так и со стороны клиентов.

Библиографический список

1. Морщанина Н.И. Экосистемность как глобальный тренд на рынке недвижимости // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11. № 7. С. 1745-1758.
2. Морщанина Н.И. Основы предпринимательской экосистемы в сфере жилой недвижимости // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11. №6. С. 1515-1528.
3. Нехайчук Д.В., Морщанина Н.И., Акинина Л.Н., Туманова Е.А. О некоторых аспектах антикризисного управления на предприятиях строительной сферы // Экономика и предпринимательство. 2020. № 11 (124). С. 908-912.
4. Нехайчук Д.В., Нехайчук Ю.С., Морщанина Н.И., Процай А.Ф. О некоторых вопросах развития рынка строительства жилой недвижимости в крымском регионе // Экономика и предпринимательство. 2020. № 11 (124). С. 311-314.
5. Нехайчук Д.В., Морщанина Н.И., Дзина М.А., Карлова А.И. Теоретические основы управления бизнес-процессами на предприятиях строительной отрасли // Экономика и предпринимательство. 2020. № 10 (123). С. 1062-1066.
6. Панкратов Е.П., Морщанина Н.И., Храброва Н.И. Роль капитального строительства в реализации кластерных инициатив на территории крымского полуострова // Экономика строительства. 2020. № 2 (62). С. 33-42.
7. Морщанина Н.И. Трансформация рынка жилой недвижимости в эпоху экосистем // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Том 11. № 12. С. 3019-3028.
8. Панкратов Е.П., Морщанина Н.И. О развитии предпринимательской деятельности на рынке жилищного строительства // Экономика строительства. 2020. № 6 (66). С. 14-24.
9. Храброва Н.И., Хатикова З.В., Морщанина Н.И. Анализ туристско-рекреационного потенциала приоритетного инвестиционного проекта развития района Балаклавской бухты // Экономика строительства и природопользования. 2020. № 4 (77). С. 141-144.
10. Морщанина Н.И. Характеристика научных подходов к исследованию предпринимательской экосистемы // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 12. № 3. С. 1065-1076.
11. Полховская Т.Ю. Региональные экосистемы финансирования недвижимости // Вестник евразийской науки. 2019. №6. С. 46.
12. Bertalanffy L. von. General System Theory // General Systems. 1956. Vol. I. P. 1–10.
13. Tansley A.G. The use and abuse of vegetational concepts and terms. Ecology. 1935. № 16(3). P. 284-307.
14. Moore J. The Death of Competition: Leadership and strategy in the age of business ecosystems. New York: Harper Business, 1996. 320 p.
15. Isenberg D.J. How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review. June. 2010. P. 41-50.
16. Раменская Л.А. Применение концепции экосистем в экономико-управленческих исследованиях // Управленец. 2020. № 4. С. 16-28.
17. Мажитова С.К., Джазыкбаева Б.К., Денисов И.В., Положишникова М.А., Петренко Е.С. Менеджмент предпринимательской деятельности: «экосистема» как новое представление экономических отношений // Экономика, предпринимательство и право. 2020. № 3. С. 601-614.
18. Денисов И.В., Положишникова М.А., Куттыбаева Н.Б., Петренко Е.С. Цифровые предпринимательские экосистемы: бизнес платформы как средство повышения эффективности // Вопросы инновационной экономики. 2020. № 1. С. 45-56.