

УДК 334.7

Н.И. Морщинина

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (Севастопольский филиал), г. Севастополь, email: Sirnik35@mail.ru

ЭВОЛЮЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СФЕРЫ УСЛУГ НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Ключевые слова: эволюция бизнес-моделей, гибридная бизнес-модель, инновационные бесшовные сервисы.

Проблематика формирования и развития бизнес-моделей на современном рынке бизнес-отношений до сих пор остается актуальной. При многообразии трактовок определений, подходов, инструментов и механизмов к формированию успешной «бизнес-модели» не выработан единый фундамент теоретического наполнения данного термина. Автором предложена методика анализа эволюционного развития бизнес-моделей в сфере услуг на рынке жилой недвижимости в разрезе определения ее жизненного цикла. Автором отмечено, что процесс эволюции разделен на четыре этапа, последний четвертый этап продолжается в настоящий момент. Отличительной особенностью современной бизнес-модели выступает совмещение признаков и свойств с учетом их преобразований в более совершенные и комфортные для всех стейкхолдеров условия. Из чего следует, что существующая гибридная бизнес-модель представляет собой экосистему на рынке жилой недвижимости. Именно на платформе экосистемы происходит объединение и кооперация ключевых заинтересованных сторон в целях полного удовлетворения запросов клиента путем использования инновационных бесшовных сервисов.

N.I. Morschinina

Plekhanov Russian University of Economics (Sevastopol branch), Sevastopol, email: Sirnik35@mail.ru

EVOLUTION OF BUSINESS MODELS OF INTERACTION OF THE SERVICE SECTOR IN THE RESIDENTIAL REAL ESTATE MARKET

Keywords: evolution of business models, hybrid business model, innovative seamless services.

The problems of formation and development of business models in the modern market of business relations still remain relevant. With a variety of interpretations of definitions, approaches, tools and mechanisms for the formation of a successful "business model", a single foundation for the theoretical content of this term has not been developed. The author proposes a methodology for analyzing the evolutionary development of business models in the service sector in the residential real estate market in the context of determining its life cycle. The author notes that the process of evolution is divided into four stages, the last fourth stage continues at the moment. A distinctive feature of the modern business model is the combination of features and properties, taking into account their transformations into more perfect and comfortable conditions for all stakeholders. From which it follows that the existing hybrid business model is an ecosystem in the residential real estate market. It is on the ecosystem platform that key stakeholders come together and cooperate in order to fully satisfy customer requests through the use of innovative seamless services.

Современное научное сообщество активно исследует понятие «Бизнес-модель», ее суть, фундамент и элементы развития. Возрастающий интерес к функционированию бизнес-моделей связан с запросом предпринимательского сообщества на определение и систематизацию подходов, инструментов и механизмов инновационного развития в рамках существующей бизнес-модели. Грамотное описание полного цикла развития бизнес-модели позволит бизнес-структурам оптимально использовать ресурсы при максимальном получе-

нии дохода. Обобщенное определение «бизнес-модели», рассматриваемое как некую архитектуру взаимоотношений стейкхолдеров или взаимодействующих бизнес-субъектов, предлагали многие авторы: Исаев Р.А.; Климанов, Третьяк; Гиротра К., Нетесин С.; Стрекалова Н.Д.; М. Джонсон, К. Кристенсен, Х. Кагерманн; Aversa P., Haefliger S., Rossi A., Baden-Fuller C.; Chesbrough H. и др. Ученые исследовали концептуальные основы успешной бизнес-модели, пытались понять «универсальный рецепт» создания бизнес-модели в разрезе различных

отраслей, систематизировать в единый фундамент теоретические основы построения бизнес-отношений с целью оптимизации и сокращения ресурсного потенциала для создания цепочки ценности/стоимости товара, услуги. Многие современные авторы дополняют понятийный аппарат теоретических основ бизнес-моделей, исследуют перспективы и тенденции ее развития, пытаются сформировать единый подход к ее содержательному наполнению.

Сфера услуг на рынке жилой недвижимости не осталась в стороне от исследования проблематики развития бизнес-моделей. Так, бизнес-модель сферы услуг на рынке жилой недвижимости начала формироваться с началом процесса приватизации при переходе на рыночный тип отношений. С тех пор бизнес-модель претерпела множество преобразований под воздействием изменений в обществе и окружающей предпринимательской среде. Как и любая модель, модель ведения бизнеса в сфере жилой недвижимости имеет свои отличительные особенности, к которым можно отнести: полное юридическое соблюдение законности сделки, высокую стоимость объекта жилья, его индивидуальные характеристики, сложность проектных решений, высокие требования к квалификации персонала и др.

Объекты и методы исследования

При выполнении исследовательской работы использовались методы анализа, синтеза и сравнения, а также системного обобщения и моделирования.

Целью исследования выступает обзор описательных характеристик бизнес-моделей в сфере услуг на рынке жилой недвижимости, в том числе авторский подход к методике классификации эволюционных этапов формирования бизнес-моделей путем их группировки по стадиям жизненного цикла.

Результаты и их обсуждение (экспериментальная часть)

Динамично развивающийся процесс внедрения инноваций в любую сферу предпринимательской деятельности на рынке услуг требует детальной проработки комбинации новых форм ведения бизнеса в совокупности с новыми инно-

вационными практиками. Так, история ведения предпринимательства показывает миграцию игроков из одной сферы в другую, более прибыльную, расширение их интересов и бизнеса, углубление и кооперацию связей с целью получения максимального эффекта от деятельности. Таким образом, процесс ведения бизнеса имеет сходные черты с процессом разработки стратегии, а именно каждый бизнес строится на определенной модели, целью которой является достижение совокупного эффекта при выполнении стратегических решений [1].

Бизнес-модель выбирается и формируется под влиянием внутренней и внешней среды. Важными выступают также специфические особенности деятельности бизнеса, его реализация. Усилия по привлечению максимального количества потребителей и максимальный охват доли рынка – это одни из наиболее важных критериев оптимальной бизнес-модели, в основе которой лежит соответствующая стратегия. Итоговым стратегическим результатом любого бизнеса выступает усиление его конкурентных позиций на рынке.

Переходя к исследованию эволюции бизнес-моделей сферы услуг на рынке жилой недвижимости необходимо отметить, что в ранних публикациях автор производил анализ эффективности ведения предпринимательской деятельности в сфере услуг на рынке жилой недвижимости посредством оценки ценности оказываемых услуг путем расчета сводного комплексного показателя, являющегося важным элементом эффекта валентности экосистемы в сфере жилой недвижимости, разработанного по авторской методике.

Современные гибридные бизнес-модели на рынке жилой недвижимости включают в себя совокупность предоставляемых сервисов на «бесшовной» платформе. Указанный тип модели стал возможным благодаря активному внедрению инновационных технологий в процесс создания цепочки ценностей, удовлетворяющих потребность потребителя в соответствующих услугах. Сфера услуг на рынке жилья включает множество резидентов, формирующих сервисную цепочку услуг, товаров, работ, выступающих предпринимательскими единицами на данном рынке услуг [2].

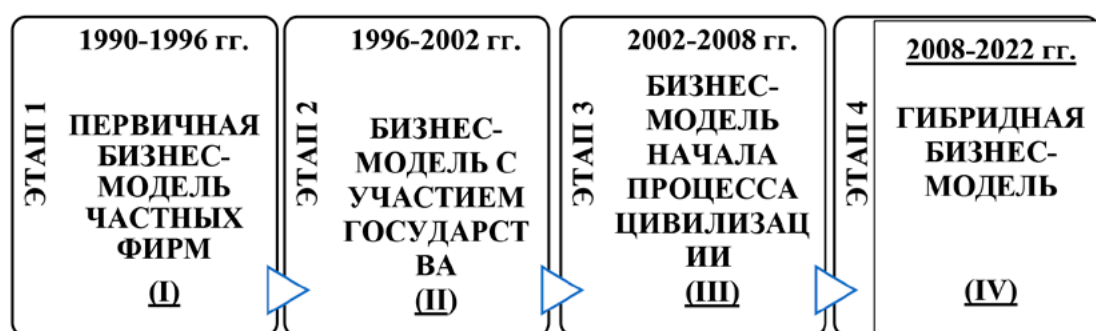


Рис. 1. Эволюционный процесс формирования бизнес-моделей в сфере услуг на рынке жилой недвижимости

Примечание: составлено автором

Однако зарождение традиционных отношений в сфере услуг на рынке жилой недвижимости берет свое начало с 1990-го года при процессе перехода к рыночной экономике через массовую приватизацию объектов жилой недвижимости, находящихся в государственной собственности (Закон РФ «О приватизации жилищного фонда в РФ»). Именно в это время стартует первый этап развития консультативно-посреднических услуг на рынке жилья. Основной задачей риэлтерских фирм являлось сведение продавца и покупателя для осуществления сделки за выплату компенсации. Отличительной особенностью многих риэлтерских фирм этого периода выступала стихийная бизнес-модель, не имеющая под собой разработанной стратегии, а нацеленная на мгновенное получение вознаграждения. В результате недобросовестного выполнения обязанностей без проверки чистоты сделки данный период характеризуется большими рисками как со стороны клиентов, так и репутации самих фирм [3]. В этот период создается Российская Гильдия Риэлтеров, основной целью которой выступает соблюдение профессиональных стандартов и деловой этики среди участников рынка недвижимости. Таким образом, формирование бизнес-модели происходило под воздействием внешней среды обитания. Так было положено начало эволюционного процесса бизнес-моделей в сфере услуг на рынке жилой недвижимости в новейшей истории России (рис.1).

Второй эволюционный этап сопровождается участием государства по внедрению норм и правил в отношении по обороту объектов жилой недвижимости. Так, в период с 1996 по 2002 годы риэлтерская деятельность подлежит лицензированию с обязательным страхованием профессиональной ответственности участников данного процесса. Результативность данной процедуры имела сомнительный эффект, который сопровождался активной бюрократизацией по вхождению риэлтерских фирм в состав общественных организаций. Также на развитие бизнес-модели в этот период во многом негативно повлияли как паралич банковской системы, так и политический кризис.

Третьим эволюционным этапом является период трансформации сознания участников сферы недвижимости о качественном сервисе с последующим динамичным развитием и расширением границ своего бизнеса. Многие успешные риэлтеры после отмены лицензирования предпринимают шаги к построению собственных компаний в сфере жилья, нацеленных не только на финансовый результат, но и на формирование собственного имиджа, на расширение спектра предоставляемых услуг, на формирование кадровой команды профессионалов и т.д. Перечисленные элементы формируют связующее звено к построению цивилизованной бизнес-модели взаимных отношений в сфере услуг на рынке жилой недвижимости. Данный период характе-

ризуется принятием новой редакции ФЗ-214 «О долевом строительстве». Формирование законодательной базы послужило резким толчком к построению отношений между агентством недвижимости и клиентом на новом более качественном уровне. Рост дифференцированного жилья, удовлетворяющего потребность различных слоев населения, позволило расширить сегменты от эконома класса до индивидуальной застройки. Введение Градостроительного Кодекса повлияло на сегмент точечной застройки, что привело к повсеместному переходу мелких риэлтеров на региональные рынки в силу невозможности освоения больших объемов строительства. Таким образом, бизнес-модель сферы услуг на рынке жилой недвижимости постепенно трансформируется к современным реалиям и требованиям и приобретает вид разветвленной сети со множеством конкурирующих между собой резидентов, поставщиков услуг, квалифицированных специалистов и дифференцированных клиентов [4].

Четвертый эволюционный этап, на наш взгляд, длится до настоящего времени, так как активное внедрение инноваций в процесс выстраивания бизнес-отношений постоянно совершенствует качество как самих объектов сделок, так и процесса их сопровождения, оформления, и заключения. Данный период характеризуется переходом к гибридной бизнес-модели, отличительными чертами которой является широкий охват и удовлетворение потребительских предпочтений клиента путем полного перехода на бесшовный алгоритм взаимодействия с клиентом и всеми организациями, включенными в процесс формирования услуг, товаров, работ на рынке жилой недвижимости. Такая бизнес-модель имеет четко сформированную стратегию, с полным комплектованием грамотных и целеустремленных руководителей среднего и высшего звена. В ранних публикациях автора указанная бизнес-модель подробно рассмотрена с позиции совокупности предпринимательских единиц, объединенных единой платформой и единой целью посредством кооперации и взаимодополнения комплекса услуг, выступающих резидентами единой предприниматель-

ской экосистемы. Процесс глобализации и скорость изменений бизнес-процесса диктует современным участникам сферы услуг на рынке жилой недвижимости необходимость постоянного внедрения инновационных инструментов в свою деятельность. Результатом таких требований выступает консолидация отдельных бизнес-участников данной сферы услуг в качественно новую модель, представляющую собой инновационную платформу со множеством вертикальных и горизонтальных связей, преимуществом которой является совершенный комфорт получения клиентом сервисов на рынке услуг в сфере жилой недвижимости [5].

Далее в исследовании будет дана подробная описательная характеристика преимуществ эволюционного перехода от единичной бизнес-модели на рынке сферы услуг с объектами жилой недвижимости к экосистемной бизнес-модели, функционирующей на современном этапе развития общественных отношений. Автором предложен следующий алгоритм оценки эволюцинизации за период четырех этапов развития и совершенствования бизнес отношений (табл. 1):

1. Оценка бизнес-модели по шаблону.
2. Оценка стратегии развития.
3. Оценка организационной структуры.
4. Оценка ключевых показателей эффективности.
5. Оценка информированности своей аудитории.

Прежде чем производить оценку бизнес-моделей соответствующих периодов, необходимо дать общую характеристику анализируемых критериев. Во-первых, любая бизнес-модель имеет определенный шаблон, который начинается входом и заканчивается выходом. Между входом и выходом функционирует система управления бизнес-процессами по формированию преобразований входов в выходы. Каждая бизнес-модель имеет свои специфические особенности, например, наличие/отсутствие управляющего органа, глубину ресурсного потенциала, непосредственно влияющего на бизнес-процессы, а также сопутствующие инфраструктурные компоненты.

Во-вторых, каждая бизнес-модель соответствует разработанной стратегии

развития. Данный фактор непосредственным образом влияет на перспективность существования бизнес-единицы. Особенно интересен тот факт, что у каждой модели бизнеса существует свой взгляд на экономическую составляющую стратегии, а именно баланс между выручкой и расходами, структурой издержек, инвестиционными запросами и др. В контексте рассмотрения бизнес-моделей, важно отметить, что любая бизнес-модель выступает более узким вектором анализа, чем стратегия, ведь именно разработанная стратегия определяет методы конкуренции и общее направление развития компании. Таким образом, бизнес-модель отвечает за длительность жизненного цикла компании в рамках разработанной стратегии развития.

В-третьих, сформированная в каждой бизнес-модели организационная структура управляет бизнес-процессами в соответствии иерархией обязанностей и полномочий. Важным аспектом выступает квалификация руководителей подразделений и управляющего органа.

В-четвертых, при оценке ключевых показателей эффективности (KPI), следует иметь в виду, что любая бизнес-модель имеет единственно важную цель – это максимизация прибыли, однако, у каждой бизнес-модели используются различные уровни KPI. Так, у KPI высшего уровня фокус стратегического внимания смещен в сторону общего развития бизнеса, у KPI низшего уровня производится оценка эффективности отдельных отделов компании. Таким образом, использование различных уровней KPI зависит от уровня развития и масштаба деятельности самого бизнеса.

В-пятых, показатель измерения осведомленности потенциальных клиентов является важным этапом развития бизнес-модели, так как выступает индексом коммуникационного воздействия на аудиторию, то есть определяется величина «прямого попадания» информации адресатам. Безусловно, бизнес-модель, имеющая в своем распоряжении коммуникационную стратегию, будет иметь больше шансов на динамичное развитие в будущем [6].

Анализ бизнес-моделей будет проведен в соответствии со стадией жиз-

ненного цикла существующих на рынке жилой недвижимости компаний. Так, с учетом эволюционного этапа у каждой бизнес-модели определен свой жизненный этап (от I до IV). Далее будет проведена характеристика качественных и количественных бизнес-процессов, соответствующих каждому этапу развития.

(I) – Бизнес-модель. Данный период отмечается резким ростом криминализации с объектами жилой недвижимости при одновременном начале процесса становления бизнес-отношений в сфере услуг на рынке жилой недвижимости. Введение государством налога на аукционы в размере 10% от стартовой цены недвижимого актива способствовало активному росту количества агентств недвижимости, а также частных посредников, оказывающих услуги по операциям с объектами жилья. Бизнес-модель находится в стадии зарождения, формируется запрос на материальные, финансовые и человеческие ресурсы для организации простого обмена между потребностями потребителей и возможностями рынка жилья. Небольшие фирмы создаются стихийно, не имеют четко разработанной стратегии, нацелены на мгновенный финансовый результат от проведенной сделки с объектами жилья. Специалисты сферы недвижимости только начинают свой профессиональный путь, осознав, что участие на рынке жилой недвижимости перспективно и может быть высокоприбыльным. Характеризуя критерии развития типичных фирм в сфере жилищных услуг этого периода, следует отметить, что отсутствие стратегий развития, управления персоналом, маркетинга, менеджмента и т.д. свидетельствует о формировании первичной бизнес-модели сферы услуг на рынке жилой недвижимости. Государство вводит подоходный налог на все виды полученного дохода, в том числе и от операций с жилыми объектами, что еще более усугубляет уже зародившийся криминальный оттенок бизнес-модели этого периода. Недостаток проработанной законодательной базы формирует запрос на создание частных нотариальных фирм, решающих вопросы с объектами жилья.

Таблица 1

Оценка процесса эволюцинизации бизнес-моделей в сфере услуг на рынке жилой недвижимости

№п/п	Критерии оценки	Бизнес-модель (I)	Бизнес-модель (II)	Бизнес-модель (III)	Бизнес-модель (IV)
		1	2	3	4
1	Шаблон	Зарождение	Становление	Развитие	Совершенствование
2	Стратегия	Отсутствие	Присутствие	Детализация	Общего развития
3	Организационная структура	Минимальная	Расширение	Совершенствование	Эффективная
4	KPI	Отсутствие	Появление	Низкого уровня	Высокого уровня
5	Индекс информированности	Примитивный уровень	Расширение	Углубление	Автоматизация

Примечание: составлено автором

Таким образом, было положено начало зарождения бизнес-отношений в сфере жилищных услуг, появились очертания бизнес-модели, определились стейкхолдеры и появились первые клиенты, что выступало важными факторами дальнейшего формирования, развития и планомерного перехода существующей бизнес-модели к своей цивилизованной форме.

(II) – Бизнес-модель. Эволюционный этап этого периода можно охарактеризовать как депрессивная стабилизация бизнес-модели. Отличительной особенностью выступает активизация роли государства в желании выстроить прозрачные отношения между клиентами и профессиональными участниками по операциям с объектами жилья. В бизнес-процессы бизнес-модели вступает государство через механизм лицензирования и обязательного страхования профессиональной ответственности профессиональных участников рынка жилой недвижимости. Таким образом, осуществляемая деятельность по преобразованию входов в выходы в шаблоне бизнес-модели расширяется за счет возрастающих требований к участникам процессов и, соответственно, получением более качественного продукта или услуги. Многие компании этого периода интересуются повышением квалификации своего персонала, выращи-

вая узкопрофильных специалистов по сегментам жилья, по юридическим аспектам сделок, по продвижению узнаваемости и привлекательности своего бренда и т.д., тем самым экономя как ресурсы, так время на подготовку и проведение сделки. Это свидетельствует о начале применения показателей оценки эффективности своей деятельности. Штат агентств недвижимости расширяется, в компаниях специалисты разрабатывают стратегии развития компаний на среднесрочную перспективу, активно формируется концепция маркетинга и т.д. Перечисленные элементы свидетельствуют об управленческом совершенствовании бизнес-модели с непосредственным участием государства. Принципиально новые преобразования в социально-экономическом устройстве общества оказывают сильное влияние на становление бизнес-модели в сфере услуг на рынке жилой недвижимости.

(III) – Бизнес-модель. Девизом «создание потребительской ценности» данного периода можно начать характеристику бизнес-модели. Целевые установки бизнес-модели определяются в соответствии с разработанной стратегией. Многие компании объединяются в интеграционные союзы для усиления доли рынка и максимизации прибыли. Отмена лицензирования способствует активному

росту количества саморегулируемых объединений. Средние и крупные компании в сфере недвижимости активно сотрудничают с такими организациями для повышения имиджа и расширения возможностей своего бизнеса. Бизнес-модель обрастает вертикальными и горизонтальными связями и представляет собой переходный вариант от примитивной к цивилизованной форме. Сложностями данной бизнес-модели выступают: достаточно низкие доходы населения, отсутствие кредитоспособности клиентов, отсутствие рынка ипотеки, привязка цен на жилье к доллару и т.д., с вытекающими последствиями в росте цен на жилье и низким уровнем ввода жилья. В этот период вступает в активную стадию сегмент рынка элитного жилья, коттеджного строительства и, соответственно, развивается площадка индивидуального проектирования жилья. Широкое применение маркетинговых инструментов приучает потенциальных потребителей выбирать из представленного многообразия агентств недвижимости подходящий вариант. Персонал компаний подбирается в соответствии с необходимыми знаниями и навыками для реализации стратегических решений, направленных на перспективное динамичное развитие компаний. Перечисленные элементы бизнес-модели свидетельствуют о переходе отношений на более качественный уровень в соответствии с формированием цепочки ценностей.

(IV) – Бизнес-модель [7]. Углубление секторальных связей среди резидентов на рынке жилой недвижимости постепенно меняет ракурс взаимоотношений от конкуренции к кооперации. Бизнес-модель приобретает гибридный вид. Процесс гибридизации бизнес-модели длится до настоящего времени и представляет собой объединение интересов и целей разноуровневых субъектов-участников сферы услуг с объектами жилья. Нынешней бизнес-модели присущи инновационные элементы, постоянно внедряемые в бизнес-процесс по причине скоростного развития IT-технологий. Уровень квалифицированных сотрудников гибридных компаний на рынке

жилой недвижимости является достаточно высоким, так как расширенные бизнес-связи бизнес-процессов, протекающих в бизнес-модели, требуют наличия большого количества компетенций в области управления экосистемными потоками. Формирование цепочки ценностей для потребителя – это первостепенная задача функционирования бизнес-модели в экосистемной плоскости. Экосистема заменяет привычные шаблоны ведения бизнеса – используемая бесшовная сервисная платформа овладевает повседневными привычками клиента, удовлетворяя потребность не только в выборе объекта жилья, его ремонте и обслуживании, но и в выборе определенного бренда, используя который клиент получает выигрыш в виде кэшбэка и в виде использования «принципа одного окна», экономя на этом самый главный свой ресурс – собственное время. Переход к гибридной бизнес-модели имеет отличительные особенности, такие как: – создание и использование онлайн-контента; – партнерские программы; – активизация посреднических услуг; – формирование уникального предложения (кастомизация); – объединение потенциальных клиентов (краудсорсинг); – дробление по сегментам рынка; – использование франшизы; – расширение маркетплейсов и др. Перечисленные признаки экосистем на рынке жилой недвижимости выступают главными элементами бизнес-модели или устойчивости компании, функционирующей в современных реалиях рыночных отношений, основной корпоративной целью которых является удовлетворение повседневных потребностей клиентов, ключевых интересов резидентов экосистемы, представителей государственных структур и общества, в целом. Именно от них зависит стратегическое развитие компании, то есть уровень дальнейшего развития гибридной бизнес-модели полностью зависит от поведения стейкхолдеров. Поэтому бизнес-модель должна учитывать интересы заинтересованных сторон с целью, чтобы иметь возможность и далее развиваться, и совершенствоваться,

имея при этом доступ к необходимым ресурсам. Это подтверждает теория заинтересованных сторон (теория стейкхолдеров) Р.Э. Фримана [8-12], который определил 10 принципов корпоративной ответственности перед своими стейкхолдерами. Современная бизнес-модель на рынке услуг в сфере жилой недвижимости учитывает лишь интересы ключевых стейкхолдеров, к которым относятся: инвесторы, резиденты, клиенты, государство и общество. Кроме этого, важным выступает понимание присутствия сетевого эффекта, то есть тем выше будет эффект каждого участника, чем шире будет представлена ветвь стейкхолдеров. Таким образом, современная экосистемная бизнес-модель сферы услуг на рынке жилой недвижимости развивается под воздействие внешней окружающей среды, при этом уровень ее конкурентных преимуществ оценивается благодаря сбору и обмену информацией через инновационные каналы компьютерных технологий.

Эволюционный процесс формирования и развития бизнес-отношений на рынке жилья позволил выделить основные блоки успешной бизнес-модели по созданию цепочки ценностей, представляющую собой набор бесшовных сервисов. Так, бизнес-модель включает: капитал, управление бизнес-процессами, ориентир на перспективное развитие. Перечисленные элементы выступают блоками общей стратегии развития, а бизнес-модель является индикатором эффективности экономической составляющей стратегии развития. В данном контексте стратегия развития определяется государством и обществом, соответственно, с учетом определенного запроса начинает выстраиваться соответствующая бизнес-модель, имеющая отличительные особенности в зависимости от стадии своего жизненного цикла. Так, первичная бизнес-модель сферы услуг на рынке жилья практически не имела точек пересечения с другими участниками сферы недвижимости, то есть этой бизнес-модели были присущи раздробленность и разобщенность интересов отдельных риэлтерских фирм. Далее постепенно происходит процесс транс-

формации взаимодействия стейкхолдеров сферы услуг на рынке жилья, в том числе государство и общество пытаются активно внедриться в процесс преобразования и совершенствования операций с жильем. На сегодняшнем этапе развития отечественной экономики функционирует гибридная бизнес-модель, включающая в себя все элементы инновационного развития и совершенствования. Существующая бизнес-модель функционирует в режиме экосистемы, выполняя запросы государства и общества, направленных, во-первых, на максимальное удовлетворение потребностей потребителей, во-вторых, на максимальное расширение горизонтальных и вертикальных связей, свидетельствующих о наибольшем охвате секторальных векторов внутри рынка жилой недвижимости [13].

Выводы

Описательные характеристики процесса эволюции бизнес-моделей в сфере услуг на рынке жилой недвижимости позволяют проследить их трансформацию в качественно новый формат бизнес-отношений на рынке жилья. Эволюционный процесс бизнес-моделей проанализирован по ряду критериев, среди которых выделены: анализ шаблона, стратегии, организационной структуры, ключевых показателей эффективности, уровня информированности потенциальной аудитории. Перечисленные критерии могут быть применены при оценке бизнес-модели в другой отрасли, отличной от сферы жилья, так как являются общими элементами существующих экосистем в разных секторах отечественной экономики. Автором предложен алгоритм понимания сути от первичной бизнес-модели, зародившейся на начале 1990-х г. до гибридной бизнес-модели, представляющей собой современную экосистему на рынке жилой недвижимости. Процесс эволюцинизации бизнес-моделей сферы услуг на рынке жилой недвижимости позволяет подробно проанализировать процесс преобразования уровня взаимодействия акторов – участников экосистемы по созданию сервисной цепочки услуг.

Библиографический список

1. Третьяк О.А., Климанов Д.Е. Новый подход к анализу бизнес-моделей // Российский журнал менеджмента. 2016. Т. 14. № 1. С. 115-130.
2. Морщанина Н.И. Экосистемность как глобальный тренд на рынке недвижимости // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11. № 7. С. 1745-1758.
3. Стаценко В.В., Бычкова И.И. Экосистемный подход в построении современных бизнес-моделей // Индустриальная экономика. 2021. № 1. С. 45-61.
4. Морщанина Н.И. Оценка эффективности предпринимательских экосистем в сфере жилой недвижимости // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 5-2. С. 226-234.
5. Морщанина Н.И. Системообразующие факторы эффекта валентности экосистемы на рынке жилой недвижимости // Экономика строительства и природопользования. 2022. № 1-2 (82-83). С. 40-47.
6. Морщанина Н.И. Основы предпринимательской экосистемы в сфере жилой недвижимости // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11. № 6. С. 1515-1528.
7. Морщанина Н.И. Трансформация рынка жилой недвижимости в эпоху экосистем // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11. № 12. С. 3019-3028.
8. Freeman R.E., Evan W.M. Corporate Governance: A Stakeholder Interpretation. The Journal of Behavioral Economics. 1990. Vol. 19. N 4. P. 337-359.
9. Freeman R.E. The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions. Business Ethics Quarterly. 1994. N 4. P. 409-421.
10. Freeman R.E. Divergent Stakeholder Theory. Academy of Management Review. 1999. Vol. 24. N 2. P. 233-236.
11. Freeman R.E., Velamuri S.R. A New Approach to CSR: Company Stakeholder Responsibility // Corporate Social Responsibility: Reconciling Aspiration with Application / Ed. by A. Kakabadse, M. Morsing. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2006. P. 9-23.
12. Freeman R.E., Martin K., Parmar B. Stakeholder Capitalism. Business Ethics Quarterly. 2007. Vol. 17. N 4. P. 303-314.
13. Морщанина Н.И. Характеристика научных подходов к исследованию предпринимательской экосистемы // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 12. № 3. С. 1065-1076.