

Отчет о проведении эмпирического исследования

Объект исследования: 6 ремесленных сапожных точек в Санкт-Петербурге из которых две в Центральном районе, две в Василеостровском районе, 2 в

Методы эмпирического исследования: 1. Неформализованное интервью (в том числе видеоинтервью); 2. Наблюдение (в том числе видеонаблюдения с установкой стационарных видеокамер) 3. Анализ документов (в частности, переписки в форумах обувщиков в интернет в сети ВКонтакте) 4. Социальное картографирование (позиционирование сапожной точки в пространстве района города с учетом транспортных и людских потоков, промышленных предприятий и торговых точек)

Предмет исследования - процессы институционализации и воспроизводства сапожного ремесла в мегаполисе

Основной исследовательский вопрос - почему в условиях господства индустриального производства обуви успешно функционирует мелкое ремесленное производство, в том числе сапожные мастерские?

Гипотеза исследования - успешная институционализация и устойчивое воспроизводство сапожного ремесла в современном экономическом, культурном и социальном пространстве мегаполиса обеспечивается его включенностью в социальные сети (в том числе, этнические), но, как правило, неродственные; низкими транзакционными и социальными издержками; высокой степенью гибкости и приспособляемости к экономическим и социальным изменениям.

Вопросы исследования:

Для проведения исследования был разработан вариант вопросов стандартизированного интервью, однако в ходе исследования мы пришли к выводу, что целесообразнее отступить от стандартизации и применить методику интервью-гайд (свободное интервью). Поэтому, подготовленные вопросы служили лишь вектором для гайд-интервью. Перечень вопросов (см. приложение 1).

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Пилотное исследование:

В рамках разведывательного исследования мы сначала посмотрели, какие виды объектов исследования можно выделить. Дело в том, что сапожное ремесло дифференцировано. Это "холодные" сапожники (точки чистки и ремонта обуви на улицах города); мелкие отдельные точки в капитальных сооружениях (домах или павильонах, оборудованные электроснабжением и отоплением); сетевые точки ремонта обуви в крупных торговых центрах. Изначально мы не рассматривали обувщиков (тех ремесленников, которые производят обувь на заказ или на продажу); производителей комплектующих материалов (тех, кто производит набойки, каблуки и прочее для сапожников). В итоге мы приняли решение остановиться в своем эмпирическом исследовании на первом и втором слое представителей сапожного ремесла, исключив "сетевиков", которые, на наш взгляд, уже выходят за рамки мелкого ремесленного производства - это средний бизнес, с которым как раз и конкурирует мелкое сапожное ремесло (а крупного бизнеса обувщиков оно вообще практически не касается).

В рамках пилотного исследования мы выяснили насколько трудно будет производить эмпирическое исследование, далеко не все соглашались беседовать на тему, но как только речь шла об установке видеонаблюдения большинство респондентов отказывалось участвовать в исследовании. Очевидно, это связано не столько с тем, что людям вообще не нравится, чтобы за ними наблюдали, но и с тем, что часть операций в этом мелком бизнесе осуществляется неформально.



Пример съемки полускрытой камерой.

Но оказывается и говорить трудно: мастера (особенно те, кто недавно приехал из кавказских республик) совсем плохо говорят по-русски, иногда требовался переводчик. Никто не соглашался, чтобы в видеонаблюдении было зафиксировано лицо респондента (то есть личность), снимать разрешали только руки и сами технологические процессы.





Соблюдая этические стандарты исследования, мы не устанавливали скрытых камер и практически не производили съемки скрытыми камерами (что было бы уже связано с риском для нас самих). Однако часто приходилось скрывать факт

записи интервью на диктофон, поскольку большинство отказывалось и от данной формы опроса. Скорее всего это связано с нежеланием афишировать и документировать собственные мысли. Некоторые говорили: «давай выключай свою технику, тогда поговорим...». Или, как выразился один интервьюер, имя которого мы так и не узнали: «... зачем мне искать приключения на свою ж...у. ... Язык человека – враг». (2016-10-04_11'59'02'). Приемщица Наталья одной сапожной мастерской согласилась отвечать на диктофон, но попросила время и вопросы для подготовки к интервью. Очень часто, более чем в 50% случаев, предварительно договорившись об интервью на определенный день и придя в этот день к сапожнику, мы слышали фразы: «я передумал»; «я занят и, скорее всего, вам не помогу»; «мне запретил хозяин».

Нежелание участвовать в исследовании под разными предложениями – это типичная ситуация для нашего пилотного исследования. Выглядело это, примерно, так:

- Здравствуйте, меня зовут... . Я из СПбГУ... . Проводим исследование сапожного ремесла... . Можно Вам задать несколько вопросов. ... Как пришли в эту профессию, почему?

- Ну это «почему?» ... Сапожники, обычные люди, как все, нечего тут рассказывать... .

И все же следует заметить, что некоторые могли разговориться, и тогда беседа могла продолжаться до одного часа и более.

В рамках пилотного исследования мы также выяснили, что сапожное ремесло четко дифференцировано функционально: есть хозяин (владелец, руководитель) точки; а есть работники (мастера, обслуживающий персонал). Нам показалось важным в своем исследовании рассмотреть и тех, и других. Кроме того, важным было рассмотреть взаимодействие сапожников и их

клиентов. Как выяснилось, сапожники в основном мужчины (женщин-сапожников в нашем исследовании не повстречалось, а вообще их единицы), а вот клиенты - чаще женщины, но это в спальнях районах, в центре города, там, где расположены офисы заказчиков сапожных услуг приблизительно поровну. Многие из них постоянные клиенты - нам надо было выяснить, как работает эта сеть "мастер-клиенты", поэтому в рамки интервью были включены и клиенты сапожных мастерских.

Пилотное исследование также выявило возможные принципиальные различия операционного функционирования и воспроизводства сапожного ремесла в России и Индии: в Петербурге сапожники в основном ремонтируют обувь, гораздо реже осуществляют так называемую профилактику новой обуви. Почти все клиенты говорят, что ни разу не чистили обувь у сапожника. В городах Индии сапожники и чистят, и шьют, и восстанавливают обувь (старая обувь проходит ремонт и восстановление и заново продается как подержанная). Видимо, сказывается разница в уровне жизни - вряд ли в Петербурге кто-нибудь захотел покупать подержанную обувь.

ОСНОВНОЕ (ПОЛЕВОЕ) ИССЛЕДОВАНИЕ

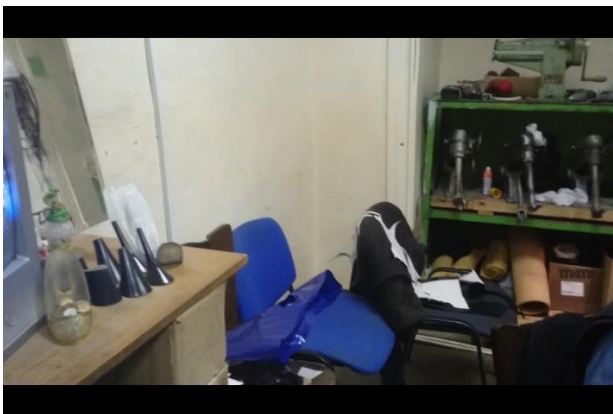
Выборка респондентов (6 сапожных точек) осуществлялась методом случайных знакомств при согласии респондента участвовать в исследовании. Все респонденты - представители этнических меньшинств. Хозяевами пяти сапожных точек были армяне, сапожники там также армяне; приемщица в одной точке была русская женщина. Хозяином одной точки был азербайджанец и у него два наемных работника – азербайджанец (по его словам, племянник) и русский. По данным нашего коллеги Сергея Дамберга

70% сапожного бизнеса в Петербурге - это армяне, поэтому наша выборка отражает общую ситуацию.

В двух мастерских сапожники одновременно выполняли работы и были собственниками бизнеса, но арендовали помещения. В двух других хозяева мастерских были одновременно и хозяевами помещений, в которых присутствовали и другие услуги, которые в подобных случаях традиционны, это: изготовление ключей, ремонт одежды и галантереи. В двух оставшихся хозяева бизнеса арендовали помещения и имели также наемных работников, одного и двух сапожников, соответственно, и сами, хотя и непостоянно подключались к ремонту обуви. Таким образом в наше исследование попали наиболее стереотипные формы организации сапожного ремесла Санкт-Петербурга из числа выбранных нами слоев представителей сапожного ремесла.

Видеонаблюдение и видеоинтервью.

Видео средства наблюдения дают нам возможность смоделировать акторно-сетевое пространство сапожной точки. Как правило это небольшое помещение, разделенное на две функциональные зоны: помещение для клиентов и рабочая зона. Они не разделены жестко (как например, в ресторане), клиент может, если захочет и наблюдать работу мастера, но в рабочей зоне нахождение клиента не допустимо.



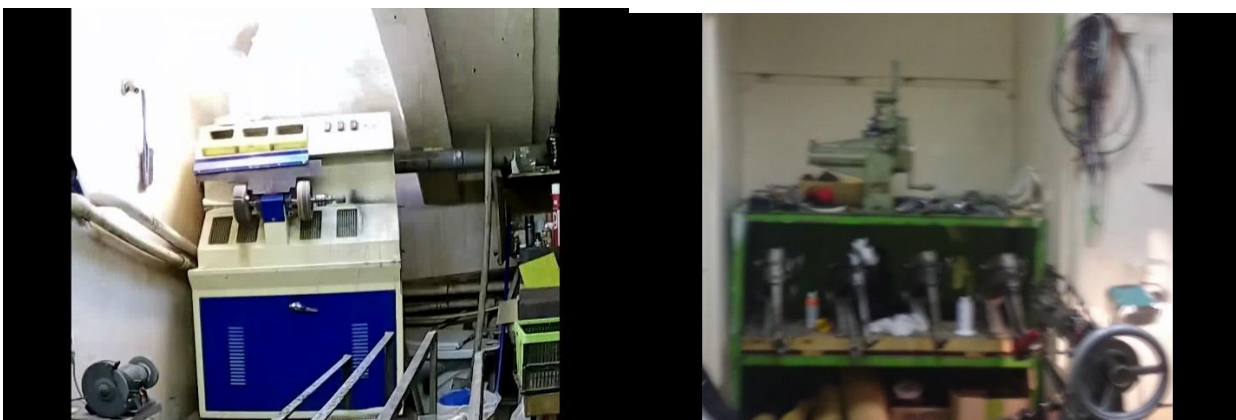
Итак, всегда можно выделить две зоны: открытую и закрытую, одну для клиентов (это в терминологии И. Гофмана публичное пространство взаимодействия), другую для мастера или мастеров (там особенное пространство - более грязное, со специфическим запахом клея, там и разговор может быть другим, чем с клиентом). Помещение для клиентов отгорожено от рабочей зоны стойкой - на нее выкладывают обувь, происходит осмотр, через стойку договариваются о необходимой работе, о сроках и ценах.

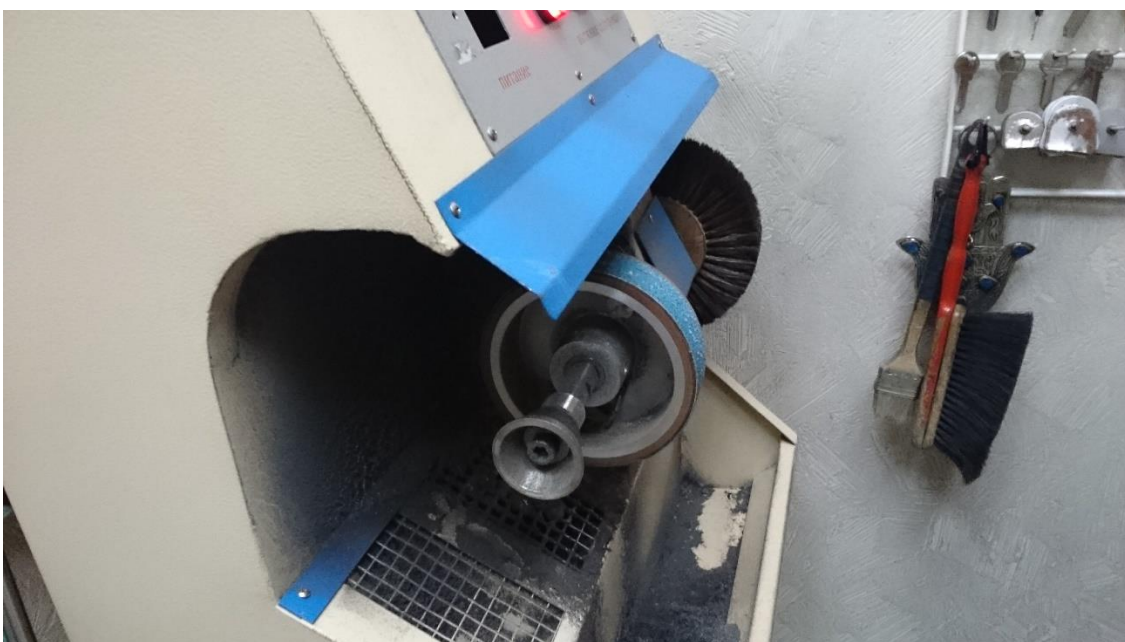
Акторно-сетевая теория требует от нас выявления не только агентов действия, - это мастер(а) и клиенты, но и актантов. Рядом с мастером его инструменты - это нож (наверное, главное для сапожника), молоток, гвозди, клей, кисточка, материалы, колодка, щипцы, краски.



Все-таки и для "холодных" и обычных сапожников характерно разделение труда - они не делают все сами, пользуются заготовками - и каблуки, и набойки, и накат, и клей - все это покупается заранее у поставщиков (это, как говорят респонденты, совершенно отдельный оптовый бизнес, там вращаются миллиарды, таких оптовых магазинов не больше 10 в Петербурге).

Для всех характерна и хоть небольшая, но механизация - рядом с мастером всегда станочек, на котором вращается диск. С его помощью обтачивают набойки и накат.





Может быть и прошивная машина, если ставится новая подошва к голенищу. Если машины стационарные, то принадлежат хозяину. Мелкие инструменты в собственности мастера. Для разогревания материала есть электроплитка.



Присутствует в некоторых случаях и средства безопасности и гигиены труда - функциональное освещение и вытяжка. Но условия труда, как мы видели, вредные; а сам труд небезопасен. Удивляешься, как мастера не получают постоянно травмы. Но для этого и нужна сноровка. Интенсивность труда высокая - работают каждый день, и может даже в воскресенье, с 9 утра до 9 вечера; за день ремонтируют 8-10 пар обуви, обычно в работе сразу две пары (для экономии времени - если на одних клей сохнет в работе уже следующие).



Бизнес, как утверждают мастера, сезонный - люди несут обувь в ремонт осенью и весной, меньше летом, зимой - полное затишье.

Одет мастер специфически - это рабочая одежда, но приличная, может быть сверху надет фартук.

В небольших точках мастер сам же и приемщик. Он общается сам с клиентом, принимает деньги и выдает квитанции. Зачастую мастер не только чинит обувь, но выполняет некоторые сопутствующие операции - продает сопутствующие товары; может точить ножи; другой мастер в этом же небольшом помещении изготавливает копии ключей. Есть в мастерской часы, на стене календарь, полки для обуви. Неприхотливая мебель для самого мастера и для клиентов. В мастерских покрупнее мастер в своем отдельном помещении, а принимает обувь приемщица. Нередко в мастерских представлены рекламные щитки или что-то, что связано с сапожничеством. Чаще это стенды, демонстрирующие материал для ремонта-замены: подошвы, каблуки, набойки, стельки, накаты, молнии.

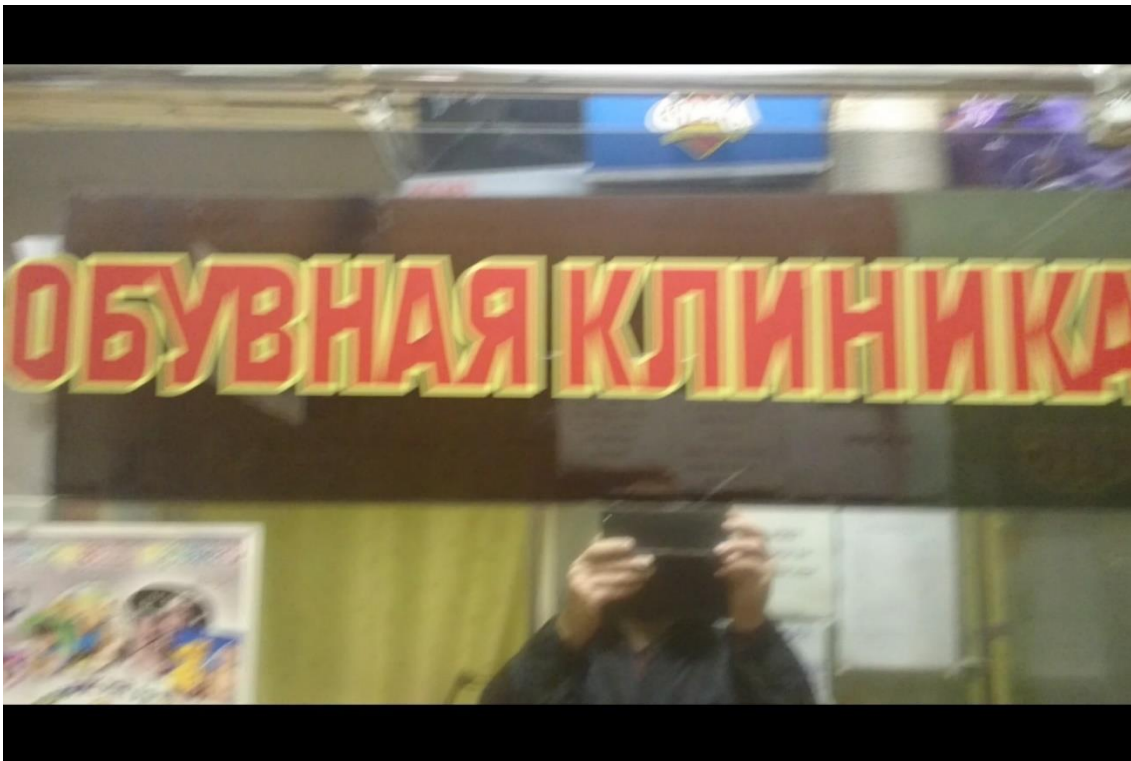




Возможны плакаты, зазывающие клиентов или гарантирующие качество.



Привлекать клиентов своими скромными силами стараются все сапожники. Кто-то просто вешает удачный слоган.



А те, у кого более высокий оборот, используют акции, например, третьи набойки бесплатно, и социальную рекламу: «Ветераны обслуживаются бесплатно».

А я же вижу, он не может купить никогда». Понятно, что совсем бедные и очень богатые обувь не ремонтируют: у первых на это нет денег, у вторых есть возможность купить новую. Но средний класс обувь чинит, причем высший средний класс тоже - набойки на каблуки надо менять. Зачастую такую обувь приносят не сами владельцы, а их персонал. Совсем дешевую обувь нет возможности и отремонтировать - она из искусственных материалов, не чинится.

Аудиоинтервью

Этничность как институт воспроизводства сапожного ремесла

Спрашиваем клиентов обувных мастерских: "Вас не раздражает, что обувь чинят не русские, а армяне или узбеки?". Ведь мастер сам по виду обычно не русский, говорит с явным акцентом. Типичный ответ (Валерия, 69 лет, работник Русского музея): "Тут относил сапоги в мастерскую, так парень, русский, был так пьян, что побоялась отдать. Лучше сюда, армянам". Практически все респонденты как со стороны заказчиков, так и самих ремесленников вспоминали, что именно русские сапожники «обычное дело» пьяны, наверное, срабатывали ассоциации с русскими пословицами - «пьян как сапожник», «в стельку пьян». Мнение одного из хозяев сапожной мастерской¹ о судьбах обучавшихся в обувном техникуме Санкт-Петербурга: «... 8 классов образования, всего, все шли туда, потому, что они не могли поступать куда-то, или семья пьяниц, ... возможности не было куда-то идти. А сапожник – это самый низ, а он начинает падать, ну и пить, и спивается. ... Русские в основном, но есть украинцы, ну, белорусы».

¹ Его мнение представляет интерес, поскольку он регулярно предоставлял свою мастерскую для прохождения практики учащимися обувного училища.

На предпочтении выбора сапожника сказывается и традиция Советского Союза, по воспоминаниям респондентов, лучшую обувь в Союзе делали армяне. Клиенты даже больше доверяют качеству работы нерусских сапожников, хотя вот небольшая хитрость: отремонтированную обувь не только почистят, но еще и немного подкрасят - и выглядит она как новенькая, клиенты довольны.



Но в целом, мы не заметили каких-нибудь конфликтов или противоречий на национальной почве. Сапожное ремесло как этническое предпринимательство прочно вошло в повседневную жизнь горожан.

Используется этническая сеть как ресурс в отношениях владельца и мастеров? И да, и нет: конечно, мастер всегда может прийти к "своему", договориться о работе, его могут порекомендовать земляки; но сам владелец имеет право выбора - он не стремится брать на себя дополнительные обязательства перед

мастером, его знакомыми и родственниками. Часто опыт работы с земляками отрицательный (причина одна - тоже, как и русские, пьют), тогда с ними быстро расстаются. Такой же вывод был сделан и в предыдущем исследовании армянских сапожников Сергея Дамберга - этничность является дополнительным, а не основным ресурсом сапожного бизнеса. Рабочая сила может быть рекрутирована из этнической сети (скорее слабые, чем сильные связи - не родственные, а земляческие); но может и из других источников (в частности, из упомянутого выше Санкт-Петербургского обувного техникума). Следует отметить, что преемственность поколений в современном городском сапожном ремесле обнаружена не была. Ни один из респондентов не сказал о том, что его отец или дед были сапожниками, напротив, все они были далеки от любой ремесленной деятельности. Только один сапожник по имени Гугуш, (мастер, 35 лет, армянин) сказал, что, вроде бы, его дед был портным. У остальных родители были заняты в разнообразных отраслях производства, были строителями, инженерами, механиками, учителями и библиотекарями. На вопрос – видят ли они своих детей сапожниками? – мы получали однозначный ответ: - нет! Все стремятся дать детям образование, ну и (иногда это звучало как альтернатива) передать свой сапожный бизнес как собственникам. Так было и в советское время по рассказу Азалата: «Сюда (СПб, прим. Автор) приезжали в основном из деревень. Но они стремились. ... И вот отец сапожник, а его сын уже мясник ... А тот отправляет своих детей уже учиться в вузы». Поэтому этнические сети, как правило слабые, и формируют сравнительно устойчивое воспроизводство сапожного ремесла. Для чего нужна этническая сеть в этом бизнесе - она повышает доверие ("берешь человека не с улицы"); накладывает невысокие, НО ВАЗИМНЫЕ обязательства, тем самым сокращаются социальные издержки взаимодействия.

Примечательно, что респонденты, давно занимающиеся этим бизнесом, утверждали, что в сапожном ремесле «нет ни одного городского, все приезжие из деревень».

Навыки ремесла: институты обучения

В передаче из поколения в поколение знаний, умений и навыков сапожное ремесло мало нуждается. Все мастера учились немного (3-4 дня под руководством опытного мастера, максимум две недели обучения), а потом по принципу *learning by doing* - обучение в процессе работы. Азалат рассказал: «Я учил человека за четыре дня в сапожники. Я даже удивился ... Он в метро работал. 90-е все грохнулся, переворот. ... Подходит ко мне и говорит: - вот так и так братан, двое детей, жена, остался без ничего. Я говорю: - давай я научу тебя сапожничать. Я ему показываю то, другое, все, говорю: - давай попробуй. ... Он за четыре дня, он все освоил. ... Он хотел этого». Нам был рассказан похожий случай, когда азербайджанец Саша за неделю из подсобного рабочего кафе превратился в квалифицированного сапожника.

Это и привлекает в сапожном ремесле - выучиться ему легко, сразу обретаешь не высокий, но стабильный заработок. Один респондент (Гугуш) говорит: "Я четыре года работаю, 10 пар в день - какое тут обучение? Но дедушка тоже вроде этим ремеслом занимался". Он согласен - в сапожном ремесле привлекает стабильность, чтобы ни случилось, люди всегда несут обувь в ремонт. Хотя все утверждают, что много денег тут не заработаешь.

Пик доходов пришелся на далекие 90-е годы, когда не было еще привоза дешевой китайской обуви.

Как показал опрос, квалификация сапожников сегодня не имеет ярко выраженной индивидуальности. Все, как правило, используют одни и те же

алгоритмы. В случае отсутствия каких-то механических приспособлений, например, шлифовального круга, отшкуривают детали вручную. При отсутствии сушильной камеры, используют строительный фен или обычную электроплитку. Большая часть работ не механизирована, следовательно, требуются определенные профессиональные навыки ручного труда. И даже больше, своего рода осмысление предстоящих технологических операций. В интервью Азалат поделился подходами к ремонту обуви: «Сапожник, он, что? Мы сдаем обувь, он даже не знает, как он будет делать, так, он сразу, он не знает, но приблизительно он знает, как бы. А когда он берет в руки, сидит, смотрит, эту обувь, он уже представляет его, как войти, откуда можно войти. ... Он размышляет и вывод делает ... и автоматом уже». Можно заключить, что у сапожников профессиональные знания - это продукт их опыта.

Сами сапожники и их работодатели солидарны – «починка обуви» – это не высококвалифицированный труд, он не требует серьезной подготовки и обучения, особых знаний и таланта. Но талант не чужд сапожному ремеслу. Иногда попадаются талантливые сапожники. Сапожник – индивидуальный предприниматель Оганес (57 лет, армянин), по его рассказу, знал двух таких. Одного звали Лев Симуарыч. «Одним ножом, вот так вот, резал набойки. Набойка меньше копейки. ... С одним ножом, и набойка готова. Без остановки. И шлифовать не надо, ничего не надо. ... Это профессионал».

Некоторые сейчас не только ремонтируют обувь, но и шьют на заказ - и каждый мастер, в принципе, мог бы и шить обувь. Все опрошенные нами сказали, что могли бы полностью сшить обувь. Но цена такой обуви на заказ заоблачная - 10 тысяч рублей, такая только для тех, кому фабричная не подходит - индивидуальные особенности, высокий подъем, большой размер или нестандартная ступня. Так что большинство занимается ремонтом. Для пошива обуви нужно либо большая партия для снижения издержек (так

частенько изготавливается контрафактная обувь, но это уже другой бизнес, ничего общего с сапожниками не имеющий), либо индивидуальный заказ на эксклюзив.

Такой пример в Петербурге есть. 22-летний студент Махач Хайбаев шьет эксклюзивную обувь на заказ под собственной маркой "Migliori" (никакого отношения к Италии не имеет), за год через интернет продается 1200 пар, стоимость около 20 тыс. рублей пара, на ручное изготовление пары обуви уходит 3-4 дня, к этому бизнесу уже подключились инвесторы, но он чудесное исключение из правил функционирования мелкого сапожного ремесла. Принцип его функционирования таков - никогда нельзя снизить издержки ручного производства до издержек машинного производства, удел мелкого сапожного ремесла - ремонт. Как же экономически функционирует сапожное ремесло?

Экономика сапожного ремесла.

Экономические институты и механизмы функционирования сапожного ремесла

Из интервью с владельцами бизнеса выясняется господствующая схема функционирования его в СПб. Владелец выкупает в собственность пригодные для точки помещения в городе (первые этажи, на оживленных улицах), делает ремонт, проводит коммуникации, устанавливает оборудование, а дальше сдает их в аренду мастеру. Мастер сам работает на себя, выплачивая только арендную плату хозяину. Режим работы обычно с 9.00 до 20.00 с перерывом на обед. Мастера вырабатывают 40-70 тыс. рублей. Очень ценят свою свободу и самостоятельность.

Реже распространена другая схема: мастер всего лишь наемный работник, и точка хозяина, и оборудование, и материалы. Зачастую такая точка побольше совмещает разные услуги: ремонт обуви, одежды, изготовление ключей и прочее. По сути это мини-дом быта. Мастер себе вырабатывает 30-40 тыс. руб/мес. Очень важно для мастера - работа на себя, деньги наличкой каждый день.

Ашот Сергеевич, 60-лет, владелец бизнеса, несколько точек, занимался экспортом фруктов из Армении и Грузии, в сапожном деле с 1992 г., но сам не работал мастером - только организовывал предприятие, его ввел в бизнес брат жены, который потом уехал в США.

"Сапожный бизнес - это как дом, все время надо вложить и туда, и сюда. То ремонт помещения, вложили 2 млн. рублей, то аренда, то электричество. Поэтому хоть он нас и кормит, но оружия труда никак не можем обновить. Конкуренция слишком сильная, точки растут как грибы, 1990-е было 4 мастера здесь, а сейчас один только. В 1998 г. после кризиса, все кто работал на стройке, все пошли в сапожники, мастеровой если он с руками без работы только до обеда, а потом уже нашел - так в Армении говорят".

Такая экономическая модель функционирования сапожного ремесла обеспечивает самые низкие транзакционные издержки бизнеса - хозяин не должен контролировать работника, думать о работе и о клиентах, мастер сам работает столько, сколько нужно, у него стимул - больше сделал, больше заработал. Мастер не имеет отношения к помещению - все вопросы, связанные с этим (налоговая, местные власти и прочее), берет на себя хозяин. Получается весьма эффективная модель функционирования ремесла. Именно эти экономические институты и обеспечивают выживание сапожного ремесла в пространстве мегаполиса. Спрашиваем респондентов: "Что дает возможность выживать сапожному ремеслу?" Ответ: "Сапожники всегда будут нужны.

Людам нужно обувь чинить. Без этого никак." Ашот Сергеевич "Сапожное ремесло кормит армян в городе. Не дадут они ему умереть."

Цены и ценообразование.

По утверждениям респондентов, в сапожном ремесле много импортных комплектующих - некоторые набойки и накаты итальянские, молнии и фурнитура японские или китайские. И смена курса рубля к иностранным валютам сильно влияет на цену услуги, так как материал дорожает. Секрет прост - если сразу повысить цену, то никто делать не будет. Цены повышаются постепенно, пока в запасе еще есть комплектующие по старым ценам. Так клиентов "приучают" к новым ценам. «Мы бы не повышали цены, если бы не материал, клей там всякий, набойки. ... Во-первых, у них у первых растут цены и мы должны как-то приспособливаться, вот они поднимают цены в два раза сразу, а мы так не можем, если поднимем к нам никто не пойдет, ... ,нужно постепенно, ну цены постепенно чтоб росли, а тут кризис» - рассказывает Ашот Сергеевич. «Даже в этом году, в этом году уже склады уже закрылись, штук десять, которая была по всему городу, и уже все они не подтягивают аренда платить» - подтверждает слова Ашота Сергеевича другой респондент, Азалат.

Примечательно, что уровень цен в центре города и на окраинах (из исследованных нами сапожных точек) приблизительно одинаков. Не коррелируют цены и с местоположением мастерских, хотя можно было бы предположить, что у метро цены должны быть выше. Даже на улице Восстания, в окружении офисов, цены на ремонт обуви были сопоставимы с другими районами. Существенным образом сказывается конкуренция. В Центральном районе сапожные мастерские располагаются на удалении не более 300-400 метров. Но, как нам объяснила приемщица Наталья, главным

является не цена, качество работ, «... от этого и количество клиентов. ... Они делятся со своими знакомыми, те приходят и, если довольны, рассказывают своим. ... К нам приезжают даже из других районов и привозят обувь. ... Те, кто работает неподалеку приносят. ... С утра идут с метро на работу и заходят к нам, а вечером с работы забирают».

Таким образом, возможен простой экономический механизм: больше заказов, выше прибыль при тождестве цен на услуги. Но этот механизм далеко не всегда принимаем сапожниками. Гугуш рассказал, что: «бывает, я не успею, могу 14 пар, но не всегда, разные заказы, сложно. ... Там просто набойка, а другой подошва отшивать, потом новый клеить, долго. ... Иногда даже отказываю, приходите завтра, говорю».

Интересен и этический момент - справедливая цена. Если приходит пенсионер, очень просит снизить цену - мастер часто идет навстречу, даже если сам ничего на этом не зарабатывает.

Ашот Сергеевич: "Ты часть этого общества. Может ты на Багамах живешь, но я здесь живу. Как людям в глаза смотреть? Не могу в 2 раза цены повышать".

Отношения и правила конкуренции

Все респонденты отмечают рост конкуренции. Золотое время, по их словам, это 80-е годы. Сапожных мастерских (в Ленинграде это объединения "Нева" и "Сокол") не хватало, люди ждали накат неделю, а восстановление (новая подошва) - целый месяц. Частники в "холодных" будках могли вырабатывать в хороший день до 100 рублей - такая высокая потребность была в их услугах. Неплохо было работать в начале 90-х гг., когда еще не привезли дешевую обувь. Но кризис 1998 г. привел много новых мастеров в сапожное дело, а потом китайская обувь заполонила прилавки магазинов. Если обувь стоит 1200 рублей, а набойки – 300 рублей, кто будет ремонтировать обувь? Сейчас

сапожники стремятся как-то контролировать распространение точек (как и другие ремесленники), но никакого этического кодекса нет.

Азалат считает, что распределение точек – это задача городских органов. Они должны смотреть и контролировать распределение мастерских в районе, а то «ведь только налоги собирают».

Один респондент рассказывает: "У меня точка на Комендантском. Работает человек. Вдруг в соседнем торговом центре открывается мастерская. Я им говорю, ребята, а вы знали, что у нас тут уже есть точка. Они говорят - знали, но что тут такого? Но вообще - так не делают. Ведь клиент не будет ходить только в одну точку - от нас к ним пойдет, от них к нам. Но все же конкуренция есть, так некоторая враждебность, но до мордобоя дело не доходит."

Конкуренция с сетевыми игроками (это уровень среднего бизнеса) в ремонте обуви затрагивает сапожное ремесло лишь косвенно. Респонденты говорят, "Мы открывали точки тогда, когда их не было. У нас самые лучшие места в городе". А сетевики занимают пространство в крупных новых торговых центрах. Там огромный поток людей, но и сверх дорогая аренда. Значит, эти потоки не пересекаются.

Институты коммуникации и социальные издержки

Обычно хорошо работает тот мастер, кто умеет не только работу делать, но умеет общаться с людьми. Те армяне, которые не знали Советского Союза и приехали работать, они плохо говорят по-русски. Имеет значение и культура - в армянском более резкое общение, для русской культуры нужно другое.

Но все же и это отмечали все респонденты, «договориться можно, чтобы все остались довольны». Ведь некоторые заказчики, в основном пенсионеры, приходят также чтобы пообщаться. Наталья рассказала: «Пришла старушка

сдавать обувь, так она и про эту обувь и про погоду, и про детей, про здоровье и правителей, - про все успела рассказать».

Ашот Сергеевич: "Для мастера главное доверие - это когда клиент приходит к одному мастеру, тот умеет все делать, но умеет и общаться. И тогда клиент к другому не пойдет, даже если там цена ниже. Очень важно это доверие. Тогда ребята и ипотеку могли платить, хорошо работали. Надо уважение иметь к заказчику".

Клиенты тоже часто подчеркивают, что ходят к одному и тому же мастеру. Но бывает и по-другому: Борис, 77 лет, пенсионер "Ставлю набойки тут у одного, рядом. И набойки у него - дрянь материал. Месяц не проходишь и снашиваются. Но хожу туда, потому что рядом".

Марина, администратор мастерской: "Особенно сложно с мужчинами, что приносят обувь чинить. Им то, да это. Они и со мной любят поболтать, о политике, о ценах там. Любят поговорить. Но главное - это постоянная клиентура, все наши. Случайные люди - это 1-2%, а главное это постоянные клиенты".

Отношения с местными и федеральными властями

Как сообщают респонденты, в целом отношения с местной властью нормальные. "Нас не дергают. На нас не особо наезжают, ну приходит милиция. Там сделай набойки, ну что, делаем. ФМС один раз приходило, когда у Самвела регистрации не было. А так местная власть к нам лояльна, нас не гоняют. Другое дело центральная власть - от них нестабильность, налоги и все такое". "Однажды был случай. В 1994 году, тогда одна девушка написала заявление в милицию, что обувь у нее забрали, деньги взяли, а обратно не отдают. Приехала милиция, целая группа захвата, взяли Арменчика, наручники одели.

Повезли в отделение на Чехова. Я спрашиваю, что такое, они говорят, приходите, там разберемся. Потом оказалось, что девушка больная была. Не в себе немного. Они извинились перед нами, капитан говорит - там армяне, они сапожники, они не воруют. Вот так, не бывает сапожники бандитами. Или сапожник, или бандит. А так, чтобы сапожник бандит так не бывает".

Некоторые из опрашиваемых хозяев мастерских ссылались на непродуманную экономическую политику городской власти. Эту идею обобщил своими высказываниями Азалат: «Раньше ведь все государство. ... Приходишь и говоришь - я хочу открывать сапожную мастерскую. Тебе говорят - в этом районе вот здесь можно, здесь можно, здесь место есть и здесь, а здесь нельзя. Иди работай где хочешь, вот места. А у нас, дает разрешение на работы, иди ищи, где хочешь. Они начинают толкаться. Неприятности делает государство, уничтожает малый бизнес, этот человек попадает на деньги, он же купил, у него разрешение за 20 тысяч один год. Вы ничего не сделали, государство, получили 20 тысяч, отдал вот этот кусок бумагу. Он должен с этой бумага идти искать угол, теперь за угол надо платить, за электроэнергия, за кашку платить, и они начинают за друг другом открывать ... и они начинают друг другу мешать. Планирование должно быть! ... В этом районе уже нельзя. Она рассчитана экономистом, что в этом районе должно быть десять мастерских». Азалат, как и другие собственники считают одной большой проблемой пассивность административных органов города. По их мнению, городская власть лишь собирает деньги, но ни о какой помощи речи не идет. «Все приходится решать самим, начиная от ремонта здания и заканчивая конкуренцией, и претензиями потребителей».

Случаи жалоб от потребителей встречаются часто - но это уже административные дела. Общество по защите прав потребителей, но

сапожники предпочитают не конфликтовать, лучше улаживать все проблемы в тени закона.

Сложно со снабжающими организациями, Ашот Сергеевич: "Я свои 15 квт (электричество) 10 лет ждал. Требуют по 200-300 тысяч. Но я, правда, не платил. Ждал. Теперь хоть по 3 квт дают. Но также нельзя, ребята."

Сапожные мастерские в социальном пространстве города



Все респонденты отмечают, что расположение точки - самое главное. Там, где есть метро доходы выше. Важны потоки людей, кто идет на работу, кто в метро - это важно.

Важна реклама и вывеска. Но сильно препятствует Комитет по рекламе - гоняют сапожников. «У них эти свои правила, где повесить, какой размер, высота от тротуара, все это деньги стоит, аренда места тоже каждый месяц», рассказывает Ашот Сергеевич. Поэтому сапожники пытаются экономить, часто вывеска имеет небольшой размер и чисто информационный характер, типа «РЕМОНТ ОБУВИ».

**РЕМОНТ
ОБУВИ**



**РЕМОНТ
ОБУВИ**



Броский дизайн требует больших затрат, поэтому его используют те, кто арендует или имеет в собственности мастерские в фасадах зданий, выходящих на улицу. Главное здесь броский вид.



РЕМОНТ ОБУВИ
 Что нужно знать и проверять
ЗАМЕНА НАБОЕК
 skimenruslan



РЕМОНТ ОБУВИ
ВНУТРЕННИЙ ШОВ
 skimenruslan



Более состоятельные уже зарекомендовавшие свое качество (бренд) обувщики добавляют название мастерской (фирмы).



Шагая в ногу со временем сапожные мастерские активно используют для своей рекламы средства интернет. Вот несколько примеров.

МАСТЕР МИНУТКА
в Вашем присутствии

8(812)448-05-50

На главную » Услуги «Мастер Минутка» » Срочный ремонт обуви в Санкт Петербурге

Срочный ремонт обуви в Санкт Петербурге

Мы предлагаем профессиональные услуги по ремонту обуви в Санкт Петербурге, а также занимаемся восстановлением обуви. У нас вы можете сделать качественный ремонт любой обуви, поскольку наши мастера проходят высококвалифицированное обучение и работают на современном оборудовании из Европы. Вы можете обновить набойки на каблуках отечественного и импортного производства из долго снимаемых материалов лучших производителей. Или сделать любой другой ремонт Вашей обуви в кратчайшие сроки.

В наших мастерских вы также можете восстановить обувь, почистить ее и подготовить к сезонному хранению.

Адреса на карте

№	Наименование	Стоимость
1	Замена шпильки (металл) (пара)	от 250р.
2	Шпилька (полууретан) (пара)	от 300р.
3	Замена наката (пара)	от 250р.
4	Замена каблук женского, мужского (пара)	от 1100р.
5	Замена супинатора (1 шт.)	от 550р.
6	Восстановление носка	от 250р.
7	Подделка вкладной стельки (1 шт.)	от 250р.
8	Частичная прошивка обуви	от 200р.
9	Замена резинки на ремешке босоножек (1 шт.)	от 350р.
10	Замена молнии (1 шт.)	от 450р.
11	Пробивка отверстий в резине (1 шт.)	от 50р.

В зависимости от сложности работы цена определяется мастером и согласовывается с клиентом.
Телефон руководителя направления: +7(921)411-62-67 Николай

Сервис - Макс
ВСЕГДА НИЗКИЕ ЦЕНЫ

ИЗГОТОВЛЕНИЕ КЛЮЧЕЙ

Контакты

О компании
Изготовление ключей
Ключи для домофонов
Пульты для ворот
Замена инструментов
Замена батареек
Ремонт обуви, сумок, рюкзаков, портфелей и чемоданов
Брильян, ювелир, барельефы, лепка, роспись, лепнина и закладка
Дополнительные услуги

Защелка механизма
Защелка молнии
Защелка молнии

МОЖНО НАКАТЬ НА АСФАЛЬТ

Адрес: м. Парк Пискарев
Коммунар, 18
Басовская, 37
т. 980-99-32 т. 980-99-35

ДОверяЙТЕ ПРОФЕССИОНАЛАМ

- Замена набоек до 700 шт. Более 700 шт от 300р.
- Замена профинишированных каблуков стоимость от 400р.
- Замена замочных скреп, прошивка, реставрация, ремонт потертостей подошвы от 300р.
- Замена каблук - 1400р. Ремонт стелек - 400р. Замена каблук от 400р.
- Растяжка обуви в длину, в ширину, в подъеме 400р. в выходные 600р.
- Укладка, упрочивание, расшивание стельки сапог от 500р.
- Замена молнии в обуви и сумках стоимость от 100р. Замена Сеточек (обувные) 100р.
- Уплотнение замочной обуви, сумок от 1000р.
- Проклейка кожаной обуви, сумок, рюкзаков от 1000р.
- Полировка обуви (гладкая) стоимость 150р.
- Реставрация обуви и сумок от 100р.
- Ремонт элитной обуви от 250р.
- Упрочил, обильный завалка стоимость от 50р.
- Установка заплаток внутренни или внешни от 100р.
- Изготовление и замена стельки пара цена от 200р.
- Вставка и замена резинки, ленточка, резинка в обуви от 100р.
- Обработка (грунтовка) цена от 200р.
- Замена замочной цена от 200р.
- Чистка обуви от 50р.
- Проклейка цена от 50р.
- Ремонт носков обувь цена от 200р.
- Замена и ремонт фурнитуры цена от 100р.
- Замена стельки, пружина на обуви от 100р.
- Установка замочков цена 100р.

Ремонт обуви

Любой очень сложный и простой ремонт обуви
Качественный ремонт обуви. Все виды работ

Выберите нужную вам услугу
Прейскурант цен на ремонт и реставрацию обуви



Результаты исследования позволяют нам утверждать, что сапожное ремесло институционализировано как в реальном, так и виртуальном пространстве Санкт-Петербурга (не смотря на рекламу в интернете, мастерские существуют вполне реально и в определенном месте города), т.е., сапожное ремесло естественный и востребованный институт в жизни Санкт-Петербурга. Их существование и даже, отчасти процветание (хотя многие респонденты жаловались на ухудшение ситуации, но жаловаться, как мы знаем, свойственно не только сапожникам) определено востребованностью услуг со стороны потребителей, а также традициями и культурными корнями, питающими данную институцию. Теперь мы имеем четкое представление, что сапожное ремесло воспроизводится весьма обширным социальным слоем, к которому относится 70-80% населения города, в основном это средний класс. Поэтому часть гипотезы о том, что «успешная институционализация и устойчивое воспроизводство сапожного ремесла в современном экономическом, культурном и социальном пространстве мегаполиса обеспечивается его включенностью в социальные сети», полностью подтвердилась. Подтвердился также факт, что гибкость (приспособляемость) создает основу институционализации, когда между мастером и заказчиком нет опосредующих инстанций, когда формализация отношений минимизируется, а информация между акторами не подвергается искажению. Такой алгоритм существования сапожного ремесла, в том числе его гибкость обусловлены воспроизводством своих социальных сетей.

У нас есть основания полагать, что практики индийских сапожников во многом тождественны российским, и что успешная институционализация сапожного ремесла в Мумбаи имеет много общего с уже изученной нами. Следующий этап исследования позволит выяснить это.

