
Исследование состояния и перспектив развития фудшеринга во Владивостоке

П.В. ЕФРЕМОВА*, А.С. СПЕСИВЦЕВА**

***Полина Витальевна Ефремова** – кандидат экономических наук, доцент, Департамент прикладной экономики, Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия, Efremova.pv@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4446-0282>

****Александра Сергеевна Спесивцева** – студентка, Департамент прикладной экономики, Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия, Spesivtceva.as@students.dvfu.ru

Цитирование: Ефремова П.В., Спесивцева А.С. (2023) Исследование состояния и перспектив развития фудшеринга во Владивостоке // Мир России. Т. 32. № 2. С. 141–163. DOI: 10.17323/1811-038X-2023-32-2-141-163

Аннотация

В статье представлены результаты исследования фудшеринга во Владивостоке – одного из направлений экономики «совместного потребления», практики, при которой люди и организации могут обмениваться свободными продуктами. В работе рассмотрены тренды экономики «совместного потребления»; проведен обзор существующих научных подходов к понятию «фудшеринг», описана эволюция моделей фудшеринга; проведен анализ мировых тенденций в исследуемой области. Авторами отмечается, что феномен фудшеринга в части коллективного поведения по принятию решений о создании «общественного блага» хорошо объясняется при помощи бихевиористского подхода к теории рационального выбора коллективного действия, что подтверждается эмпирическими данными о существующих мировых практиках. Центральная часть статьи посвящена результатам полевого исследования, проведенного зимой–весной 2021 года и основанного на качественных и количественных методах исследования, в ходе которого были раскрыты вопросы наличия, состояния, влияния современных коммуникационных технологий на продвижение и перспективы развития данного направления на исследуемой территории. Полученные данные свидетельствуют о присутствии всех основных форм фудшеринга во Владивостоке и использовании основных технологий его продвижения, при этом отмечается, что этот тренд не пользуется популярностью у местного сообщества. В результате исследования авторы приходят к выводу, что на исследуемой территории фудшеринг воспринимается не как общественное благо, а как благотворительность, поэтому обычные

Статья опубликована в рамках проекта НИУ ВШЭ по поддержке публикаций авторов российских образовательных и научных организаций «Университетское партнерство».

Статья поступила в редакцию в сентябре 2022 г.

стимулы и технологии его популяризации не имеют должного эффекта. В заключении статьи авторы обращаются к обсуждению ограничений исследования, а также перспективных направлений следующих научных изысканий.

Ключевые слова: *фудшеринг, шеринговая экономика, экономика совместного потребления, общественное благо, устойчивое развитие, культура взаимопомощи, осознанное потребление*

Введение

Идея этой статьи зародилась в ходе студенческого проекта, целью которого была разработка мероприятий по популяризации фудшеринга¹ во Владивостоке. Для этого необходимо было изучить существующие мировые практики фудшеринга (далее – ФШ) и проверить, какие из них существуют на исследуемой территории, а также разработать план их продвижения с использованием технологий и инструментов, успешно применяемых в мире. Однако в ходе полевого исследования было обнаружено, что во Владивостоке уже присутствуют практически все известные формы фудшеринга и используются известные инструменты продвижения. Таким образом, постановка исследовательского вопроса сместилась на объяснение того, почему в одних российских городах местное сообщество, в том числе бизнес-сообщество, уже вовлечено в фудшеринг и поддерживает его, в то время как в других такого нет.

Несмотря на существование значимой проблемы бедности и голода, в мире ежегодно образуется 884 млн тонн пищевых отходов, составляющих 20% произведенных продуктов питания [Боталова 2020]. В России в 2019 г. около 17 млн тонн пищевых отходов (более 40% совокупного объема продовольствия) были отправлены на мусорные полигоны, при этом, по оценкам Росстата, сейчас в стране насчитывается 19,9 млн жителей с доходами ниже прожиточного минимума². Некоторые авторы полагают, что именно большие города становятся центрами борьбы за устойчивое развитие и противодействия загрязнению и перепотреблению [Davies, Legg 2018]. Актуальность исследования фудшеринга в условиях больших городов (в частности, на Дальнем Востоке) обоснована тем, что увеличивающаяся плотность населения городов приводит к необходимости бережливого использования ограниченных ресурсов и услуг через механизмы совместного потребления. На данный момент четкая теоретическая рамка фудшеринга больших городов не сформирована, а среди исследований феномена по большей части преобладают эмпирические работы, лишь описывающие уже существующие практики [Gurven, Jaeggi 2015; Davies et al. 2018; Michelini et al. 2018].

Фудшеринг причисляют к одному из направлений экономики совместного потребления, в рамках которого люди и организации могут обмениваться свободными продуктами, передавать их в благотворительные организации или прода-

¹ *Foodsharing* – делиться (*share*) едой (*food*).

² Обмен продуктами питания в России (2019) // Тиар-Центр // https://tiarcenter.com/wp-content/uploads/2019/10/Foodsharing-in-Russia_October-1.pdf, дата обращения 20.12.2021.

вать с огромными скидками, что способствует предотвращению истечения срока годности и своевременному потреблению. Фудшеринг рассматривается исследователями в разрезе трех основных аспектов – экологического (перепотребление, загрязнение окружающей среды), экономического (растущий рынок экономики совместного потребления), социального (совместная борьба с голодом, нуждой, культура взаимопомощи): «после 2008 года, когда кризис обострил многие социальные проблемы, и фудшеринг был одним из подходов к решению некоторых из них» [Вершинина 2020, с. 251].

Р. Ботсман утверждает, что экономика совместного потребления возникла как оппозиция экономике гиперпотребления благодаря четырем ключевым движущим силам – вере в сообщество (оно может дать тебе все нужное) и доверию между незнакомцами; потоку «пиринговых» (P2P) социальных сетей и технологий; давящим неразрешенным проблемам окружающей среды; глобальной рецессии 2008 г. [Botsman 2011]. Инна Вершинина также отмечает необходимость наличия критической массы активистов и критической массы благ для реализации практик фудшеринга [Вершинина 2020, с. 251]. Исследователи соглашаются, что фудшеринг в России имеет огромный потенциал, несмотря на то, что развит в меньшей степени, чем за рубежом, и развивается гораздо медленнее остальных сегментов шеринг-рынка в РФ [Гребеник, Головецкий 2017; Боталова 2020].

В научной среде основные дискуссии разворачиваются вокруг вопросов мотивации участия в фудшеринге, то есть касаются объяснения ее основ и определения законов, которым она подчиняется. Для того чтобы сформировать теоретическую рамку и найти определение феномена фудшеринга, необходимо обратиться к теории рационального выбора и коллективного действия с точки зрения оценки фудшеринга как общественного блага.

Фудшеринг: от традиционных форм к современным

Среди отечественных исследователей, а также активистов широкое распространение получил англицизм «фудшеринг» (дословный перевод «совместное использование еды» применяется редко). Зачастую англоязычные авторы избегают точного определения «фудшеринга» или очень аккуратно подходят к этому вопросу, предпочитая фокусироваться на каких-либо паттернах поведения или механизмах, отражающих сущность фудшеринга [Feistner, McGrew 1989; Davies et al. 2017]. Возможно, особенностями перевода и отсутствием четкого определения на языке-носителе можно объяснить многозначность термина «фудшеринг» и разнообразие его интерпретаций. Это обстоятельство обуславливает и наш осторожный подход к определению термина: мы также сделали акцент на механизмах и паттернах поведения, выявленных при анализе отечественных и зарубежных практик фудшеринга.

Практики совместного использования являются ровесниками цивилизации как таковой, что подтверждается соответствующими исследованиями в антропологии, психологии и поведенческих науках, изучающих социальные практики обмена и совместного использования [Kaplan, Gurven 2005; Belk 2017; Davies et al. 2017; Shmidt 2021]. Как отмечают М. Гурвин и А. Джегги, обмен

едой – это фундаментальная форма сотрудничества, заслуживающая особого внимания ввиду ее центральной роли в формировании истории человеческой жизни, социальной организации и психологии сотрудничества [Gurven, Jaeggi 2015]. Исторически так сложилось, что индивиды, проживающие на одной территории, осуществляли взаимный обмен внутри маленьких закрытых сообществ, основанных на взаимном доверии. В пространственном и социальном смыслах люди были ближе друг к другу, ранние примеры шеринга или совместного использования имели локальный характер.

Процессы урбанизации внесли корректировки в традиционные формы фудшеринга: в настоящее время более половины населения земли проживает в городах, ставших основными центрами потребления ресурсов и производства отходов. Между тем фудшеринг, основанный на принципах проживания на единой территории и высокой степени доверия между участниками (семьи, общины), в современном мире все же встречается [Betzig, Turke 1986; Mandalazi, Guerrero 2008; Nolin 2010; Ahedo et al. 2019]. Авторы Дж. Шор, М. Кансой разделяют понятия «распределение» (*sharing out*), при котором сохраняется граница «я-другой» (совокупное расширенное «я» не выходит за пределы семьи), и «совместное потребление» (*sharing in*), которое увеличивает сферу совокупного расширенного «я» с наращиванием области общей собственности [Schor, Cansoy 2019].

М. Шмидт отмечает, что современные формы шеринга, в отличие от традиционных, основанных на экономике «морали» и родственных связях, функционируют в условиях рыночной экономики, базируются на сетевом принципе коммуникации, опираются на информационные и коммуникативные технологии, практикуют совместное использование независимо от социальной структуры группы или структуры отношений между членами группы [Schmidt 2021]. Альтруизм и социальная составляющая выделяются как наиболее важные и характерные для традиционных форм совместного использования, в то время как в современные формы совместного потребления в большей степени заложено преследование экономических выгод, нежели стремление помочь ближнему [Morozov 2013; Schor, Cansoy 2019]. Существует мнение, что многое из того, что сегодня называется экономикой совместного потребления, на самом деле таковым не является, поскольку отличается наличием корыстных мотивов, отсутствием чувства общности и ожиданием взаимности [Belk 2014; Гребеник, Головецкий 2017]. Р. Стивенс и В. Стефенс исследуют теоретико-игровую модель, при которой владельцы благ делятся ими друг с другом, потому что это отвечает их личным интересам: они избегают высоких эмоциональных затрат, связанных с «домогаательствами попрошайек», а также усматривают признаки психологического абьюза между донором и реципиентом [Stevens, Stephens 2002]. Существует и другая точка зрения: так, А. Арвидссон полагает, что экономика совместного потребления базируется в равной степени на логике рыночного обмена и принципах добродетели, основанной на общественных социальных отношениях, на желании «внести свой вклад в общее дело» [Arvidsson 2018, p. 290]. Пища закрывает базовую потребность человека и необходима для выживания, гастрономические практики имеют социальный вектор, в этой связи нельзя однозначно говорить о приоритете экономических выгод над альтруистической составляющей [Антонова, Пименова 2016]. Вместе с тем, рассматривая феномен фудшеринга как общественного блага, можно использовать позицию Э. Остром, объясняющую поведение индивидов при принятии решений

в отношении общественного блага: «люди добиваются лучших, по сравнению с рациональными, результатов, создавая условия взаимодействия, уважения и доверия, преодолев сильное искушение удовлетворять свои собственные интересы» [Остром 1997, с. 6].

Выделяют три основные современные модели фудшеринга: фудшеринг за деньги (коммерческая модель B2C, предназначенная для сокращения потерь); фудшеринг как форма благотворительности (в данной работе обозначенная как C2Charity), в рамках которой еда собирается и передается некоммерческим организациям; фудшеринг как схема «обмена для сообщества» (*sharing for the community*), представляющая собой модель P2P, в которой еда распределяется между потребителями самостоятельно. По мнению ряда авторов, современный фудшеринг начался с модели благотворительности, однако оцифровка основных процессов дала толчок развитию фудшеринга напрямую между людьми [Michellini et al. 2018; Земскова 2019; Harvey et al. 2020].

Проанализировав более 100 экспериментов с участием 5 тыс. чел., Э. Остром пришла к выводу, что возможность личного общения повышает уровень кооперации на 40–45% и «никакие другие переменные не имели более сильного и постоянного влияния на решение, чем личное общение» [Остром 1997, с. 16]. Вместе с тем рассматриваются и случаи, когда при создании общественных благ участники кооперации сотрудничают через компьютерную связь, однако в результате желающих партнерствовать оказалось намного меньше, чем при непосредственном общении. Этот эксперимент проводился в 1988 г. и был повторен в 1991–1992 гг., но с того времени компьютерная связь и ее роль в коммуникациях между индивидами кардинально трансформировались. Появление веб-сайтов и мобильных приложений для обмена продуктами питания уже сегодня радикально меняет их жизненный цикл от производства до утилизации [Falcone, Imbert 2017]. По мнению П. Фалконе и Э. Имберта, модель одноранговой связи (P2P) решает проблему оптимизации пищевых отходов, возникшую вследствие неэффективности и отсутствия координации действий потребителей [Falcone, Imbert 2017]. С этим соглашаются и другие исследователи: «для всего мира толчком к развитию фудшеринга послужило развитие информационно-коммуникационных технологий и мобильных цифровых технологий» [Davies et al. 2017, p. 137].

Результаты наиболее масштабного макрогеографического исследования мировых практик фудшеринга, предпринятого научным коллективом во главе с А. Дэвис, позволяют акцентировать внимание на широком спектре вещей и видов деятельности, которые могут стать коллективными: например, от рассады и семян до готовых продуктов питания, от сельскохозяйственных инструментов и приготовления пищи до пространств (поля, сады и кухни) [Davies et al. 2017]. Новацией в подходе этого коллектива авторов к определению фудшеринга является включение в анализ практик совместного приготовления или выращивания пищи, что ранее не применялось к совместному использованию продуктов питания. Столь широкий подход объясняется тем, что успешность большинства исследованных инициатив была достигнута именно благодаря многофункциональности многих из них.

В качестве теоретической рамки настоящего исследования был выбран биохевиористский подход к теории рационального выбора коллективного действия относительно общественного блага Э. Остром, концепция экономики совместного потребления Р. Ботсман, концепция разнообразия форм фудшеринга А. Дэвис.

Мировые тренды фудшеринга

Анализ эмпирических исследований и существующих мировых практик фудшеринга позволил сформулировать следующие наблюдения:

- пользователи делятся остатками еды друг с другом через удобные приложения и банки еды (общественные холодильники), при этом материальный и социальный статус человека, которому достается еда, не имеет значения;
- бизнес активно участвует в ФШ-движении на коммерческой и безвозмездной основах: ритейлеры внедряют системы отслеживания срока годности продуктов и вовремя выставляют товар с истекающим сроком годности со значительными скидками (Ogacle); предприятия общепита распродают нереализованные заготовки в вечернее время непосредственно в заведениях, а также через специальные приложения;
- под регулирование фудшеринга из-за его огромной популярности создается законодательная база, но основной обмен между людьми продолжает проходить неформально; в некоторых случаях институт фудшеринга оказывается сильнее института права;
- ФШ-практики включают в себя разнообразные формы совместного потребления пищи, использования пространств и оборудования (кухонной утвари), распространения знаний и навыков.

Исследование городских практик фудшеринга, поддерживаемых информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ), было проведено в 100 городах мира [Davies et al. 2017]. Оно позволило получить данные о более чем 4000³ видах деятельности фудшеринга и структурировать их по предмету, форме и способу обмена. И. Вершинина отмечает, что каждый регион обладает своими особенностями, однако все сводится к тому, что «чаще всего люди делятся своими знаниями и навыками (53%), готовыми блюдами (35%), фруктами и овощами (33%), а реже всего мясом и рыбой (4%)». Причем в 26% случаев предполагается совместное употребление пищи» [Вершинина 2020, с. 250].

Наиболее масштабная в мире ФШ-практика – организация продовольственных банков – изучалась не только вышеупомянутыми авторами, но и многими другими [Gurven, Jaeggi 2015; Michellini et al. 2018; Shmidt 2021]. Продовольственные банки – это крупные благотворительные учреждения, которые собирают продукты у розничных продавцов и бесплатно раздают их нуждающимся, то есть выступают посредниками, собирающими взносы в натуральной и денежной форме (в основном от компаний, частных лиц и правительств (доноров-поставщиков)), обрабатывают, хранят и доставляют их местным благотворительным организациям, которые раздают продукты или готовят еду для нуждающихся (бенефициаров). Исследователи соглашались с тем, что именно данный механизм может быть успешным в восстановлении дисбаланса между избытком и доступом к продовольствию [Shmidt 2021].

Самый известный продовольственный банк в Европе Foodsharing.de⁴ появился в Германии⁵ и насчитывает наибольшее количество участников и самый большой

³ База данных Sharecity100 database – general promotion // <https://sharecity.ie/research/sharecity100-database>, дата обращения 19.11.2021.

⁴ Foodsharing Germany // <https://foodsharing.de>, дата обращения 21.11.2021.

⁵ Также действует в Австрии, Швеции, Польше, ряде других европейских стран.

объем спасенных продуктов: в 2021 г. в организации числились более 453 тыс. зарегистрированных пользователей (в 2018 г. – 200 тыс.) и 114 тыс. обученных «спасателей еды» (в 2018 г. – 25 тыс.), насчитывалось 350 холодильников и 65 тонн спасенных продуктов питания. В 2014 г. организация представила общественные холодильники (*fair-teiler*), благодаря которым люди могли свободно и анонимно делиться едой. Пользователям, заинтересованным в развитии фудшеринга в своих городах в формате Foodsharing.de, сервис предлагал исходные коды его сайтов и полную документацию для разработчиков, а также курсы по обучению, касающемуся открытия онлайн-представительств на местах. Следует отметить, что организация весьма отличается от обычного продовольственного банка: здесь нет оплачиваемого персонала; организация полностью зависит от добровольцев, которые сами питаются спасенной пищей и сами решают, как разделить излишки. Сеть самоуправляется через онлайн-платформу; отделения в странах представлены через страницы в социальных сетях (Facebook, Instagram, Twitter⁶). В организации отсутствуют складские помещения; еда распределяется через личные и локальные сети, общественные холодильники и виртуальные продовольственные корзины, что облегчает местные одноранговые связи. Что касается иерархической и распределенной структуры организации, то она была сформирована под воздействием базовых принципов фудшеринга – доверия, безопасности, совместного труда и потребления (по словам участников, никто никогда не сообщал, что заболел из-за продуктов из общественного холодильника).

В 2016 г. масштабы организации привлекли внимание немецкого правительства и Управления по безопасности пищевых продуктов, которые закрыли в Берлине общественные холодильники, впрочем, это не остановило участников движения, чьи действия в течение многих лет регламентировались разработанным внутренним кодексом «Многоуровневое управление совместным использованием пищевых продуктов». В результате непродолжительных разбирательств стороны пришли к соглашению, в законодательство были внесены некоторые поправки, а организация продолжила свою деятельность, опираясь на культуру совместного использования, которая сохранялась в Берлине и других городах Германии с 1980-х гг.

Во многих европейских странах существуют различные приложения-платформы, собравшие сообщества желающих бесплатно отдать или получить годные к употреблению продукты питания с истекающим сроком годности: так, в США фермеры размещают объявления об излишках урожая, а волонтеры забирают их и раздают благотворительным организациям. Во Франции с 2016 г. магазинам площадью более 400 м² официально запрещено выбрасывать непроданную еду, а рекомендуется передавать ее на благотворительность [Davies et al. 2017].

Однозначного ответа об отношении к фудшерингу нет. До сих пор длится дискуссия: это благотворительность или разумное распределение ресурсов. Банки еды, занимающие значительное место в глобальном ФШ-движении, по-разному определяют свою миссию: одни ставят целью борьбу с голодом (Feeding America, США), другие – сокращение практики выбрасывания продуктов питания и других ресурсов (Foodsharing.de, Германия; FoodCloud, Ирландия). Вместе с тем многие исследователи и ФШ-активисты сходятся во мнении, что основная идея международного ФШ-движения связана не столько с благотворительностью, сколько с экологией и устойчивым развитием. Так или иначе, рассмотренные практики формата P2P хорошо объясняются бихевиаристическим подходом к теории рационального

⁶ Социальные сети, запрещенные на территории Российской Федерации.

выбора: «люди чаще всего прибегают к коллективным действиям без всякого принуждения, когда решаются вопросы, связанные с предоставлением общественных благ или управлением общественными ресурсами» [Остром 1997, с. 8]. Участники фудшеринга хорошо осознают свою выгоду, касающуюся участия в движении, доверяют друг другу и охотно принимают роль и реципиента, и донора. Современные ИКТ-решения упростили необходимость личного общения, которое нужно для принятия решений о коллективных действиях, что позволило сформировать доверие и обмен обязательствами между участниками, укрепить нормативные ценности и создать идентичность групп.

Отечественный опыт фудшеринга

По мнению И. Вершининой: «фудшеринговые сообщества в России позиционируют себя в первую очередь как экологические инициативы (например, “Движение фудшеринг”⁷), чья цель состоит прежде всего в минимизации количества выбрасываемых пищевых продуктов, <...> фудшеринг по-русски – это прежде всего эффективное управление излишками продуктов питания» [Вершинина 2020, с. 249]. Однако Н.Л. Антонова и О.И. Пименова, напротив, фудшеринг считают благотворительностью [Антонова, Пименова 2016]. Анализ отечественных исследований по заданной тематике позволил выделить следующие аспекты проблемы:

- более 13% населения России имеет доходы ниже прожиточного минимума, вследствие чего большая часть населения не может позволить себе мясо и мясные продукты, фрукты и т.д.; около 3,6 млн чел. в России не доедают; около 16% произведенного продовольствия теряется на этапах дистрибуции и потребления; из этого объема отходов 94% направляется на мусорные полигоны [Боталова 2020];
- россияне часто стыдятся покупать подержанную одежду или получать благотворительные продукты, будучи уверенными в стереотипах, что секонд-хенды и услуги аренды созданы для бедных [Berketova, Volodina 2020];
- российским законодательством довольно жестко регламентируется все, что касается оборота пищевых продуктов даже на некоммерческой основе (санитарные нормы, административный, налоговый кодекс, 89-ФЗ, 52-ФЗ).

Что касается формата работы российских фудшеринг-организаций и сервисов, то его можно представить следующим списком:

- банки еды – благотворительные проекты, которые занимаются сбором продуктов от производителей или ритейлеров и передают их нуждающимся. Первым таким фудбанком в России стал фонд продовольствия «Русь»⁸ (имеют свое приложение *Food Drive*). В рамках этих проектов волонтеры действуют на основе устной договоренности между участниками и партнерами, они самостоятельно забирают еду из организаций-доноров и распределяют ее между заинтересованными людьми, подопечными благотворительных организаций или направляют большими партиями в НКО. В настоящий момент спасено и передано нуждающимся около 40 тонн продуктов;

⁷ Официальная группа в соцсети ВКонтакте «Движение фудшеринг» // <https://vk.com/sharingfood>, дата обращения 29.12.2021.

⁸ Благотворительный фонд «Фонд продовольствия “Русь”» // <https://foodbankrus.ru/>, дата обращения 28.11.2021.

- обмен едой между физическими лицами (P2P), например, «Движение фудшеринг», отечественный филиал Foodsharing.de (страницы в ВКонтакте);
- коммерческие проекты и стартапы (онлайн-платформы), зарабатывающие на рациональном распределении еды. Они могут работать как с магазинами, так и с кафе, пекарнями, ресторанами, например, *Eatmeapp*, «Алисок» (аналог *Olio*), *Food Hide* (скидки до 50%), *Eaty Eat* (скидки до 30–70%) [Ножкина 2021];
- приготовление продуктов питания: например, из томатов – кетчуп; из ягод – соки, варенья и сухофрукты; из хлеба – сухари; переработка продуктов в корма для животных (при направлении остатков пищи на местные фермы, в зоопарки и приюты для животных).

Самым массовым P2P сообществом фудшеринга в России является «Движение фудшеринг», использующее для продвижения идеи группу ВКонтакте, оно насчитывает более 80 тыс. пользователей из Санкт-Петербурга, представляющих разные возрастные и социальные группы; чаще всего это женщины средних лет, хотя точная статистика отсутствует. В своем интервью лидер фудшеринг-движения в России Александра Легкая (Санкт-Петербург) рассказала, что этот проект имеет своей целью, скорее, пропаганду рациональности и разумного потребления, нежели благотворительность. Согласно наблюдениям, сделанным организаторами сообщества, участников движения по большей части отнести к категории нуждающихся нельзя. Вся коммуникация происходит в P2P-формате (через группу в социальной сети) и основывается на доверии между незнакомыми друг другу людьми. Статистика жалоб и конфликтных ситуаций минимальна, как и случаев передачи некачественных продуктов питания: *«Обычно люди пишут правдивое описание, потому что все основано на живом общении»*. В основном люди делятся продуктами длительного хранения, овощами, фруктами и домашней едой; по санитарным нормам сообщества запрещена передача мяса и некоторых других продуктов животного происхождения (а также по личным убеждениям Александры Легкой). Группа активно сотрудничает с пекарнями и прочими организациями-партнерами на безвозмездной основе, что позволяет последним сокращать издержки на утилизацию. Активистка отмечает растущую информированность населения о фудшеринге. На вопрос, рассматривает ли она создание своего приложения по аналогии с западными, Александра Легкая ответила отрицательно, поскольку не видит целесообразности и необходимости: функционал группы удовлетворяет текущим запросам пользователей, помимо этого многие из них – пенсионеры, для которых освоение «ВКонтакте» уже становится маленьким подвигом.

Изученные ФШ-практики центральных городов России достаточно разнообразны и отчасти повторяют мировой опыт, но не масштаб. Решения индивидов об участии в фудшеринге формата P2P хорошо объясняются бихевиаристической теорией рационального выбора: пользователи принимают правила социального поведения для получения положительных результатов от совместных действий, осознают свою выгоду от участия. Современные ИКТ создают «почти» прямую коммуникацию (личное общение) между участниками, что обеспечивает рост уровня сотрудничества, высокую степень доверия, формирует репутацию отдельных индивидов, и можно утверждать, что рассмотренная инициатива «Движение фудшеринг» – наглядный пример сформированной идентичности группы.

Методика и инструменты исследования

Импульсом к развитию совместной экономики новой формации явились соответствующий уровень развития технологий, вера в сообщество (доверие между незнакомцами), «критическая масса активистов и благ» [Botsman 2011; Вершинина 2020]. Для выявления упомянутых движущих сил и изучения текущего состояния фудшеринга во Владивостоке в качестве дизайна исследования были выбраны качественные и количественные методы.

С целью изучения опыта фудшеринга во Владивостоке было проведено полевое исследование (зима–весна 2021 г.); собраны интервью с различными участниками фудшеринг-процесса – волонтерами, руководителями благотворительных организаций, нуждающимися (группа изучена в наименьшей степени), жертвователями (дарителями или донорами – физическими лицами (жителями Владивостока) и представителями юридических лиц (крупных и мелких, в том числе сетевых, ритейлеров)); выполнены включенные и невключенные наблюдения; опрос охватил 245 респондентов в возрасте от 18 до 60 лет. Нас интересовал опыт вовлечения респондентов в процессы фудшеринга, практики сохранения/выбрасывания продуктов питания и их мотивация. Также был применен сравнительный анализ вовлеченности местного сообщества, исходя из отношения числа подписчиков ФШ-проектов в социальных сетях к численности населения Владивостока.

Для фиксации практик фудшеринга мы сфокусировались на базовых моделях, принятых в мировой практике, – B2C, P2P, C2Charity – и дополнили их моделями, предложенными А. Дэвис с соавторами – «бизнес – бизнесу» и «благотворительные организации – благотворительным организациям». Также частично использован подход к классификации видов фудшеринга, разработанный А. Дэвис, для фиксации обнаруженных практик – по объекту и способу фудшеринга.

Ввиду отсутствия каких-либо официальных статистических данных и исследований по данному вопросу нами было принято решение о сборе первичной информации посредством опроса для получения начального представления о существующей во Владивостоке ситуации, а именно, о наличии тех самых «движущих сил» – «критической массы активистов, благ», высокого уровня доверия между участниками сообществ. С этой целью была разработана анкета, при заполнении которой респондентам предоставлялась возможность оставить обратную связь. Данные собирались через сервис Google-формы, обрабатывались через Google-таблицы и MS Excel. Согласившиеся пройти опрос участники рекомендовали последующих (метод «снежного кома»). После этого с помощью глубинных интервью мы наполняли полученную общую картину деталями и уточнениями.

Эмпирика исследования сформирована на основе 20 глубинных полуструктурированных интервью, которые были записаны на аудионоситель и транскрибированы. Привлеченные респонденты имели разную степень вовлеченности в ФШ-сообщество: активисты и «вновь прибывшие» иногда даже не подозревали о том, что участвуют в ФШ-практиках. Такая вариация выборки позволила исследовать ФШ-движение с абсолютно разных позиций и максимизировала разнообразие ответов на исследовательский вопрос. Имена скрыты, за исключением отдельных случаев с разрешения респондентов. Отправной точкой их поиска послужили официальные страницы различных сообществ в социальных

сетях, найденные через поисковые запросы в Интернете по ключевым словам – «фудшеринг Владивосток», «продуктовая помощь Владивосток» и т.д. Среди респондентов были мужчины (11 чел.) и женщины (9 чел.) возрастом от 20 до 66 лет. Интервью проводились в оффлайн- и онлайн-режиме посредством видеозвонка MS Teams; длительность интервью варьировалась от 40 до 110 минут. В качестве инструментария использовались полуструктурированные гайды интервью в соответствии с тематикой исследования и ролью собеседника в процессе фудшеринга. Гайды содержали вопросы, раскрывающие опыт фудшеринга интервьюируемого в роли донора/реципиента/посредника и его мотивацию. Гибкий инструментарий позволил собрать нарратив в каждом случае индивидуально; иногда в качестве дополнений к интервью использовались включенное и невключенное наблюдения в местных торговых сетях и в пунктах раздачи горячего питания.

Результаты исследования практик фудшеринга во Владивостоке

Мы не можем обобщить данные опроса и распространить его результаты на генеральную совокупность (население Владивостока), но у нас есть возможность использовать их для выявления факторов, влияющих на решение об участии/неучастии респондентов в фудшеринге. В ходе исследования было выявлено, что среди опрошенных 28% знакомы с ФШ-движением, из них 10% считали себя «скорее, причастными» к данному движению (в преамбуле к анкете было дано краткое пояснение сущности термина «фудшеринг»); 65% узнали о движении из Интернета, а 25% – от знакомых (что подтверждает важность ИКТ и одноранговых связей). 63% респондентов заявили, что у них бывают ситуации с излишками продуктов, 11% опрошенных сообщили, что это происходит довольно часто. При этом 76% опрошенных ответили, что выбрасывают эти излишки, и основными причинами этого были названы «небольшое количество продуктов», «нежелание искать человека, желающего забрать продукты», «незнание о движении фудшеринг». Оставшиеся 24% респондентов отдавали излишки родственникам и знакомым более чем в 90% случаев, менее 10% (4 респондента) упомянули благотворительные организации. Среди вариантов организации фудшеринга респондентов больше всего привлекала возможность приобретать продукцию кафе, ресторанов и заведений кулинарии (55%), нежели непосредственная передача продуктов питания от человека человеку, при этом половина опрошенных готова была передавать излишки продуктов. Вместе с тем 89% респондентов не знали ни одного сообщества, занимающегося фудшерингом во Владивостоке, и не пытались найти информацию самостоятельно. В 44% случаев респонденты ответили, что не стали бы пользоваться ФШ-приложениями в формате P2P, 38% попробовали бы только при широкой аудитории участников. Основными мотивами фудшеринга, в том числе потенциальными, были названы «забота о голодающих» (36%), «нежелание оставлять портиться продукты» (35%), при этом реальные действия для минимизации ущерба экологии готовы были предпринимать лишь 15% опрошенных; 22% респондента ответили, что их вообще не интересует тема фудшеринга. Данные опроса позволяют сделать вывод, что опрашиваемые с осторожностью относятся к обмену продуктами между незнакомцами, связывают его с «испорченной»

пищей, высказывают недоверие к качеству и людям, передающим продукты (70%)⁹. Во всей совокупности опрошенных 25% сталкивались и с другими формами «шеринга» – каршеринг, коучсерфинг.

Что касается вопроса о «критической массе активистов и благ», а также о способах ее измерения, то в настоящее время достоверные данные о конкретном количестве вовлеченных в движение отсутствуют, но мы можем использовать сравнительный анализ вовлеченности местного сообщества, исходя из отношения числа подписчиков ФШ-проектов на местном уровне в Instagram и ВКонтакте (самых популярных в 2021 г. социальных сетях) к численности населения Владивостока. Поисковой запрос по ключевым словам «фудшеринг Владивосток» выявил две группы: (1) «Фудшеринг: отдам еду даром» (страница ВКонтакте) – 55 подписчиков (последняя публикация 2017 г.); (2) «Фудшеринг. Владивосток», сфера деятельности P2P (страница в Instagram) – 1650 подписчиков (данные на конец 2021 г.). Исходя из количества подписчиков действующего сообщества (1650 чел.) и численности населения Владивостока (600871 чел.¹⁰ на 2021 г.) «коэффициент вовлеченности» составляет 0,0027. Для сравнения: в Санкт-Петербурге при населении численностью 5384342 чел. на паблики «Фудшеринг: отдам еду даром» (страница ВКонтакте) и «Фудшеринг СПб» (страница ВКонтакте) подписаны 81000 и 24000 чел. соответственно, соответственно и «коэффициент вовлеченности» оказывается выше в 7 раз (0,0195). Вместе с тем, согласно исследованиям, стоимость питания во Владивостоке на порядок дороже, чем в столичных городах¹¹: так, анализируя при помощи сервиса «Ценомер»¹² продуктовые корзины на семью из трех человек, можно убедиться, что стоимость минимальной корзины владивостокца составляет 30200 руб. (при покупке в сети «Самбери»), петербуржца – 19750 руб. (при покупке в сети «Пятерочка»). При этом следует учитывать, что средний доход владивостокцев в 2021 г. – 54323 руб., петербуржцев – 73310 руб. Полученные данные могут стать основанием для утверждения о недостаточности «критической массы активистов и благ» во Владивостоке.

В результате анализа проведенных интервью было установлено, что для большинства информантов во Владивостоке фудшеринг – это отдельный вид продуктовой благотворительности, причем об этом заявляли и владельцы местной сети супермаркетов, и волонтеры, и люди, относящие себя к категории малоимущих. На вопрос, слышали ли респонденты о ФШ-движении, большинство отвечало или отрицательно, или неуверенно. При уточнении интервьюером термина «фудшеринг» подавляющая часть респондентов описывала себя как донора и как реципиента. Этот факт демонстрирует весьма слабое восприятие заимствованного из иностранного языка понятия: несмотря на то, что сама практика была достаточно хорошо знакома респондентам, она реализовывалась преимущественно в узком

⁹ А.И. Боталова также отмечает негативную реакцию населения РФ относительно фудшеринга, недостаточную информированность в этой области; в 70% случаев респонденты высказали недоверие к незнакомцам [Боталова 2020].

¹⁰ По данным сервиса Statdata.ru // statdata.ru, дата обращения 26.02.2022.

¹¹ Ценовой мониторинг «котлета с пюрешкой» (2022) // MarketingLAB. Июнь 2022 // <https://lab-marketing.com/spec/kotleta/kotleta-s-pyureshkoj-june2022>, дата обращения 31.01.2023.

¹² «Ценомер» позволяет рассчитать стоимость продуктовых корзин в различных городах РФ на основе актуальных цен в местных продуктовых магазинах: Мониторинг цен на продовольствие в России // Ценомер // <http://tsenomer.ru/russia/>, дата обращения 21.11.2021.

кругу близких людей, а идея перераспределения пищи как малоизвестного общественного блага оказалась непопулярной и вызывала сомнения.

С результатами исследования общественных организаций, прямо или косвенно занимающихся фудшерингом, можно ознакомиться в *таблице 1*. Из рассмотренных четырех организаций¹³ три являются благотворительными, и лишь одна организация представляет собой P2P-модель фудшеринга. Из интервью с представителями упомянутых благотворительных организаций стало известно, что наиболее распространенная форма помощи – это денежные взносы (электронные переводы или через ящички для сбора пожертвований), но в случае взноса в натуральной форме благотворители стараются передавать продукты, приобретенные специально для этого случая, а не те, которые *«залежались дома»*.

Таблица 1. Исследованные общественные организации, занимающиеся фудшерингом во Владивостоке, 2021 г.

№	Наименование организации	Практика фудшеринга	Прочие виды деятельности	Источники ресурсов	Используемые ИКТ
1	«Пища жизни. Владивосток»	Приготовление и еженедельная раздача горячих обедов (раз в неделю); покупка, формирование и развоз продуктовых наборов нуждающимся, продуктовая помощь другим благотворительным организациям	Информационная поддержка, бесплатная юридическая помощь	Денежные средства дарителей (в основном физических лиц) / продукты в натуральной форме (специально приобретенные); труд волонтеров	Сайт, страница в Instagram
2	«Облачко»	Покупка, формирование и развоз продуктовых наборов нуждающимся	Прием, сортировка, раздача детской и взрослой одежды, детских товаров, предметов первой необходимости и быта и т.д.	Денежные средства (в основном физических лиц) / продукты в натуральной форме (специально приобретенные); труд волонтеров	Страница в Instagram
3.	«Фудшеринг. Владивосток»	Обмен продуктами питания между гражданами	–	Продукты питания в заводском или приготовленном виде	Страница в Instagram
4.	«Живая Надежда»	Совместное приготовление и потребление продуктов питания на общей территории	Совместное проживание женщин с детьми, попавшими в сложную жизненную ситуацию	Продукты в натуральной форме, приготовленные блюда от партнеров, а также вещи и предметы первой необходимости; денежные взносы	Сайт, страница в Instagram

Примечание: составлено авторами.

¹³ В период обработки материала исследования активность во Владивостоке проявил фонд продовольствия «Русь»: в нескольких супермаркетах появились корзины для сбора продуктов питания длительного хранения с целью дальнейшего перераспределения нуждающимся. Связаться с организаторами не удалось.

Примером благотворительности во Владивостоке может служить организация «Пища жизни. Владивосток», где приготовление пищи, упаковка и последующая раздача горячих обедов выполняются силами волонтеров. Помимо этого, «Пища жизни. Владивосток» инициирует сбор и распределение продуктовых наборов адресным нуждающимся, а также другим организациям (например, «Живая Надежда»).

Что касается использования современных ИКТ, то основными пользователями и посетителями сети Instagram и других интернет-ресурсов являются действующие и потенциальные благотворители (доноры – физические лица). И если говорить о второй части цепочки «донор-реципиент», то по большей части ими становятся люди, не пользующиеся социальными сетями. О возможности обратиться за продуктовой помощью и горячим обедом они узнают благодаря неравнодушным людям – соседям и волонтерам. Нуждающиеся иногда стесняются, боятся мошенников, не верят, что им помогут безвозмездно; в некоторых случаях они даже отказываются и не оставляют контактов для связи. Так, представители владивостокского «Волонтерского движения ДВФУ» сообщили, что к ним никогда не поступали запросы на оказание помощи в организации фудшеринговых мероприятий.

По словам основателя организации «Пища жизни. Владивосток», *«хорошо бы наладить связи с супермаркетами, там всегда найдутся продукты, у которых пока еще не истек срок годности. Мы их можем реализовать буквально за два-три дня»*. Однако со своей стороны администрации сети супермаркетов утверждали, что они ориентируются преимущественно на существующие санитарные нормы (все товары с поврежденной оболочкой, упаковкой, с истекающим или истекшим сроком годности утилизируются надлежащим способом), и в настоящее время менеджмент ритейлеров не готов повторять опыт зарубежных коллег по внедрению информационных систем, поддерживающих систему *zero-waste* ввиду неопределенной ценности при высоких затратах. При этом было выявлено, что некоторые категории товаров с истекающим сроком годности все же подлежат уценке, но чаще всего эти категории недоступны для нуждающихся даже со скидкой и не являются товарами первой необходимости (например, дорогостоящие скоропортящиеся сыры). Для своих акций ритейлеры ИКТ (в частности, соцсети) не используют: узнать, представлены ли сегодня товары с истекающим сроком годности со скидками, можно только непосредственно посетив магазин. Интервью с сотрудниками той же сети позволило прийти к выводу, что фудшеринг иногда носит несколько подпольный характер: нередко продукция с истекшим сроком годности выносится в зону отходов за территорию магазина и оттуда вновь забирается сотрудниками; также продукция с истекающим сроком годности или поврежденной упаковкой используется для собственного производства (кулинарии). Данные выводы повторяют результаты исследований Н.Л. Антоновой и О.И. Пименовой о том, что, если в западных странах (Германии, Великобритании) развитие ФШ-движения происходит по инициативе организаций (кафе, ресторанов, баров, кондитерских, пекарен), то в России такой деятельностью занимаются в основном отдельные граждане (хотя заведения Москвы и Санкт-Петербурга в этом направлении демонстрируют весьма положительную динамику) [Антонова, Пименова 2016]. Объясняется это, скорее, не законодательными ограничениями в сфере оборота продуктов питания (скидки

и официальная безвозмездная передача товара экономически нецелесообразны независимо от региона РФ из-за особенностей налогового законодательства, дешевле его утилизировать), а более высоким уровнем издержек предприятий Владивостока по сравнению со столичными. По словам директора одного из фондов: *«В России очень сложно искать спонсоров для благотворительной деятельности. Государство не дает таким компаниям никаких привилегий. Люди отдают деньги на благотворительность, но никто их не возвращает в виде льгот или иных преференций».*

По словам координатора P2P-движения «Фудшеринг. Владивосток» Марии Прус, для его продвижения используется страница в популярной соцсети Instagram (82,7% пользователей в возрасте от 18 до 44 лет), однако на протяжении более двух лет не нашлось достаточного количества желающих поделиться едой, а еще сложнее оказалось найти тех, кто в ней нуждается. М. Прус не раз заявляла о желании сотрудничать с различными коммерческими предприятиями (кафе, столовыми, ресторанами, кофейнями), но попытки партнерства (визиты, раздача информационных буклетов) успехом не увенчались. В настоящее время «Фудшеринг. Владивосток» ищет иные способы продвижения и развития, в том числе оффлайн, полагая, что живые контакты вызывают больше доверия. Действующие участники рекламируют движение на благотворительных и экологических городских мероприятиях, ищут новых волонтеров, которых постоянно не хватает. Главными целями «Фудшеринг. Владивосток» М. Прус назвала экологию и благотворительность: несмотря на малую численность желающих поделиться продуктами питания, да и количество самих продуктов не позволяет помогать нуждающимся на постоянной основе, волонтеры сообщества все же продолжают помогать нуждающимся – одиноким матерям и многодетным семьям.

Респонденты-доноры предпочитали передачу денежной помощи: *«нет времени кого-то искать, ждать»*, поскольку в большинстве случаев респонденты не знали к кому и куда обратиться. Некоторые из них отмечали и негативный опыт: *«Вместе с племянником овощи сфотографировали оставшиеся, отправили в Интернет, объявление написали, где забирать, кому звонить тоже написали. Недельку где-то пришлось ждать, когда кто-то откликнется, и в итоге мне ответили. Сказали, что смогут приехать на машине, договорились на следующий день, но так никто и не приехал. Разочарован я в вашем фудшеринге»* (фермер, 46 лет).

Респонденты, причисляющие себя к категории малоимущих или нуждающихся, констатировали, что незнакомы с какими-либо благотворительными организациями, социальными сетями не пользуются, у некоторых нет даже смартфонов/мобильных телефонов. Их выбор ограничен товарами со скидками, они охотно принимают помощь от родственников, знакомых, но это редкость, поскольку окружение зачастую того же материального положения. В интервью они демонстрировали готовность довериться незнакомцам, выразив желание получать продуктовую помощь от других людей или организаций: *«Нередко задумывалась, что этих продуктов слишком много и, скорей всего, после того, как не успеют все продать, просто утилизируют, хотя эти продукты могли бы пойти на помощь людям. Это будет спасение для моей семьи»* (многодетная мать, 46 лет). При этом интервьюируемые из-за стеснения, незнания, страха в социальные службы за помощью не обращаются.

Таблица 2. **Виды модификаций фудшеринга в рамках категории «продукты питания» во Владивостоке, 2021 г.**

	Модификация фудшеринга			
	Дарение	Бартер	На некоммерческой основе	На коммерческой основе
Факт выявления	+	-	-	+
Комментарий	Граждане передают на безвозмездной основе купленные и самостоятельно произведенные продукты питания	Подтверждения существования практики обмена продуктами не выявлено	Коммерческие организации не передают продукты питания с истекающим сроком годности бесплатно	Продажа некоторых групп товаров со скидками (обычно не более 30%)

Примечание: составлено авторами.

Таблица 3. **Коммуникативные практики фудшеринга во Владивостоке, 2021 г.**

	Бизнес – благотворительным организациям	Бизнес – физлицам (B2C)	Физлица – благотворительным организациям	Физлица – физлицам (P2P)	Благотворительные организации – благотворительным организациям	Бизнес – бизнесу (B2B)
Факт выявления	-	+	+	+	+	-
Применение ИКТ	-	-	+(Instagram)	+(Instagram)	-	-
Комментарий	Официальная позиция ритейлеров: «законодательство не позволяет»	Скидки до 30% на ограниченные группы товаров у крупных ритейлеров, в некоторых пекарнях и кулинариях в вечернее время	Наиболее часто встречающаяся практика, преимущественно через денежные взносы, а не в натуральной форме	Невысокие охваты; встречается среди студентов, проживающих в кампусе	Например, «Пища жизни» поддерживает фонд «Надежда»	Не выявлено

Примечание: составлено авторами.

Часть респондентов отметили, что в 2020 г. они пересмотрели привычные механизмы закупки продуктов питания и теперь стараются не допускать лишних покупок в связи со снижением доходов и резким ростом стоимости продуктов в период пандемии COVID-19. Среди семейных респондентов распространена практика распределения продуктов между членами семьи, если они проживают в одном городе: *«я эти сладости есть не буду, так я лучше родным отдам»* (домохозяйка, 52 года). Респонденты, практикующие *sharing out*, не выразили готовности брать продукты у незнакомых людей, объясняя это недоверием и брезгливостью. Многие из них высказывали мнение или соглашались с утверждением, что фудшеринг – для нуждающихся. Что касается респондентов, практикующих *sharing out* и проживающих вдали от семьи и близких (например, студентов), то они стремились объединять свои расходы: *«одна я такой огромный арбуз не смогла бы съесть, да и в маленький холодильник он не поместится, только испортится, вот и договорилась с соседкой по общежитию о совместной покупке»* (студентка, 20 лет).

Наиболее часто используемая в целях фудшеринга социальная сеть Instagram хорошо зарекомендовала себя для коммуникации с владивостокскими благотворительными организациями, являющимися посредниками между донорами и реципиентами: здесь публикуются объявления и отчеты от лица владельца аккаунта, распределяющего продукты питания. Однако данный механизм не позволяет участникам непосредственно коммуницировать друг с другом в формате P2P, размещать предложения и откликаться на них – сделать это возможно только через администратора, что усложняет процесс (в отличие от механизма работы соцсети ВКонтакте, где участники общей группы могут самостоятельно размещать объявления и напрямую коммуницировать друг с другом).

Основной вывод, который можно сделать из проведенных интервью, состоит в том, что наиболее массово фудшеринг во Владивостоке представлен благотворительными организациями, занимающимися закупкой и перераспределением продуктов питания или приготовлением и раздачей горячих обедов нуждающимся. Наиболее распространенной коммуникационной моделью фудшеринга можно назвать «физлица – благотворительным организациям». Вместе с тем эти варианты фудшеринга действительно в большей степени представлены в формате благотворительности, так как доноры предпочитают денежную форму взносов натуральной и активной откликаются на призывы о финансовой помощи, нежели на просьбы привезти продукты самостоятельно. Анализ различных моделей фудшеринга во Владивостоке представлен в *таблицах 2, 3*.

Выводы, критика, ограничения

В результате количественного и качественного исследования нами сделаны следующие выводы:

- фудшеринг во Владивостоке – скорее благотворительность, нежели экодвижение или борьба за умеренное потребление;
- несмотря на то, что фудшеринг во Владивостоке представлен почти всеми базовыми моделями разумного перераспределения пищи, текущий уровень развития местного движения фудшеринга ниже, чем в российских городах –

лидерах движения, и гораздо ниже мирового уровня. Основная коммуникативная модель – «физические лица – благотворительным организациям»; основная форма участия – взносы в денежной форме;

- применение современных ИКТ не принесло движению популярности среди местного населения, участники действуют рассогласовано, доноры и реципиенты испытывают трудности в поисках прямой коммуникации друг с другом. Мы полагаем, что это следствие неверного выбора пирингового ИКТ;
- респонденты, относящие себя к категории «малоимущих», готовы довериться незнакомцам и принять пищу, люди в более стабильном положении незнакомцам не доверяют, но могли бы стать донорами;
- в отличие от мировой практики шеринговой экономики, кризисы (и снижение благосостояния населения) не способствуют развитию фудшеринга во Владивостоке, а вынуждают местное сообщество внимательнее относиться к объему приобретенных продуктов.

Полученные в ходе исследования результаты можно объяснить следующим образом:

- местное сообщество рассматривает фудшеринг как вид благотворительности, а не как общественное благо;
- формирования устойчивых одноранговых связей не происходит, по этой причине не наблюдаются и коллективные действия в отношении фудшеринга, описанные в исследованиях мирового и отечественного ФШ-движения;
- люди считают постыдным выступать в качестве реципиентов, не доверяют донорам, следовательно, не видят своих выгод от фудшеринга и не хотят его принимать, опасаясь, что это зафиксирует их низкий социальный статус;
- потенциальные доноры не понимают правил и механики взаимодействия, но готовы поучаствовать деньгами («добровольный штраф» по Э. Остром): «есть вероятность того, что многие группы не смогут добиться общей выгоды от совместных действий из-за отсутствия у их участников или доверия друг к другу, или возможности для легкого общения, или институциональных инноваций, т.е. если не созданы регулирующие и санкционирующие правила» [Остром 1997, с. 32].
- информационно-коммуникационные технологии, применяемые для популяризации фудшеринга, также не способствуют развитию P2P-отношений, участники не могут общаться напрямую (механика реализации фудшеринга остается непроработанной), но такие ИКТ вполне подходят и хорошо продвигают благотворительные и социальные организации.

Мы полагаем, что одна из причин, по которой фудшеринг в формате благотворительности не находит должного внимания, состоит в том, что не накапливается «критическая масса активистов и благ», и это связано с невысоким уровнем жизни на исследуемой территории в целом. Слабое развитие B2C-формата можно объяснить не только законодательными ограничениями, но и низкой рентабельностью бизнеса (в основном, малого) во Владивостоке.

Фокус нашего исследования был ограничен городским сообществом и взаимодействием в рамках фудшеринга незнакомых/малознакомых людей (*sharing in*). В этой связи не исследовалась дачная культура, поскольку в случае предложенного анализа это по большей части относилось бы к формату *sharing out* и к установленным временем отношениям добрососедства, иначе говоря,

к ситуации, когда люди общаются на постоянной основе. Помимо этого, не изучено влияние на развитие фудшеринга таких каналов распространения информации между пользователями, как местные онлайн-барахолки, сельские чаты; в недостаточной степени были проанализированы масштабы фудшеринга в студенческом сообществе.

Результаты проведенного опроса не могут быть распространены на всю генеральную совокупность – жителей Владивостока – ввиду несоответствия условиям репрезентативности и не могут использоваться для выявления закономерностей и связей между переменными. Данные были использованы лишь для формирования общего представления отношения местного сообщества к ФШ-движению, и они приблизили нас к пониманию наличия если не «критической массы активистов и благ», то той доли респондентов, которые обладают «лишними» благами и опытом и/или намерением принять участие в их распределении, а также позволили приблизительно оценить степень доверия между гражданами. Вместе с тем отсутствие среди исследователей фудшеринга принятой методики расчета таких показателей, как «критическая масса активистов и благ» и «уровень доверия незнакомцам», стимулировало разработку с нашей стороны собственного инструментария для приблизительной оценки через «коэффициент вовлеченности».

Список источников

- Антонова Н.Л., Пименова О.И. (2016) Гастрономические практики как предмет социологического анализа: направления исследований // Дискуссия. Т. 2. № 65. С. 72–76 // <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskie-praktiki-kak-predmet-sotsiologicheskogo-analiza-napravleniya-issledovaniy/viewer>, дата обращения 31.01.2023.
- Боталова А.И. (2020) Совместное использование продуктов питания: экономические, экологические и социальные аспекты явления // Вектор экономики. Т. 1. № 43 // http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2020/1/economic_theory/Botalova.pdf, дата обращения 21.11.2021.
- Вершинина И. (2020) Anna R. Davies. Urban Food Sharing: Rules, Tools and Networks // Laboratorium: журнал социальных исследований. Т. 12. № 2. С. 248–251. DOI: 10.25285/2078-1938-2020-12-2-248-251
- Гребеник В.В., Головецкий Н.Я. (2017) Фундаментальные основы экономики совместного потребления // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Т. 23. № 4. С. 21–26. DOI: 10.21777/2587-9472-2017-4-21-26
- Земскова Е.С. (2019) Шеринг как отражение ценностных ориентиров потребителя в цифровой экономике // Научный журнал НИУ ИТМО. № 3. С. 17–27 // <https://cyberleninka.ru/article/n/shering-kak-otrazhenie-tsennostnyh-orientirov-potrebitelya-v-tsifrovoy-ekonomike>, дата обращения 20.12.2021.
- Ножкина А.В. (2021) Обмен продуктами питания: новая потребительская практика в России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. Т. 10. № 1. С. 92–98. DOI: 10.24412/2500-1000-2021-10-1-92-98
- Остром Э. (2010) Теория рационального выбора коллективного действия. Бихевиористский подход // Вопросы государственного и муниципального управления. № 1. С. 5–52 // <https://vgmu.hse.ru/data/2010/12/31/1208184461/%D0%9E%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BC%205-52.pdf>, дата обращения 31.03.2023.
- Тишина Р.Д. (2021) Теория рациональности XXI века: фудшеринг // Наука без границ. Т. 55. № 3. С. 79–83 // <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-ratsionalnosti-xxi-veka-fudshering>, дата обращения 21.11.2021.

- Ahedo V., Caro J., Bortolini E., Zurro D., Madella M., Galán J.-M. (2019) Quantifying The Relationship Between Food Sharing Practices and Socio-Ecological Variables in Small-Scale Societies: A Cross-Cultural Multi-Methodological Approach // *Plos One*, vol. 14, no 5. DOI: 10.1371/journal.pone.0216302
- Arvidsson A. (2018) Value and Virtue in the Sharing Economy // *Sociological Review*, vol. 1, no 2, pp. 289–301. DOI: 10.1177/0038026118758531
- Belk R. (2017) Sharing Without Caring // *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 10, no 2, pp. 249–261. DOI: 10.1093/cjres/rsw045
- Berketova L.V., Volodina S.S. (2020) Foodsharing as an Eco-Friendly Way to Use Food // *Bulletin of Science and Practice*, vol. 6, no 1, pp. 253–259. DOI: 10.33619/2414-2948/50/28
- Betzig L.L., Turke P.W. (1986) Food Sharing on Ifaluk // *Current Anthropology*, vol. 27, no 4, pp. 397–400. DOI: 10.1086/203457
- Botsman R. (2011) The Case of Widespread Consumption // *YouTube* // <https://www.youtube.com/watch?v=AQa3kUJPEko>, дата обращения 21.11.2021.
- Botsman R., Rogers R. (2014) What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption Charitable Foundation “Food Fund ‘Rus’”.
- Davies A., Edwards F., Marovelli B., Morrow O., Rut M., Weymes M. (2017) Creative Construction: Crafting, Negotiating and Performing Urban Food Sharing Landscapes // *Area*, vol. 49, no 4, pp. 510–518. DOI: 10.1111/area.12340
- Davies A., Edwards F., B Marovelli B., Morrow O., Rut M., Weymes M. (2018) Making Visible: Interrogating the Performance of Food Sharing across 100 Urban Areas // *Geoforum*, vol. 86, pp. 136–149. DOI: 10.1016/j.geoforum.2017.09.007
- Davies A., Legg R. (2018) Fare Sharing: Interrogating the Nexus of ICT, Urban Food Sharing, and Sustainability // *Food, Culture & Society*, vol. 21, no 2, pp. 233–254. DOI: 10.1080/15528014.2018.1427924
- Falcone P., Imbert E. (2017) Bringing a Sharing Economy Approach into the Food Sector: The Potential of Food Sharing for Reducing Food Waste // *Food Waste Reduction and Valorisation: Sustainability Assessment and Policy Analysis* (eds. Morone P., Papendiek F., Tartiu V.), pp. 197–214. DOI: 10.1007/978-3-319-50088-1_10
- Feistner A.T.C., Mcgrew W.C. (1989) Food Sharing in Primates a Critical Review // *Today & Tomorrow’s Printers and Publishers*, vol. 3, pp. 21–36 // https://www.researchgate.net/profile/William-Mcgrew-2/publication/246210123_Food-sharing_in_primates_a_critical_review/links/5401f4240cf2c48563af850e/Food-sharing-in-primates-a-critical-review.pdf, дата обращения 31.01.2023.
- Gurven M., Jaeggi A.V. (2015) Food Sharing // *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences* // https://gurven.anth.ucsb.edu/sites/secure.lsit.ucsb.edu.anth.d7_gurven/files/sitefiles/papers/gurvenjaeggi2015.pdf, дата обращения 31.01.2023.
- Harvey J., Smith A., Goulding J., Illovo I.B. (2020) Food Sharing, Redistribution, and Waste Reduction Via Mobile Applications: A Social Network Analysis // *Industrial Marketing Management*, vol. 88, pp. 437–448. DOI: 10.1016/j.indmarman.2019.02.019
- Kaplan H., Gurven M. (2005) The Natural History of Human Food Sharing and Cooperation: A Review and a New Multi-Individual Approach to the Negotiation of Norms // https://www.researchgate.net/publication/252477509_The_Natural_History_of_Human_Food_Sharing_and_Cooperation_A_Review_and_a_New_Multi-Individual_Approach_to_the_Negotiation_of_Norms, дата обращения 31.01.2023.
- Mandalāzi E., Guerrero S. (2008) Sociocultural Determinants of Shared Eating in South Sudan // <https://www.enonline.net/fex/32/socio>, дата обращения 21.11.2021.
- Michellini L., Principato L., Iasevoli G. (2018) Understanding Food Sharing Models to Tackle Sustainability Challenges // *Ecological Economics*, vol. 145, pp. 205–217. DOI: 10.1016/j.ecolecon.2017.09.009
- Morozov E. (2013) “The ‘Sharing Economy’ Undermines Workers’ Rights” // *Financial Times* // <https://www.ft.com/content/92c3021c-34c2-11e3-8148-00144feab7de>, дата обращения 21.11.2021.
- Nolin D. (2010) Food-Sharing Networks in Lamalera, Indonesia // *Human Nature*, vol. 21, pp. 243–268. DOI: 10.1007/s12110-010-9091-3

- Schor J.B., Cansoy M. (2019) The Sharing Economy // The Oxford Handbook of Consumption, pp. 50–73. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780190695583.013.32
- Shmidt M. (2021) The Sharing Economy and Social Capital: The Fictional Expectations of Sociality in a Time Bank // Mir Rossii, vol. 30, no 4, pp. 128–155. DOI: 10.17323/1811-038X-2021-30-4-128-155
- Stevens R.J., Stephens W.D. (2002) Food Sharing: A Model of Manipulation by Harassment // Behavioral Ecology, vol. 13, no 3, pp. 393–400. DOI: 10.1093/beheco/13.3.393
- Zvereva Je.G. (2010) Ostrom Je. Theory of Rational Choice of Collective Action. Behaviorist Approach // Management Problems: Theory and Practice, no 1, pp. 5–52.

The State and Prospects of Food Sharing in Vladivostok

P.V. EFREMOVA*, A.S. SPESIVTSEVA**

***Polina V. Efremova** – PhD in Economics, Associate Professor, Department of Applied Economics, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russian Federation, Efremova.pv@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4446-0282>

****Alexandra S. Spesivtseva** – Student, Department of Applied Economics, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russian Federation, Spesivtceva.as@students.dvfu.ru

Citation: Efremova P.V., Spesivtseva A.S. (2023) The State and Prospects of Food Sharing in Vladivostok. *Mir Rossii*, vol. 32, no 2, pp. 141–163 (in Russian). DOI: 10.17323/1811-038X-2023-32-2-141-163

Abstract

This article focuses on food-sharing in Vladivostok (the capital of the Far East of the Russian Federation)—a sub-field of the “sharing economy”, i.e., a practice in which people and organizations exchange products for free. It reviews recent trends in “shared consumption” and research approaches to the food-sharing industry and the evolution of food-sharing models. We argue that food-sharing as a form of collective decision-making focusing on the creation of a “public good” is explained by the behaviorist approach to the rational-choice-theory of collective action, confirmed with empirical data. The article also presents the results of a field study conducted in the winter-spring of 2021, involving qualitative and quantitative data which revealed the impact of modern communication technologies on the promotion and development of food-sharing in Vladivostok. We find all the most common forms of food-sharing and basic technologies of promotion, although the movement is still not popular. We conclude that food-sharing in Vladivostok is perceived not as a “public good” but as a form of charity, which potentially explains why the common technologies for promoting and popularizing the food-sharing movement are inefficient. We also discuss the limitations of our study and map promising directions for future research.

Keywords: *food-sharing, sharing economy, public good, sustainable development, helping culture, conscious consumption*

This article was published as part of the HSE University project “University Partnership”, to support publications by authors of Russian educational and scientific organizations.

The article was received in September 2022.

References

- Ahedo V., Caro J., Bortolini E., Zurro D., Madella M., Galán J.-M. (2019) Quantifying The Relationship Between Food Sharing Practices and Socio-Ecological Variables in Small-Scale Societies: A Cross-Cultural Multi-Methodological Approach. *Plos One*, vol. 14, no 5. DOI: 10.1371/journal.pone.0216302
- Antonova N.L., Pimenova O.I. (2016) Gastronomic Practices as a Subject of Sociological Analysis: Areas of Research. *Discussion*, vol. 2, no 65, pp. 72–76. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskie-praktiki-kak-predmet-sotsiologicheskogo-analiza-napravleniya-issledovaniy/viewer>, accessed 21.11.2021 (in Russian).
- Arvidsson A. (2018) Value and Virtue in the Sharing Economy. *Sociological Review*, vol. 1, no 2, pp. 289–301. DOI: 10.1177/0038026118758531
- Belk R. (2017) Sharing Without Caring. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 10, no 2, pp. 249–261. DOI: 10.1093/cjres/rsw045
- Berketova L.V., Volodina S.S. (2020) Foodsharing as an Eco-Friendly Way to Use Food. *Bulletin of Science and Practice*, vol. 6, no 1, pp. 253–259. DOI: 10.33619/2414-2948/50/28
- Betzig L.L., Turke P.W. (1986) Food Sharing on Ifaluk. *Current Anthropology*, vol. 27, no 4, pp. 397–400. DOI: 10.1086/203457
- Botalova A.I. (2020) Foodsharing: Economic, Environmental and Social Aspects of the Phenomenon. *Vector Economy*, vol. 1, no 43. Available at: http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2020/1/economic_theory/Botalova.pdf, accessed 21.11.2021 (in Russian).
- Botsman R. (2011) The Case of Widespread Consumption. *YouTube*. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=AQa3kUJPEko>, accessed 21.11.2021.
- Botsman R., Rogers R. (2014) *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* Charitable Foundation "Food Fund 'Rus'".
- Davies A., Edwards F., Marovelli B., Morrow O., Rut M., Weymes M. (2017) Creative Construction: Crafting, Negotiating and Performing Urban Food Sharing Landscapes. *Area*, vol. 49, no 4, pp. 510–518. DOI: 10.1111/area.12340
- Davies A., Edwards F., B Marovelli B., Morrow O., Rut M., Weymes M. (2018) Making Visible: Interrogating the Performance of Food Sharing across 100 Urban Areas. *Geoforum*, vol. 86, pp. 136–149. DOI: 10.1016/j.geoforum.2017.09.007
- Davies A., Legg R. (2018) Fare Sharing: Interrogating the Nexus of ICT, Urban Food Sharing, and Sustainability. *Food, Culture & Society*, vol. 21, no 2, pp. 233–254. DOI: 10.1080/15528014.2018.1427924
- Falcone P., Imbert E. (2017) Bringing a Sharing Economy Approach into the Food Sector: The Potential of Food Sharing for Reducing Food Waste. *Food Waste Reduction and Valorisation: Sustainability Assessment and Policy Analysis* (eds. Morone P., Papendiek F., Tartiu V.), pp. 197–214. DOI: 10.1007/978-3-319-50088-1_10
- Feistner A.T.C., McGrew W.C. (1989) Food Sharing in Primates a Critical Review. *Today & Tomorrow's Printers and Publishers*, vol. 3, pp. 21–36. Available at: https://www.researchgate.net/profile/William-McGrew-2/publication/246210123_Food-sharing_in_primates_a_critical_review/links/5401f4240cf2c48563af850e/Food-sharing-in-primates-a-critical-review.pdf, accessed 31.01.2023.
- Grebenik V.V., Golovetsky N.Ya. (2017) Fundamental Foundations of the Economy Joint Consumption. *Bulletin of the Moscow University named after S.Yu. Witte*, vol. 23, no 4, pp. 21–26 (in Russian). DOI: 10.21777/2587-9472-2017-4-21-26
- Gurven M., Jaeggi A.V. (2015) Food Sharing. *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*. Available at: https://gurven.anth.ucsb.edu/sites/secure.lsit.ucsb.edu/anth.d7_gurven/files/sitefiles/papers/gurvenjaeggi2015.pdf, accessed 31.01.2023.
- Harvey J., Smith A., Goulding J., Illovo I.B. (2020) Food Sharing, Redistribution, and Waste Reduction Via Mobile Applications: A Social Network Analysis. *Industrial Marketing Management*, vol. 88, pp. 437–448. DOI: 10.1016/j.indmarman.2019.02.019

- Kaplan H., Gurven M. (2005) *The Natural History of Human Food Sharing and Cooperation: A Review and a New Multi-Individual Approach to the Negotiation of Norms*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/252477509_The_Natural_History_of_Human_Food_Sharing_and_Cooperation_A_Review_and_a_New_Multi-Individual_Approach_to_the_Negotiation_of_Norms, accessed 31.01.2023.
- Mandalazi E., Guerrero S. (2008) *Sociocultural Determinants of Shared Eating in South Sudan*. Available at: <https://www.ennonline.net/fex/32/socio>, accessed 21.11.2021.
- Michelini L., Principato L., Iasevoli G. (2018) Understanding Food Sharing Models to Tackle Sustainability Challenges. *Ecological Economics*, vol. 145, pp. 205–217. DOI: 10.1016/j.ecolecon.2017.09.009
- Morozov E. (2013) “The ‘Sharing Economy’ Undermines Workers’ Rights”. *Financial Times*. Available at: <https://www.ft.com/content/92c3021c-34c2-11e3-8148-00144feab7de>, accessed 21.11.2021.
- Nolin D. (2010) Food-Sharing Networks in Lamalera, Indonesia. *Human Nature*, vol. 21, pp. 243–268. DOI: 10.1007/s12110-010-9091-3
- Nozhkina A.V. (2021) Foodsharing: New Consumer Practice in Russia. *International Journal of the Humanities and Natural Sciences*, vol. 10, no 1, pp. 92–98 (in Russian). DOI: 10.24412/2500-1000-2021-10-1-92-98
- Ostrom E. (2010) A Behavioral Approach to the Rational Choice Theory of Collective Action. *Public Administration Issues*, no 1, pp. 5–52. Available at: <https://vgmu.hse.ru/data/2010/12/31/1208184461/%D0%9E%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BC%205-52.pdf>, accessed 31.03.2023 (in Russian).
- Schor J.B., Cansoy M. (2019) The Sharing Economy. *The Oxford Handbook of Consumption*, pp. 50–73. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780190695583.013.32
- Shmidt M. (2021) The Sharing Economy and Social Capital: The Fictional Expectations of Sociality in a Time Bank. *Mir Rossii*, vol. 30, no 4, pp. 128–155. DOI: 10.17323/1811-038X-2021-30-4-128-155
- Stevens R.J., Stephens W.D. (2002) Food Sharing: A Model of Manipulation by Harassment. *Behavioral Ecology*, vol. 13, no 3, pp. 393–400. DOI: 10.1093/beheco/13.3.393
- Tishina R.D. (2021) The Theory of Rationality of the XXI Century: Food Sharing. *Nauka-bez-granic*, vol. 55, no 3, pp. 79–83. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-ratsionalnosti-xxi-veka-fudshering>, accessed 21.11.2021 (in Russian).
- Vershinina I. (2020) Davies A. Urban Food Sharing: Rules, Tools and Networks: Review. *Laboratorium: Journal of Social Research*, vol. 12, no 2, pp. 248–251 (in Russian). DOI: 10.25285/2078-1938-2020-12-2-248-251
- Zemskova E.S. (2019) Sharing as A Reflection of the Value Orientations of the Consumer in Digital Economy. *Scientific Journal of NIU ITMO*, no 3, pp. 17–27. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/shering-kak-otrazhenie-tsennostnyh-orientirov-potrebiteleya-v-tsifrovoy-ekonomike>, accessed 20.12.2021 (in Russian).
- Zvereva Je.G. (2010) Ostrom Je. Theory of Rational Choice of Collective Action. Behaviorist Approach. *Management Problems: Theory and Practice*, no 1, pp. 5–52.