

DOI: 10.37930/2782-618X-2024-3-4-71-87

В. А. Ермакова

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург, Россия)

В. В. Зверева

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург, Россия)

А. Ю. Титовец

Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург, Россия)

ШЕРИНГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ НООНОМИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: в статье рассмотрены теоретические аспекты ноономики, ноопотребностей и шеринговых отношений. Авторами проведена взаимосвязь между ноономикой и шеринговыми отношениями. В статье представлены наиболее распространенные виды шеринговых отношений: каршеринг, кикшеринг и фудшеринг. По каждому из выделенных направлений шеринга рассмотрены основные показатели и проблемы, а также прогнозные значения. В результате исследования выявлены основные ограничения, которые затормаживают распространение ноономики через шеринговые отношения, а также представлены меры, которые будут способствовать развитию.

Ключевые слова: ноономика, симулятивные потребности, ноопотребности, шеринговые отношения, шеринг, каршеринг, кикшеринг, фудшеринг.

Для цитирования: Ермакова В.А., Зверева В.В., Титовец А.Ю. (2024). Шеринговые отношения как фактор развития ноономики в Российской Федерации // Ноономика и ноообщество. Альманах трудов ИНИР им. С.Ю. Витте. Т. 3, № 4. С. 71–87. DOI: 10.37930/2782-618X-2024-3-4-71-87

Viktoriya A. Ermakova

Ural State University of Economics (Yekaterinburg, Russia)

Valeriya V. Zvereva

Ural State University of Economics (Yekaterinburg, Russia)

Alisa Y. Titovets

Ural State University of Economics (Yekaterinburg, Russia)

SHARING RELATIONS AS A FACTOR OF NOONOMY DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract: The article focuses on theoretical aspects of noonomy, nooneeds and sharing relations. The authors have established the interrelation between noonomy and sharing relations. The article presents the most common types of sharing relations: carsharing, kicksharing and foodsharing. For each of the highlighted types of sharing the authors have specified the key features and

issues, as well as estimated some forecast values. As a result of the study, the main limitations that slow down the spread of noonomy through shearing relations are identified, and measures that will promote development are presented.

Keywords: noonomy, simulative needs, nooneeds, sharing relations, sharing, carsharing, kick-sharing, foodsharing.

For citation: Ermakova V.A., Zvereva V.V., Titovets A.Y. (2024). Sharing Relations as a Factor of Noonomy Development in the Russian Federation. *Noonomy and Noosociety. Almanac of Scientific Works of the S.Y. Witte INID*, Vol. 3, No. 4, pp. 71–87. DOI: 10.37930/2782-618X-2024-3-4-71-87

埃尔马科娃 V. A.

乌拉尔国立经济大学 (俄罗斯, 叶卡捷琳堡)

兹韦列娃 V. V.

乌拉尔国立经济大学 (俄罗斯, 叶卡捷琳堡)

季托维茨 A. I.

乌拉尔国立经济大学 (俄罗斯, 叶卡捷琳堡)

共享经济是俄罗斯智慧经济发展的一个因素

摘要: 文章从理论方面论述了智慧经济、智慧需求和共享经济。作者研究了智慧经济与共享经济之间的相互关系。文章介绍了最常见的共享经济产品: 汽车共享、电动滑板车共享和食品共享。作者研究了每种前述共享产品的主要指标、存在的问题以及前景。研究结果明确了通过共享经济普及智慧经济的主要制约因素, 并提出了促进发展的措施。

关键词: 智慧经济、虚假需求、智慧需求、共享经济、共享、汽车共享、电动滑板车共享、食品共享。

引用注释: 埃尔马科娃 V. A.、兹韦列娃 V. V.、季托维茨 A. I. (2024) 共享经济是俄罗斯智慧经济发展的一个因素//智慧经济与智慧社会. 维捷新兴工业发展研究所论文选, Vol. 3, No. 4, pp. 71–87. DOI: 10.37930/2782-618X-2024-3-4-71-87

Введение

Тренды «рациональное потребление» и «ресурсосбережение» набирают мировую популярность в контексте цивилизационной и цифровой трансформации, устойчивого развития и заботы о окружающей среде. Практической реализацией данных мировых трендов может являться шеринговая экономика и отношения. Ведь, от человека и его выбора зависит сегодня направление развития цивилизации, так как «мир стоит у «цивилизационной развилки»: либо крах нынешней цивилизационной модели, либо дальнейшее развитие» [Бодрунов, 2024, с. 13-20]. Так как только ноочеловек в рамках развития ноономики может совершить переход к рациональному потреблению и удовлетворению только истинных потребностей. Поэтому, «развитие шеринговой экономики – это феномен, который представляет собой одну из важных форм изменения структуры экономики, накладывающейся

на изменение сути отношения собственности, на пути к новому качеству общественного развития – НИО.2 и ноономике» [Бодрунов, 2020, с. 24-39].

Поэтому, актуальность выбранной темы исследования обуславливается следующим рядом обстоятельств:

- во-первых, в современных трансформационных реалиях становится актуальна такая концепция как ноономика, поскольку быстрое развитие технологий, информатизации и цифровизации приводит к появлению новых моделей бизнеса и экономических отношений;
- во-вторых, молодое поколение более заинтересовано в гибкости, мобильности, разделении ресурсов и участии в экономике как сервисе (sharing economy);
- в-третьих, ноономика также может способствовать устойчивому развитию и потреблению, ресурсоэффективности и удовлетворение растущих человеческих потребностей.

Ноономика – «хозяйственная система, отличающаяся от экономики отсутствием отношений людей в процессе материального производства» [Бодрунов, 2019а, с. 504]. Теория ноономики раскрывает механизм движения к неэкономическому ноообществу и формированию ноочеловека. Таким образом, человек, который вышел за пределы материального производства, удовлетворяет свои истинные потребности неэкономическим способом организации хозяйственной деятельности. Ноономика является «активно развивающейся концепцией, обосновывающей доказательства закономерностей современного переходного общественного устройства, нарабатывающей собственные инструменты анализа и прогнозирования экономического развития, аккумулирующей достижения ставших базовыми теорий экономической динамики и стадильности» [Урасова, 2023, с. 6-21].

Как известно, в рамках концепции ноономики выделяют симулятивные потребности и несимулятивные потребности. Симулятивные потребности – «иллюзорные, фальшивые потребности, удовлетворяемые лишь символически, которые навязываются рыночной системой исключительно в погоне за расширением объема сбыта» [Пьянкова, 2024, с. 202]. То есть, под симулятивными потребностями понимаются навязанные обществом потребности, которые являются лишь иллюзией необходимости. Именно поэтому, важно понимать текущие потребности человека, населения, общества, а также сдвиги в распределение потребностей и возможности влиять на эти сдвиги на долгосрочную перспективу.

В современном мире наблюдается тенденция бешеного роста «иллюзорных» потребностей в общественной жизни, что усиливает уже существующую проблему неэффективного и нерационального использования имеющихся ресурсов. Именно поэтому, возникает острая необходимость формирования и развития новой системы общественных потребностей, то есть формирование и развитие ноопотребностей. Ноопотребности – «это потребности, которые формируются у человека в процессе его развития, но при постоянном их возрастании ограничиваются «ноо»-принципами формирования потребностей, которые диктует человеку культура как внутреннее самоощущение» [Бодрунов, 2019b, с. 4-8].

Следовательно, подтверждаются обозначенные императивы перехода к ноообществу, такие как десимулятизация общественных потребностей, т.е. разумное ограничение «неразумных» и «излишних» потребностей. Исходя из этого можно сказать, что есть большая необходимость трансформировать экономический способ удовлетворения потребностей в неэкономический. Поэтому «по мере движения к ноономике значение собственности как надежного инструмента удовлетворения потребностей ослабевает» [Бодрунов, 2020,

с. 24-39]. Сформировать данный процесс возможно с помощью диффузии собственности [Бодрунов, 2021, с. 5-14], можно отметить, что это ключевой блок процесса. То есть, положительным и ярким примером диффузии собственности может являться совместное потребление (рис 1).

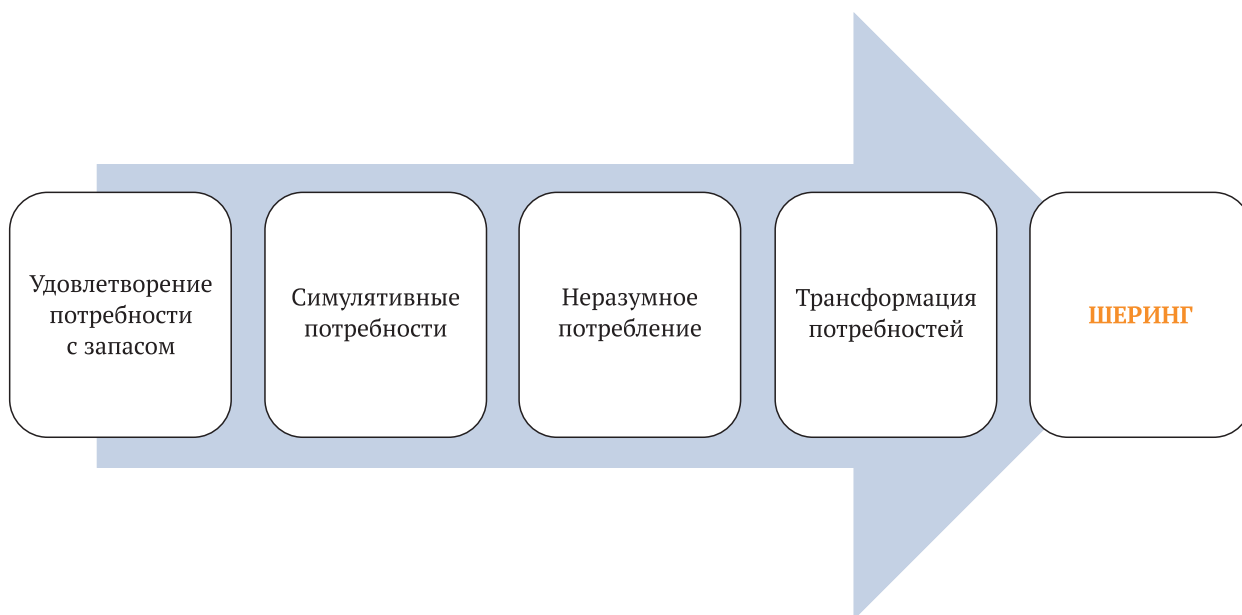


Рис. 1. Теоретическая связь шеринга и ноономики

То есть совместное потребление может являться одним из эффективных способов снижения излишних и симулятивных потребностей человека и общества, что позволит сформировать и развить коллективное использование и потребление услуг и товаров. Совместное потребление как форма организации экономических взаимоотношений, основанная на рациональном коллективном использовании ресурсов, получила развитие в рамках феномена «sharing economy» [Попов, Веретенникова, Мокрушникова, 2023, с. 6-21]. Данная модель отношений и экономики в российских научных исследованиях рассматривается в совершенно разных терминах («шеринг», «шеринговая экономика», «экономика совместного потребления (ЭСП)», «долевая экономика», «экономика сотрудничества», «экономика участия» и т.д.). Таким образом, можно выделить следующее определение шеринговой экономики – «это совокупность экономических и неэкономических отношений, в ходе которых удовлетворение потребностей осуществляется без права собственности со стороны потребителя или заключения иных долгосрочных договоренностей» [Пьянкова, Заколюкина, 2024, с. 106-122].

Шеринговая экономика — это «экономическая модель, которая основана на коллективном использовании товаров и услуг, бартере и аренде вместо владения, в основе которой лежит в первую очередь идея, что порой удобнее платить за временный доступ к продукту, чем владеть им» [Titovets et al, 2024].

Шеринговые отношения набирают силу, особенно в условиях цифровой трансформации. Так как, активизация развития и популяризация шеринга началось с масштабным развитием информационных и цифровых технологий, то есть изменение экономических

форм удовлетворения потребностей является результатом влияния научно-технического прогресса. Кроме того, шеринговые отношения являются достаточно выгодной формой социально-экономического взаимодействия, так как происходит повышение мобильности, снижение финансовых и временных затрат, повышение уровня удовлетворенности, качества и т.д., а также повышение эффективности и рациональности использования ресурсов. Данные отношения расширяясь, постепенно стирают традиционное экономическое пространство, прокладывая путь к пространству несимулятивного и рационального потребления. Миссия шеринговой экономики сокращение потребления ресурсов и достижение целей ноономики.

Конкретизируя особенности шеринговых отношений, можно выделить ряд характеристик [Третьяк, Климанов, Билинкис, 2021, с. 403-428; Шичих, Тугуз, 2020, с. 383-386]:

- «– превращение потребителя в поставщика при появляющейся для этого возможности;
- можно дозировать, и даже минимизировать масштабы употребления, используя при этом имеющуюся собственность более продуктивно;
- успех напрямую зависит от качества, которыми обладают пользователи, и самыми важными среди них следует отметить способность доверять друг другу, коллективизм, сверхрациональность».

Выделяется несколько форм шеринговых отношений, но все они основаны на способности реализовать больший выбор при снижении затрат, связанных с покупкой: аренда; подписка; перепродажа; обмен [Мезенцев, 2021, с. 223-229]. Основными видами шеринговых отношений являются: каршеринг – аренда автомобилей и других средств передвижения; кикшеринг и велошеринг – аренда самокатов и велосипедов; карпулинг – сервисы поиска попутчиков; коливинг и шеринг-жилья – аренда жилья или совместное проживание с соседями; фудшеринг – распределение продуктов питания; библиотеки и буккроссинг (обмен книгами); своп – обмен бывших в употреблении вещей: одежды, аксессуаров, обуви; коворкинг – краткосрочная аренда рабочих мест: от офисных столов до творческих мастерских. Стоит уточнить, что перечисленные виды – это лишь малая и более распространенная часть шеринговых отношений, так как «шеринговые отношения настолько стремительно развиваются, что является сложным выделить все известные сегменты шеринговой экономики» [Пьянкова, Заколюкина, 2024, с. 106-122].

Экономика активно развивается, переходит из сферы максимизации прибыли, в сферу максимизации общественной полезности. То есть общество должно перейти от неразумного, излишнего и симулятивного потребления товаров и услуг, рациональному коллективному потреблению ресурсов. Отмечается, что коллективное потребление услуг и товаров, то есть невысокая плата за временный доступ, лучше, чем единовременная высокая цена и индивидуальное владение. Так, на смену традиционным экономическим отношения приходят шеринговые отношения и формируется шеринговая экономика. Именно «эволюционная трансформация отношений собственности на основе развития институтов со-владения» [Соловых, 2023, с. 9-11], позволит сформировать новую экономическую модель, систему общественных отношений и совершить переход к ноообществу.

Материалы и методы

Методология проведенного исследования отражается в основной части. В процессе исследования были использованы следующие методы: сбор и анализ статистических данных;

сравнительные и ретроспективный анализ, методы анализа и синтеза, а также графическое и табличное представление полученных данных.

Постоянное официальное статические исследование основных параметров шеринговой экономики и отношений в Российской Федерации на данный период времени не проводится. Статистический учет не ведется органами статистики, по нескольким причинам: достаточно сложно выделить шеринг из общей совокупности отношений, сформированных на рынке (шеринг, прокат, краткосрочная аренда и т.д.); шеринг присутствует практически в разных видах экономической деятельности (транспорт, недвижимость и т.д.).

Результаты

Перед тем, как перейти к анализу шеринговых отношений в России, необходимо рассмотреть, как развиваются шеринговые отношения в мире. В настоящее время мировая шеринговая экономика оценивается примерно 9829 компаниями, которые работают в 133 странах и 25 категориях¹. Мировая шеринговая экономика развивается достаточно быстро. Так объем мирового рынка шеринговой экономики в 2013 г. составил 15 млрд. долларов США, а к 2025 г. объем рынка составит 335 млрд. долларов США².

Важно отметить результаты развития шеринговой экономики и отношений в странах мира:

«– в Азиатско-Тихоокеанском регионе 78% людей пользуются шеринг сервисами и готовы поделить или арендовать то, что у них есть, а 81% хотели бы арендовать у других;

– Китай является выдающимся рынком для ЭСП, так 73% его населения являются онлайн-потребителями в шеринговой экономике, и более половины (55%) поставляют товары и услуги через шеринг сервисы. Это единственный рынок в мире, где все возрастные группы участвуют в целом на одном уровне;

– более 2,7 млн. канадцев пользуются услугами шеринг экономики, которая оценивается в 1,3 млрд долл.;

– около 72% американцев пользуются шеринговым сервисом или приложением, 50% покупали бывшие в употреблении товары в Интернете;

– в Латинской Америке 70% людей используют шеринг экономику и готовы поделить или арендовать;

– по всей Европе 54% людей пользуются шеринговыми сервисами, и готовы поделить или арендовать» [Titovets et al, 2024].

В целом можно заметить, что шеринговые отношения в мире стремительно развиваются и имеют большой потенциал и для дальнейшего развития. Также исходя из вышесказанного, стоит отметить, что люди готовы участвовать в шеринговых отношениях и активно пользоваться шеринговыми сервисами.

Рассматривая нынешнюю ситуацию распространения ноономики через шеринг, следует отметить в Российской Федерации низкая скорость проникновения шеринга, а следовательно, и ноономики, что объясняется в первую неготовностью населения участвовать в шеринговых отношениях (Табл.1).

¹ Тенденции экономики совместного потребления в мире в 2023 г.: статистика и будущее sharing economy. Режим доступа: <https://b-mag.ru/tendencii-jekonomiki-sovmestnogo-potreblenija-v-mire-v-2023-g-statistika-i-budushhee-sharing-economy/>.

² Там же.

Таблица 1

Характеристика кластеров потребителей в рамках ЭСП в Российской Федерации

Кластер потребителя ЭСП	Доля	Основные характеристики кластера
Нейтральный потребитель	32,7 %	1. Низкая ориентированность на роль собственности как символ статуса. 2. Невысокий воспринимаемый риск.
Скептический потребитель	31,1 %	1. Высокий воспринимаемый риск. 2. Высокая обеспокоенность гигиеническими аспектами. 3. Высокая ориентированность на собственность. 4. Высокая сложность перехода к использованию сервисами ЭСП.
Компетентный потребитель	36,2 %	1. Положительное отношение к ЭСП. 2. Низкая обеспокоенность гигиеническими аспектами ЭСП. 3. Невысокая сложность перехода к ЭСП. 4. Невысокий воспринимаемый риск.

Источник: Ребязина, Березка, Антонова, 2020, с. 255-275.

Таким образом, всего 36,2% россиян являются компетентными потребителями, которые готовы участвовать в шеринговых отношениях. Данные показатели как раз и свидетельствует о том, что большая часть населения в России не готова совсем или частично переходить на шеринговые отношения.

Рассматривая российский шеринговый рынок, необходимо отметить ряд его характерных особенностей [Васькина, 2022, с. 254-257]:

«Во-первых, РФ характеризуется высокой концентрацией населения в нескольких крупнейших городах-миллионниках, где и формируется в основном шеринг-сообщество.

Во-вторых, резкое изменение менталитета населения страны: формирование поколений (Y и Z), для которых получение впечатлений, мобильность и возможность выразить свою индивидуальность важнее любого статусного потребления.

В-третьих, активная цифровая трансформация страны, так как именно развитие мобильного интернета, онлайн-платежей и цифровых платформ является одним из базовых условий развития шеринговых сервисов в России.

В-четвертых, в нашей стране особую актуальность имеют транспортные шеринг-сервисы. Так, российский рынок карпулинга имеет весьма значительный объем даже по международным меркам».

Анализируя состояние шеринговой экономики в Российской Федерации в целом можно заметить, что наблюдается положительная динамика, что свидетельствует о развитии и популяризации шеринговых отношений в стране (рис. 2).

Можно отметить, что к 2019 г. объем отечественного рынка шеринга составил 770 млрд. руб., что в два раза больше по сравнению с 2018 г. В 2020 г. прирост к прошлому году составил 39 %. Можно заметить, что наблюдается положительная динамика, что свидетельствует о развитии и популяризации шеринговых отношений в России. Так же стоит отметить, что около 60 % пользователей шеринговых сервисов в России – молодые люди до 30 лет, более трети – 31-45 лет, на пользователей старше 45 лет приходится около 5 %.

В условиях глобального экономического кризиса и усиления нестабильности, развитие шеринговых отношений становится наиболее актуальным, так как формируют возможности получения дополнительного дохода, позволяют сэкономить собственные ресурсы и со-

кратить личные расходы. Нами было выделено несколько видов шеринговых отношений, которые на наш взгляд являются более интересными и перспективными в России, а именно: каршеринг, кикшеринг, фудшеринг.

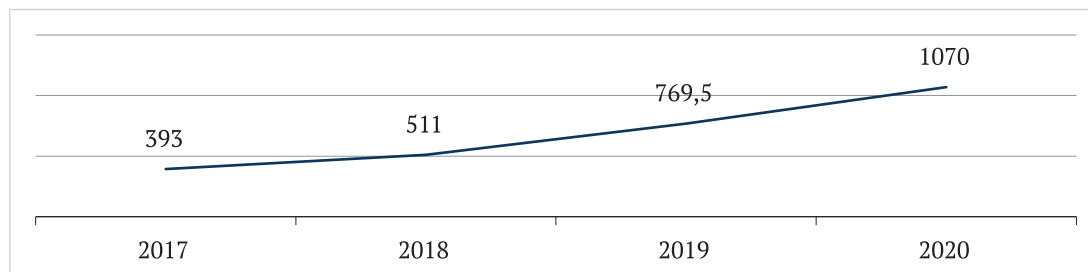


Рис. 2. Динамика шеринговой экономики Российской Федерации за 2017-2020 гг., млрд руб.¹

Каршеринг является одним из самых распространенных, а соответственно, развитых видов шеринга в России. Это подтверждает ежегодный рост активных пользователей каршерингом на территории страны (рис. 2). Необходимо отметить, что в Российской Федерации наблюдается небольшое количество операторов на рынке каршеринга. За последние несколько лет рынок каршеринга разделился в основном между четырьмя крупными игроками: «Делимобиль» (40 % рынка), «Яндекс Драйв», VelkaCar, «Ситидрайв».

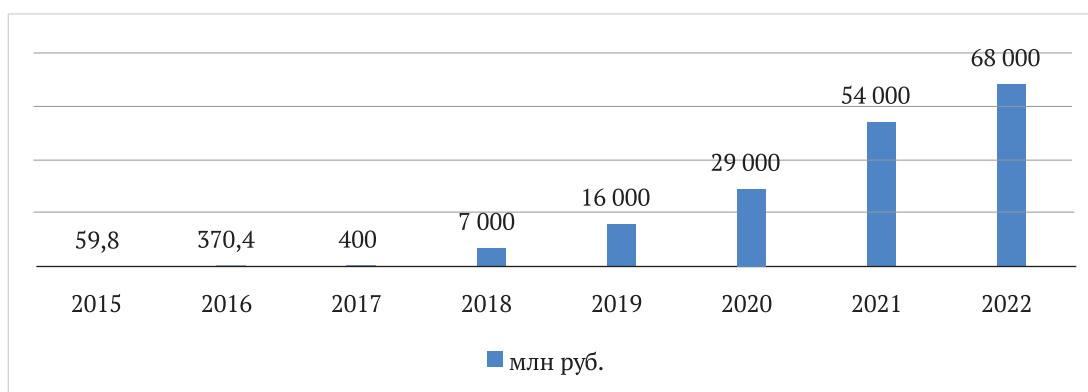


Рис. 3. Объем рынка каршеринга в России [Абдулганиева, Гусев, Пенерджян, 2022, с. 318-324]

Как видно из графика, каршеринг в России развивается достаточно быстро, по сравнению с 2015 годом объем рынка каршеринга вырос практически в 1000 раз, такое увеличение объема рынка, вызвано ростом цен на легковые автомобили, дорожанием обслуживания и ремонта. Так же стоит заметить, что российский рынок каршеринга составляет 5 % от мирового. В основном данный сервис распространен в Московском регионе, что соответствует 86 % во всей доли России (Рис. 4).

Так же стоит отметить, что каршеринг развит в Санкт-Петербурге (7 %) и в Свердловской области (6 %). В остальных регионах данный сервис присутствует, но к сожалению, не так сильно развит, из-за чего их нельзя отобразить на графике. Учитывая то, как быстро развивается каршеринг в России, смеем предположить, что распространение такой услуги

¹ Экономика совместного потребления в России 2020. Испытание на прочность // ТИАР-Центр, кластер РАЭК. URL: https://tiarcenter.ru/wp-content/uploads/2021/02/TIARRAEC_Sharing-Economy-2020.pdf

по всей территории России вопрос времени, и как нам кажется, это будет осуществимо в ближайшем будущем. Кроме того, можно отметить, что государственный тренд на цифровую трансформацию, будет способствовать развитию цифровых сервисов в транспортной отрасли, что должно привести к отказу от использования личного транспорта. Именно в таком формате заложено развитие каршеринга в текущие стратегические документы страны.

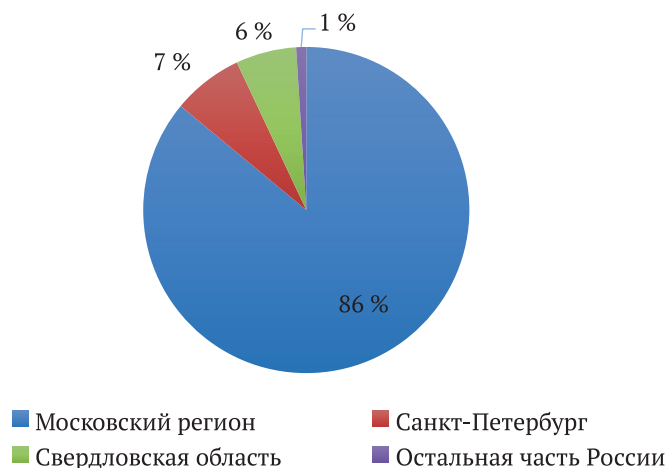


Рис. 4. Рынок каршеринга по регионам [Абдулганиева, Гусев, Пенерджян, 2022, С. 318-324]

Кикшеринг также является одним из самых распространенных видов шеринговых отношений в стране. Необходимо отметить, что в России услуги кикшеринга являются сезонными, поэтому показатели объема рынка кикшеринга несколько ниже, но при этом он более популярен, особенно среди молодого поколения. В настоящее время на российском рынке кикшеринга функционирует более 40 компаний, крупнейшими из которых являются Whoosh, Юрент и Яндекс (их доля рынка в 2022 г. оценивается в 94 %).

Объем российского рынка кикшеринга в 2022 г. составил 13,3 млрд руб., тем самым превысив показатели 2021 г. на 64 %. Важно отметить, что российский рынок кикшеринга активно развивается не только по показателям объема рынка, но и по численности пользователей (рис. 5) и по количеству поездок (рис.6).



Рис. 5. Количество пользователей по рынку кикшеринга¹

Так, можно заметить по графику, что общее количество зарегистрированных пользователей в 2022 г. составило порядка 34 млн шт., однако, как заявляют аналитики сервисов,

¹ Трушеринг – каршеринг, транспорт будущего, электромобили. – Режим доступа: <https://truesharing.ru>

один пользователь может быть зарегистрирован сразу в нескольких кикшеринговых приложениях, поэтому количество уникальных пользователей услугами кикшеринга заметно меньше. Поэтому, по оценке экспертов в 2022 г. общее количество уникальных пользователей кикшеринга достигло отметки 15,5 млн чел.

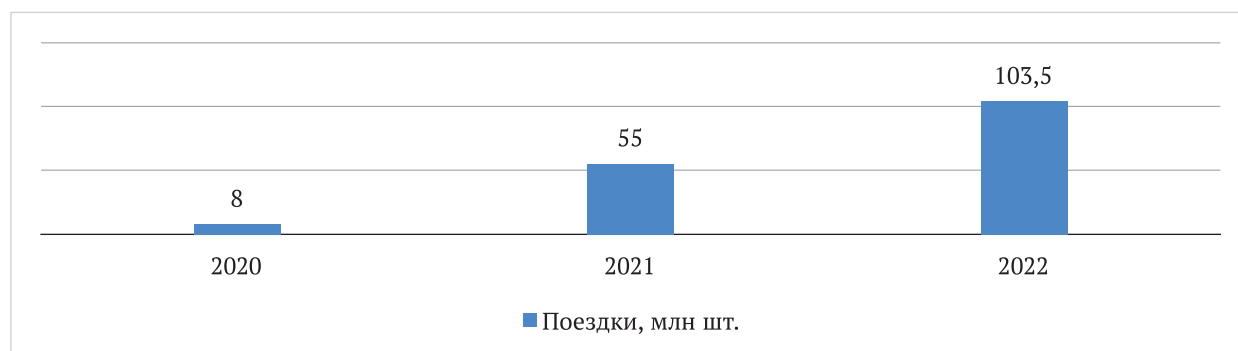


Рис. 6. Количество поездок по рынку кикшеринга¹

По данным рисунка 6, в 2022 г. в РФ было совершено 103,5 млн кикшеринговых поездок, по отношению к предыдущему году количество кикшеринговых поездок выросло на 88 %. Среднее количество кикшеринговых поездок на одного пользователя за 2022 г. составило 6,5 поездок, таким образом российский рынок кикшеринга имеет потенциалом для роста.

Рассматривая российский региональный аспект, можно сказать следующее:

- услуги кикшеринга распространены в 137 городах с населением более 100 тыс. чел. в России;
- 32,5 млн чел. – общая численность потенциальной аудитории в городах с населением более 100 тыс. чел.;
- 2,9 млн чел. – потенциал роста аудитории за счет открытия в городах с населением более 100 тыс. чел., в которых еще не работает кикшеринг;
- всего кикшеринг работает более чем в 170 городах РФ, включая города с населением менее 100 тыс. чел.

Следующее направление шеринговых отношений: фудшеринг. Необходимо отметить, что фудшеринг, в отличие от рассмотренных ранее видов шеринговых отношений, наиболее ярко проявляется в социальном аспекте. То есть фудшеринг кроме как снижает объем пищевых отходов и уменьшает вред, наносимый природе, сберегает ресурсы, потраченные на производство пищи, так в том числе, дает возможность нуждающимся людям получить еду бесплатно. Фонды и организации реализующие данное направление шеринговых отношений, сотрудничают и расширяют партнерские отношения с различными представителями розничной торговли и общепита (Магнит, Пятерочка и т.д.).

Стоит отметить, что для РФ развитие данного вида шеринга имеет серьезную актуальность: во-первых, по данным Росстата, в стране ниже границы бедности живут около 20 млн чел. (испытывают трудности с покупкой продуктов питания); во-вторых, 16 % россиян на еду уходит почти весь заработок: в-третьих, объем пищевых отходов в стране ежегодно составляет около 18 млн тонн.

¹ Трушеринг – каршеринг, транспорт будущего, электромобили. – Режим доступа: <https://truesharing.ru>

Так, можно отметить, что АНО «Фудшеринг» «спасает» около 11,7 тонн продуктов в месяц, что соответствует примерно 140,4 тонн в год¹. Продовольственный фонд Банк еды «Русь», в 2022 г. «спас» около 10,2 тыс. тонн продуктов и товаров, которые были переданы нуждающимся².

Банк еды «Русь» выделил регионы страны, которые чаще всего пользовались услугами фудшеринга в 2020-2022 гг.³ г. Москва (3,9 млн кг; 655 млн руб.); Тульская область (2,2 млн кг.; 434 млн руб.); г. Санкт-Петербург (2,1 млн кг; 427 млн руб.); Калужская область (1,9 млн кг; 362 млн руб.); Воронежская область (1,2 млн кг; 262 млн руб.); Владимирская область (1 млн кг.; 246 млн руб.); Челябинская область (0,8 млн руб.; 160 млн руб.); Московская область (0,6 млн кг.; 137 млн руб.); Липецкая область (0,5 млн кг.; 124 млн руб.) и Ростовская область (0,5 млн кг.; 118 млн руб.). Таким образом, перераспределили всего более 19,6 млн кг. на сумму более 3,8 млрд руб. То есть на 10 регионов РФ приходится основная масса рынка фудшеринга.

Так же стоит отметить, что в России в 2023 г. заработали два мобильных приложения для передачи еды между людьми: Karmitt и ЕдаДома. Суть их работы схожа: на платформах можно размещать объявления о передаче продуктов, которые по каким-то причинам оказались не нужны или, наоборот, находить рядом с домом нужные продукты, которые кто-то отдает бесплатно. Развитие подобных приложений благоприятно способствует развитию и популяризации фудшеринга в России.

Несмотря на то, что шеринговые отношения в целом имеют значительные преимущества, в российской модели развития существует ряд значительных проблем и недостатков [Плотников В.А., 2023, с. 42-50], которые затрудняют развитие шеринговых отношений:

«проблемы правового регулирования, которые главным образом обуславливаются отсутствием норм и регламентов, а также правил составления и заключения договоров между участниками шеринговых отношений;

– нарастание угроз информационной безопасности, в частности небезопасное хранение личных данных;

– компании, предлагающие товары и услуги для шеринга, имеют высокий уровень износа основных средств, текущих затрат на обслуживание и ремонт;

– отсутствуют терминология и разделение бизнес-моделей шеринга по отраслям, а также официальные систематизированные статистические данные;

– основной проблемой, тормозящей развитие фудшеринга, является НДС на продукты. Так как стоимость утилизации ниже затрат на организацию фудшеринга практически в 2-3,5 раза;

– российский менталитет, который обуславливается двумя причинами: скептическое отношение к совместному потреблению товаров и услуг и гипертрофированное неуважение к чужой собственности. Основная причина скептического отношения людей к шерингу заключается в том, что они воспринимают собственность в первую очередь как символ статуса. Им мало только пользоваться товаром, они стремятся стать единоличным владельцем, а такое мировоззрение противоречит принципам шеринга».

¹ АНО «Фудшеринг» – URL: <https://foodsharing.ru/>.

² Благотворительный фонд «Банк еды «Русь» | Продовольственная помощь нуждающимся – URL: <https://foodbankrus.ru/>.

³ Там же.

Барьеры развития шеринговых отношений приводит к проблеме развития ноопотребностей и ноообщества, а, следовательно, и ноономики.

Рекомендации

Переходя к рекомендательной части нашего исследования, стоит изначально проанализировать прогнозные значения ранее рассмотренных видов шеринга. В таблице 2 представлены основные прогнозные показатели для рынка каршеринга в России.

Таблица 2
Прогнозные показатели для каршеринга и кикшеринга в России¹

Показатель	2022	2025П	2026П	2027П
Объем рынка каршеринга, млрд. руб.	68	88	124	171
Среднее дневное количество поездок на 1 автомобиль, ед.	4,3	5,4	5,9	6,4
Автопарк на конец года, тыс. ед.	55	88	103	119
Доля каршеринга на российском рынке мобильности, %	5	14	17	19
Объем рынка кикшеринга, млрд. руб.	13,3	39,5	-	-
Поездки, млн. шт.	103,5	337	-	-
Флот, тыс. шт.	191	439	-	-
Пользователи, млн. шт.	15,5	32,5	-	-

Как видно из таблицы 2, вклад шеринговых отношений в развитие ноономики растет, как и вклад ноономики в развитие страны соответственно. Можно заметить, что объем рынка каршеринга к 2027 году вырастет практически в 2,5 раза, также произойдет увеличение количества поездок на 1 автомобиль. Такое активное развитие шеринговых отношений связано с тем, что будет увеличиваться покрытие городов и расширения базы активных пользователей, что может свидетельствовать не только о распространении шеринга, но и ноономики в целом.

Ситуация с кикшерингом такая же положительная, поскольку российский рынок кикшеринга обладает большим потенциалом для развития. К 2025 году объем рынка увеличится в 2,9 раз., количество поездок вырастет до 337 млн шт., что на 226% будет больше, чем в 2022 году, и количество пользователей увеличится до 32,5 млн чел., что на 109,7 % больше, чем в 2022 г. Российский рынок будет активно расти за счет развития кикшеринга в городах присутствия и выход в города с численностью населения свыше 100 тыс. человек, в настоящее время не охваченные кикшерингом. Таким образом, на рынке кикшеринга вырастет среднее количество поездок на одного пользователя на 56%.

С учетом, что российские фудшеринг-сервисы распределяют около 7,5 тыс. тонн еды в стране, а это менее 0,05% от выбрасываемой еды, следовательно, в нашей стране имеются перспективы развития фудшеринга. Кроме того, эксперты оценивают, что потенциал фудшеринга в стократно выше – до 720 тыс. тонн еды, спасаемой из общепита и розничных сетей².

Но для развития фудшеринга в стране, необходимо снижать административные и налоговые барьеры, а также повышать уровень доверия российского населения к фудшерингу. Можно выделить ряд мер, которые могут активизировать процессы развития фудшеринга

¹ Трушеринг – каршеринг, транспорт будущего, электромобили. – Режим доступа: <https://truesharing.ru>

² АНО «Фудшеринг» – URL: <https://foodsharing.ru/>.

в Российской Федерации: проводить просветительские мероприятия (развитие групп в социальных сетях, проведение информационных мероприятий, вебинаров и встреч, печать информации на упаковках, информирование потребителей о лучших практиках бережного обращения с продуктами питания, формировать и расширять практики ответственного потребления и т.д.); нивелировать налоговый барьер (убрать НДС на продукты, которые передаются в фудшеринг); сделать фудшеринг мерой адресной социальной помощи; внедрить фудшеринг в бизнес-процессы розничных сетей и организаций общественного питания; ввести комплексный учет пищевых отходов (на уровне магазина, компании, региона, страны), раскрывать этот объем в нефинансовой отчетности.

Несмотря на имеющиеся барьеры и проблемы развития шеринговых отношений в Российской Федерации, у них достаточно высокий потенциал для развития. Двигателем российских шеринговых отношений является молодое поколение, главную очередь за счет цифровой основы распространения шеринговых отношений и популяризации. Кроме того, шеринговые отношения позволяют людям рационально потреблять услуги и товары, экономя ресурсы и снижая нагрузку на окружающую среду.

Рассматривая шеринговые отношения в общем, то необходима следующая реализация мер, способствующих развитию шеринга в России:

- Расширение географии: привлечение новых пользователей территорий, которые не охвачены шерингом и развитие новых видов шеринговых отношений;

- Взросление аудитории: привлечение взрослой аудитории, так как во многих секторах шеринг-экономики пользователями являются в основном только молодое поколение, через увеличение понимания удобства и доступности шеринговых услуг;

- Развитие доверия: обеспечение дополнительных мер защиты объектов шеринговых отношений, через систему страхования, верификацию пользователей по документам и рейтинговые системы.

- Встраивание в экосистемы: развивать интеграцию шеринг-сервисов с крупнейшими экосистемами, для того чтобы пользователь мог выбрать какой услугой воспользоваться: шеринговой или традиционной. Такое направление будет способствовать развитию шеринговых отношений.

Кроме того, можно обратить внимание на развитие других видов шеринговых отношений в стране, например, буккроссинг – обмен книгами или секонд-хенды – продажа одежды, обуви и других товаров, бывшие в употреблении. Развитие разных шеринговых отношений будет формировать рациональное потребление у населения по всем видам товаров и услуг.

При развитии шеринговых отношений в рамках концепции ноономики, необходимо учитывать основные принципы формирования ноономики и ноообщества, либо развитие шеринговых отношений приведет к «абсурду» [Пьянкова, Заколюкина, 2024, с. 106-122].

Конечно, для развития шеринговых отношений в первую очередь необходимо поменять отношение российского населения к шерингу, объяснить или даже доказать преимущества именно такого способа удовлетворения потребностей. Как нам кажется, чтобы проработать эту проблему необходимо больше просвещать российское население, повышать уровень доверия, рассказывать о преимуществах шеринговых отношений и т.д. Для этого, как нам кажется, следует проводить открытые лекции, посвященные этой проблеме, записывать видеоролики или даже создавать курсы и мероприятия, где люди будут обучаться рациональному потреблению и обмениваться опытом.

Следовательно, основные цели шеринга в ноономике:

1. Ограничение симулятивных потребностей, снижение ценности собственности.
 2. Сокращение личного автопарка, снижению затрат, удешевлению и повышению качества удовлетворения потребностей.
 3. Повышение эффективности использования ресурсов, высвобождение времени, увеличение мобильности.
 4. Развитие рационального потребления.
- Таким образом, через развитие шеринговых отношений будет развиваться ноономика.

Вывод

Аккумулируя все вышеизложенное, можно сделать вывод, что ноономика в Российской Федерации может активно развиваться через шеринговые отношения, так как шеринговая экономика и отношения в России имеют большой потенциал развития. Формирование шеринговых отношений позволит снизить симулятивные потребности или преобразовать их в несимулятивные потребности. Следовательно, необходимо учитывать ключевые драйверы и барьеры развития шеринговых отношений в Российской Федерации, особенно важно учитывать географический аспект развития шеринговых отношений. Необходимо развивать новые виды шеринговых отношений и повышать доверие населения. Соответственно, развитие шеринговых отношений приведет к развитию ноопотребностей и формированию нообщества в России.

Список источников

- Абдулганиева З.В., Гусев В.В., Пенерджян Г.С. (2022). Развитие каршеринга в России // Современная математика и концепции инновационного математического образования. Том 9. №1. С. 318-324.
- Бодрунов С.Д. (2019а). Общая теория ноономики. М.: Культурная революция. 504 с.
- Бодрунов С.Д. (2019b). К вопросу о ноономике // ЭВР. №1 (59). С. 4-8.
- Бодрунов С.Д. (2020). На пути к ноономике: человек, технологии, общество // Мир перемен. № 2. С. 24-39.
- Бодрунов С.Д. (2021). Генезис ноономики: НТП, диффузия собственности, социализация общества, солидаризм // ЭВР. №1 (67). С. 5-14
- Бодрунов С. Д. (2024). Путь к ноономике: магистральное направление глобального развития // Ноономика и нообщество. Альманах трудов ИНИР им. С. Ю. Витте. Т. 3, № 1, С. 13–20.
- Васькина М.Г. (2022). Шеринг-экономика: Российская специфика // Цифровая экосистема экономики: сборник статей по итогам IX международной научно-практической онлайн конференции. Ростов-на-Дону. Южный федеральный университет. С. 254-257.
- Мезенцев Ю. А. (2021). Шеринговая экономика сегодня // Инновации. Наука. Образование. № 30. С. 223-229.
- Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Мокрушникова А.П. (2023). Эволюция развития шеринг-экономики // Journal of new economy. №4. С. 6-21.
- Плотников В.А. (2023). Экономика совместного потребления: понятие, особенности, перспективы развития // Управленческое консультирование. №1. С. 42-50.

- Пьянкова С.Г., Заколюкина Е.С. (2024). Шеринговая экономика в рамках движения к ноономике // Ноономика и ноообщество. Альманах трудов ИНИР им. С.Ю. Витте. Т. 3, № 2. С. 106–122. DOI: 10.37930/2782-618X-2024-3-2-106-122
- Пьянкова С.Г. (2024). Базовые положения теории ноономики. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет. 202 с.
- Ребязина В.А., Березка В.А., Антонова Н.Г. (2020). Отношение потребителей к экономике совместного потребления в России // Российский журнал менеджмента. №2. С. 255–275
- Соловых Н. Н. (2023). Россия: поиск перехода к модели будущего на основе новых концептов развития // Социально-гуманитарные исследования в современных реалиях: материалы Всероссийской (Национальной) научно-практической конференции, Москва, Московский институт экономики, политики и права. – С. 9-11.
- Третьяк О.А., Климанов Д.Е., Билинкис Ю.А. (2021). Бизнес-модель экономики совместного потребления: специфика, особенности, и управленческие вызовы // Российский журнал менеджмента. Т. 19. № 4. С. 403-428.
- Шичиях Р.А., Тугуз Н.С. (2020). Экономика шеринга: специфика, тенденции развития, преимущества и недостатки реализации // Вестник Академии знаний. №4 (39). С. 383-386.
- Урасова А.А. (2023). Ноономика как научная теория: ключевые тезисы и смыслы // Journal of New Economy. Т. 24, № 3. С. 6-21. – DOI 10.29141/2658-5081-2023-24-3-1.
- Titovets A. Yu., Alekseeva E. V., Zvereva V. V., Ermakova V. A. (2024). Sharing economy and relations as a direction of rational consumption in the Russian Federation // E3S Web of Conferences. – 2024. – Vol. 537. – P. 02018. – DOI 10.1051/e3sconf/202453702018.

References

- Abdulganieva Z.V., Gusev V.V., Penderjian G.S. (2022). Development of Carsharing in Russia. *Sovremennaya matematika i kontseptsii innovatsionnogo matematicheskogo obrazovaniya* [Modern Mathematics and Concepts of Innovative Mathematical Education]. Vol. 9. No. 1. Pp. 318-324. (In Russ.).
- Bodrunov S.D. (2019a). *General Theory of Noonomy*. Moscow: Kul'turnaya revolyutsiya. 504 p. (In Russ.).
- Bodrunov S.D. (2019b). On Noonomy. *Ekonomicheskoe vrozozhdenie Rossii* [Economic Revival of Russia]. Vol. 59. No. 1. Pp. 4-8. (In Russ.).
- Bodrunov S.D. (2020). On the Way to Noonomy: Human, Technology, Society. *Mir peremen* [The World of Transformations]. No 2. Pp. 24-39 (In Russ.).
- Bodrunov S.D. (2021). Genesis of Noonomy: Scientific and Technological Progress, Diffusion of Property, Socialization of Society, Solidarity. *Ekonomicheskoe vrozozhdenie Rossii* [Economic Revival of Russia]. Vol. 67. No. 1. Pp. 5-14. (In Russ.).
- Bodrunov S.D. (2024). A Path to Noonomy: The Main Direction for Global Development. *Noonomika i nooobshchestvo. Al'manakh trudov INIR im. S. Y. Witte INIR* [Noonomy and Noosociety. Almanac of Scientific Works of the S. Y. Witte INID]. Vol. 3. No 1. Pp. 13-20. (In Russ.).
- Vaskina M.G. (2022). Sharing Economy: Russian Specificity. In: *Digital Ecosystem of Economy. Proceedings of the 9th International Research and Practice Online Conference*. Rostov-on-Don, Southern Federal University. Pp. 254-257. (In Russ.).
- Mezentsev Y. A. (2021). Sharing Economy Today. *Innovatsii. Nauka. Obrazovanie* [Innovations. Science. Education]. No. 30. Pp. 223-229. (In Russ.).

- Popov E.V., Veretennikova A.Y., Mokrushnikova A.P. (2023). Evolution of the Development of Sharing Economy. *Journal of New Economy*. No. 4. Pp. 6-21. (In Russ.).
- Plotnikov V.A. (2023) Economy of Joint Consumption: Concept, Features, Prospects of Development. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie* [Administrative Consulting]. No. 1. Pp. 42-50. (In Russ.).
- Pyankova S.G., Zakolyukina E.S. (2024). The Sharing Economy as Part of the Movement Towards Noonomy. *Noonomika i noobshchestvo. Al'manakh trudov Al'manakh trudov INIR im. S. Y. Witte* [Noonomy and Noosociety. Almanac of Scientific Works of the S.Y. Witte INID]. Vol. 3. No. 2. Pp. 106-122. DOI: 10.37930/2782-618X-2024-3-2-106-122. (In Russ.).
- Pyankova S.G. (2024). *Basic Provisions of the Theory of Noonomy*. Yekaterinburg: Ural State University of Economics. 202 p. (In Russ.).
- Rebyazina, V.A., Berezka, V.A., Antonova, N.G. (2020). Attitude of Consumers to the Economy of Joint Consumption in Russia. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta* [Russian Management Journal]. No. 2. Pp. 255-275. (In Russ.).
- Solovykh N.N. (2023). Russia: The Search for Transition to the Model of the Future Based on New Concepts of Development. In: *Social and Humanitarian Research in Modern Realities: Proceedings of the All-Russian (National) Scientific and Practical Conference*. Moscow, Moscow Institute of Economics, Politics and Law. Pp. 9-11.
- Tretiak O.A., Klimanov D.E., Bilinkis Y.A. (2021). Business Model of the Economy of Shared Consumption: Specifics, Features, and Managerial Challenges. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta* [Russian Management Journal]. Vol. 19. No. 4. Pp. 403-428. (In Russ.).
- Shichiyakh R.A., Tuguz N.S. (2020). Sharing Economy: Specifics, Development Trends, Advantages and Disadvantages of Realization. *Vestnik Akademii znaniy* [Bulletin of the Academy of Knowledge]. Vol. 39. No. 4. Pp. 383-386. (In Russ.).
- Urasova A.A. (2023). Noonomy as a Scientific Theory: Key Theses and Meanings. *Journal of New Economy*. Vol. 24. No. 3. Pp. 6-21. DOI 10.29141/2658-5081-2023-24-3-1. (In Russ.).
- Titovets A.Y., Alekseeva E.V., Zvereva V.V., Ermakova V.A. (2024). Sharing Economy and Relations as a Direction of Rational Consumption in the Russian Federation. *E3S Web of Conferences*. Vol. 537. DOI 10.1051/e3sconf/202453702018.

Информация об авторах

Ермакова Виктория Алексеевна

Студент кафедры региональной, муниципальной экономики и управления Уральского государственного экономического университета (620144, РФ, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62/45)

E-mail: ermakova_03@list.ru

Зверева Валерия Валерьевна

Студент кафедры региональной, муниципальной экономики и управления Уральского государственного экономического университета (620144, РФ, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62/45)

E-mail: zverevalera55@gmail.com

Титовец Алиса Юрьевна

Старший преподаватель кафедры региональной, муниципальной экономики и управления Уральского государственного экономического университета (620144, РФ, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62/45)

E-mail: alisa.titovets@mail.ru

Information about the authors

Viktoriya A. Ermakova

Student of the Department of Regional, Municipal Economics and Management of the Ural State Economic University (62/45 8 Marta St., Yekaterinburg, 620144, Russia)

E-mail: ermakova_03@list.ru

Valeriya V. Zvereva

Student of the Department of Regional, Municipal Economics and Management of the Ural State Economic University (62/45 8 Marta St., Yekaterinburg, 620144, Russia)

E-mail: zverevalera55@gmail.com

Alisa Y. Titovets

Senior Lecturer of the Department of Regional, Municipal Economics and Management of the Ural State Economic University (62/45 8 Marta St., Yekaterinburg, 620144, Russia)

E-mail: alisa.titovets@mail.ru