



ТОЛЬКО БЕЗ ИМЁН!

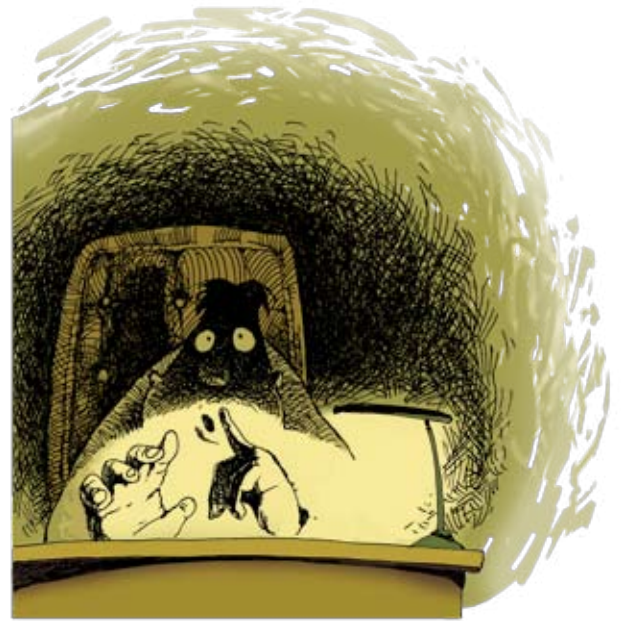
Одним из самых отрадных для отрасли итогов минувшего десятилетия, стало исчезновение жёсткого контраста «Два мира – две системы». «У нас эта система сквозного контроля уже год как работает», – можно услышать от наших технологов, посещающих западные предприятия. «Мы уже перешли на практически ту же систему расчётов», – говорят бухгалтеры на семинарах по внедрению международных стандартов отчётности. «Реорганизация систем сбыта приносит свои плоды и у нас», – делятся опытом российские топ-менеджеры на международных симпозиумах. Не будет преувеличением сказать, что во всём мебельном мире сегодня успешно действует только одна система: та, которая позволяет наиболее полно удовлетворить запросы конечного потребителя.

Но исчезновение тотального контраста отнюдь не превратило мебельщиков в некое глобальное единство, лишённое разнообразия в деталях. Спросите тех же технологов, финансистов, топ-менеджеров – и они наверняка найдут яркие приметы «чисто отечественной специфики» (каждый в рамках своей профессии, разумеется). Если говорить о профессии журналиста, то могу между нами, мебельщиками, признаться, что специфика работы «у нас» и «у них» даёт о себе знать с первых же минут любого интервью. «У них» начало беседы с производственниками, торговцами, сотрудниками выставок почти всегда сопровождается пожеланием собеседника обязательно упомянуть в статье его имя или фирму. Для российских же встреч типично прямо противоположное отношение: «Только давайте сразу договоримся – без имён!» Исключения, конечно, бывают, но, как и положено исключениям, они лишь подтверждают незыблемость общей традиции.

Привыкнув к этой традиции, я всё равно не устаю ей удивляться. Потому что никак не могу определить её первопричину. Западное стремление к ссылкам на имена объясняется легко: истину о прямой зависимости личного и корпоративного успеха от «паблисити» там впитывают едва ли не с молоком матери. Но почему та же бесспорная истина не срывает у нас?

Быть может, дело тут в каких-то особых чертах национального характера, и нам принадлежит мировой рекорд по стеснительности? Мысль соблазнительная, но боюсь, что многие с ней не согласятся. Причём не только «у них», но и «у нас». Достаточно вспомнить хотя бы классическую заповедь такого знатока отечественной жизни, как Козьма Прутков: «Козыряй!» И этой заповеди действительно следует немало прославленных россиян, от Аллы Борисовны до Владимира Вольфовича. А вот мебельщики отчего-то не следуют. То есть они тоже как бы и не прочь козырнуть, но – без имён, только без имён! А без имён что ж это за козырянье?

Тогда – уж не сама ли пресса всему виной, задавая мебельщикам такие вопросы, которые поря-



дочному человеку без краски стыда и слушать-то невозможно? Тоже нет. Обострённый интерес к деталям зарплатных ведомостей и банковских счетов для любого журналиста равносителен признанию в полном собственном непрофессионализме – и не столько даже по этическим причинам, сколько потому, что подобный интерес заведомо не встретит понимания никогда и нигде. Ни у нас, ни у них. Но вот на вопросы о производительности труда, о круге партнёров, о методике снижения себестоимости вьетнамские или, скажем, австралийские мебельщики отвечали мне откровенно и даже с энтузиазмом. У нас аналогичный энтузиазм, как правило, возникал лишь с того момента, как отключался диктофон или закрывался блокнот. Но если кто-то решит, что после отключения диктофона на меня изливается целый дождь жутких криминальных подробностей, то – увы, увы! Никакого криминала в повествованиях «без имён» и близко не содержалось, поскольку мои собеседники были представителями вполне легальных компаний, действовавших на вполне легальных презентациях, выставках и рынках. То, что ими говорилось о преодолении проблем со сбытом, с модернизацией оборудования или с надёжностью поставок, на мой взгляд, делало честь их предприятиям и могло бы послужить им отличным «паблисити». Могло бы – но не послужило. Ибо вводки типа «Директор энского завода товарищ У. сообщил нам, что...» вполне уместны, когда их видишь в газетах времён Великой Отечественной, однако же в наши дни они смотрятся явным анахронизмом.

Мне возразят: какой там анахронизм, когда российские официозы ежедневно и ежечасно приучают нас к «достоверным ссылкам» типа «По информации высокопоставленного чиновника, пожелавшего остаться неизвестным...», «Согласно нашим источникам в министерстве...», или попросту, без затей – «Как нам удалось выяснить...» Что за чиновник? Какие источники? Где удалось выяснить? Спрашивать бесполезно. На то и расчи-



тано, чтобы не спрашивали. Анонимность удобна: ни в суд тебя не вызовут, ни лжецом не назовут, ни в должности не понизят. Но расплатой за это удобство стало массовое отношение к чиновному слову, как к кофейной гуще, – каждый видит на доньшке то, что ему заблагорассудится. Причём охотников заглядывать туда становится всё меньше и меньше. Что, если то же самое произойдёт с отраслевой прессой, где единственными подписанными интервью тоже окажутся лишь парадные релижи о достижениях и свершениях?

Охотно соглашусь с тем, что страх перед ответственностью заразителен. Раз своё имя не желает называть даже высокопоставленный чиновник, то с чего бы рядовому мебельщику вести себя иначе, верно? Неверно! Потому что у этой пары совершенно разные среды обитания. Чиновник обитает среди безмолвного величия заоблачного Олимпа, над которым ни пресса, ни читатели не властны. Нарушать тишину там дозволено, лишь выражая преданность Юпитеру. Молчание является непременным условием того, что тебя не скинут с седьмого неба, какими бы шалостями ты на этом самом небе втихую ни занимался. Мебельщик же, напротив того, проживает на шумном многолюдном рынке, где рядом с ним кого только нет: и читателей, и писателей, и конкурентов, и даже, страшно сказать, покупателей. Молчать на рынке не принято. Молчунов там всегда обходят стороной, предпочитают тех, кто поразговорчивей.

Конечно, когда здоровый инстинкт самосохранения целых полвека подсказывал каждому нормальному товарищу не высовываться и помалкивать, то разговориться после этого бывает трудно. Очень трудно. Но раз уж мы назвали себя груздями и полезли в рыночный кузов, то, вероятно, стоит прислушаться к словам нашего коллеги из страны, ещё недавно тоже почитавшей молчание едва ли не главной своей добродетелью: «Мой достойный отец был плотником. Он часто повторял, что гвоздь, который торчит, забивают. Из всех китайских поговорок эта была у него самой любимой. Отец верил, что уцелел только потому, что неукоснительно ей следовал. Он был мудрый человек и поступал в соответствии с духом своего времени. Сейчас совсем другое время, и если я буду поступать так же, то моя фирма моментально вылетит с рынка. Когда людей забивают как гвозди, они ощущают себя гвоздями. Как только люди начинают ощущать себя людьми, их уже никто не сможет забить. Я – не гвоздь!» Г-н Хэ Вэй действительно не гвоздь. Он директор «Донг Хэ», одной из крупнейших мебельных компаний Китая, «забить» которую не удалось даже мощному прессингу правительства США. Активные выступления директора Хэ в китайской и американской печати, его готовность публично отчитаться за каждый цент стоимости своей продукции увенчались снятием с «Донг Хэ» обвинений в демпинге. Сегодня эта компания вновь снабжает заокеанских покупателей превосходной лакированной мебелью, намереваясь довести объём своих продаж до полумиллиарда долларов. Более того: ответственная позиция лидеров таких компаний, как «Донг Хэ», привела к принятию американ-

цами решения о переходе в 2006 году к пересмотру антидемпинговой стратегии в целом.

Получается, что заразительной бывает не только безответственность, но и ответственность тоже – особенно когда польза от неё подтверждается солидными суммами продаж. А значит, если на российской рыночной земле вместо привычного «Только без имён» скажут ответственное «Я – не гвоздь!», то появится шанс, что и на отечественном седьмом небе, наконец, перестанут молотить кувадами по шляпкам. Не то чтобы я сильно верил, что это такой уж большой шанс, но неужели наши небожители не могут рассчитывать хотя бы на самый крохотный? Кстати сказать, пример в этом деле нам всё чаще подают не только китайские мебельные лидеры, но и наши собственные, чьи имена, чётко проставленные под интервью, открытыми письмами, выступлениями, убеждают, что рынок и ответственность – понятия неразделимые.

Рискнуть, что ли, и мне подписаться своим собственным именем? Рискну. Между нами, мебельщиками, говоря, – а чего бояться-то? Слава Юпитеру, не на Олимпе живём!

Р. Горчаков



Рис. Д. Непомнящего