



# ДОСТАТОЧНОЕ ЧИСЛО КОНЕЙ

В отчёте о выполнении плана АПМДПР за 2009 год есть графа 1.3 («Сбор и распространение информации о результатах работы предприятий-членов Ассоциации на доверительной основе»), итог которой настолько поразителен, что, несомненно, заслуживает выделения крупным шрифтом: **«ПРЕДПРИЯТИЯ ПРАКТИЧЕСКИ ПРЕКРАТИЛИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ»**.

Крупный шрифт в данном случае более чем уместен. Эта фраза – недвусмысленный приговор надеждам сделать информацию мощным инструментом ускорения развития отрасли. Надеждам не за один лишь 2009 год, но за весь период перехода страны к рыночной экономике. Быть может, приговор вызван тем, что усилия АПМДПР были не слишком последовательными или не слишком настойчивыми? Нет! Тема острого дефицита информации о происходящем в отрасли чуть ли не «через раз» обсуждалась на московских и региональных собраниях Ассоциации. С тем же постоянством эта тема возникала на страницах периодики: только в нашем журнале ей было посвящено свыше десятка материалов, причём дважды она даже становилась темой номера («Информация превыше всего» в 2001 году и «Джунгли российской статистики» в 2002-м). В статьях отечественных журналов детально анализировались практические аспекты сбора информации, рассматривались преимущества различных методик, цитировался обширный опыт зарубежных мебельных ассоциаций. Но всё это, от выступлений на собраниях до журнального «ликбеза», оказалось пресловутым гласом вопиющего в пустыне: отчёт свидетельствует, что к 2010 году ручеек сведений вообще иссяк. Между тем о неизбежных последствиях его обмеления исполнительный директор АПМДПР А. Д. Шнабель предупреждал ещё восемь лет назад: *«Мы испытываем колоссальные трудности с обосновывающими материалами. Правительству требуются конкретные расчётные данные. У нас же постоянная нехватка достоверных материалов с мест. Всего лишь 5–7% предприятий заполняют рассылаемые Ассоциацией формы»*.

Категорического «Информации не дадим!» никто никому, конечно, не заявлял. И не заявляет. Но то, чем наши мебельщики делятся с ассоциациями или журналистами, живо напоминает «данные», которые казак из гоголевского «Вия» сообщил философу Хоме, спросившему: *«Если эту брику загрузить солью или железными клинами, сколько потребовалось бы тогда коней?»*, *«Да достаточно бы число потребовалось коней»*, – отвечал казак. Хому это вполне удовлетворило, поскольку интересовался он из чистого любопытства. Для ассоциаций же аналогично «казацкая» реакция их членов считается удовлетворительной

никак не может – она гарантирует упомянутые А. Д. Шнабелем колоссальные трудности с обоснованием эффективных стратегий развития отрасли. Ради реализации подобных стратегий иностранные мебельные объединения, не скупясь, приглашают самых лучших экспертов по проблемам производительности, экологии, себестоимости, энергоёмкости. У нас в таких экспертах нет ни малейшей необходимости: им было бы просто не с чем работать.

Судя по репликам на множестве былых собраний, главной причиной сдержанности мебельщиков остаётся вечное *«Лучше не высывываться»*: боязнь привлечь нежелательное внимание разного рода бюрократических инспекций сочетается с опасением вооружить знаниями конкурентов.

**НИ ИНСПЕКТОРОВ, НИ КОНКУРЕНТОВ С ГОДАМИ МЕНЬШЕ НЕ СТАЛО, ОДНАКО В ОТЧЁТЕ АПМДПР ЧЁТКО УКАЗАНО, ЧТО ЕЁ ЧЛЕНЫ ОТКАЗЫВАЮТСЯ ПРЕДОСТАВЛЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ УЖЕ И НА ДОВЕРИТЕЛЬНОЙ ОСНОВЕ!**

Иначе говоря, доверие отсутствует уже не только к чиновникам или конкурентам, но и к собственной ассоциации. Предприятия всё более замыкаются в корпоративном коконе, общаясь с внешним миром лишь посредством рекламы, налоговой статистики продаж и задушевных «кулуарных» встреч. В этом плане российский опыт является абсолютно уникальным: наше *«практическое прекращение предоставления информации»* происходит в то же самое время, когда профессиональные объединения мебельщиков всех пяти континентов непрерывно совершенствуют методы обработки растущего потока сведений от своих членов, меняя факсы на твиттеры, семинары на вебинары и мегабайты на гигабайты!

В итоге перед нами предстаёт зрелище, от которого, вероятно, и сам автор «Вия» слегка бы оторопел: летит в разреженном информационном пространстве наша тяжко гружёная российской мебелью уникальная птица-брика, никому ничего не сообщая, ни единой живой душе не доверяя, без экспертов, без обоснований, без стратегий, но – всегда с достаточным количеством коней. Куда летишь ты, брика? Нет ответа...

