**Свинаренко Н.О**.

*кандидат історичних наук, доцент,*

*доцент кафедри української філологіїї та історії*

*Науково-навчального інституту міжнародних відносин,*

*Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця,*

*Україна*

# Про інновації та досягнення у розвитку автомобілебудування Західної Німеччини у 50-60-х роках XX століття

Вже сьогодні на міжнародних та українських платформах активно дискутують, про те як Україна буде відновлюватися після завершення активних бойових дій. Позитивного історико-економічного досвіду відновлення господарства світова історія знає достатньо: Японія, Німеччина, скандинавські держави та ін. Окремо заслуговує на детальніший розгляд і шлях економічного відновлення зокрема, Західної Німеччини в період 1948-1960-ті роки. Найконкурентнішими галузями промисловості Німеччини, невдовзі після повоєнного стрімкого відновлення стали: автомобілебудування, літакобудування, виробництво локомотивів і вагонів, верстатобудування, виготовлення приладів, електротехнічна промисловість, точна механіка й оптика, хімічна й фармацевтична промисловість, чорна металургія. А коли ми говоримо про німецьке автомобілебудування, то маємо на увазі легендарну продукцію автогігантів «Volkswagen» та «Mercedes» 50-60-х років XX століття. Якщо продукція «Mercedes», навіть на рівні задуму, планувалася для еліти європейського суспільства, то історія створення пролукції «Volkswagen» мала чіткий орієнтир на середньостатистичного німецького робітника. Крім того, ідейним натхненником продукції «Volkswagen» був Адольф Гітлер, і факт це широковідомий у світі.

***Метою*** даної роботи є загальний аналіз інновацій та фактичних досягнень у розвитку машинобудівної галузі промисловості Західної Німеччини у 50-60-х роках XX століття.

1. ***Фактори, що у загальному форматі, спряли підцому західнонімецької економіки після закінчення Другої Світової війни.*** .Історико-економічний досвід відновлення повоєнної економіки Західної Німеччини є досить показовим. І сприяло цьому успіху багато факторів: розумний розподіл коштів між всіма стратегічно важливими галузями господарства за програмою плана Маршалла; грошова реформа 1948 р., яка повністю знищила гіперінфляцію і т.і.;

східна Німеччина мала безліч руйнувань як житлового фонду, так і індустріального, а сама територія західної Німеччини постраждала від бомбардувань значно менше; значна кількість дешевої робочої сили – від 1948 р.; мінімальна німецька зарплата мала на третину нижчий показник за довоєнний; вдала ситуація на зовнішньому ринку для німецьких товарів; ментальність працьовитого німецького народу, який попри поразки і у Першій, і у Другій Світових війнах знайшов сили, аби не тільки відновити довоєнні позиції, а й вирватися у стійкі лідери економічного розвитку на багато десятиліть.

Почати потрібно з того, що за планом Маршалла, Німеччина від 1948 до 1951 рр. отримувала матеріальну підтримку від Світового банку. Сполучені Штати Америки надали Західній Німеччині 3,9 мільярдів долларів стартової допомоги згідно зпланом Маршалла. Ці кошти, а також надходження з федерального бюджету були витрачені на заміну застарілого обладнання, оновлення виробництва, створення нових галузей економіки, таких як електроніка та ін. Бюджетні кошти витрачалися загалом на розвиток бізнесу. Проведена 21 червня 1948 року грошова реформа виконала дуже необхідне завдання на той час – повністю зупинила гіперінфляцію – з обігу була вилучена рейхсмарка, на місце якої ввели стабільну валюту – дойчмарку.

Якщо детально проаналізувати процеви становлення соціальної ринкової економіки у Західній Німеччині у повоєнний час, виявляється, що у цій державі право приватної власності фактично священне, існувала абсолютна довіра до банківських установ, на відміну від нашого, пострадянського розуміння. От тому і результати німецькі, додаючи особливості їх ментальності, схильності до скурпульозності, порядку, надбережне ставлення до будь-яких заробітків, принесли навіть у той складний час вражаючі результати за порівняно короткий проміжок часу [3, С.372].

Багато олігархів та потенційних інвесторів ще напередодні 1945 року поступово виводили свої кошти з тодішньої Німеччини у інші держави, по суті, з одного боку – рятуючи свої кошти, а з іншого – залишаючи свою країну напризволяще. Подібна практика повторюється, незалежно від назв країни та хронології війн. Пострадянські вітчизняні і російські дослідники надзвичайно високо оцінюють діяльність цього німецького політика, віддають належне його організаторському таланту та політичній мудрості. При цьому, самі німці, вважають, що у становленні німецького «економічного дива» велике значення мали особливості їх ментальності, схильність до скурпульозності, порядку, надбережне ставлення до будь-яких заробітків [3, С.374]. Західнонімецька повоєнна модель економіки з самого початку демонструвала високий рівень соціальної захищеності тодішнього

ринкового господарства, що досягалася шляхом раціонального розподілу суспільного доходу.

**2.*Про особливе місце науково-технічного прогресу у Західній Німеччині та орієнтири на зовнішний ринок.*** У середині 50-х років XX століття Німеччина вступила у період стабільного економічного підйому, що продовжувався не менше як десятиріччя, і отримав широко розповсюджену назву «німецького економічного дива». Цей час відмічений бурхливими темпами науково-технічного прогресу, котрий перетворився у вирішальний і надзвичайно важливий фактор зростання економічного розвитку Німеччини. У перебудові промисловості на мирні рейки важливу роль відіграв розвиток науково-технічного прогресу та орієнтація на зовнішній ринок. Розвитку науково-дослідних та дослідницько-конструкторських розробок приділялося найбільшого значення. Протягом 1960-х років загальні витрати на ці завдання збільшилися більше, ніж у 5 разів. Цікавим фактом, є те, що величезну частину інвестицій склали іноземні капітали, перш за все американські та британські.Інвестиції, які отримувала Західна Німеччина від Сполучених Штатів Америки були здебільшого використані на технічне переоснащення галузей промисловості, на новітні технології, реконструкцію та оновлення виробництва, необхідну заміну основних фондів, оригінальні конструкторські розробки, наукові винаходи. Також у тих складних для німців умовах активно та динамічно розвивалися експортноорієнтовані галузі – автомобільна, авіаційна, електротехнічна, хімічна та переробна, які підтримувалися прямим державним фінансуванням. Водночас, інтенсивність застосування досягнень науково-технічного прогресу у виробництво дозволило підвищити продуктивність праці на 60% [4].

***3.Про діяльність корпорації Volkswagen у 50-60-ті роки XX століття.*** Широко відомим є факт того, що у 1934 році Гітлер дав особисте доручення знаменитому конструктору Фердинанду Порше налагодити масове виробництво простої в обслуговуванні та відносно недорогої (відносно середньостатистичних зарплат того часу) моделі автомобіля. Тодішній проєкт отримав назву Volkswagen («Народний автомобіль»). Але маловідомим залишається той факт, що ще в 1931 року головний редактор німецького автожурналу Motor-Kritik та автоконструктор Йозеф Ганц зуміли розробити 30 прототипів малолитражок, одна з яких мала назву Maikäfer («Травневий жук») [2].

На протязі всього існування компанії «Volkswagen», змінювався і його логотип. Найперший варіант емблеми «народного автомобіля» повністю відображав суть нацистської Німеччини. З часом же німецький хрест був прибраний з

логотипу компанії і залишилися тільки перші літери, в яких чітко проглядається назва бренду. Це, мабуть найлегший автомобільний логотип, в якомупересічний громадянин швидко впізнає знане німецьке авто.

Бурхливий ріст автомобільної галузі почався в 1950 році з випуску народних та доступних автомобілів Volkswagen «Жук», котрі були мрією кожної німецької родини і зуміли витримати конкуренцію на зовнішніх ринках. Щодо важливих нововведень у фіскальній політиці держави – у межах податкових змін у самій Західній Німеччині було знижено податок на заробітну плату, на доходи за цінними паперами, корпоративний податок (з 65% до 50%) [4]. Збільшити приватне інвестування в оновлення виробництва. Дуже помітно швидкими темпами підвищувався рівень життя населення, активно формувався середній клас (близько 55% західних німців за рівнем статків відносили себе до представників середнього класу тогочасного суспільства) [4].

Протягом 1950-х років за темпами економічного зростання перевершила Сполучені Штати Америки, Великобританію та Францію. А через відсутність військових витрат і грамотну фінансову політику Західна Німеччина мала змогу робити грошові заощадження і вже у 1956 році розрахувалася зі всіма боргами, сама стала кредитором та наростила державний золотий запас. Після закінчення війни підприємство потрапило під контроль англійців, у зоні окупації яких перебував Вольфсбург.

У січні 1948 року змінилося керівництво автомобільної компанії Volkswagen - його очолив Генріх Нордхофф, Він привів з собою колектив інженерів, що мали досвід роботи на різних міжнародних автозаводах і відрізнялися вмінням нестандартно мислити. Поступово звичні для більшості поціновувачів автомобілі цієї серії стали помітно вдосконалювалися та модернізувалися. А від 1949 року почали випускати моделі з новими для того часу типами кузова – кабріолет і лімузин. При цьому сам салон у серійному виробництві став комфортабельнішим, встановлювався частково синхронізований двигун.
Завдяки передовим на той час поглядам керівництва концерну було налагоджено мережу автосервісу і технічних станцій з обслуговування автомобілів. Постійно провадилися переговори із західними клієнтами, вивчалися громадські думки у різних країнах світу щодо німецької продукції автомобілебудування. Volkswagen створив могутню мережу збуту автомобілів. Експорт автомобіля, що здобув світову популярність, до кінця 1948 року склав близько 50 тисяч машин, на внутрішньому ринку було продано близько 15 тисяч [1] . Почався новий етап розвитку заводу, який перш за все було відзначено інтенсивним розвитком виробництва і збільшенням збуту.

До 1950 було випущено 100 тисяч автомобілів, до 1951 року – 500 тисяч машин, а 5 серпня 1955 відбувся урочистий захід з нагоди випуску мільйонного Volkswagen [2].

Популярність продукції концерну Volkswagen стрімко зростала спочатку у самій Німеччині. Коли говорять про патріотизм, то варто згадати, що у повоєнній Західній Німеччині був дуже популярним плакат з зображенням родини, яка відпочиває біля річки, а поряд з ними знаходиться Volkswagen «Жук». Ці плакати були у Німеччині повсюдно, і так у свідомості мільйонів громадян формувався стереотип щасливої, матеріально забезпеченої родини. Згодом цей плакат став відомим і таким, який відразу впізнавали, у багатьох інших державах світу. Зрозуміло, що у даному випадку зійшлися інтереси громадян, оплата робочого часу яких дозволяла накопичити відповідні суми коштів на покупку родинного авто та адекватна цінова пропозиція на автомобілі від керівництва концерну Volkswagen.

Популярність продукції концерну Volkswagen активно поширювалася світом. Великий вплив на економічний розвиток Німеччини дала європейська інтеграція, де Західна Німеччина брала найактивнішу участь з середини 1950-х років. Зокрема, Німеччина була у числі головних засновників Європейського об'єднання вугілля та сталі, а у 1957 р. – Європейського економічного співтовариства. Відповідно до цього та завдяки сприятливій ціновій політиці у світі у той час з'являються дочірні фірми за кордоном – 1953 року в Бразилії, 1956 – у Південно-Африканській Республіці, 1957 – в Австралійському Союзі, 1964 – у Мексиці [2]. У цих державах світу теж люди бачили згадуваний раніше плакат з зображенням щасливої забезпеченої родини, яка відпочиває біля річки, а поряд з ними знаходиться Volkswagen «Жук». Тоді це було наочним втіленням еталону шасливої забезпеченої родини.

***4.Про інженерно-технічні особливості продукції корпорації Volkswagen у 50-60-х роках XX століття.*** У цей період повсюдно ***з***'явилися науково-виробничі комплекси. Виникли вони у формі територіальних об'єднань корпорацій з науково-дослідними лабораторіями, створені та активно фінансовані державним і приватним капіталом для випуску нової продукції. Інженери-розробники концерну Volkswagen постійно знаходилися у пошуках позитивних практичних змін для своїх потенційних покупців, які і знайшли своє втілення у нових моделях «народного автомобіля». Першою версією стандартного Volkswagen-1200 1955 року випуску стало спортивне купе Karmann-Ghia, марка якого була складена з назв фірм, що створили його: кузов проєктувала італійська компанія «Ghia», а процес збирання проводився на німецькій кузовній фірмі «Karmann» в Оснабрюці [1]. З 1960 р. рівень виробництва та експорту більше ніж утричі перевищував довоєнні показники.

Вже в 1962 році: 27,3% домогосподарств у самій Західній Німеччині володіли власним автомобілем [2] . Як для переможеної у багаторічній кривавій війні державі, яка роками платила репарації відповідно до міжнародних домовленостей, це дуже гарний показник.

У 1961 року відома на весь світ німецька автомобільна компанія представила нову модифікацію Volkswagen-1500 з кузовом седан і двигуном збільшеного робочого об'єму, на основі якого випускалися купе і кабріолета Karmann-Ghia.

Частину отриманих прибутків керівництво концерну вирішила вкласти у розширення виробництва, зокрема, у 1965 році Volkswagen викупив у компанії «Даймлер-Бенц» фірму Audi, створивши об'єднання Volkswagen-Audi. Згодом до його складу увійшли іспанська фірма SEAT і чеські заводи Шкода. Першою продукцією після об'єднання фірм, у 1968 році став Volkswagen.-411 з двигуном повітряного охолоджування робочим об'ємом 1679 см³ [2]. Покупці ж сприйняли модель вельми стримано, бо зовні це авто помітно відрізнялося від попередніх моделей. А у 1969 році, після приєднання фірми NSU, з'явився перший Volkswagen з приводом на передні колеса, що отримав індекс «К-70».

Первісна ж модель «Жук» випускалася ще чверть століття, після чого керівництво компанії було змушене припинити виробництво в Європі та перенести завод в країни Латинської Америки. Можливо б «Жук» користувався величезним попитом і донині, але модель перестала відповідати жорстким німецьким принципам безпеки та охорони навколишнього середовища. За роки захоплюючої історії німецького бренду «Volkswagen» було створено величезну кількість моделей, які і донині не залишають байдужими не тільки німецького покупця, а й споживачів у різних країнах світу. Ціна автомобіля була відносно доступною, місткість значно перевищувала середньостатистичні технічні стандарти, що робило його дуже затребуваним у більшості представників покоління молоді 60-х років двадцятого століття. Завдяки цьому за цим авто закріпилося ще одна назва – «хіппі-мобіль». Станом на зараз, підприємство «Volkswagen» – одне із найбільших автомобільних підприємств у світі. Його заводи розташовуються в 15-ти країнах світу і у цієї продукції є багато вірних поціновувачів. Як показало життя, збираючи автомобіль «Volkswagen», покупець отримує німецьку якість, комфорт і зручність користування транспортним засобом на роки. Іншими словами, історія «Volkswagen» - це історія становлення успіху.

5. ***Розвиток компанії «Mercedes» у 50-60-і рр. XX ст.: досягнення та технічні інновації.*** На відміну від «народного автомобіля», всі абсолютно моделі «Mercedes-Benz» орієнтувалися на дуже заможного та вимогливого

споживача. Та навіть цей автогігант тодішньої індустрії у 50-60 –х роках XX століття займається не тільки удосконаленням авто преміум-класу, а й випускає величезну кількість модифікацій спортивних автомобілей для спортивних гонок, реалізує у значній кількості автобуси – засоби громадського транспорту для пересічних європейців, грузові та пасажирські фургони.

1953 рік – представлена модель 180 (W 120) – перше авто «Mercedes-Benz» з кузовом, за зовнішнім виглядом який нагадує понтони. Одночасно були також представлені модернізовані моделі 170 S – V і 170 S – D. 23 [5] . У Сан-Пауло заснований «Mercedes-Benz Brasil», котрий призначався для виробництва комерційних автомобілів і автобусів. Наприкінці 1953 року «Даймлер-Бенц АГ», за результатами роботи, було визнано найбільшим німецьким експортером легкових і комерційних автомобілів.

Наступного 1954 році з'явилися спортивні автомобілі «Mercedes-Benz»190 SL і 300 SL, представлені на «Міжнародній виставці спортивних автомобілів» в Нью-Йорку [5]. Щодо наявних технічних інновацій – там 3-літровий 215-сильний двигун на 300 SL, був оснащений системою уприскування. «Даймлер-Бенц АГ» починає брати участь в перегонах «Формула 1». Перший старт нових обтічних моделей перегонів W 196 в «Французькому Гран-прі» в Реймсі приносить подвійну перемогу.

У 1955 році, на Міжнародному автосалоні у Франкфурті-на-Майні, «Даймлер-Бенц» представляє L 319, перший післявоєнний фургон для відпочинку людей «Mercedes-Benz» [5]. Продукція знаного німецького концерну користується значним попитом серед споживачів у всьому світі. Компанія успішно веде політику розширення свого виробництва по країнах світу.

Певним успіхом компанії можна вважати і той факт, що у 1957 році кількість працівників «Даймлер-Бенц АГ» досягла кількості 50000 чоловік. Відбулася світова прем'єра родстера 300 SL (W 198 II), купе з 65 дверима типу «крило», на Женевському міжнародному автосалоні [5]. Стотисячна дизельна вантажівка «Mercedes» середньої вантажопідйомності, зроблена після війни, сходить з конвеєра. Тодішня промисловість дуже потребувала у якісних транспортних засобах, і попри високу вартість, ця продукція мала виключно позитивні відгуки задоволених споживачів.

Наукові розробки у дослідницьких лабораторіях та полігонах компанії «Mercedes» активно продовжувалися розвиватися. У 1958 році виробництво автобуса «Mercedes-Benz» O 317 починається на заводі в Мангеймі, а на заводі в Гаггенау – виробництво тривісної вантажівки LP 333 з кабіною над двигуном і двома передніми осями, що обертаються. Дверний замок з двома захисними

засувками запатентована «Даймлер-Бенц» – цей елемент сприяв запобіганню випадкового відкриття або заїданню дверей. Представлення моделі 220 SE (W128) з 2,2-літровим двигуном з інжектором; з'являється також модель 190 D (W121) з дизельним двигуном в 50 кінських сил [5].

У 1959 році, завдяки старанням інженерів-розробників, «Даймлер-Бенц АГ» представляє нову базову вантажівку моделей L/LP 322 і L/LP 337 [5]. З цього часу і почалася ера заміни конструкцій кабіни з довгим капотом на нові кабіни з укороченим капотом і кабінами над двигуном. «Даймлер-Бенц АГ» представляє нові 6-циліндрові моделі 220, 220 S і 220 SE з кузовами «финтайл», де вперше безпечний осередок, розроблений Белою Бареньї, використовується в серійних автомобілях [5]. З цим діапазоном моделей «Даймлер-Бенц» робить помітний прорив в лідери європейського ринку в середньому класі.

У 1960 році знову перемога спортивного авта, виробництва «Mercedes» –повна перемога Німеччини в «Ралі Монте-Карло» на частці «Mercedes» 220 SE команди Шок / Молль, впродовж року автомобілі «Mercedes-Benz» завойовують 117 перемог в ралі [5] .

1961 рік. Відкривається нова сторінка історії легендарного автоконцерну – «75 років Моторизованому Транспорту», відкрився новий музей «Даймлер-Бенц» в Унтертюркхайме. «Даймлер-Бенц» У кінці року починається виробництво масове фургонів 66 L319. До уваги вимогливого покупця були представлені нові моделі автомобілів «Mercedes-Benz» 190, 190 D (W110), новий кабріолет 220 SE (W111), а також 300 SE (W112) [5].

1962 рік – свідченням високого рівня життя європейців того часу, є факт появи автомобіля моделі 220 SE, де зійшов з конвеєра мільйонний автомобіль «Mercedes-Benz», випущений вже після закінчення війни.

У 1963 році світовій спільноті була представлена модель 600 (W100), у Франкфурті-на-Майні, була названа на той час найостаннішою моделлю фірми. Нова вершина модельного ряду мала у наявності велику кількість технічних нововведень в якості стандарту. Серійне виробництво двох версій моделі мало розпочатися в 1964 році.

У 1964 році, у секторі комерційних автомобілів «Mercedes-Benz» почався перехід від системи передкамерного згорання в дизельних двигунах до прямого уприскування, що істотно скоротило споживання палива і підвищило експлуатаційні характеристики продукції легендарного автоконцерну.

***Висновок***: Таким чином, бурхливий розвиток автомобільної галузі у Західній Німеччині у 50-60-х роках XX століття є показовим і дуже ефективним зразком

економічного усаіху. За досить незначний проміжок часу Західна Німеччина, після закінчення Другої Світової війни, не тільки відновила втрачені довоєнні позиції у галузі автомобілебудування у світі, а й вирвалася у беззаперечні лідери по обсягам продажів. Такий успіх був можливим завдяки грамотно розподіленій між всіма галузями економіки американській фінансовій допомозі за планом Маршалла, активному використанню новинок науково-технічного прогресу у масовому виробництві автомобілів, спиятливій ситуації на міжнародному ринку (коли у вдало обраний проміжок часу корпорація розширила своє виробництво, створила дочірні підприємства і т.і.), зростанню середньостатистичних зарплат у жителів Західної Німеччини, ефективній рекламній політиці, мудрим політичним та адміністративним рішенням і т.і. І, звичайно ж, не останню роль у цьому переліку відіграв плакат з зображенням щасливої забезпеченої родини, яка відпочиває біля річки, а поряд з ними знаходиться Volkswagen «Жук» - на той повоєнний час, це було наочним втіленням еталону шасливої забезпеченої родини, впевненості і успіху у тодішньому житті.

**Список літератури:**


1.Вольсваген. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Volkswagen

2.ІСТОРІЯ СТВОРЕННЯ БРЕНДУ «VOLKSWAGEN». URL: https://avtobusorenda.com.ua/istoriya-stvorennya-brendu-volkswagen/

3.Свинаренко Н.О. Західнонімецький економічний досвід відновлення господарства: історичні уроки // Вісник науки та освіти. ВГ «Наукові перспективи». ГО «Християнська академія педагогічних наук України». Вип. №2(2).2022. С.368-377. DOI https://doi.org/10.52058/2786-6165-2022-2(2)-368-3

4.Юрків Ю. Від руїн до світового лідерства в економіці URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/27/688588/

5. «Mercedes-Benz». URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Mercedes-Benz