

Экономика войны

Economics of war

Джанджугазова Е.А.

E.Dzhandzhugazova

Статья посвящена изучению особенностей формирования экономического потенциала в период Великой Отечественной войны на основе сравнения мобилизационных моделей СССР и фашистской Германии. Автором подчеркивается, что Советский Союз противопоставил военной экономике объединенной Европы комплексный военно-промышленный потенциал, сформировавшийся на основе мощной ресурсной базы и героических усилий советского народа.

The article is devoted to studying the features of the formation of economic potential during the Great Patriotic War based on a comparison of the mobilization models of the USSR and Nazi Germany. The author emphasizes that the Soviet Union opposed the military economy of a united Europe with a comprehensive military-industrial potential, formed on the basis of a powerful resource base and the heroic efforts of the Soviet people.

Ключевые слова: экономика войны, мобилизационная модель, военно-промышленный потенциал, транснациональные компании, знаменитые бренды.

Keywords: war economics, mobilization model, military-industrial potential, multinational companies, famous brands.

Сложная противоречивая и во многом трагическая история нашей страны не раз доказывала одно из уникальных преимуществ нашего народа – умение мобилизоваться в самый ответственный период. Великая Отечественная война потребовала от Советского Союза высочайшего уровня напряжения всех сил и ресурсов, не единожды доказав, что мобилизационная экономика – это самая освоенная модель функционирования нашей страны (исторической России).

Свой вклад в общую победу внесли все отрасли народного хозяйства, включая финансовый и банковский сектор, благодаря этой консолидации вся экономическая система СССР выдержала испытание войной.

Нельзя не отметить, что несмотря на сложные проблемы 1930-х, накануне войны экономика СССР находилась на подъеме. Об этом говорит не только статистика, но и в целом состояние общества о котором можно судить по кинофильмам тех лет, художественным произведениям и конечно воспоминаниям людей. Финансовая система страны развивалась, государственный бюджет 1940 г. был сведен с профицитом почти в 6 млрд. руб., неуклонно росло предложение товаров, началось снижение цен на продовольственные товары. С началом войны, в течение первых трех месяцев экономика огромной страны была в целом переведена на военное положение, что потребовало огромных дополнительных ресурсов и в том числе существенных финансовых затрат, которые в значительной степени были покрыты из ранних накоплений, которые в настоящее время принято называть «подушкой безопасности».¹

Вместе с тем война резко изменила не только экономические задачи, стоящие перед страной, но и фактически реорганизовала всю производственно-экономическую структуру, включая размещение производственных сил. Гигантское перемещение производства на Восток страны сформировала новую пространственную структуру советской экономики включая в том числе и непромышленную сферу: культуру, науку, образование и пр.

В кратчайшие сроки из прифронтовых районов были вывезены миллионы людей, огромное количество ценностей, и оборудования. За 5-6 месяцев с июля 1941 года было эвакуировано 2593 предприятия из них 1360 предприятий оборонной промышленности. Вместе с тем потеря территорий

¹<https://back-in-ussr.com/2019/06/kak-rabotala-sovetskaya-ekonomika-vo-vremya-velikoy-otechestvennoy.html>)

на Западе СССР в первые годы войны очень тяжело отразилась на хозяйственном комплексе страны. Не хватало сырья, материалов, рабочей силы, что особенно болезненно отражалось на ведении военных действий, ведь объем валовой продукции в конце 1941 года упал почти в 2 раза, а потребности кратно возросли. При этом стратегическая глубина страны с ее огромными территориями за Уралом позволила быстро переформировать силы и уже в середине 1942 года восполнить утраченные мощности.

Коренной перелом в подъеме промышленности пришелся на 1943 год, так как в этот период несмотря на то, что на фашистскую Германию работал экономический потенциал объединенной Европы, СССР стал опережать своего противника по производству танков, самолетов и орудий всех видов калибров. Сегодня в угоду политической конъюнктуры либеральные экономисты говорят о том, что помощь союзников по антигитлеровской коалиции была решающей и без союзнических поставок экономика нашей страны не выдержала бы. Однако говоря языком цифр следует отметить, что поставки по ленд-лизу в Советский Союз составляли около 4% от производства продукции в нашей стране. Вместе с тем нельзя отрицать роль и значение этой помощи, ее вклад в общее дело победы, включая самоотверженность моряков военных конвоев, перевозивших грузы очень опасным Северным маршрутом. Но в данной ситуации мы анализируем военно-промышленный потенциал СССР, принявший на себя главный удар гитлеровского фашизма.

В этой связи важно подчеркнуть слаженную работу советской экономики на Востоке страны, где в течение четырех военных лет было сформировано новое промышленное ядро, обеспечивающее освоение новых территорий. Особенно высокими темпами выросла военная промышленность. Так на Урале выпуск военной продукции вырос в 5 раз, в Поволжье в 9 раз, а в районах Западной Сибири в 27 раз. Фактически за годы Великой Отечественной войны удалось создать новые военно-промышленные кластеры, заселив восточные районы страны, создав на этих

территориях новый производственный уклад. Анализируя эти цифры становится очевидным, что после окончания войны экономика СССР стала качественно иной.

В целом следует подчеркнуть, тот факт, что сочетание серьезных, а иногда судьбоносных задач со стратегической глубиной российского пространства дает важные результаты на которых выстраивается развитие страны на долгие десятилетия. Так начало освоения Западной Сибири в период Отечественной войны 1941-1945г.г. обеспечило стратегическое превосходство российского топливно-энергетического и промышленного комплекса в последующие десятилетия.

Следует подчеркнуть, что советская экономика в годы войны показала себя как более эффективная, особенно с точки зрения производительности труда. Так только за 3 года войны производительность труда в промышленном производстве увеличилась на 43%, а в оборонных отраслях более чем на 200%.²Этот факт выглядит особенно показательным в условиях экономики конца 1970-1990х. когда производительность труда стала неуклонно снижаться, хотя этот период в жизни страны можно назвать наиболее благополучным. Следует отметить, что увеличение производительности труда в годы войны шло параллельно снижению затрат на производство.

Так себестоимость продукции оборонного производства в 1944году по сравнению с довоенным 1940 годом снизилась в 2 раза, а экономический эффект от снижения себестоимости военной продукции составил 50% от всех расходов Государственного бюджета СССР на военные нужды в 1942 году, который принято считать самым сложным из всех четырех лет войны.

Конечно сегодня в условиях информационной революции, выбросившей огромное количество совершенно разной и не всегда правдивой информации принято апеллировать к аргументам о массовом

²<http://istmat.info/node/9257>

использовании рабского труда заключенных Гулага, подростков и широком применении инструментов внутреннего кредитования в форме облигаций государственного займа при оплате труда рабочих и служащих во время войны. Вне всякого сомнения, это было и именно по этой причине такой тип экономики называется мобилизационный. Совершенно очевидно, что сосредоточение максимальных ресурсов в руках государства позволяет сконцентрировать силы на стратегических направлениях. Однако люди военного поколения понимали эту необходимость и терпели, что и обеспечило наше стратегическое превосходство в условиях войны, которое можно выразить простой триадой: ресурсы, консолидация общества и терпение.

Эта вполне понятная для нашей страны формула совсем не понятна народам Европы, которые в значительной своей части предпочли подчиниться, создав для фашистской Германии плацдарм для наступления на Восток.

Так в ходе войны экономика Германии широко использовала рабский труд пленных и угнанных жителей оккупированных территорий. Кроме того, военно-промышленный потенциал фашистской Германии опирался на научный и производственный ресурс крупнейших международных компаний, многие из которых в современных условиях превратились в мощные транснациональные корпорации, работающие под известными товарными брендами. В свою очередь Советский Союз преимущественно опирался на собственные силы как в ресурсном, так и в интеллектуальном плане, что позволило в послевоенный период совершить мощный прорыв в высокотехнологичных отраслях и в первую очередь в деле освоения космоса.

Вместе с тем нельзя не отметить, что бремя войны было крайне тяжелым. По оценкам международных экспертов наши затраты на прямые военные расходы в сумме составили 93,012 млрд. дол., суммарные военные расходы Германии во Второй мировой войне составили 212,336 млрд. дол. В свою очередь прямые военные издержки США на Вторую мировую войну

равнялись 288 млрд. дол. Из приведенных цифр видно, что в стоимостном выражении прямые затраты на военные расходы у Советского Союза оказались значительно ниже чем у Германии и США и главная причина этого заключается в том, что советская экономика в военный период работала достаточно эффективно и смогла покрывать военные расходы меньшими финансовыми ресурсами. [2]

Обратимся к цифрам, указав что суммарная оценка потерь всех участников Второй мировой войны составила 260 млрд. дол. (табл. 1).

Таблица 1.

Стоимостная оценка потерь во Второй мировой войне³

	Стоимостная оценка военных потерь	Сумма (млрд. дол.)	Доля в %
.	СССР	128,0	49,2
.	Германия	48,0	18,5
.	Великобритания	6,8	2,6
.	Франция	21,0	8,0
.	Польша	6,0	2,3
.	Другие страны участники войны	50,2	19,4
.	Всего потерь	260,0	100

Согласно приведенным данным на нашу страну приходится половина всех потерь, фактически мы потеряли столько же, сколько все остальные 60 государств, участников войны. Вместе с тем нельзя не отметить еще один

³«TheNational D-DayMuseum» в Новом Орлеане, Луизиана, США

важный показатель эффективности советской экономики военного периода – долю военных затрат в национальном доходе. В СССР она составила 55%, тогда как доля военных затрат Германии составила почти 68% национального дохода.

Знаменитые бренды во время войны

Как уже отмечалось СССР экономически и интеллектуально в основном опирался на собственные силы, хотя и получал помощь от дружественных стран и стран по антигитлеровской коалиции. Вместе с тем в распоряжении фашистской Германии находился мощный потенциал объединенной Европы, а также некоторых крупных корпораций США. Десятки известных в наши дни компаний были связаны в годы Второй мировой войны с экономикой Германии. Эта широкая коллаборация европейских промышленных кругов с нацистской экономикой породила во многом желание пересмотреть итоги Второй мировой войны, чтобы так сказать подправить свою коммерческую историю. Даже краткий обзор компаний, сотрудничавших с фашистской экономической машиной поражает воображения, несмотря на разные отсылки и объяснения по поводу необходимости развития научно-технического прогресса и снабжения населения товарами. Совершенно очевидно, что большинство этих компаний как сегодня, так и в военный период считают, что бизнес вне политики и главное – это развитие производства. Однако масштаб гуманитарной катастрофы таков, что любая сопричастность с фашизмом не может быть оправдана. Кроме того, надо понимать, что эти компании-т партнеры извлекли от сотрудничества с фашистской Германией немалую прибыль, что и способствовало их дальнейшему развитию. Конечно история сослагательного наклонения не имеет и предпочитает оперировать фактами, а факты эти говорят о следующем...



Компания **Hugo Boss**, существующая с 1923г. в годы Второй мировой войны активно сотрудничала с нацистской Германией, а ее основатель Хьюго Босс в 1931г. вступил в нацистскую партию и получил долгосрочный контракт на изготовление униформы для подразделений СС и Гитлерюгенд. Компания производила форму на протяжении всей войны, используя подневольный труд европейских рабочих.



Компания **Volkswagen / Porsche** во время Второй мировой войны выпускал автомобили для нацистской Германии. Основатель компании **Porsche** Фердинанд Порше создал всемирно известную марку Volkswagen Beetle («Жук»), которая очень понравилась Гитлеру, планировалось создать на его основе народный автомобиль. Вскоре в Штутгарте эта модель стала выпускаться массово с использованием рабского труда военнопленных.



Компания **Bayer** как часть концерна **IG Farben**, активно сотрудничала с нацистами, именно ее газовые баллоны Zyklon-B использовались в газовых камерах концлагерей. Их изобретатель Фриц Габер имел еврейские корни, что не помешало ему и его компании работать на самый бесчеловечный режим в мировой истории.



Компания **IBM** тоже сотрудничала с нацистской экономикой Германии. Эта одна из первых IT-компаний была первооткрывателем в области обработки больших баз данных с использованием перфокарт. На их основе нацисты вели системы переписи для сегрегации населения Европы, чтобы выделить еврейское население, которое во время Второй Мировой войны было подвергнуто чудовищному геноциду.



Компании **Puma** и **Adidas**, к сожалению, тоже не избежали соблазна заработать деньги на заказах Третьего рейха. Во время Второй Мировой войны братья Адольф и Рудольф Дасслер владели компанией **Dassler Brothers**, которая производила спортивную обувь. В послевоенный период братья разделили бизнес создав две известные компании, производящие спортивные товары.



Компания **Kodak** как и другие широко использовала подневольный труд узников концлагерей на заводах Германии, выполняя заказы нацистского правительства. Руководство Кодак исполняя рекомендации советника Гитлера увольняла сотрудников компании еврейского происхождения, чтобы добиться расположения нацистской верхушки.



Компания **BMW** активно и с удовольствием сотрудничала с нацистами, поставляя оборудование, которое производили военнопленные. Глава компании поддерживал дружеские отношения с руководством рейха, получая от этих контактов преференции и в частности имущество евреев, которых отправляли в концлагеря.



Компания **Fanta / Coca-cola** тоже сотрудничала с фашистской Германией и даже представила новый бренд газированного напитка **Fanta**, так как продукцию своего основного бренда они импортировать не могли. Fanta для немцев имела свою рецептуру, включающая сыворотку и яблочный жмых.



Компания **Ford Motor** на одном из немецких заводов тоже использовала рабский труд военнопленных, выпуская оборудование для нужд фашистской Германии. Основатель компании Генри Форд был известен своими антисемитскими взглядами, что вполне соответствовало духу времени.



Основатель компании **Metro Group** Отто Байсхайм служил в элитном подразделении войск СС «Лейбштандарт Адольф Гитлер» и получал все привилегии от нацистского правительства. Члены подразделения были на особом счету у Третьего Рейха.



Компания **Ikea** тоже не избежала тесного контакта с нацистским режимом Германии. Ее основатель И.Кампард был членом нацистской организации в период Второй Мировой войны. Позже Кампард сожалел об этом эпизоде своей биографии, как говорится «из песни слова не выбросишь».

Справедливости ради следует отметить, что это только часть крупных компаний, которые сотрудничали с фашистской Германией, к сожалению, многие известные фирмы, работающие на рынке по сей день, имели отношение к экономике Третьего Рейха, о чем они конечно сожалеют и предпочитают забыть. В значительной степени усилиями транснациональных корпораций разворачивается движение по переписыванию истории, которое активизировалось в последние годы.

В этой связи необходимо мощное встречное движение, способное всеми силами прорвать информационный мейнстрим направленный на лакировку исторических событий и переписывание биографий людей, поддерживающих нацистский режим. Именно поэтому объективных статей о

событиях Второй Мировой и Великой Отечественной войне должно быть больше.

Литература

1. Алексеев А. Как работала советская экономика во время Великой Отечественной. Электронный ресурс. Информационный портал «Назад в СССР», <https://back-in-ussr.com/2019/06/kak-rabotala-sovetskaya-ekonomika-vo-vremya-velikoy-otechestvennoy.html>

2. Джанджугазова Е.А. Как работала военная советская экономика (на примере города-курорта Сочи). Российские регионы: взгляд в будущее. №3, 2015. С. 109-126.

3. Котенев В. «Экономика Победы». Первая Крымская информационно-аналитическая газета. <http://1k.com.ua/473/details/3/2>.

4. Экономика СССР в годы Великой Отечественной войны. Народное хозяйство СССР за 70 лет. Юбилейный статистический ежегодник. Электронный ресурс. Дата обращения, 06.06.2020. <http://istmat.info/node/9257>

5. 10 знаменитых брендов, которые сотрудничали с нацистами. Электронный ресурс. Дата обращения, 05.06.2020. <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fflytothesky.ru%2F10-znamenityx-brendov-kotorye-sotrudnichali-s-nacistami%2F>