

Б И Б Л И О Т Е К А

ISSN 0132-2095



ОГОНЁК

№ 30

1990



*Константин  
БАРЫКИН*

М О С К В А  
ИЗДАТЕЛЬСТВО  
«П Р А В Д А»

...И Х Л Е Б А—  
Н А К О П Е Й К У



БИБЛИОТЕКА «ОГОНЕК» № 30

Издается с января 1925 года

Константин БАРЫКИН

## ...И ХЛЕБА — НА КОПЕЙКУ

ПРОЗА ЖИЗНИ

Москва. Издательство «ПРАВДА»

1990

## Константин БАРЫКИН

*Материален ли мир, когда все так дефицитно? На этот риторический вопрос автор все же пытается найти ответ. И идет в магазин, в столовую для спецконтингента, в ломбард; в грязный, типично московский пивной бар...*

Константин Барыкин — обозреватель «Огонька» по вопросам экономики быта. Профессиональную журналистскую работу начал в 1956 году, в «Советской России», популярной в те годы газете. Затем «Труд», «Литературная газета». Почти четверть века — в «Огоньке». К. Барыкин — лауреат медали Вл. Гиляровского «Лучший репортер», неоднократный обладатель годовых премий «Огонька». Автор нескольких книг — «Высота 533», «Хлеб, который мы едим», «Монолог некапризного покупателя», «Пишу, печатаю, диктую...».

Заместитель председателя Московской секции репортеров, заместитель председателя Всесоюзного Совета по НОТ в журналистике; заслуженный работник культуры РСФСР.

## ...И ХЛЕБА — НА КОПЕЙКУ

Первым чаще всего приходит невысокий, опрятно одетый мужчина. Он степенно подходит к закрытой двери, достает из аккуратного портфельчика газету. К половине двенадцатого собирается человек пятнадцать, а то и поболее. Подходят, здороваются по имени-отчеству; давние, видать, знакомые.

В день погожий, солнечный, как сегодня, с заметным к себе уважением чинно и обстоятельно выстраиваются вдоль здания, рядом с большими окнами-витринами, за которыми, очередь это знает, уже наварено, нажарено, напарено... Простые магазинные очереди отмечены разговорами нервными, злыми, а тут — обмен мнениями, неспешные воспоминания. И комментарии: «Наших окончательно расформировали». «Может, к лучшему?» «Не скажи. Рука подтверже сейчас во как нужна». И показывает, как нужна: по горло, позарез... Кивает на вырытую в тротуарной тверди канаву. «Стройбат вырывает. А я бы до такого не допустил, никогда...»

Да, в теплый день можно поговорить, обсудить, посудачить. А непогода загоняет всех в неухоженный, других Москва и не знает, подъезд. Та дверь, что прямо, ведет в невыселенные еще квартиры, а также в трест-объединение и в редакцию очень популярного научного журнала.

Им туда не надо. Им направо. Им в дверь, на стекле которой начертано, что войти сюда можно, только предъявив пропуск. Так и написано: «Вход в столовую установлен по пенсионным книжкам союзного и республиканского значения или по их фотокопиям». И чтобы все было по форме, а порядок здесь чтут, удостоверяющая объявление подпись: «Комиссия общественного контроля».

Контроль — он и есть контроль. Недреманное око. Доверяй, но проверяй...

— Василь Палыч, никак ты? — немолодой, с щегольски подстриженными усиками постоялец очереди обращается к ее новобранцу.

— Кому еще быть? — Василий Павлович отзывается охотно, радушно. Рад встрече? Может быть... «Сколько же тебе?» «Да вот шестьдесят будет. Меня же за два года, в «досрочные» загнали».

Василий Павлович смеется — широко, щедро. Ему так неуютно в пенсионерах, что старается веселостью скрыть то, что таит пока и от себя самого: обидели, не дали доработать даже до пенсионного. Не посчитались! И опыт оказался ненужным, и номенклатурные знания.

— Что-то я тебя здесь не встречал?

— Редко бываю, дома столуюсь... Да и к себе иногда захожу, сослуживцы позванивают, приглашают...

— Значит, новости знаешь?

— Как не знать, за тарелки сядем, расскажем...

Тот, что с усами, выходит из очереди, подстраивается к Василию Павловичу.

— До тарелок еще полчаса. Не тяни...

— А что рассказывать? Видишь, и здесь стройбат вкалывает, траншею месяц закопать не могут. При мне такое было? Разве я допустил бы?

— Никогда, — соглашается собеседник.

Кем он был в звонкую эпоху «побед и свершений»? Знает ли, что стал прямым наследником сталинской политики кнута и пряника? Ведь не с ленинского учреждения санупра для изможденных голодом наркомов, а со сталинских «пакетов» с необлагаемыми никакими налогами деньгами (даже партвзносы с них не платили!) началось все это. 25 тысяч наркому Союза ССР, немногим меньше — наркому Российской Федерации. Ежемесячно, в один и тот же день, пакеты оказывались в ящиках письменных столов руководителей высокого ранга. Пакет был приложением к лимузинам, к особой столовой, к пайкам и госдачам. Правда, многие из номенклатуры расплачивались дорогой ценой — жизнью; но это другой разговор...

В ту же пору появился лозунг «Покончим с очередями!». Как? У вождя всех времен и всех народов и на это был готов ответ: «Развернем мощную сеть закрытых распределителей! Превратим их в классовое орудие социалистического распределения!»

Что стало с очередями, мы знаем, а вот с «классовым орудием» все было в порядке — много народу полегло.

...Смотрю на стоящих в очереди. И никак не могу определить, кем же был недавно этот крупный, с седеющей шевелюрой мужчина? Руководителем треста? Заместителем министра? Большим городским начальником?

В этой очереди — только номенклатура: пенсионеры союзного значения или республиканского. Те, что руководили, командовали, утверждали приказы, проводили коллегии. Или это очень, очень пожилые люди — те, кто в партии много-много лет, те, кто так преуспел в борьбе с энпом, с уклонистами, с либералами и оппортунистами всех мастей и оттенков. Они строили и восстанавливали, они аплодировали тем, кто призывал их строить и восстанавливать, они пели «Мы свой, мы новый мир построим» и истово, без оглядки, делали то, к чему их призывали.

Эти люди не щадили себя! Я искренне их уважаю. И искренне им сочувствую.

...Очередь растет, но не быстро. «Не будем кучковаться!» — советует кто-то. Это явно не москвич. Это номенклатурный лимитчик, откомандированный, вызванный когда-то в столицу — на укрепление, на замену, черт еще знает, зачем его позвали. «Не кучковаться». А как в небольшом тамбуре да не тесниться... До открытия остается минут пять, может, десять; уже свернуты, убраны газеты, кто-то погромыхивает обеденными судками. В этой столовой можно взять обеды и на дом. Со скидкой 10 процентов, как я вычитал в меню. Но с судками посетителей мало: кому охота коротать свой обед в домашней одинокости? Трапеза в таком возрасте хороша на народе. Не на юру, понятно, но среди своих... Можно продолжить разговор, начатый еще в очереди, повезет — узнаете о том, о чем газеты не пишут. Гласность гласностью, но из какой такой газеты вы узнаете, что бывший первый зам из их министерства, тот самый, которого убрали (то ли правильно, то ли по недоразумению?), пошел в гендиректора и вытянул какую-то замызганную фабричку на такой уровень, что сейчас там хотят создать совместное предприятие; не знаю только, с датчанами или сразу с Америкой.

— Совместные — блажь, долго они не продержатся.

— Продержатся. Еще как продержатся. Помню, был в двадцать третьем за Дорогомиловской заставой консорциум, так если бы не сталинские наркомы, он и сейчас работал бы...

— Вы Сталина не трогайте, не трогайте!..

Ну разве дома в такой дискуссии поучаствуешь? Либо здесь, либо в Лужниках, на митинге. Но в Лужники, на городские сходки, они не ездят. Если покажут по телевизору, посмотрят, а поехать туда — нет, не ездят.

Эти люди оказались без очень важного: у них нет возможности общаться. Всю жизнь они были в центре событий, были деятельны, и вот — в зоне молчания. Они забыты, у них нет иной возможности встретиться, как только тут, в обеденном зале. Они с завистью глядят на небольшое объявление в холле — «Вниманию книголюбив!» — но это не для них, а для тех, кто приходит сюда вечерами, приходит спорить и говорить, горячиться, общаться с единомышленниками и с несогласными: плюрализм, альтернатива! Время такое, а они, люди из этой очереди, не могут ощутить его вкус, ибо — на пенсии. Общение с временем через газеты и журналы — это суррогат общения. И даже телевидение не заменит живого собеседника. Им бы свой клуб, им бы трибуну! Пусть не в кумаче и лозунгах, которые не вычеркнешь из их биографий, пусть этой трибуной станет та же столовая, но не такая скорая — поел-попил-ушел, а неторопливая столовая-клуб, где можно встретиться не только за рисовыми котлетками и вегетарианским салатом без сахара, но и посидеть за чайком, обменяться своими — и государственными

ми! — новостями и заботами, где можно поговорить и о хворах. И забыть о них! Хотя бы на те недолгие часы...

Мы так ловко вплели в понятие «клуб» неперменные танцы (сейчас — видео) или мероприятия к празднику, что вовсе забыли о вроде бы неделовом, незвлекательном, непоучающем, приватном клубе. Приватном? Это что же будет — масонская ложа? Да нет, место для таких вот почтенных людей — это возможность, которую надо им дать, чтобы они оставались в форме и приходили сюда в аккуратном (как потребует того устав клуба) костюме, а не в неряшливом: «Мне, пенсионеру, какое дело до нарядов?», давно не утюженном, не чищенном.

Отчего исчезли в Москве клубы? Не ДК при заводе или фабрике, а светские, по интересам и привязанностям. Как бывший Английский, что на бывшей Тверской. Как Актерский в проезде Художественного театра и в «Славянском базаре», как Купеческий — в Замоскворечье было два таких... По возрасту, наконец.

...Подходят две молодки с баулами:

— За чем стоите?

Вопрос очень непростой. За чем они стоят? За тарелкой супа? Если да, как объяснишь, что тарелка эта — не для каждого. Что это тарелка «по пропуску»? Оно так, тут нет тех, кто учреждал такие порядки, кто выстраивал иерархию потребления и потребителей. Они-то не снисходят до этой столовой. У них, говорят, осталось что-то похожее на прежнюю «кремлевку». А в списочном составе той столовой не эти люди, а рангом выше, кто когда-то руководил крупнейшими городами и партийными организациями этих городов, были союзными министрами или заместителями предсовмина. А то — «первыми» партийцами в разных областях и краях; некоторые «первые», уйдя на пенсию, переселяются в Москву, не живут среди тех, кем руководили... Странная привычка, но вошла в практику. Не организовать ли и им свой клуб: бывших первых? Набралось бы, думаю, немало людей, которые могут претендовать на членство в этом клубе.

— Оглохли? Я спрашиваю — за чем очередь?

Как ей объяснишь, что скажешь?

А дамочка не унимается:

— Ответить трудно?

— Мы тут по своим делам! Это к вам отношения не имеет, — сказал кто-то, как отрезал.

— А может, имеет, откуда ты знаешь? — напирает чернявая.

Да, это не из их клуба. Но что поделаешь? И один ниже наклоняется над спешно раскрытой газетой, второй отворачивается, третьи возобновляют разговор, который, казалось, вовсе иссяк.

— Чудной народ! Очередь, а не знают, за чем стоят...

Женщины все же отходят, им некогда тратить время на выяснение отношений. А к очереди подходит еще один человек. Я узнаю его. Несколькими годами назад он работал начальником крупного отдела большого



и уважаемого министерства; оно неподалеку. Профессионал. Чиновник. С большой буквы Чиновник. Экономист и дока, каких поискать и поискать. Он знал в своем деле каждую малую малость, но мыслил не от сих до сих; хорошо, масштабно. Припоминаю, министр и первый замминистра нередко обращались за справкой к нему, к начальнику отдела. Обращались, минуя своих замов и членов коллегии, напрямую. Это льстило, но из равновесия не выводило: он знал себе цену и не запрашивал больше. Я видел его на коллегиях. Он чаще молчал. Он очень редко возражал руководству. Но никогда и не поддакивал. Если считал, что вопрос повернут не в ту сторону, тоже не возражал... Но и не кивал согласно. А потом, в своем кабинете, своими силами и своей властью старался поправить, внести в чье-то руководящее мнение те нюансы, ту корректировку, которую не высказывал. И вытягивал воз, в который впрягался. Найдя же решение, не спешил с ним к министру, а шел к своему начальнику, а тот уже шел наверх, докладывал. Министр и его первый зам знали это. И ценили тихого специалиста...

И он меня узнал, мы поздоровались.

— Как живете? — Я не знал, с чего начинают разговор в таких очередях.

— Здоровье позволяет, — чуть заметно улыбнулся он. — А вот обеды стали хуже.

Он был и остался деловым, конкретным человеком, не расположенным к разговорам о погоде.

— Так нас же не прикрепили к «восьмерке»! — тут же прокомментировал услышавший наш разговор профессионал-очередник.

Бывший Начальник Отдела не был намерен обсуждать то, что сделало Очень Большое Начальство, определившее, какому сверчку какой шесток, он повернулся ко мне, давая непрошеному комментатору понять, что с ним говорить на такие темы, как прикрепление к «спецбазе № 208», не следует. Вообще не следует, а тем более здесь, где столько прохожих, не союзного, не республиканского значения...

Мы с ним немножко повспоминали министерские будни.

— Вы там бываете? — с надеждой спросил он. — Как они?

И мне стало жаль его и жаль министра, который, подписав бумаги на персональную пенсию, забыл своего начальника отдела.

...Вот уже минутная стрелка подошла к цифре «12». Вот уже и раскрывается дверь. Размерно, но и не без резвости столующиеся проходят мимо пурпурной вывески, торжественно извещающей о том, что это предприятие отличного обслуживания; идут и не смотрят на очень революционного сюжета живописное полотно, на минуту задерживаются перед умывальником и — вперед, вперед к раздаточной стойке. Можно, конечно, сесть и за столики — официантки тут внимательны и предупредительны. Но так не хочется записывать себя в немощный ряд.

...Около входа в зал самообслуживания — меню. Селедочка со свежим помидором и маслом растительным, салаты, один из них по лечебному питанию, для тех, кому сахар противопоказан. Икра баклажанная (100 гр. — 13 коп.) и зернистая (20 гр. — 1 р. 31 коп.), протертый суп с гренками и суп крестьянский, «ветчина КНР с хреном» — 54 коп. порция, компоты, молоко и кефирчик, творожок со сметанкой. Чернослив, тоже со сметаной (20 коп.), чаек с лимончиком (семь копеек). Славно.

И хлеб, как же без хлеба. Про хлеб в меню написано так: «Хлеб на копейку: орловский 56 гр., батоны нарезные 31 гр.».

При сытном обеде одному едоку больше и не надо. Две копейки два ломтика: орловского и пшеничного...

Приятного аппетита!

...Через день после того, как этот рассказ о столовой появился в «Огоньке», едва я вошел в свою комнату в редакции, раздался телефонный звонок. «За что же вы нас так?» — спросил немолодой голос. И продолжал: «Не хватило порошу на крупную номенклатуру, по воровбьям стреляете». И рассказал, что неподалеку от этой «средней руки», как он заметил, столовой есть еще одна — в тихом переулке. Там столуются, получают заказы и путевки многие прежние, общесоюзного ранга министры и бывшие первые секретари обкомов, а если горкомов, то таких, как, скажем к примеру, московский. Мне не удалось пройти в ту столовую, дорогу решительно преградил вахтер с помощниками. Но я узнал, что в этот день здесь откушала дочь одного из сталинских соратников, сегодня же здесь отобедал бывший мэр крупнейшего города страны; бывший министр торговли сам «не приезжают», но за полагающимися ему харчами кто-то навевывается... Есть среди едоков и старые члены партии, те, что вступили в нее до 1917 года. Сейчас, говорят, решается вопрос о прикреплении партийцев с восемнадцатого года.

По некоторым данным, спецконтингент спецстоловой около тысячи человек... Есть совсем немощные, им бы — в рядом с домом расположенную столовую, но они ей не доверяют, знают, на что может быть способен созданный их заботами и стараниями, их умением обычный городской общепит. «Рискованно, отравиться можно», — признался мне однажды один из спецедоков.

Через несколько дней после публикации журнала пошли письма. «Всмотрелся я в фотографию пенсионеров и пенсионерок союзного и республиканского значения. Получается, сами они себя загнали в ловушку». «Теперь вот выстроились в очередь, спешить им некуда, их социализм уже построен». «Об этом злачном месте знаем мы, близко живущие. Какими баловнями судьбы считаем тех, кто имеет право на вход в этот подъезд, пахнувший вкусной едой!.. В такой очереди и постоять приятно».

Такая вот жизнь. Проза жизни...

Доколе унижать себя будем?

## РОДИТЕСЬ В СОРОЧКЕ ФИРМЫ «МОСКВА»!

Модельер известной западной фирмы: «Сначала еду в Италию,— она сейчас диктует моду. В Париже изучаю портновский дизайн. В Англии делаю зарисовки классического стиля. В Кёльне знакомлюсь с деловой одеждой. И только после этого сажусь за коллекцию сорочек, а фирма заказывает под нее ткань...»

Главный художник объединения «Москва» (одна из крупнейших в мире фирм по пошиву сорочек) Нина Матвеевна Соловьева избавлена от столь утомительных командировок. Она добирается до «Трехгорки» и доказывает тамошним, что такая вот унылая, жухлая, изначально никудышняя ткань давно уже не в моде.

— Покупатель разборчив,— увещевает Соловьева.

Договорить ей не дают: «Знаем, знаем...» И высыпают ворох абсолютно объективных причин и следствий.

Тогда художница отправляется в объединение имени Веры Слуцкой, ведет себя там потише. Но хлопчатку отстаивает. Только просит заменить непонятного цвета краситель, идущий на ткань, посылаемую швейникам под псевдонимом «голубая».

«Неужели всюду дальтоники? — думает иногда. — Отчего же не лечатся?» Но размышление это художница от себя отгоняет, как неделовое. Знает — если не так скажет, если начнет привередничать, ей просто покажут на дверь. При нынешнем хроническом дефиците надо брать не то, что нужно, а то, что есть.

Вернувшись же к себе в объединение, устраивается за дисплеем новейшего компьютера и вызывает на экран разные цвета и расцветки — для души, чтобы успокоиться. Затем прикосновением к клавише стирает это буйство красок, и ищет цвет попроще. Поближе к тому, что видела у поставщиков. И начинается обычная работа...

— Такую сорочку хоть сейчас приобрел бы,— замечаю я, когда знакомят с новыми моделями — они приготовлены на следующий сезон. На зиму и на лето, на весенние денечки.

— Я бы тоже купила мужу,— соглашается кто-то из присутствующих. — Да где взять, одна такая...

Другие модели чуть менее элегантны, но тоже хороши. Их бы на прилавок. «В магазины и отправим. У нас теперь два — фирменных».

Самые красивые рубашки получаются из тканей, купленных в Китае и Югославии. Наши же ткани удручают постоянством — цветовой ограниченностью, примитивной фактурой.

Есть несколько очень смелых моделей. «Кто автор?» — спросил я. «Марина Цветаева», — отвечают мне. Это ее формула: «Что не красиво на ветру, есть уродливо». Большие русские художники — и живописцы, и мастера слова — всегда были близки к моде. И хоть поостерег русский

философ Николай Федорович Федоров, хоть и говорил он, что негоже «несходство» принимать за «превосходство», все же каждый стремится к оригинальности.

Художники фабрики получили право на авторские модели. Если вы увидите в магазине сорочку с вышитой на кармашке монограммой «НС», покупайте немедленно. Это разработка Нины Соловьевой.

Однако при бедном рынке не только авторские, все модели «Москвы» в магазинах не залеживаются. Еще вчера в магазинах были сорочки если и не от Кардена, то от таких инофирм, у которых есть очень красивые этикетки и надпечатки — их любит наш неизбалованный и невзыскательный покупатель. Ныне импортные закупки сведены к минимуму. Швейники и торговля по этому поводу особых сожалений, похоже, не высказывают. Когда нет конкуренции, идет все! Самый надежный способ ухудшить товар — исключить возможность сравнения и выбора. И если еще вчера не все, сшитое «Москвой», раскупалось, то теперь положение изменилось. К чести коллектива предприятия, он не спешит воспользоваться такой конъюнктурой. Швейники объединения подняли планку пусть не до рекордной, но все же профессиональной высоты и хотят продержаться.

...Как-то к директору одного из филиалов объединения пришли работники ОБХСС: «Ваши рубашки?» Поначалу отказался: «Не наши». Очень уж хорошо были упакованы — целлофановый пакет, булавочки, стоечка под воротником. Но присмотрелся, признался: «Наши». Оказалось, покупает эти рубашки находчивый кооперативный люд по 16 рублей за штуку, и, красиво переупаковав, продает по двадцать восемь. Идут. До ОБХСС уже дошли...

Но несмотря на репутацию, несмотря на то, что рубашки «Москвы» можно выдать за «фирму», положение все тревожнее. Такое идет сырье, хоть плачь... Заместитель генерального директора развернула передо мной бумаги: если еще в 1985 году первосортный хлопок составлял 85 процентов от всего полученного, ныне его доля сократилась до едва ощутимого минимума. Может, конечно, шить и не из хлопка. Но автор бестселлера «Одежда для успеха» Дж. Маллой предупреждает: «Безусловно — хлопок!» Он считает эту ткань лучшей для рубашек.

Нужен также хороший шелк, смесовые ткани. Присылают, но первосортного шелка — только треть.

— Прежде «Трехгорка» давала фланель — мы ею любоваться приходили, а сейчас — глаза бы не смотрели...

— Откажитесь! — предлагаю я. — Отошлите плохую ткань бракоделам...

На меня смотрят с сожалением, но понимающе: ничего, дескать, не усвоил. «Ну, отошлем этот брак, пришлют другой». Или, того хуже, станут обходить норовистого потребителя: «скандалисты».

И все же пришлось, и не раз, возвращать продукцию на Херсонский и Чайковский комбинаты, на «Трехгорную мануфактуру», в объединение

имени Веры Слуцкой. За один тогда год отослали почти 600 тысяч метров тканей.

...В давней книжке «Коэффициент полезности одежды» нашел я сравнения моллетонового жилета, непромокаемого макфарлана, жилета из пиренейской шерсти, фланелевой и шерстяной рубашек. Предпочтение было отдано фланели. «Мы сами знаем, что нам красиво и что нам изящно», — сказал в ту же пору Вл. Маяковский.

На «Москве» научились конструировать и шить красиво и изящно. Здесь готовы вступить в спор с лучшими мировыми фирмами. Но пока этот вызов выглядит несколько наивно. Нет того, не допросишься этого, нитки никудышные, пуговицы плохие, целлофана, коробок не дают.

Может, и впрямь в ногу с модой идут только манекены?

## ВЕНЗЕЛЬ МОДЫ

*О косметике, дарящей элегантность,  
о «третьем» возрасте и кое о чем еще*

Но сперва — небольшое вступление. Химики определили, что в аромате кофе соединились почти двести оттенков разных запахов. Клубника попроще, но тоже — сорок компонентов. Стало быть, в пробирке можно получить клубничный дух? Попытались. В одной заграничной лаборатории смешали эти сорок компонентов, точно соблюдая пропорции и чистоту эксперимента. И потом долго не могли избавиться от чего-то, пахнущего резиной...

С запахами надо быть поосторожнее. «Нэшнл джиографик» проанализировал проблему ароматов и начал публикацию о них с Киплинга: «Запахи скорее, нежели звуки или образы, заставляют звучать струны сердца». Американский журнал утверждает, что запахи затрагивают самые глубины сознания, устанавливают модели поведения, делают жизнь приятной или отвратительной. Вы не согласны с этим? «Неизвестно, что труднее вынести — боль или зловоние», — аргументирует свою позицию автор статьи.

Вот с этого и начать бы разговор о «Дзинтарсе», который давно избрал свои предпочтения и умеет распорядиться ароматным арсеналом так, что пользующиеся его продукцией имеют о ней только самые приятные представления; ароматы послушны знающим свое дело людям. Вот об этом и говорить, но прежде придется напомнить о Госагропроме и Министерстве химической промышленности, вроде бы бывших, но оставивших такое наследство, что оно, как дурной запах, будет долго нас преследовать. Скажите, имеют ли прямое отношение духи и кремы к повышению надоев и к улучшению качества выпускаемых комбайнов?

Вот и мне кажется, что не имеют. А когда я позвонил по первому приглянувшемуся агропромовскому телефону и спросил о контактах с фирмой «Диор», меня строго поправили: «Не «Диор», а «Дир» — и я понял, что трактор агропромовцам ближе, чем духи. И все же «Дзинтарс», как и все парфюмерное дело в стране, надолго оказалось в руках и в сетях агропромышленного комплекса. Перешло к нему? Досталось по наследству. От бывшего Министерства пищевой промышленности. Но не всякие наследники располагают умом и тактом. Парфюмерное же наследство — вовсе особый разговор. И я никак не уразумею связи: парфюмерное звено в любой агропромовской цепи. Сами поразмышляйте над этим странным союзом. Я же ограничусь тем, что скажу: в потоке больших забот агропрому не до малой химии. Парфюмерия, косметика представляются на фоне удобрений и падающих урожаев как нечто второстепенное, необязательное, занимающее последние строки плана — а именно снизу обычно и начинаются всякие сокращения и уменьшения. Нужно что-то сэкономить, где-то сократить? А вот тут, снизу, где мелким шрифтом написано «парфюмерия». Сэкономим здесь валюту!

По логике косметика и парфюмерия ближе к химическому ведомству, так и в мире сложилось. Обычно духи выпускают не тракторные заводы и не филиалы свиноводческих фирм, а химические компании. Наши химики все это уловили, но не спешат с предложениями. Мне представляется, они ждут, когда из парфюмеров выжмут все соки и все ароматы знатоки Агропрома. И они, парфюмеры, уже не придут, а приползут, попросят: «Возьмите к себе. На любых условиях». А какие условия у химиков, мы все хорошо знаем. Красители они выпускают очень плохие. Бытовую химию — «усредненного качества». Одно из подразделений «Союзбытхима» долго зарилось на «Дзинтарс», присматривалось к нему, приценивалось. Но мне кажется, что эта покупка не по карману «Латвбытхиму» — уровень не тот. У «Дзинтарса» мировое признание, международный класс, а у химиков даже мыла путного нет. Понять-то я химиков могу: дела у них идут плоховато, бытовой химии мало, отстает от мирового уровня, им догонять и догонять. А тут — готовенькое, на хорошем ходу предприятие, отлаженное хозяйство, по ряду позиций уже стало вровень с тем самым неуловимым мировым уровнем, а кое в чем и превзошло его. Лакомый кусочек. Сразу можно поправить — и дела свои, и репутацию.

Но если такое случится, не миновать беды. Точнее двух. Прежде всего пойдет под откос уникальность того же «Дзинтарса» — не смогут же они подтянуть до своего уровня гигантское ведомство. И придется им опускаться до уровня бытовой химии, а уж этот уровень...

Поскольку передача парфюмеров в Минмедпром проблему не решила, вновь предложение: подумать о создании объединения «Парфюмер». А тот же «Союзбытхим» или один из нынешних главков меди-

цинской промышленности подсоединить к нему на правах отдела. Пусть учатся. Может, на пользу пойдет...

Какой-то шутник (я понял, что за ними рижанам не надо ездить в Одессу) написал у входа в популярный косметический салон: «Не спешите знакомиться с девушками, выходящими из этих дверей. Одна из них может оказаться вашей бабушкой!» Остается сказать, что салон использует только косметику «Дзинтарса», который, к слову, и о бабушках заботится с присущим этому объединению тактом и способностями. Тут создали крем «для третьего возраста». Это великолепный крем. В Москве я не мог найти ни одной тубы. Не стану приводить название крема, чтобы не огорчать представительниц третьего возраста, у них и без того хлопот много, а лишь скажу, что вообще вся косметическая продукция «Дзинтарса» находится на весьма высоком уровне. Отмечу для любознательных, что именно в косметике проявляют себя парфюмерные фирмы мира. В косметике у «Дзинтарса» тот же стиль, что и в парфюмерии: элегантность. Ее тут считают вензелем моды, на нее и опираются. Духи консервативнее. Да и надобность в них меньше, чем в хорошей, заботливой косметике. Косметика к тому же и самостоятельнее. Потому что (позвольте сослаться на перевод интересной французской статьи «Бракосочетание моды и духов») духи и модные стили одежды так повязаны между собой, «что нет ни малейшего признака предстоящего развода». Другими словами: одежда без духов еще не мода. Не потому ли утверждают, что духи — самое неотъемлемое излишество?

— А не делают ли у вас косметику, которой пудрят мозги? — спросил я.

Парфюмеры шутку приняли, но ответили почти серьезно:

— И прежде-то мы обходили стороной подобную продукцию. А сейчас ее время прошло окончательно.

«Дзинтарс» работает в напряженном режиме поиска. Он проявляется всюду: в дизайне флакона и надписи на тубе, в честной рекламе, в неумной энергии генерального директора и в том внимании, которое оказывают рижской фирме фирмы парижские.

Я прихватил с собой перевод одного из полученных «оттуда» писем. Одна из директрис «Кристиан Диор» почтительно и искренне заверяла рижских парфюмеров, что высоко ценит «Дзинтарс» и хотела бы поддерживать контакты с этим предприятием. Мы, пишет г-жа Дюкре, «готовы обсудить проект взаимного сотрудничества».

В Голландии рижские парфюмеры в открытом состязании с парфюмерами других стран доказали, что они не лыком шиты и давно ушли (к огорчению известной части населения) от лосьонов, которые так плохи, что по прямому назначению пользоваться ими нельзя, их можно только пить...

— Парфюмерный рынок мира перенасыщен. Пробыться на него без основательной рекламы невозможно, — объясняли мне специали-

сты. — А реклама — это траты, это деньги. Они нужны сейчас, чтобы завтра получить вдвое-втрое больше. Это в общем-то понимают, но пока вопрос согласовывается, увязывается, ставится, рассматривается (как богат русский язык!), решается, вентилируется... И не знающий достоинств рижской косметики и парфюмерии (а делаются они на широком и благородном спектре натуральных веществ, а не химических) заграничный потребитель и не догадывается, что есть крем «Соло», есть превосходящая все известные нам зубные пасты мира «Ремодент», есть и мужественный одеколон «Бриг».

«Дзинтарс» уже видит день, когда рынок будет наполнен их флаконами и флакончиками. Хотелось бы только, чтобы это был наш, отечественный рынок, такой ныне бедный и унылый. Не ароматный.

## «ПРЕСТИЖ» С НАЦЕНКОЙ НА ПРЕСТИЖНОСТЬ?

Еще Адам Смит сокрушался: «Стремление к удобствам и украшению жилища, одежды, домашней обстановки и утвари не имеет, по-видимому, предела или определенных границ...» Подтверждение тому из дня сегодняшнего: в Грузии и Армении при тамошних-то недлинных и незлых зимах теплых сапог у населения в 2—3 раза больше, чем в целом по стране. Соизмеримое тому соотношение и по дубленкам. При эдаком положении около трети имеющегося гардероба, само собой, не используется — не ходить же в двух шубах сразу. Значит, отлеживается в сундуках (если они сохранились в «престижных» домах), висит в шкафах, подкармливая моль и истлевая в ненужности. Для чего же приобретались лишние шубки, сапожки, мохеровые костюмы и платья, все дальше отдаляющиеся от моды «джинсы» и лаке-джерси?

— Престижно!

— У соседки целых две штуки. Я что, хуже?

Личное имущество одной средней («среднее» понятие абстрактно-потустороннее и мифическое, придумали его лукавые статистики) семьи в нашей стране составляет немногим менее восьми тысяч рублей. Цифра не застывшая, растет. Больше в дом — лучше живем? Если это «больше» в пределах разумного. Если же перешагнуло через эти рамки, то живем хуже, ибо общественное производство — не бездонная бочка. И если у кого-то больше, чем требуется, то у другого меньше, чем нужно бы...

Разрастающийся домашний гардероб, новые, новые, новые пары туфель и часов, костюмов и стеганых (непреренно стеганых) пальто, вовсе не отражают потребность в них. Это — дань, налог на престижность. Она, престижность, мало что общего имеет с экономикой, почти не со-



прикасается с рациональным ведением хозяйства. Но цепкая штука — прихватит, только держись. И растет, пухнет «пассивный гардероб», зрящие вещи и вещицы. Запас карман не ломит, а выламывает, вымывает из бюджета рубли и тысячи, пускает на ненужность ткани и дубленые овчины, шевро и замшу... Опрос Всесоюзного института изучения конъюнктуры торговли и спроса на товары выявил этот излишек: 21—23 процента по одежде и до 27 по обуви. И это при дефиците! Чудеса в решете.

Как появляется престижный товар? Случается, методом простого, как амeba, деления: «Это же писк сезона!» и катится молва. На псевдосоциологическом жаргоне такое называется «стадный рефлекс». Он поражает нестойкие вкусы, легко проникает в вакуум, создаваемый малой общей культурой. Чем-то этот ущерб надо восполнить, возместить. Проще всего такое достигается сапогами. Или шубой. Или мебельным гарнитуром. Кто во что горазд.

Свой вклад в появление престижности вносит и цена. Едва поднялись цены на книги, и они перекочевали в ряд «престижного товара». В книги стали вкладывать деньги.

Если же говорить о промтоварах, то тут такое дело. В промышленных министерствах и на предприятиях стремление к товару подороже формируется (подспудно, на подкорковом уровне?) и тем, что знают, усвоили: чем товар дороже, тем он престижнее. Тем легче зачислить его в модные изделия. А торговля внятно этому поддакивает; не на словах, конечно, делом. Я понимаю торговое ведомство, у него перманентно что-нибудь случается — то «горит» план товарооборота, то идет сплошной брак. К тому же продать одну дорогую вещь проще, чем десяток других — на такую же сумму. Опасный этот перекос вроде бы «не замечают», но это не уменьшает его разъедающего влияния на уровень профессионализма торговых работников. И несет порчу вкусу и запросу покупателя.

К проблемам потребления, к понятию «разумная покупка» очень робко присматриваются ученые. Есть какие-то рекомендации, но сделаны они глухо, о них не знают. Никто толком не изучает и не формирует предпочтения покупателей. Они отстранены от товара — до встречи с ним в магазине. Потребитель никак не участвует ни в чем, что связано с созданием той или иной вещи. Хоть посоветовались бы с ним... В оборот запущены «престижные» и массовые эталоны и советы: «я что, хуже?», «писк сезона!..» Или приглашения: «Книга — лучший подарок», «Наш девиз — два телевизора в доме». Что касается телевизоров, тут можно понять; они такого качества, что для подстраховки надо бы иметь не два, а три и четыре приемника в надежде на то, что хоть один из них будет работать!.. Но как купить два телевизора, когда их теперь решено продавать на аукционах — конечно, по бешеным ценам.

...Может, прав Артур Кларк, предположивший, что истинное мерило ценностей появится, когда материальные блага обесценятся? Кстати, такое положение вовсе не опровергает вывод, сделанный еще в допушкинские времена экономистом Адамом Смитом.

## «ЯШКИН-СТРИТ» НА КРАСНОЙ ПРЕСНЕ?

...Высокая мода хорошо смотрится рядом с высокой техникой. Лондонского кроя твидовый пиджак словно и шит-то для владельца персонального компьютера. А туфли «саламандер» — для обладателя спортивного «пежо». Но, когда прилавки пусты, эти картинки даже не раздражают. Их словно бы не замечаешь, идешь отстраненно: не для меня; потусторонность, издержки непланового хозяйства. Абстракция. Ведь у нас, если такое авто кому-то и достанется, то рэкетир или (конечно, бывшему) партфункционеру, или зампреду горисполкома (тоже бывшему, но из того же города). И на «Консумэкспо» шалеешь не от изысканности, ее и у нас навалом — в домах моделей, в швейных спецателье без вывесок, в дизайнерских мастерских.

Пошатывает от обилия. На стендах — мини-машины с программами на случай любой постирушки. Холодильник «четыре времени года». «Грундики», «Сименсы», «Сони», «Хенкели» («клеи различного рода. Средства для ухода за автомобилями»), «Тхоместо» (домашние сауны), «Коспо» («одежда для чистых комнат»). Всего — пруд пруди. Такое обстоятельство немножко раздражает, да и как иначе. А предложение шведской фирмы: «машины для резки ветчины и колбасы» воспринимаешь уже как прямой выпад. Опомнитесь, господа! Или вы в наши гастрономы не вхожи? Чтобы обрести спокойствие и рассудительность, надо остановиться и посмотреть вокруг. И вскоре замечаешь, что неподалеку от прославленных фирм, чуть в стороне от них, расположились неведомые солидному торговому миру купцы. Они привезли сковороды и дверные ручки, тушь для ресниц и кожаные кошельки, видеоигры и канделябры, платки (полушерстяные, с мерцающим эффектом, с бахромой, с матенитом, с пластиком) (не спрашивайте, что это такое, я не знаю...).

И еще товары 1001-го наименования...

Красиво и нешуточно угощала нездешней едой датская фирма «К. Янн»; солидно поблескивали деловые перья «Пеликан»; пытался привлечь внимание стендик «Кореска» с дешевенькими карандашиками. Бесшумно замыкали двери бесшумные и надежные замки «аблой». Снова туфли, это «саламандер». Хороши. Несессеры, кошельки, портмоне — от «Нины Риччи». Электронные часы. Поговаривают, «там» их продают дюжинами. Зачем, однако, мне дюжина часов? Модницы останавливались вперед витринами с бижутерией. Изделий «Яблонекса» я не

приметил... На этой выставке вообще очень скупо были представлены предприятия и фирмы стран Восточной Европы. Отдаю себе отчет — сейчас им не до ярмарок. Или, может, только не до московской «Консумэкспо»? Если так, обидно, очень обидно... Думаю, однако, жизненно все поправит, поставит на свои места.

Солидно были представлены наши предприятия — московские, ленинградские, рижские, свердловские, из городов Средней Азии. Стенды же с кислородским фарфором стали сенсацией — они великолепны; одни из самых заметных и элегантных. Кислородчане стали поставщиками товара для самых престижных западных магазинов. А мы-то чего ждем? Московская торговля вроде бы покупает такой фарфор на полтора миллиона в год, но эти без того немногие вещи и вещицы распыляются по разным «торговым точкам».

Парфюмерия «Дзинтарс» весьма успешно конкурировала с испанскими и французскими предложениями — что есть, то есть.

Ярмарка...

Мир завален товаром. Только у нас торгуют «по паспортам», по талонам, в развитых же странах — за деньги. Потребности западных рынков перекрыты дважды и трижды, это я остро ощутил на «Консумэкспо». И лишь появится лазейка, как в нее устремляются коммивояжеры. Едут, даже не имея гарантий на успех. Пробуют, конечно, и наш рынок, присматриваются к нему. Рискуют. Каждый, само собой, старался продать товар подороже. Но на обильном торжище и поторговаться не грех. Однако знатоков маловато, и перекрыть всю выставку деловыми закупщиками не удалось. У Минторга специалистов меньше, чем надо, а предприятия, у которых появилась валюта, покупать толком не научились. Для многих из них существует некий абсолютизм: побольше-подешевле. На «Консумэкспо» было много высокочастотных, первого ряда товаров. Но представители заводов и фабрик шли не к «Нине Риччи», не к «Сименсу» или к «Саламандером», и не к «Лего». Устремлялись туда, где товар попроще.

О «Лего» скажу особо. И попробую начать со сравнения: «Лего» в мире игрушек то же, что «Мерседес» — в автомобильном. Это — классика в мире игрушек. Фирма приезжает к нам во второй раз. Она заинтересована в поставках и не скрывает этого. На первой московской международной выставке-ярмарке потребительских товаров «Консумэкспо-89» я беседовал со старшим вице-президентом «Лего» Вернером Нётцли. «Мы хотим установить контакты, — говорил он мне, — мы готовы к различным формам сотрудничества...» За год мало что изменилось, наши ребята по-прежнему не знают «кирпичиков» «Лего», а ими между тем играют дети ста двадцати стран. Тут не помешает еще одно сравнение. Поставлю лучшие конструкторы «Лего» в один ряд со сказками Андерсена и с хорошими книгами — вообще. Дети, читающие эти книги, лучше поймут друг друга — и не только сегодня, но и потом, когда вырастут. А играющие в одни и те же — хорошие! — игры?.. «Ле-

го» — возможность ребячьего самовыражения, выход для бурной (и скромной) фантазии, выработка навыков и умений. Все — игрушечное, но — всамделишное. К тому же — собранное самим ребенком. Ни одной пушки или танка, ни одной ракетной установки. Дома, сады и рестораны (есть и такой конструктор — «ресторан»), компьютеры и телефоны, автомобильчики и всякая всячина — из «кирпичиков» «Лего» можно собрать несколько тысяч конструкций! Я видел магазины «Лего» в Праге, в Будапеште. Но — не в Москве. Робкие переговоры с «Лего» начала торговая фирма «Детский мир». Но отчего бы уже с первых шагов не создать этой фирме конкуренцию? Отчего не закупить такие игры для детских садов тем предприятиям, у которых есть валюта? А может, пора открыть магазин «Лего»? Минторг вроде бы разворачивается в сторону «Лего», но пока не отреагировал на предложение о подобном магазине... Понимаю, валюты мало, и могут сказать: «Игрушечки? Подождем! Сначала купим туфли и трикотаж».

Но если бы туфли и трикотаж. Предсовмина страны, выступая перед народными депутатами, дал такой расклад: более 5 миллиардов валютных рублей идет на закупку зерна и продовольствия, почти 2,5 миллиарда — на приобретение машин и новых технологий, 2,6 миллиарда — на химические материалы, а еще полтора миллиарда — на сырье для легкой промышленности. Специальные трубы и металлопрокат обходятся еще в 2 миллиарда. Из несегоднешней статистической сводки я узнал, что, скажем, на прокатное оборудование мы тратим 53,9 процента денег, а на хлопчатобумажные ткани — 2,8, на кожаную обувь — 8,3 процента.

Да и покупаем товары не первого класса, все норовим сэкономить, чтобы на доллар купить не штуку, а две. Или полторы. Что берем? На второй день работы «Консумэкспо» я понял, что представленное тут некоторыми фирмами, вовсе не «от котюр», а со склада; лежалый товарец. Костюм, бывший в моде году эдак в восьмидесятом, но тогда не проданный. Сапожки не первой стати. Те самые шали с проблесками. Стендист, он же директор фирмы с длинным, не запомнившимся мне названием, обворожительно улыбается и мягко пожимает руку. Мы улыбочиво беседуем (фирмач неплохо говорит по-русски: «Наши товары покупают советские моряки и туристы»). Я узнаю, что он привез «элегантную, но недорогую» обувь. Из искусственных материалов. «Не отличите от натуральной!». Я соглашаюсь — не отличить. Но все же спрашиваю: «Ваша жена и дочь ходят в таких?» Приличное знание языка начинает сбоить, переводчика рядом нет, и мы после некоторой заминки переходим на другую тему. «Когда у дамы мало денег, но хочется пойти в театр в элегантной обуви, дама делает покупку у нас», — объясняет мне коммерсант. Но наши-то дамы будут в таких туфельках щеголять не час-второй, а от зари до зари.

В некоторых странах есть улицы, обычно на окраинах или близ портов, где открыты магазины дешевых товаров. «Тати», «Яшкин-стрит»... Не случилось ли так, что и владельцы именно таких магазинчиков, закрыв свои «точки», написав на дверях «ушел на базу», махнули в Москву, на «Консумэкспо»? А отчего не поехать, коль покупатель есть? Один солидный приборостроительный завод был очень доволен, когда заключил сделку на поставку косметики. Искренний коммерческий директор предприятия так и сказал: порадуем наших женщин-тружениц к празднику 8-е Марта! И доверительно, наклонившись ко мне: «Представляете, за полцены...» Невдомек директору, что заплатил он с походом, а если эту косметику положить рядом с продукцией фирм «Нина Риччи», «Кристиан Диор» или «Дзинтарс», то произойдет конфуз.

На мировом рынке ежегодно продается-покупается продукции высшего качества примерно на 500 миллиардов долларов. Доля нашей страны в этом обороте — около трех процентов (а, скажем для наглядности, доля США или ФРГ доходит до 20 процентов). Цифры если и изменились, то не в нашу пользу.

Покупая подешевле, государство, однако, норовит продать подороже. Недавно наряду с официальным ввели специальный курс твердых валют. Но в практике, в жизни наши закупки-продажи давно опираются примерно на такой, «специальный», даже превосшли его. А если говорить о растворимом кофе, то вышли на рекордный коэффициентный рубеж. Отхватили по случаю чай (говорят, турецкий), продаем его недешево, а по качеству он хуже, чем наш грузинский.

Разве мы так богаты, чтобы покупать плохие вещи? Скупой платит дважды. И расчетливый знает это. Да и не бывает в экономике бесплатных пирожных. Дело не только в появлении вируса «обноски-впору», но и в потере ориентиров. Мы вырабатываем психологию униженности, нищенства. И не случайны ее проявления на выставке: за копеечными пакетами — очередь. У довольно ординарной парфюмерии — охи и вздохи. А умывальники «оттуда» вызвали такой восторг, что можно подумывать — из безводной пустыни приехали посетители...

Мы покупаем за рубежом более пятой части всей нашей одежды и белья, более 30 процентов обуви. Все раскупается? Но из госкомстатовской сводки я узнаю, что запасы неходовых и непроданных товаров убывают очень неторопливо. Кожаной обуви лежит (при нашем-то обувном голоде) более чем на 133 миллиона рублей. Галантерейных изделий — почти на 109 миллионов. Радиотоваров — на миллионы.

Осведомлен: доля импорта в этих залежах тоже есть. И немалая.

Дешево и высококачественно — понятия с разных полок. Было ведь, пусть давно, купили костюмы, а они расползлись по швам. К фирме — с претензиями! Извините, господа, высокомерно и назидательно ответили там, вы приобрели костюмы для погребения усопших. С того света жалоб не поступало. Вы — первые...

Прошло несколько лет, и чья-то нелегкая рука дала добро на дубленки, которые в химчистку не берут. Они, дубленки эти, от чистки меняют цвет и становятся меньше. Сшиты из шагреновой кожи?

Унижение паче гордости. Поговорка или философия жизни?

Представления об импорте у нас искажены, развернуты в сторону от экономики. «Мейд ин...» Этикетка есть? Вали валом, потом разберем. Только в последние два-три года стали поразборчивее, но именно на это время выпал особый валютный недобор, в действие вступил «объективный» фактор — надо, хотим или не хотим, покупать дешевое. А денег выручить побольше. И коэффициент 1:10 уже не потолок. Продававшийся два-три года назад за 200 рублей костюм стоит сейчас заметно больше. Импорт стал и палочкой-выручалочкой. Он — затыкатель бюджетных дыр и брешей? Он призван не одеть-обуть, а дать казне доходы? Породив «импортную чуму» (определение экономиста М. Гельванского), создав фетиш импорта, мы ослабили требовательность и к нашим предприятиям. Искаженные, оскорбительные цены импорта не могли не повлиять и на цены, устанавливаемые нашей промышленностью — на свою продукцию. Снова сошлюсь на Госкомстат: «увеличилось производство относительно дорогих изделий».

Пора приостановиться и задуматься: что и как покупаем? Прежде сделки заключал только Внешторг, его люди отстранены от нашего покупателя огромной дистанцией. Сейчас большую часть работы поручили министерству внутренней торговли, положение меняется к лучшему, но привычки и старые связи сами по себе не отпадут.

И пора, пора обнародовать не только общие суммы заграничных покупок, но и цены; что почему и сколько стоит — у нас и у них? Коммерческая тайна? Мы объелись секретами. Хватит. Почему же скрывать все это от тех, на чьи деньги покупается товар? Ведь это мой рубль и рубль моего соседа, он работает на «Калибре», уходит на закупки. Наш лес, наша нефть, наш газ, наши меха, наконец. Нас долго пичкали лозунгом: народное достояние! И лес, и нефть, и газ... Раз народное, стало быть — мое. Вот и не таите от меня сделки.

В изданной в 1901 году «Коммерческой энциклопедии» я вычитал: «В привозе вещей спрос зависит от прихотей, предрассудков и склонностей, вследствие чего нет оснований мириться с таким привозом».

Тогда не мирились. А сейчас?

Мешает нормальным сделкам и то, что выставки «Консумэкспо» (в принципе выставка очень нужна. Очень. Спасибо ее организаторам — Министерству торговли Союза ССР и объединению «Экспос-центр») носят чуть ли не подпольный, закрытый, сугубо служебный характер. И действия наших закупщиков не контролируются «простыми людьми». Покупают вроде бы для меня, но без моего контроля, без моей доверенности. И когда я прихожу в унылый детский магазин, я даже не знаю, что на белом свете есть «Лего»... Те несколько тысяч человек, что прорвались на выставку в последние часы ее работы, сути не из-

менили. Нужен принципиально иной подход в организации международной выставки потребительских товаров. У нас тут практика невелика.

Но есть же огромный мировой опыт.

Был ли на выставке хороший товар? Был — в изобилии! Чутко реагируя на возможности нашего рынка, пытаюсь понять его сложную, непривычную для нормального бизнеса структуру, работали многие западные партнеры. Тут были и известные фирмы, и новички. «Глас Керамик», «Колор», представители крупнейших выставочных ассоциаций «Кёльн мессе» и «Новеа Интернациональ», парфюмерные концерны, крохотные фирмы.

И новички — Южная Корея, Индонезия, Макао. Из Гонконга — самые неожиданные предложения... Более 20 стран, пятьсот инофирм и организаций. Каталог на 612 страницах. Вольный рынок?

Увы, пока не так все просто.

В представительство одной из иностранных фирм пришли два уверенных в себе умельца. Невнятно представившись, посмотрели на меня: дескать, закружился, мы — с делом! Представитель фирмы вежливо осведомился: что за неотложность, господа?

Господа (а это были кооператоры) за словом в карман не полезли.

— Организуем совместное производство! — с ходу предложил один из партнеров. — Будем делать кирпичи.

Он снисходительно посмотрел на нас. И заверил фирму:

— Доход — фифти-фифти...

Перевел: «пополам».

Он знал, он был уверен, сейчас к нему бросятся на шею. Но...

И тогда наш парень пустил в ход главные аргументы.

— Рынок сбыта — за нами. Пятую часть посылаем в развивающиеся страны. Лучший товар — на западный рынок. Остальное будем продавать в Нечерноземье.

— Что вкладывает ваша сторона? — серьезно спросил фирмач.

— Глину, — заявил потенциальный компаньон. «Глину!» И разрешил: «Вместе придумаем название фирмы».

...Директор экспорта «Кристиан Диор» Клод Нузей показывает флакон духов.

— Пуазон? Отрава? — демонстрирую свое незнание французского.

— Мы привезли «Пуазон», а не яд! — улыбается директор.

«Пуазон», став несколько лет назад мировой парфюмерной сенсацией, и сейчас занимают одну из первых строк в списке духов мирового класса. И когда в офисе «Кристиан Диор» я встречаю представителей нашего «Интурсервиса», я знаю — они готовы заключить красивую и нужную сделку. Но в том-то и дело, что у «Интурсервиса» покупатель особый; люди, имеющие валюту... «Кристиан Диор» получила свой магазин-

чик — в Москве, на улице Горького. Но попасть туда — проблема. То очередь в версту, то «по приглашениям».

Фирма «ВИК»-электро показала страшную машинку. Страшную для руководителей служб водоснабжения. Когда прибор прогнал через свои фильтры-выпарители очередные шесть литров московской водицы, то в осадке я увидел взвесь, а на поверхности — маслянистую пленочку. И черт-те что, глазу неподвластное — дистиллятор очищает воду от бактерий, от вирусов (доверяю проспекту фирмы), от ядовитых веществ, от всякой органики. Вот бы по такому — в каждый дом. Откуда? На «Консумэкспо» привезли первые экземпляры нулевой серии. «Мы только начинаем производство приборов», — сказал мне руководитель отдела сбыта фирмы Хорст Блюм. Пошли первые штуки; будут делать по пять тысяч в месяц. Понимаю, недорогой прибор, но так надо бы равняться на такие изделия, а не на ширпотреб. Если поднимать уровень нашего рынка, придется распрямляться, не жить в полусогнутом подчинении у дешевого импорта.

Еще один пример — «Мулинекс». Его бытовые изделия строги, но разнообразны. С продукцией «Мулинекса» у нас более или менее знакомы — по валютным магазинам. Но открыватель консервных банок — новинка. Невидаль? Пока — невидаль. Без всяких усилий срезая крышку, машинка зафальцовывает края, захочешь, да не порежешься. Финская «Тхоместо» показала домашние сауны. Мечта дачника, да и для городской квартиры подойдет. Если, конечно, это не малогабаритка, не панельная коробка.

«Консумэкспо» усилиями Минторга СССР и «Экспоцентра» будет проходить ежегодно.

## СЕБЕСТОИМОСТЬ, ТЕБЕСТОИМОСТЬ И ЦЕНА

Позвонил я как-то генеральному директору парфюмерной фабрики «Свобода». Во что, спрашиваю, предприятию обходится одна упаковка мыла? «Сделайте официальный запрос», — предложили мне. «На бланке и с печатями?» «На бланке, но можно без печати» — разрешила гендиректор.

— А с каких пор себестоимость продукции стала секретом? — не удержался я.

— А где вы видели, чтобы себестоимость называлась? — в свою очередь, спросила меня Клавдия Михайловна Чигарина. И благосклоннее: «поговорю в Госкомцен, если там разрешат... Оставьте номер телефона».

...Мне не позвонили — ни через час, ни через день, ни через месяц. Но, познакомившись с материалами торгового ведомства, узнал: кусочек «детского» обходится фабрике в одиннадцать копеек, а продается за 14. Всего три копейки «навара». На них мыльную пену не взобьешь, на та-



кие деньги концы с концами свести бы. Зато брусок мыла категории «экстра» продается за рубль. А себестоимость его — около пятидесяти копеек. На полтинник можно пороскошествовать. Полтинниками и план проще выполнять, чем трехкопеечными монетами.

Заместитель министра торговли РСФСР В. Козлов озабоченно писал заместителю начальника отдела бывшего агропрома Н. Кулиничу о тревожащей тенденции: заявки на косметический, на парфюмерный товар не удовлетворяются. Нет мыла прежде всего ходового, по цене доступного. За восемь месяцев недопоставили четыре с половиной тысячи тонн недорогого товара. «Росгалантерея» не получила от промышленности, а значит, не выложила на прилавок более 70 миллионов флаконов духов, почти 140 миллионов туб зубной пасты, 11 миллионов упаковок крема для бритья. Напрочь исчезли некогда очень популярные, для многих привычные сорта и виды мыла — «вазелиновое», «земляничное», им подобные.

Кавалерийская расправа с дешевым товаром оскорбительна и унижительна, она проводит черту — неимущих парфюмерные фабрики словно не замечают. Они, фабрики, гарцуют на международных смотрах и выставках, они не прочь порассуждать о кознях смежников. Может, потому и не остается времени на выпуск изделий «дешевой группы»? А тем, у кого кошелек набит сверх меры, тому почет и новые сорта.

Наша парфюмерная промышленность все более становится элитарной, недемократичной, злой — по отношению к большинству. Эта нехорошая тенденция замечена и Госкомстатом Российской Федерации. «Промышленные предприятия в последнее время стремятся к выпуску дорогостоящих, выгодных с точки зрения прибыли видов мыла, сокращая при этом производство дешевых сортов», читаю в переданной мне справке, подписанной заместителем Председателя Госкомстата РСФСР А. Захаровым. Но так как парфюмеры не угомонились и после этого, Госкомстат РСФСР сделал специальный и глубокий анализ сложившейся ситуации. В нем отмечено, что «образованию дефицита способствовал тот факт, что многие предприятия с целью улучшения своего финансового положения стремятся к увеличению выпуска выгодных для себя сортов мыла (с точки зрения получения прибыли) без учета нужд покупателей». Отмечалось, что производство дорогостоящего мыла возросло на 2,6 тысячи тонн, а дешевых сортов сократилось на 1,7 тысячи тонн.

Вроде бы немного, но ведь это не случайные цифры, а тенденция.

Нехорошую практику парфюмеров перенимают и другие отрасли промышленности. Швейные предприятия «Салют», «Вымпел» купаются в славе и в доходах. Но не оттого, что сумели одеть всех нас в хорошие, добротные, модные вещи. А потому прежде всего, что загнули цены на потолочный уровень. Воротничок, отстрочка, рюшечка бантик слева — бантик справа, что-то еще — и две цены, а то и более 600—700 рублей за пальто — это считается по-божески. Если дело так пойдет, то

и «Салют», и «Вымпел» тысячерублевый рубеж перейдут еще в этой пятилетке. А там — за далью даль?..

Но вот что любопытно — законы себестоимости вдруг отступают, когда делается товар для избранного круга. С интересом познакомился я с заметками бригадира слесарей-сборщиков Горьковского автозавода С. Барабашина. Он поведал, что автомобиль «Чайка» обходится заводу почти в 34 тысячи рублей, но продается за 28 тысяч. Так бедны большие начальники, что им товар со скидкой? Существуют и довольно ловко камуфлируются изделия, которые предназначены для узкого круга. Есть в Москве, в Большом Черкасском переулке, ателье, в которое не приглашают вывески и объявления, — их нет. И я туда попал случайно, свернул не в ту подворотню. Толкнул дверь. На вахте сидел крепкий мужчина. То ли он не заметил, то ли за своего посчитал, — не остановил меня. Я поднялся на второй этаж и попал в царство дорогих мехов, отлично сшитой обуви, пальто. Цены? Они были вполне доступны, но мне ничего не продали. «Наряд?» — на меня смотрели с недоверием. Наряда, само собой, не было, откуда у чужака наряд. «А для кого это ателье?» — попытался выяснить я. Мне не ответили. Это потом я догадался — для кого, когда, стоя у входа, увидел, что сюда преимущественно входят дамы и представительные мужчины, подъехавшие на сверкающих полировкой лимузинах с затемненными стеклами.

Шел я из Большого Черкасского и думал над тем, что пора бы экономистам разработать шкалу: «Себестоимость, тебестоимость и мнестоимость». Потому что разнятся они основательно, в нормальную экономику не вписываются. Тут нужны свои таблицы экономических раскладок. И тогда будет ясно: насколько социальна ценовая практика той же «Свободы», или, скажем, ателье, что без вывески...

Ведь они — в русле все той же пресловутой «борьбы с привилегиями». Провозгласив ее, почему-то замкнули все на больницах и поликлиниках бывшего 4-го Главного управления Минздрава. Но они — только вершина айсберга. Основная его масса, суть и форма скрыты и замаскированы. Они и в том, что кому-то достается и недорогое мыло (ведь его выпускают), кому-то «удается» покупать продукты без нитратов и пестицидов, кто-то, как и прежде, не стоит в очередях за авиабилетами, улетает, отдохнув в мягком кресле Зала Официальных Делегаций...

## СТОЛ — ПРЕСТОЛ...

Издавна говорится: слову — вера, хлебу — мера, деньгам — счет... С деньгами все более или менее понятно. Слову в последнее время проявляется соответствие.

А вот с хлебом никак, ну никак не наладится. Исчезает хороший хлеб.

Выпекает его наша страна ежегодно более тридцати миллионов тонн. Ржаной и пшеничный; булки, батоны, калачи и сдобу... Несколько сотен сортов, видов и разновидностей. Случается хлеб на сезон-другой; придумают рецепт, испекут, пошумят, отапортуют, а хлеб не принят едоком.

А вместе с тем есть у нас хлебы выдающиеся, классика. Они прошли через все народные испытания и неотделимы от человека. Ничем не заменить русский ржаной, украинскую паляницу, армянский лаваш. Не доводилось мне есть хлеб вкуснее, чем большие подовые караваи из Прибалтики. Окажусь в тех краях, в первый же день покупаю такую хлебину. Не помню, чтобы недоел такой хлеб или зачерствел он настолько, что есть нельзя.

Но знаем, видим, да и статистика тут как тут: десятки, сотни тонн выпеченного хлеба уходят не по назначению, нередко — прямо на свалку. Только в Российской Федерации хлеба за год идет на корм скоту 2,5 миллиона тонн. Как это так? Отчего? Риторические вопросы. Мы из года в год задаем их сами себе: все реже с искренностью, чаще с лукавством. И ответы известны: и тем, кто спрашивает, и тем, кто не отвечает по существу.

А существо это выглядит так. Есть люди, которым известно — хлеб дешев, а мясо дорого. Хлебом откармливать скотину выгодно. Они не злодеи, эти откормщики. Но они не знают, где купить комбикорм, который, к слову, дороже некоторых сортов хлеба, хотя должен быть дешевле его. Они перед выбором: или сбиться с ног в поисках того самого, весьма дорогого комбикорма, или зайти в ближайшую булочную.

Выбирают булочную, привыкли...

В нашем оголтелом, слепом стремлении к новаторству мы подчас забываем о том, что традиционный, вчерашний, так сказать, хлеб выверен и отшлифован веками, поколениями. Нет еды более сбалансированной, более разумной, чем народный ржаной хлеб. Нынешним диетологам остается только удивиться этому и пытаться объяснить: как такое могло произойти? Без науки, без министерских указаний — и абсолютный, совершенный продукт!

Но административный, ведомственный зуд, надобность не объяснить, а оправдать те копейки, которые накупили на «новые сорта» хлеба, заставляют едва ли не ежегодно придумывать и включать в заводские планы все новые и новые сорта. Я взял выпущенный около двух десятков лет назад сборник рецептов национальных сортов хлебобулочных изделий и сравнил его с сегодняшними программами заводов и пекарен. Все с ног на голову поставить умудрились. За два десятилетия отказались от выпечки уникальных, выдающихся хлебов. Нет житного, не найти горчичный — не тот, выпекаемый в форме суррогат его, а настоящий горчичный, подовой. Пропали сайки, что были с изюмом. Калачи исчеза-

ют, не отыщешь ситный. Половину страничек сборника можно теперь зачеркнуть, не выпекаются те хлеба.

Зато новостей за это время пришло — не перечислить.

А хлеб суется не терпит. Набраться бы храбрости, прямо сказать едоку: нынешняя цена на житный занижена. Приведем ее в соответствие? Кто не поймет.

Хлеб теряет славу свою, качество, то, что всегда отличало русский хлеб, что позволяло гордиться им. Нет у ржаного былой духовитости; нет упругости у нынешнего якобы ситного; нет долгой свежести паланицы. А такие хлеба, как пеклеванный, рижский, как заварной — в каких вы их видели магазинах? Днем с огнем не сыскать в столичной булочной армянский матнакаш или гянджинский чурек; зато быстро черствеющие, безвкусные французские «багеты» — вот они...

Разучились или по неохоте не выпекают? Что касается пшеничных хлебов, тут беду ищи в муке. Клейковины в ней мало. А от нее хлебная сила, от нее каравай пышнее, поднимается и таким красавцем становится — ни мимо стола, ни мимо рта не пронесешь...

Рассказывал мне крупнейший наш историк хлеба и знаток его тонкостей С. В. Коновцев про сметливого, талантливое Ивана Максимовича Филиппова. Его булочные украшали московскую Тверскую улицу и Невский проспект в Петербурге. Ежегодно выкраивал Филиппов неделю-другую, чтобы поехать, посмотреть еще в колосе рожь и пшеничку, которые намечал купить. И не было случая, чтобы поступала в пекарню плохая мука.

Говорю об этом и вспоминаю мои беседы в Коломне, на хлебобулочном комбинате с одной из признанных мастериц, с Марией Ивановной Пантюхиной.

— Одна мучка да разные ручки? Кабы так... Мука чуть не каждый день разная, — вздыхала Пантюхина.

Долгие годы шла (да и сейчас от этого не избавилась) на хлебозаводы такая мучная разногласица, что и не разобрать, какую валку делать, что с чем смешивать, чтобы хороший хлеб получить. Удастся он колосам, но ценой каких усилий, каких затрат!

То, что хлеб должен выправиться, у меня сомнений нет — иначе все пойдет насмарку. Все полетит в тартарары. Хлеб — первооснова, им многое измеряется.

А вот как одолеть непочтительность к хлебу, идущую и от того, что не знаем, не ведаем его истинной цены? Не магазинной, а подлинной, со всеми накладными и прикладными, как говорится. Не сегодня психологи подметили: когда хлеб в достатке, ценности он словно бы не имеет. Ее соизмеряют с ценой розничной: один к одному. А в такой зависимости хлебу неуютно.

Помню реакцию приехавшего не из ближней страны иностранца.

— Буханка ржаного — за шестнадцать копеек? — не поверил он.

Даже повертел в руках ценник. «Это не цена. Это — пропаганда». Я не опровергал, не спорил. «Или, извините, глупость». Тоже не возражишь... А затем пришли раздумья. Вспомнилось и замечание видного российского писателя: «Почему бы не дать истинную цену хлебу. У нас он настолько обесценен, что как только ни призываем его беречь, проку нет...»

Но цена на хлеб должна гарантировать его качество, вот в чем дело. Гарантировать то, что гарантировать ни пекарь, ни министр сейчас не могут.

Хлеб не только ежегодные и ежедневные заботы Терентия Семеновича Мальцева, не только ночные вахты Марии Ивановны Пантюхиной. Это и прямые затраты — в рублях. Положи их на калькулятор, он тут же отобьет сумму незряшую.

Память возвращает меня к разговору с одним из самых верных рыцарей хлеба, с видным нашим ученым Виталием Александровичем Паттом. По моей просьбе он подсчитал, сколько зерен уходит на один пшеничный батон. И вышло на круг 10—12 тысяч зерен!

— Четыре стихии породили хлеб, — размышлял Патт. — Солнце, земля, вода и огонь. Но и они бессильны, не приложи человек свои руки. Не вложи в хлеб душу. Если кому-то не присуща ответственность за хлеб, а того больше — перед хлебом, такой человек не надежен.

...Не дошло до нас имя создателя хлеба. Мы никогда не узнаем, как звали-величали человека, первым испекшего каравай или ржаную ковригу. Да и не было такого автора, одного, конкретного, определенного судьбой человека. Стоял у печи, выходил в торговый ряд, и величали его Хлебником. Слобода, в которой он жил, стояла в Хлебном переулке, а может, на Басманной или в Калашном...

Не было у хлеба одного первосоздателя. И быть не могло: хлеб никогда не был исторической частностью, он — историческое обобщение. Самое, может, конкретное, зримое, повседневное, но — обобщение. Поэтому-то голодные годы — а не перечесть их в прошлом и начале нынешнего века, — потому они и оставили на полотне истории такие глубокие рубцы и отметины... Исполосован ими весь восемнадцатый век, перекинулись они в девятнадцатый, не обошли и двадцатого. В самом благополучном, в 1913-м, в России от бесклубья страдали сотни тысяч людей. Шла в подмес осиновая кора, шла лебеда: «Не то беда, что во ржи лебеда. То беды, что ни ржи, ни лебеды», — это оттуда, из той поры. А уж то, что творилось у нас в стране в тридцатые годы, в сталинские голодовки, — и сказать об этом страшно.

«Над всеми явлениями человеческой жизни господствует забота о насущном хлебе», — так сказал академик Иван Петрович Павлов. Все, к чему имеет отношение хлеб, он придает основательность и прочность. Настоящность. Им определяется и гражданственность, и уровень культуры. Одного человека и общества в целом. Хлеб не сам выпекается. Он на стол пешком не ходит. Нужны помощь хлебу и пекарю. На

хлебозаводах работают все больше женщины. Хотя встречал я в разных цехах и молодых парней, но не пекарей вовсе, а людей, присланных сюда по разнарядке. А пекарское дело — это серьезная профессия!

И в этой связи одно замечание. Есть такие должности — главный металлург, главный геолог, главный нефтяник. Но ни в одном реестре не отыщете вы Главного пекаря. А ведь знаем: не будет хлеба — не будет железа. А ведь говорим: металл — хлеб промышленности. Дескать, вторичен он рядом с хлебом. Не будем, однако, раздавать классные места; ни сталь, ни хлеб в этом не нуждаются. А вот о рангах пекарей нужно подумать.

...У хлеба не биография. У хлеба — судьба. Она в неразрывном переплетении с судьбой народа. Обилие всего — это еще не хлеб. Вот обилие хлеба — это все. Тоже не сегодня так сказано.

## «ШКАЛА», ТОРГОВЫЙ ДОМ

«Центрум», большой и популярный будапештский универмаг, завершал реконструкцию и ремонт. Влетели они в копеечку. Точнее — в форинт, но сути это не меняет. А она в том, как известил ежемесячный бюллетень нашего министерства торговли, что ремонтные траты перекрыты «за счет предоставления аренды торговой площади примерно 40 частным торговцам». Они получили в универмаге небольшие киоски и секции, в торгово-покупательском обиходе именуемые «бутиками» — этикие вставочки в торговые залы; то возле стены, то как стеклянный островок с крохотным прилавочком...

И в «Шкале», европейской известности супермаркете, я увидел «бутик» — от торгового зала его отделяла ажурная решетка. А наружная стена — окно, от пола до потолка. Кожаные поделки, ручное шитье, несколько пар туфель, трикотаж — штучный товар; в одном, ну в двух экземплярах. К магазину недорогих товаров «Шкалу» не отнесешь, тут цены выше средних. Покупателей немного: и та же цена, и некоторая экстравагантность, как этого вот ансамбля: фиолетовые туфли, в тон им сумка и пояс; серьги и украшения для прически тоже были кожаными, тоже фиолетовыми... Наверное, красиво — на красивой и молодой женщине. А так как в Будапеште все женщины привлекательны, а каждая вторая откровенно красива и не скрывает этого, то, стало быть, такой наряд подошел бы многим. Но все же (пока?) охотник на него не нашлось. Да, не все раскупалось тотчас, к чему я так привык в Москве, но покупатели отдел все же обходили: что-то примеряли, что-то рассматривали в неторопливом и неподгоняемом размышлении...

Первый универмаг «Шкалы», его здесь называют «Шкала-Будапешт», открылся более пятнадцати лет назад. Тогда я оказался в венгерской столице, и будапештский приятель посоветовал сделать покупки именно в нем: «и выбор, и обслуживание». Сравнительно недавно появился и этот супермаркет — «Шкала-метр». Многоступенчатый стеклянный куб, стеклянный же подиум; скрытый под первым этажом продовольственный магазин. Все по последнему слову торговой технологии, а в чем-то и опережает его. Удобно, рационально, не видел ни одной очереди.

...Несмотря на то, что верхние, отведенные промышленным товарам этажи заполнены разными изделиями, тут, в продовольственном секторе, есть несколько стеллажей с хозяйственной мелочью: ножи и ложки на все кухонные надобности, термосы, сумки; повседневная необходимость. Специально за ней в магазин не пойдешь, а пришел за хлебом (он здесь всегда свежий), за сыром или творогом, попутно что-то купишь. Есть и наши товары, — не пользующиеся, увы, особым спросом: металлические хлебницы, еще что-то, тоже небрежно, неряшливо упакованное. Мне было стыдно, но подошел, посмотрел, куда денешься...

«Шкала» самое большое венгерское объединение по торговле потребительскими товарами, имеет по всей стране магазины одного узнаваемого и запоминающегося стиля. И свои девизы, привлекательные, подчеркивающие заботу о покупателе. При всей глобальности «Шкала» понятие донельзя конкретное. Когда фруктовая и овощная торговля в городе начала давать сбои, стали искать варианты ее улучшения. Кооперативная «Шкала» предложила: передайте нам помещения нерентабельных магазинов. За небольшие, «почти символические», сказали мне в дирекции объединения, деньги помещения были проданы «Шкале». Но она не ринулась занимать купленный плацдарм. Сначала, но без проволочек, очень скоро — выработали черты общего оформления, придумали симпатичную вывеску, в которой букву «о» заменило аппетитно нарисованное яблоко. Потом пришли ремонтники, столяры и плотники, и аккордно, днем и вечерами, ремонтировали магазины. Сейчас торговый интегратор «Витамин-порта» предлагает хорошие, всегда свежие, в широком ассортименте овощи. Кооперативный этот прилавок быстро стал конкурировать с небольшими уличными базарчиками овощей и фруктов, превзошел их по уровню обслуживания, да и качеством продукции. Частнику, с его киосками под зонтом, стало на улицах куда менее уютно... Но частник не сдался, стал работать так, чтобы не прогореть, чтобы иметь своего покупателя. У которого, замечу, появился более широкий выбор. «Что и требовалось доказать», — прокомментировала эту очередную акцию «Шкалы». Сейчас в зеленых лавках объединения можно купить и фрукты, и овощи, и разные маринады, жгуче

острый и сладкий перцы, без которых венгерский обед — и не обед вовсе; компоты, сухие фрукты и вяленые...

С ценами в «Шкале» не все так, как хотелось бы потребителю. Растут розничные цены, это факт, который, скажу сразу, никто не пытается скрывать и камуфлировать. Открытость, обсуждаемость и не очень, может, сдерживают рост цен, но не заставляют покупателя врасплох («Темнить с ценами опасно», — убеждали меня в «Шкале»). Все в поле зрения, что само по себе неплохо. Во всяком случае, знание позволяет планировать покупки, прогнозировать их, вносить определенность в статьи семейного бюджета, который соотносят не только с потребностями, но и с возможностями, — исходя из реальных цен и их колебаний...

Конечно, инфляция зла и несправедлива, она особенно больно бьет по неимущим.

— Много ли в «Шкале» товаров с советской маркой? — спрашиваю я. Это не самый важный для меня вопрос, но с чего-то надо начинать разговор.

— Есть советские товары. Однако немного. Они, и мы уверены в этом, не исчерпывают возможностей обоюдной торговли, — отвечают мне.

Я походил по будапештским магазинам, пригляделся. И было обидно, что наши изделия выглядят не лучшим образом. Самостоятельная «Шкала» товарами не обделена. Она обращается за ними к тем фирмам, которые сама выбирает, «Саламандер», «Лего», «Сименс», «Кристиан Диор», южнокорейские. По этикеткам можно географию изучать. И экономику! Хороший советский товар тоже нужен венгерскому покупателю. Но нужен он и нашим заводам, фабрикам, торговым объединениям. Потому что только в сравнимости, на прилавке, предоставляющем выбор, — только в таком случае можно получить объективную оценку. Видел я наши товары: неплохие часы с отталкивающе грубыми браслетами и ремешками; недорогие наши «зеркалки» в некрасивых и неудобных футлярах; блеклые мужские рубашки, потерявшие рядом с такой же продукцией венгерских и чехословацких предприятий. Фон создают не только они; тут же товар из ФРГ, из Италии, Франции, Испании...

Как определить место, которое в жизни венгра занимает «Шкала»? Социологи провели исследование. Опрошенные, все до одного, отметили, что знают «Шкалу», а многие не только знают, но и делают здесь покупки. Это к вопросу о популярности. «Мы стремимся поддерживать уровень качеством товара, выбором, сервисом, рекламой». У «Шкалы», как я упоминал, свои девизы и лозунги. «Проезжая — заезжайте!», — один из них. Перевод условный, но сочетание этих слов, их игра привлекательно звучит на венгерском. Есть и такой призыв: «Начинайте рано, начинайте в «Шкале»! Магазины объединения — а это пять крупных уни-



вермагов и 69 магазинов рангом ниже, это овощные «Витамин-порто», другие предприятия торговли и массового питания — открываются рано, не замкнуты и по воскресеньям. А выходной — понедельник.

— В этот день — самая низкая выручка.

Но, заметил я себе, у «Шкалы», помимо привлекательных, хорошо продуманных, демократичных лозунгов, есть и конкретная программа, основательно и повседневно эти лозунги подкрепляющая. Разработан и неукоснительно соблюдается стандарт обслуживания, этакий кодекс торговой чести. Это целая книга, в ней предусмотрены даже редкие и экстремальные ситуации. Но концепция одна: мы рады покупателю, он — желанный гость «Шкалы».

Так оно и есть на практике. После разговора с заместителем генерального директора я поехал в «Шкалу-метро», зашел в отдел, ведущий информационное обслуживание покупателей. Сузанна Ваш встретила хорошим русским языком; она училась во Львовском кооперативном институте.

— Наши магазины элегантны. Это непереносимость. Точка отсчета: хорошему товару должен сопутствовать хороший магазин. В целом же «Шкала», отмечу, демократична: отношениями с покупателем, тем, что мы учитываем запросы не элиты, а обеспеченного большинства...

И одна из распространенных эмблем: вроде бы простецкий, но смысловый паренек. Он себе на уме, так оно и должно быть: торговля дураков не любит.

«Шкала» опирается на «три степени надежности». Прежде всего — хороший товар. Второе: высокий стандарт обслуживания. («У сервиса не бывает «потолка», но «пол», ниже которого опускаться нельзя, должен быть определен и очерчен», сказали мне.) И третье — реклама.

Коль мы снова заговорили о рекламе, о сервисе, об облике вообще, замечу, что у «Шкалы» стилизованы не только универмаги, но и упаковка товаров. Она красива. Но это не шик, а стиль, не торговое подобострастие, а форма и норма.

...У «Шкалы» немало товаров, сделанных по ее заказу.

Сузанна протягивает мне колоду «карт». Эластичный тонкий картон, на лицевой стороне — цветная фотография, на обороте — текст... Каждая карточка — рецепт одного блюда. Над фотографией — символ: рука с раскрытой ладонью. Если на этой ладошке нарисована одна точка, то вы это блюдо, даже не обладая кулинарными способностями, приготовите запросто.

— Рецепт для холостяка, — смеется Сузанна.

Два знака — сложнее.

— Но и еда вкуснее...

Три, а того более — четыре «кнопки»-знака — высший кулинарный пилотаж, это не для дилетанта.

## ХОЧУ ПИВА!

Строгая и непьющая Госторгинспекция пришла в пивной бар вовсе не для того, чтобы нарушить зарок непития. Она пришла, чтобы проверить: не облапошивают ли тут любителей пивка? Напитка янтарного, небезгрешного, но и не такого неразборчивого, как убойной силы бормотуха или классическая брага.

Пришла и сразу посуровела; ибо (цитирую): «из двенадцати отобранных образцов восемь не отвечали стандартам». Были отмечены и зафиксированы, документ передо мной, «факты порчи и фальсификации пива» в предприятиях московского торгового ведомства, которое прежде называлось Главторг, а ныне — Мосгорторг... Попросту сказать, пиво оказалось разбавленным, что не замечалось только потому, что наседавшая очередь не давала толком распробовать напиток. Да и как его продегустируешь, если «залив производится в технически неисправные», да и грязные емкости. «Павильон не обеспечен моющими средствами (сказался дефицит мыла? — К. Б.) и инвентарем для мойки. Помещение находилось в антисанитарном состоянии».

Что есть, то есть — вонь и грязь тут такие, что иной вокзальный туалет покажется парфюмерным магазином. Но и это — цветочки. Ибо на фоне «сокращенной увеличенности», а попросту многолетней, хронической неудовлетворенности в пиве, мало кто обращает внимание на «сервировку»; у дефицита свои права и возможности, он диктует условия, он подчиняет себе все и вся — от рядового столоначальника до генеральных директоров пивоваренного объединения и общепитовского главка. И всегда они на руку тем, кто горазд на «случайный» недолив, на недовес и недовложение, на укоренение безобразий.

...И все же специалисты торговли на фоне общепитовских знатоков пивного навава выглядят, как недоучки. Сколько раз укоряли пивной зал от столовой № 7 Дзержинского треста московских столовых! Сколько раз отмечали его абсолютную запущенность. А зал — сарай-сараем — стоит себе непоколебимо. Расположился этот гадюшник на ничейной земле: с одной стороны, вплотную, железная дорога, а напротив — детский садик. Пивной гулеж идет во весь рост, тут собираются серьезные мужчины (и дамы!). Пьют из трехлитровых баллонов, кружек недостает. Кому трехлитровая емкость неважно, пользуются опорожненной от первоначального продукта молочной тарой — такие бумажные квадраты очень подошли. Сложись — он и в кармане размещается. Все свое ношу с собой! И не обременительно.

Пивному залу иногда пытаются составить конкуренцию московские магазины — да куда им, размах не тот. В них пивом не торгуют, а всего лишь подторговывают. Хотя место нередко выбирают тоже «подходящее», рядом — школа или детский сад, чтобы с младенчества привыкали к пьющей публике, приобщались..

Попыткой привести пиво-вино-водочную торговлю в «разумные рамки» вся наша антиалкогольная (антиэкономическая, антиобщественная, волонтаристская...) кампания подала сигнал знатокам по сугреву рук и карманов — им порядок не нужен. И пошло-поехало. В итоге всех якобы государственных, будто бы заботливых мер пива стали варить очень мало, да и качество резко упало. За три года производство этого напитка сократилось почти вдвое. В исполкоме Моссовета засуетились, заметили, что закрываются пивные залы и бары (остаются, между прочим, те, что пребывают в состоянии жуткой антисанитарии; тот же, к примеру, так называемый «бар» по Мурманскому проезду), что «вдруг» оказалось брошенным импортное оборудование, и проч., и проч. Поговорили, приняли решение, из которого ясно, что положение ни сегодня, ни завтра к лучшему не изменится. Зато в 2000 году...

Вот уж, вот тогда...

— В ближайшие десять лет, посулил один из московских агропромовских начальников, планируем увеличить мощности ныне действующих заводов по производству пива в целом почти в два раза. В 2001 году (удобный срок; многие сегодняшние обещалкины окажутся не у дел, их спишут с руководства — на пенсию. — К. Б.), будут варить 70 миллионов декалитров пива.

Много ли это? Мало, очень мало, отдадим себе в этом отчет, не будем восторженно принимать руководящие обещания. Конечно, это добавка к дню сегодняшнему, но недостаточная. К слову, о сегодня. Ныне выпускается около 25 литров на человека, а в 1984 году было, между прочим, около 45 литров. Антиалкогольный каток прошелся по пивной промышленности, сметая все на своем пути, руша оборудование, уменьшая плантации хмеля, показывая мастерам пивоварения — вы больше не нужны. Наши большие начальники остаются вождями, но изменили формулы вождизма и сферу действия. Они не называют себя учителями и предводителями. Они свой вождизм проявляют иначе. Вот показалось кому-то, что настала пора решительной борьбы с алкоголем, и — во все литагры! Срочно вырезаются из фильмов кадры, где есть застольные тосты, а заодно пускаются под нож и виноградники — практически невосстановимое национальное богатство.

В одночасье все обтупали. И никто не наказан за эту уголовщину...

Сейчас что-то пытаются сделать, вновь закупают оборудование; прежде было не за понюшку табака исковеркано и списано в металлолом. Делаются попытки возродить виноградники, но лозу не уговоришь, это не послушный совпартаппарат, которому все равно — крушить или создавать. Лишь бы команда была. Вот и с пивом так случилось. А не сегодня отмечено: страны, где пивоваренное дело поставлено хорошо, эти страны менее подвержены алкоголизму и пьянству.

Так что любители бормотухи, мастера самогона и браги сорта «вырви душу», а также спекулянты водкой могут пребывать в совершенном

спокойствию и благополучию — особой конкуренции в обозримом будущем им не предвидится.

Понимая недопустимость такого положения и полагая, что хорошее пиво — это хорошее пиво, Министерство торговли РСФСР неоднократно обращалось к общесоюзным агропромооведам и республиканским — сделайте милость, увеличьте выпуск бутылочного пива. Начните, наконец, и производство пива безалкогольного — весь мир им торгует, всюду его пьют. Хороший, гуманный напиток — по вкусу добротное пиво, но не пьянит.

— Решения этих вопросов мы так и не нашли, — сказали в Минторге.

Другими словами — как об стенку горох! Минторг хочет торговать хорошим пивом, а Госагропром (и все сохранившиеся от него подразделения и службы) всячески тому сопротивляется... Нет, не на словах, на деле. На словах пивоварение поддерживают.

Начали сокращать и ассортимент пива — и тут тоже прослеживается линия. Недорогого «Жигулевского» — меньше, а «Ячменного колоса», оно заметно дороже, — побольше...

Да, с пивом плохо. Тот же московский «зал», об антисанитарном состоянии знают все, «осилил» еще один «рубеж»: помещение (снова цитирую): «поражено колониями черной плесени и ослизнено».

Нет, не надо такого пива! Прошу считать заголовок ошибочным... И призываю вас пооплодотворить тем светлым (?) головам, которые в антиалкогольном раже разрушили и нашу пивоваренную индустрию.

И не верьте обещаниям — это не пиво, это словесная пена. Доброго пива долго еще не будет. Пейте то, каким торгуют в том грязном, вонючем павильоне.

## БАРЫШНЯ ЗА ПИШУЩЕЙ МАШИНОЙ

Чемпионат по машинописи состоялся в Берлине. Тот, что был до него, проходил в Италии. Советские машинистки и в берлинском, и в прежних соревнованиях не участвовали.

Но сестра за пишущую машинку меня заставило не только это, но и обилие объявлений, которые сейчас можно встретить всюду. Редакция газеты: «Срочно приглашаем машинистку». Возле входа на часовой завод — список вакансий, первая строка: «машинистка». Ищут ее научно-исследовательские институты, главные управления и просто управления...

Условия? Могут оформить инженером-нормировщиком, экономистом. Хотите референтом? Только приходите работать. Только отстукивайте письма, доклады, отчеты и сводки. У составителей объявлений даже появился какой-то зазывающе-заискивающий тон. И шутливое объ-

явление «ЛГ» о поисках машинистки, хотя и было опубликовано на странице юмора, ведь тоже было весьма просительным. А каким же ему быть, тону-то, если недобор машинисток стал хроническим? Вот какую мне дали справку. Московские курсы машинописи ежегодно получают около 10000 (плюс-минус несколько сот) заявок: пришлите выпускницу! А готовят эти курсы тысячу машинисток в год. Девять тысяч приглашений — вопль в пустыне, признание без взаимности, «неудовлетворенная потребность», как сказали бы социологи. 1:9! Согласитесь — это весьма красноречивое соотношение. Подавляющее. Станешь тут заискивать...

...Когда я был в Риге, тамошняя «Вечерка» во весь свой многотысячный голос заявила, что отделу народного образования Рижского горисполкома нужна машинистка. Срочно. Ей не сулили златые горы, ей не обещали оклады старшего инспектора. Ее надеялись заманить тем, что «дети сотрудников устраиваются в детские дошкольные учреждения вне очереди». Демографическая ситуация в городе такова, что для машинистки это, видимо, очень привлекательное предложение? Или, может статься, никакими другими привилегиями отдел народного образования не располагает?

Мне не надо было никого определять в рижский детсад или в ясли, но я, вовсе не озорства ради, позвонил по одному из двух указанных телефонов. На том конце провода не удивились мужскому голосу; там были рады тому, что хоть кто-то отыскался, что есть соискатель на такую доходную (как поговаривают), но в ту же пору столь малооплачиваемую работу, вовсе не престижную и тяжелую.

Может, только в Риге так? Но и столичная газета приглашает на работу машинисток (значит, не одну) и стенографистку. Им не обещают детского сада, не предлагают и чего иного, но уже в самой деловой и лапидарной форме объявления чувствуются какие-то льготы: центральная газета, орган торгового ведомства. Но, может, никаких намеков и нет. Просто полагают, что привлечет редакционная жизнь; все интереснее, чем такое же занятие в строительной конторе или в химическом НИИ, где по десятку формул на каждой страничке... Но журналисты знают: не прост, нелегко хлеб редакционной машинистки. В редакциях как: то сенокос, то некогда... И если спешка не коснется того или иного сотрудника, то машинописное бюро никогда в стороне от круговорота не окажется.

Машинисток мало. Очень мало. Однако этот факт сам по себе мало что объясняет. Может, так оно и должно быть? Может, в наш век научно-технического прогресса идет на замену машинописи что-то ультрасовременное? Не успеет некто произнести фразу-вторую, а ему уже подают в папочке с тесемочкой дивной красоты лист, безошибочно усеянный буквами? Нет, таких машинок и в обозримом будущем не предвидится. Промелькнуло лишь сообщение: пишущий автомат реагирует не на человеческую речь, а на очень высокие звуковые сигналы, на писк. Не заставьте диктующего попищать этак минут сорок...

Не только редакции ждут машинисток. Позвоните в какой-нибудь отдел кадров, скажите: я машинистка. И добавьте: хочу у вас работать. Не уверен, что за вами вышлют директорский автомобиль, но как доехать до завода (до объединения, главка, управления, треста, фабрики) вам объяснят со всей возможной обстоятельностью, чтобы вы не сбились с дороги, чтобы не заблудились или, не дай бог, не попали в соседнюю организацию.

Очень ныне спросовая профессия — машинописная. За один год столичные профессионально-технические училища (приплюсуем к машинописным курсам) выдали дипломы «секретарь-машинистка» 1351 выпускнице; всех их разобрали в одно мгновение. И смотрин не устраивали. И аукцион не проводили. Загодя прислали заявки. Семидесяти четырем заводам (фабрикам, объединениям, главкам, трестам и т. д.) никого не досталось.

Шутим-подтруниваем, но количество бумаг не уменьшится, и надежд на это не питайте. Информационные потоки каждые десять лет увеличиваются вдвое, и это в общем-то закономерно. Да и писать стали все, а печатать на профессиональном уровне не научились; или не хотят. И бегают по городу, стучатся в машинописные офисы дипломанты и соискатели степеней, робкие молодые поэты и настырные графоманы. Да и маститые литераторы какое-то время проводят в поисках: кто мог бы их автографические каракули перевести в машинописную каллиграфию? Вот и жалобщики, а они размножаются простым делением, вот и жалобщики усвоили: куда больше шансов, что казенный адресат прочтет их доносье, если оно будет перепечатано.

Словом, в обозримом будущем надобность в хорошей машинистке не уменьшится, а возрастет. Даже если жалобщики переведутся.

Почти четыреста отказов на просьбы прислать машинистку, конечно, не растворились, а перешли в следующий год. Ситуация не улучшается и энное количество бумаг-запросов снова останется неудовлетворенным. Так и будет ком расти — в прогрессии. Нет выхода? Может и нет, а может — есть. Не отвечу однозначно на этот вопрос, и никто не ответит. Потому что машинопись оказалась где-то в стороне от нахоженных кадровых троп и дорог. Помнится, несколько лет тому в тогдашнем Госпрофобре СССР сетовали, что нет планового, централизованного учета потребности в таких кадрах в пределах республик, краев, областей, городов. Каждое ведомство заботится в меру своих сил и возможностей о себе, а подумать над всем вопросом — руки не доходят. Мог бы эту работу провести Госкомтруд, но там других забот хватает, поважнее.

Может, от лукавого все это? Ничего не надо делать, какое, впрямь, нужно улучшение: сиди, пальчиками, как на пианино, поигрывай. «Жизнь — концерт. Изящно, тонно стучай в буквы «Ремингтона», как отмечал еще Вл. Маяковский. Кто сказал, что машинописная работа — по

физическим нагрузкам — сродни работе портового грузчика?.. Научно доказано? Ну и фантазеры эти доказчики. И все же факт — тяжела нагрузка машинистки. Оно так — попроворнее стали сами пишущие машинки. Но и за ними сидят «барышни», как и полвека назад. «Наклонилась низко-низко. Переписывает наши рукописи машинистка» (это из того же стихотворения Вл. Маяковского «Товарищу машинистке»). Труд не из приветливых. И сторонятся его. Так есть, так будет? Не оттого ли мы подошли к черте, за которой так мало вариантов выбора: либо самим овладевать азами машинописи, самим выстукивать романы, отчеты, вразумные заключения, пухлые следственные дела.

Либо?

...Испокон считая машинопись работой по обслуживанию, услугой, мы ввели в оценку этой работы вторичность, и тем определили отношение к профессии и к ее представителям. И менять следует именно взгляд на профессию, отношение к ней. И оплату ее. Мне довелось однажды участвовать в достаточно репрезентативном опросе, результат изложу кратко: только одна из двух с половиной тысяч окончивших восьмилетку сказала, что хотела бы стать машинисткой.

— Ну почему же, в машинопись идут, — не очень уверенно начинают опровергать в московском управлении профтехобразования. — Девушки стали подавать заявления на машинописные отделения. Особенно в те училища, где готовят специалистов для Внешторга, для «Интуриста»...

Не очень убедительный аргумент; однако слушаем и его.

В прошлом году количество машинописных классов в профтехучилищах увеличилось. Теперь машинопись преподают и изучают в 23 столичных профессиональных школах. В одном из училищ ввели ускоренный, рассчитанный на месяц курс обучения. Пытаются осовременить профессию, дают навыки работы с компьютерной клавиатурой. Сказали, что скоро может появиться новая профессия: «Работник клавиатурного труда». А мне будет жаль, если хорошее слово «машинистка» постепенно станет забываться и уходить из тарифных и классификационных справочников, из перечня профессий.

Жаль и потому, что очень уж это хорошая профессия. Через нее, машинистку, прошло столько прекрасных романов и стихов; а теперь и докладов, которыми мы зачитываемся, когда их публикуют. Даже расположенные чуточку в стороне от привычного обихода дипломатические ноты и договоры и те, думаю, печатают на пишущей машинке. Добрые слова сказали о машинистках Владимир Маяковский, Леонид Мартынов, Юрий Олеся, Евгений Евтушенко, их современники и предшественники. «Ремингтонная» комната была в доме Льва Николаевича Толстого. В предисловии одной из строго научных книг великий физик Энрико Ферми выражал благодарность за перепечатку его рукописи.

Не новое название профессии надо бы вводить, а общим умом разобратся в том, как вдохнуть вторую жизнь в давнюю профессию, как

улучшить ее, что сделать, как вернуть ей прежнюю уважительность? Как поднять класс машинописи, уровень которой упал. В стране очень мало высококлассных машинисток, утверждаю это. Мы никак не можем подняться над двумя-тремя, пусть над десятью машинописными столами и посмотреть на все дело разом. А при таком взгляде получилась бы примечательная картина. Удалось бы установить, что машинопись напроочь обойдена какой-либо формой соревнования. Вам приходилось видеть хотя бы формальные «соцобязательства» машинисток? Мне тоже не доводилось. Да бог с ним, с «соц»; эта скомпрометированная приставочка к настоящему делу прямое отношение редко имеет. Но есть масса иных показателей невнимания к машинописи.

— Не могу понять, почему ваши представительницы не участвуют и даже не присутствуют на соревнованиях по машинописи, — говорила мне выдающаяся машинистка, неоднократная чемпионка мира Йоганна Прокш-Штейнгаузер.

Йоганна преподает машинопись в венской торговой школе. «Среди моих учеников есть талантливые люди. Достичь высот в нашем деле можно только трудом и талантом».

В ранге чемпионки Прокш-Штейнгаузер приезжала в Москву. На одну из выставок оргтехники, куда Йоганна была ангажирована крупнейшей фирмой — показывала, что такое подлинный профессионализм. Толпы собирались посмотреть ее в работе. Соло на машинке в исполнении чемпионки — это надо было видеть.

Доводилось говорить еще с двумя чемпионками мира — Эржбет Варга из Будапешта и Гизеллой Эберсбах из Берлина. Добродушная, полная, отчего казавшаяся чуточку медлительной, Гизелла преображалась, едва садилась за пишущую машинку. Я пытался найти хоть одну опечатку или небрежность в очень быстро отпечатанных строках.

— Чемпионаты мира, как и национальные соревнования машинисток, заметно поднимают уровень профессионализма, общий интерес к нашему делу. Ведь чемпионки популярны, как кинозвезды. Нам хотят подражать многие девушки. К нам обращаются за консультациями и за помощью очень знаменитые заводы, выпускающие пишущие машинки, нас просят печатать самые ответственные работы; мы на виду! — говорила мне.

Подогретый такими разговорами, я как-то обратился к большим знатокам машинописного дела Вере Витольдовне Соболевской и Борису Ивановичу Березину. Это авторы прекрасных книг по машинописи. Соболевская известна как преподаватель иностранной машинописи в Гостелерадио, а кандидат технических наук Березин (недавно, увы, умерший) долгое время работал в Полиграфическом институте.

Посоветовались, позвонили в Госкомтруд. Так, мол, и так: пора бы начать машинописные соревнования. «Что начать?» — не сразу поняли нас. Предложение интереса не вызвало, и мы постучались в профсоюзные двери. Не ошиблись. Организацию первых, «экспериментальных»,



соревнований взял на себя профсоюз работников культуры. Издательство «Прогресс» уступило на воскресенье лучший свой зал, собралось около сорока человек. Председатель жюри В. В. Соболевская «пустила часы», конкурс начался.

До чего это было красивое и азартное состязание! Победила в нем Елена Александровна Полякова. Все ее поздравляли, вручили ей призовую путевку в профсоюзный санаторий. Но и те, кто не попал в призы, в обиде не оказались; все были очень довольны своим участием в конкурсе, в этом маленьком празднике машинисток.

И я подумал — такие соревнования помогут вернуть машинопись в ряд других очень нужных дел.

Прошло много лет. Иногда встречаю первую московскую чемпионку. Она успела выйти на пенсию, иногда берет какую-нибудь рукопись — не может без дела. Так и осталась Е. А. Полякова чемпионкой на все времена? Никто ее не сменил. Конкурс заглох. Не озаботились вторым, третьим, не подумали над тем, чтобы раздвинуть рамки действия, чтобы провести конкурсы региональные, отраслевые; отдельно — на электрических, и особо — на механических машинках. Потому что электромашинопись и машинка механическая — это не одно и то же. Посулил в свое время один из зампредов Госпрофобра СССР организовать «республиканские и Всесоюзный конкурсы на лучшего учащегося профтехучилищ по профессии секретарь-машинистка, секретарь-стенографистка, машинистка», пообещал, и, похоже, забыл. А надо бы выявить лучших машинисток в городах, в республиках, а может, и в стране. Чтобы определить, насколько их работа соответствует мировому уровню. Послать и на очередной — они проводятся раз в два года — чемпионат мира грамотных наблюдателей. Кто-то из очень предприимчивых туда ездил; не машинистки, а чиновный представитель. Словом, пока мы очень мало знаем об этих соревнованиях. Чемпионессы и чемпионы (среди участников немало мужчин) добиваются фантастических скоростей — почти 800 знаков в минуту.

Штейнгаузер рассказывала мне, что за полгода до соревнований она начинает специальную подготовку, отдавая ей по часу ежедневно. Ближе к чемпионату к ней приезжает тренер; психологическая подготовка по особой программе; углубленная шлифовка техники; продуманная физзарядка; для кистей рук — особая.

...Наши же машинистки предоставлены сами себе. У них нет даже своего профессионального клуба. У них нет современных машинок. У них нет лидеров. Машинопись держится на энтузиастах (или на неудачниках?), на случайных людях; они приходят в машбюро не по призванию. Сначала на год-второй, а потом, случается, задерживаются навсегда, но не потому, что влечет профессия, а по каким-то другим причинам.

Могли бы способствовать делу и машинописные бюро, организованные на кооперативных началах. Возглавить бы такой кооператив чем-

пионке Москвы Е. А. Поляковой — уже реклама! Артельные начала в самый, как говорится, раз. Нынешняя служба перепечатки системы Министерства бытового обслуживания доброго слова не заслуживает, в серьезный счет ее не включу. Трудятся там как-то обезличенно, печатают плохо. Но и к ним несут рукописи — куда денешься?

Но не спешат организовать машинописные кооперативы — чего-то боятся? А они могли бы привнести организационную четкость, могли бы не таясь, в открытую, оценивать работу полным рублем, если она хорошо сделана. Ведь и сейчас у машинистки за двугривенный страничку не перепечатаешь, но нормальная цена устанавливается при обоюдной неловкости сторон, словно бы из-под полы, по устному преискуранту. Да и аморальна такая «левая» работа, скажем и об этом. Хотя бы потому, что нередко машинистки выполняют ее в служебные часы, на служебных машинках.

Включились бы в дело кооперативные машинистки, появилась бы конкуренция, быстро бы забили тревогу минбытовские «бюро по перепечатке», потеснили бы, подкорректировали и нынешний «черный рынок» машинописного дела.

Он не процветает, но — существует. Не верите? А вы поговорите с мастерицами из вашего машинописного бюро...

## ЛОМБАРД

*Четыре миллиона залоговых билетов выписывают ежегодно московские ломбарды. Сотни тысяч рублей дают займы. Кому?*

...В ломбарде тихие, нескандальные очереди. И переговариваются здесь вполголоса. Не шепотом, но негромко, словно бы стеснительно. Даже завсегдатаи так говорят.

А вот в директорском кабинете страсти подчас разгораются нешуточные.

— Поймите вы, поймите, — надрывно, с отчаянием объясняет женщина. — Мои вещи он заложил, мои. И кольцо мое, с этого пальца кольцо, — она показывает руку. — И мех мой, и пальто...

И — тише, горше, обреченно:

— Но никогда не выкупит...

Протягивает врачебную справку — муж болен тяжело; невменяем. Но тут, в ломбарде, нужна не справка, а доверенность. Какую, однако, доверенность может дать душевнобольной? Директор все понимает, и клиентка все понимает — сделать ничего нельзя. Надо бы обратиться в суд, там подтвердят диагноз и тогда она сможет выкупить свои вещи... Не всякий на это пойдет, не каждый выдержит.

Ломбардному уставу, однако, до таких тонкостей дела нет. Любая ревизия навешает директору и всем вокруг выговоров, признает незаконной выдачу вещей, «заложенных другим лицом»...

Ушла клиентка. Директору успокоиться бы, забыть о драме, отголоски которой только что прокатились по кабинету. А он приглашает своего заместителя, зовет юриста. И начинают они думать, искать обход инструкции: житейски справедливый, не очень наказуемый.

Находят.

Сегодня-завтра позвонят той клиентке из ломбарда или пошлют открытку, приласят. Помогут, что, впрочем, не оградит их от ревизоров-законников, если те ретивость проявят.

Ломбарды живут своей жизнью. Тихой, чуточку стыдливой. В стороне от шума улицы, от магазинной суматохи, но — в самой гуще жизни... Кольца и браслеты, шапки и отрезы, роскошные палантины и скромненькие жилеты уходят за непрозрачное стекло.

Клиент наклоняется к окошку, негромко просит: «Вы уж, пожалуйста, побольше, деньги очень нужны».

А «потолок» — двести рублей. Кому-то и такой суммы достаточно, но чаще приносят не одну вещь, а две, три.

— Дачу строим, в банке ссуду взять — набегаешься, — объясняет немолодая женщина. И доверительно: «Да и привычнее тут, в ломбарде, проще...»

Есть постоянные клиенты. Их знают, и они чуть не с каждым по имени-отчеству.

Сдали-выкупили, выкупили-сдали... А в небольшой и светлой комнате, это здешний то ли клубик, то ли красный уголок, идет меж тем оценка невестребованных залогов. За каждым из них — чья-то неустроенность, неумение вести хозяйство, нерасчетливость? Или — бедность, невзгоды, нищета? Заложили — выкупим! А на что выкупить, как перебиться, у кого занять? Обрушится беда — сюда, в ломбард, чтобы было на что купить на рынке клюкву или мандарины и собрать из них боличную передачу.

Благополучные клиенты тоже есть, но — наперечет. Для них ломбард — игра, азарт, биржа. Не разоришься, какой разор от нескольких процентов, но нервы пощекотать — в самый раз... Позволяет ломбард заняться и коммерцией, сделать свой бизнес. Накупили хрустальные вазы в пору, когда их продавали совсем дешево. Потом, помните, подняли цену на хрусталь, да так, что голова закружилась. Вазы, бокалы, блюда понесли в ломбарды, — в заклад. А выкупать не торопились, ибо залог был выше прежней цены.

А потом цены еще подскочили за одну ночь; в потемках, можно сказать, втихомолку. Только у нас умеют так вздуть цены — то по «просьбе трудящихся», то по «ходатайству трудовых коллективов». Теперь еще одну формулу придумали: для равновесия цен. И, наконец, пришли

к экономической категории — цена спроса... Едва цену подняли, многие в ломбард: выкупать. Но у некоторых сроки прошли, хрусталь попал в комиссионки, на распродажу, пошел с молотка.

На сегодняшней оценке-реализации хрусталя нет. Идет другой товар... Несколько меховых шапок. Шкатулка с инкрустацией. Два пальто. Что-то еще обиходное, простое.

— Шапка норковая, новая, — комиссионер бесстрастен. Шапки осматривают все члены комиссии. Так положено, таков порядок. Да, новая. И пломба на месте, и ярлык — фабричный.

— В ломбард первый раз я пришла семь лет назад, вот так же, осенью, когда автомобиль покупала. И с того времени — постоянно тут. Одно заложить, другое перезаложить, приносишь — уносишь. Два ковра уже уплыли...

Так оно, так — тысячу тому подтверждений. Заложить в ломбард проще, чем выкупить. За год остались невыбранными, ушли отсюда в безразличные руки скупки 420 килограммов золотых изделий, полторы тонны серебряных. Шапок и костюмов, мехов и ковров, разной, скажем так, мануфактуры комиссионка получает из ломбардов миллионов на пять, а то и на шесть — год на год не приходится, как понимаете. И сейчас оценивают двадцать девять меховых шапок, три ковра, два боковых отреза — сукно тонкое, не нынешнее. Штуку крепсатина — редкий товар, тоже из бабушкиного сундучка? Гора мануфактуры. За месяц передали в комиссионный текстиля на 46 тысяч рублей. Это по одному ломбарду, а их в городе несколько.

И лишь ломбард-холодильник таких операций не ведет — там вещи хранят и сберегают от моли и от квартирных воров.

Споро, но без торопливости, квалифицированно и солидно все осмотрят, оценят, разнесут по книгам-актам, отправят в дальние магазины, — «на реализацию». Торгуют там ломбардным товаром плохо, неграмотно, не выбиваясь из общего стиля нашей комиссионной торговли. Даже при нынешнем товарном дефиците нередко не расходятся присланное из ломбарда. Тогда — с претензиями к тому же ломбарду: дескать, что принимаете? Ломбард отвечает, спорит или соглашается. А чего бы проще: коль остаются в ломбарде невызволенные вещи, самому ломбарду их и продавать. Найти магазинное помещение, тут же, в центре города, поднять, скажем, с насиженного шестка лишнюю контору и открыть свое торжище. Назвать магазин «От ломбарда» или еще как подходяще, выложить на прилавок все, что сейчас уходит в комиссионные руки и приносит ломбарду только хлопоты. Станет такой магазин, сомнений в этом нет, заботливее не только к товару, но и к сдатчику. Случается ведь, приходит владелец вещи через день-второй после отсыла в комиссионку, но уже поздно: ищи ветра в поле. А из своего магазина, если не продано, отчего не вернуть?

Говорил об этом директору объединения ломбардов. Он поддержал:

— Могли бы такой магазин создать, могли бы, пожалуй...

...Был случай, его и сегодня помнят, умерла постоянная клиентка ломбарда. Жила неподалеку, в одном из тихих здешних переулков. Очень пожилая, немного чопорная дама. Говорят, голубых кровей. Каждой своей вещи родословную знала. Умерла. Наследников нет. Залоговых же билетов — уйма. С одним все ясно: блюдо — редкостное, его в музей определили. Но другие-то вещи: черные кружева, шкатулка красного дерева. Пустить их в безликую и безразличную комиссионку? Так, конечно, и сделали: порядок один. А был бы свой ломбардный магазин, пригласили бы на торги знающих людей, чтобы попали вещи в хорошие руки. Сейчас правительство вдруг проявило интерес к аукционам — бюджет трещит, деньги нужны. А может, начать не с больших торгов, а с ломбардных? Поставить это дело, отшлифовать его. Присмотреться.

Аукцион вообще мог бы стать одной из форм работы ломбарда. Так и было встарь на Руси, есть тому свидетельства.

А серебряная или золотая «массовка», безликие колечки и серьги, миллионными тиражами наштампованные заводами Минприбора, можно просто выкладывать на прилавок, а не отправлять на переплавку, как делают сейчас. Таких поделок не выкупают несколько килограммов ежемесячно. Счет так и идет — на вес. Выковырнут камень, чтобы не мешал, и на весы. Вот они, эти весы — плохонькие, на таких гвозди бы взвешивать, а не золото-серебро. «Взвешивание изделий производится на технически исправных весах III класса точности», соблаговолил позволить Минфин. И взвешивают. По третьему классу.

Кладут очередную поделку — в ней около пяти граммов. Абсолютно точный вес не узнать. Но когда десятые собираются в один кулек, это уже целые граммы. Из них набегает десятки. Они не пропадут, оприходуются, но об этом не узнают ни ломбард, ни бывший владелец: обезличенно идет ссыпка. «Образующийся при комплектовании посылки «привес» за счет укрупнения партий ценностей комиссия должна оприходовать», — цитирую минфиновскую инструкцию-распоряжение. Казне привес, и без кавычек, но не значит ли это, что кто-то недополучил несколько таких нужных рублей? Кто кого обманул — понятно. Но скажешь ли о такой инструкции, что она написана благородными людьми?

То, что поступает от ломбарда, золотая вещь или серебряная, конвейерная или уникальная, — любая оценивается как лом и распоряжаются этим добром соответственно. Так вот ушел когда-то в переплавку и серебряный клад. Заложили его несколько лет назад, сроки проходили, хозяин не появлялся. Но чувствовали ломбардные работники, — что-то здесь не так. Не поднималась рука на клад, все тянули с оценкой. Одну за другой отправляли открытки-напоминания. Не объявлялся сдатчик, не приходил. Долго не комиссовали клад, не упаковывали его, не послали в скупку. Но когда миновали все допустимые сроки, пришлось все же это сделать. Собрались, еще раз подивились работе, составили акт и отправили в скупку.

А через месяц пришел хозяин. Болел он тяжело, долго. А потом ушел с табором. «Думал, вернусь — выкуплю». Впервые тут видали плачущего мужчину. «Это реликвия табора. Меня убить надо».

— Цыгане часто сдают золотые вещи, иногда — кустарной работы, но всегда из высокопробного золота, — поясняют мне. — И аккуратно выкупают. Если владелец не имеет денег, табор ему помогает...

Не все, однако, живут табором... И застревают вещи, а затем уходят в небытие. Сколько историй таких невеселых. Ломбард старается вернуть вещь владельцу. То «не заметит» небольшую просрочку с выкупом, то пошлет еще одно напоминание, а если есть номер телефона, то и позвонит. Но скупка и финансисты нависли над ним: никаких поблажек и послаблений клиентам. У скупки план. А ломбарду оборотных денег не всегда достает, сами в банк обращаются за ссудой.

...Идет реализация. «Чего здесь нет? Чего рука нужды ни собрала на этих полках пыльных? От генеральской Анненской звезды до риз с икон и крестиков крестильных». Не сегодня сказал это поэт, но ведь сказал же...

Жесткая и безжалостная, как и другие подобные документы, инструкция Минфина иллюзий не оставляет: «По истечении установленного срока, невыкупленные или невостребованные... ценности возврату не подлежат». Иногда я задаюсь вопросом: какова нравственная атмосфера в ведомстве, способном на жесткие распоряжения? ...А ведь было прежде, старожилы и архивы не дадут обмануться, называли ломбарды «дядюшками», — сюда, как к состоятельным дядюшкам, обращались за помощью. И народ в ломбардах служил иной. Для поступления на службу в дореволюционный ломбард непременно были три характеристики. Не от профсоюзной организации. От честных людей. Затеян российский ломбард был как помощь малоимущим, как попытка противостоять ростовщичеству и немало преуспел на этом поприще.

...Отчего бы не затеять в ломбардах и обмен вещей? «Так на так», как говорится. Одному нужна такая же, как у него, пара обуви «саламандер», но другого размера. А кто-то хочет иметь джемпер не коричневым, а маренго.

Меняются же книгами. Квартирами меняются! А вещами почему не обмениваться, если есть в том надобность? Надобность надобностью, как ей не быть в нашем царстве — дефицитном государстве, а вот возможности пока не предвидится. Хотя дело это вовсе несложное, сними только с ломбарда пути инструкций и предписаний.

Будь ломбард акционерным, оказались бы в правлении те, кто более всего заинтересован в его хорошей работе — клиенты. Не пора ли создать, а точнее, возродить Акционерное общество ломбардов? Было такое когда-то. Собирались съезды, выходил журнал...

Поинтересоваться бы и тем, как работают ломбарды за рубежом. Хотя и заверяет нас одно из изданий БСЭ, что «советские ломбарды принципиально отличаются от капиталистических», но все же...

Развернуть дело, вести так, чтобы стало оно подмогой городскому бюджету, и себя содержало в исправности. Но опутаны ломбарды ложными представлениями. Минторг требует скорой — навалом? — ссыпки золота и серебра, комиссионторг давит своим пониманием торгового дела, Минфин тоже участвует... И нет им никакого дела до клиента-«винтика». Килограммы золота, десятки шуб и воротников, сотни шапок — и не видно за ними того, кто принес вот это маленькое, скромное колечко; может, единственное. Кто отдал под залог шапку или этот воротник... Ломбард оказался вовлеченным в жесткую административную схему, оказался заодно с финансистами и с Минторгом, с «комиссионкой», а ему бы вырваться из этой недостославной компании, стать рядом с клиентом, с человеком...

— А наш клиент помолодел, — прерывает мои раздумья заведующая Арбатским отделением Анна Егоровна Лобозова. — Заметно помолодел! Прежде шли люди степенные, а теперь молодежь появилась.

— Обобщенный портрет клиента? Такой статистики не ведем. Лишних вопросов сдатчику не задаем, дело деликатное. Клиент знает, уверен, что его отношения с ломбардом достоинством гласности не окажутся...

Раньше сюда чаще других наведывались рабочие. Сейчас — учителя и врачи. Было время, профессура числилась только в ряду сдающих вещи на хранение. Ныне же кое-кто перебрался в соседний зал, сдают под денежный залог. Как и прежде, почти девяносто процентов сдатчиков — женщины.

— А тут-то какая закономерность?

— Обычно с ломбардом имеет дело хозяин дома, глава семьи, — отвечают мне.

Если бы обстоятельный и неспешный социолог провел тут свои исследования, нам бы открылся особый пласт городской жизни. Но обходят ломбард социологи.

Объединение бытового и коммунального обслуживания бьется над тем, чтобы помочь ломбардам, поддерживать их, тем самым и клиентов. Но что оно может, Мосбытообъединение?! Зарплату достойную установить — не в его власти. С жильем помочь ломбардным работникам — какое там! Сейчас архитекторы, что уже лихо поработали на Арбате, присматриваются к зданию арбатского отделения. Не подойдет ли дом для очередной конторки? Не сойдется ли для самих проектантов?

А Арбатский ломбард — городская примечательность. Комнаты-сейфы со стенами кованого железа. Гулкие антресоли, на которых прежде была контора управляющего, а сейчас, скрытая от глаз стираемыми занавесочками, «комната для приема пищи». Столовой близости нет, а очередное кооперативное кафе здешнему работнику не по карману.

У меня на столе копия тревожной записки, ушедшей из объединения: «В соответствии с предписанием зампреда исполкома Киевского

райсовета «О реализации второго этапа реконструкции пешеходной улицы Арбат с прилегающими территориями», объединению «Мосгорломбард» предложено освободить занимаемое помещение по адресу Арбат, 11, строение 2».

Ах, исполкомы, скорые на руку исполкомы. Им бы с людьми посоветоваться, с депутатами поговорить, а они предписаниями балуются. Остановиться,— в историю, в документы заглянуть, в материалы «Московского товарищества для ссуд под залог движимых имуществ». И пойти навстречу ломбарду, очень уж он поизносился, только окна остались прежними, высокие банковские окна. Все остальное поистерлось, померкло. Линолеумом заменили узорчатый паркет, белой больницы краской закрасили могучие балки перекрытий. С трудом разобрал на одной из них надпись: «провиданс НП 10». Автограф изготовителя? Поди, дознайся теперь-то.

Уходит вдаль богатая ломбардная история. Не с умыслом ли? Ведь с безродным домом расправа проще. Выбросить бронированную комнату, сдать в утиль винтовые лестницы и двери со старинными засовами.

Ломбард, ломбард... «И ухожу. И сердце все в слезах. От горечи, бессилия и муки!» — написал поэт...

Лицемерно стыдливое, ущербное существование ломбардов вписывалось в недавнее время «еще более дальнейших успехов».

А сегодня? Как быть сегодня?..



## СОДЕРЖАНИЕ

...И хлеба — на копейку . . . . .	3
Родитесь в сорочке фирмы «Москва»! . . . . .	9
Вензель моды . . . . .	11
«Престиж» с наценкой на престижность? . . . . .	14
«Яшкин-стрит» на Красной Пресне? . . . . .	16
Себестоимость, тебестоимость и цена . . . . .	22
Стол — престол... . . . .	24
«Шкала», торговый дом . . . . .	28
Хочу пива! . . . . .	32
Барышня за пишущей машинкой . . . . .	34
Ломбард . . . . .	40

БАРЫКИН Константин Константинович

«...И ХЛЕБА — НА КОПЕЙКУ»

Редактор М. М. Ж и г а л о в а

Технический редактор Т. Я. К о в ы н ч е н к о в а

---

Сдано в набор 10.05.90. Подписано к печати 25.06.90. А 00326. Формат 70 × 108<sup>1</sup>/<sub>32</sub>. Бумага газетная. Гарнитура «Гарамонд». Офсетная печать. Усл. печ. л. 2,10. Усл. кр.-отт. 2,28. Уч.-изд. л. 3,18. Тираж 150000. Зак. № 2304. Цена 15 коп.

---

Ордена Ленина и ордена Октябрьской Революции типография имени В. И. Ленина издательства ЦК КПСС «Правда». 125865 ГСП, Москва, А-137, ул. «Правды», 24.



**● ВНИМАНИЮ ЧИТАТЕЛЕЙ!**

Самый удобный и производительный  
столярно-слесарный инструмент  
и садовый инвентарь изготовят  
по Вашему заказу или, если нужно,  
усовершенствуют существующие образцы  
в мастерских ПО РЕМОНТУ  
МЕТАЛЛОИЗДЕЛИЙ. Кроме того,  
они выполняют заказы на металлические  
емкости, баки, водосточные трубы,  
парники и т. п.

**«Бытреклама»**