



АЛЕКСЕЙ КОРОЛЕВ  
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE  
«ДЕЛОВАЯ АВИАЦИЯ»

### ЭФФЕКТ ГАСТАРБАЙТЕРА

Любой разговор о деловой авиации и ее развитии пестрит иностранными названиями. Частный или корпоративный самолет сегодня это почти исключительно бизнес-джет за-падного производства. «Салонные» варианты советских авиалайнеров уже совсем канули в прошлое, утя-нув за собой целую индустрию по изготовлению интерьеров и поддер-жанию летной годности.

На конференциях и круглых столах, проводимых Объединенной национальной ассоциацией деловой авиации (ОНАДА), постоянно звучат жалобы на засилье иностранных авиакомпаний и поставщиков услуг. Зато в потреблении услуг деловой авиации мы делаем погоду во всей Европе — взгляните на заставлен-ные самыми модными и новыми моделями служебных самолетов перроны московских бизнес-терминалов.

Парк в 350 самолетов — именно столько бизнес-джетов находится под контролем россиян, по данным ОНАДА,— сравним с размером служебного воздушного флота крупней-ших экономик Европы — Германии и Франции. Только там каждый само-лет — это десятки рабочих мест, на-логовые отчисления, наземная ин-фраструктура. Мы тоже летаем, по-купаем и ремонтируем самолеты. Но вся прибыль от этой деятельно-сти уходит за кордон. Действует сво-еобразный «эффект гастарбайтера»: наши самолеты работают в основ-ном на чужую экономику. Соседи по БРИК Бразилия и Китай вполне успешно осваивают новый для них авиационный сегмент. В России же заметных перемен не происходит, и развитие «по кривой» остается пара-дигмой нашего рынка.

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (Business Guide-Деловая авиация)

Демьян Кудрявцев — генеральный директор  
Азер Мурсалиев — шеф-редактор  
Анатолий Гусев — арт-директор  
Эдвард Опп — директор фотослужбы  
Валерия Любимова — директор по рекламе.  
Рекламная служба:  
Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353  
Алексей Харнас — руководитель службы «Издательский синдикат»  
Алексей Королёв — выпускающий редактор  
Наталья Дашковская — редактор  
Сергей Цомык — главный художник  
Виктор Куликов — фоторедактор  
Екатерина Бородулина — корректор  
Адрес редакции: 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4.  
Тел. (499) 943-9724/9774/9198

Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом».  
Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2.  
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).  
Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010

Типография: «Сканвеб Аб».  
Адрес: Корьяланкату 27, Коувола, Финляндия  
Тираж: 75000. Цена свободная

Рисунок на обложке: Эльвира Насибуллина

# ИГРА НА ВЫЛЕТ В РЯДАХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БИЗНЕС-ДЖЕТОВ ТЕСНО И НЕСПОКОЙНО. БРАЗИЛИЯ ВЫХОДИТ В АВИАЦИОННЫЕ ДЕРЖАВЫ, АМЕРИКА ПРОДАЕТ КРЫЛАТЫЕ АКТИВЫ В КИТАЙ, ЯПОНЦЫ ПОНЕМНОГУ ОСВАИВАЮТ ТЕХНОЛОГИИ АВИАСТРОЕНИЯ. ПРАВДА, В БОГАТОЙ АВИАЦИОННЫМИ ТРАДИЦИЯМИ РОССИИ СМЕЛЬЧАКА, ГОТОВОГО УТЕРЕТЬ НОС НЫНЕШНИМ «КРЫЛАТЫМ» АВТОРИТЕТАМ, НЕ НАШЛОСЬ.

АЛЕКСЕЙ КОРОЛЕВ, РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЙ И АНАЛИЗА URCAST

**БРАЗИЛЬСКОЕ ЧУДО** Новые компании настой-чиво пытаются выйти на рынок реактивных самолетов бизнес-авиации, вероятно, под впечатлением от его небыва-лого роста в недавнем прошлом. Рекордов сегодня уже нет, а число желающих освоить этот сегмент не спешит убавлять-ся. Благо, как минимум один успешный пример у всех перед глазами. Бразильский концерн Embraer со своим переделан-ным из регионального самолета бизнес-джетом Legacy еще три года назад занимал довольно ограниченную нишу и не числился в большой пятерке производителей бизнес-джетов. Тем не менее покупатели, в том числе из России, бы-стро оценили новичка — уже через пять лет производства было выпущено 100 самолетов, а к 2008 году по заявлению регионального вице-президента по продажам Колина Стиве-на каждый пятый Legacy летал для российского владельца.

Успешные продажи позволили бразильской компании спланировать и запустить значительное расширение линей-ки. И тут грянул кризис, от которого пострадал прежде всего средний и малый бизнес. А именно он был основным по-купателем бизнес-джетов легкого класса. У лидеров этого сег-мента Cessna и Hawker Beechcraft дела пошли существенно хуже — пришлось сокращать штаты и производство. К стати, заметного восстановления в этих направлениях не наблюда-ется до сих пор. А тут еще бразильцы вывели на рынок сразу две модели в легком сегменте, обе по имени Phenom — 100 и 300. Вот и случился у американских джетпромовцев Юрьев день. Мало того, что спроса нет, так еще вдруг оказалось, что в самую неблагоприятную нишу напролом лезет бразилец с более современными самолетами. Получив локтями в ребра, американцы потеснились — и вот уже Embraer полноценный член теперь уже «большой шестерки».

Бразильское авиационное чудо выглядит таковым только потому, что его зарождения никто вовремя не за-метил. Впрочем, случай действительно уникальный. На большой авиастроительный рынок «с нуля» не выходил никто с далеких уже 1960-х годов. Наоборот, ряды авиа-строителей постоянно сокращались путем банкротств, слияний и поглощений.

У Embraer же получилось. Из неповоротливой и мало-эффективной государственной компании, работавшей в основном на внутренний рынок, она, пройдя приватизацию в начале 1990-х, модернизировалась и успешно вступила в конкурентную борьбу мирового масштаба. Успешно за-пустив линейку региональных самолетов, перейдя от тур-бовинтовых машин к реактивным, корпорация наращивала продажи и закрепляла успех. На этом коньке в 2000-х Embraer успешно въехал и в бизнес-авиацию. Особенно эффектно на этом фоне выглядит расширение производ-ства: заводы компании по производству бизнес-джетов се-рии Phenom строятся в США, а сборку региональных само-летов и служебных моделей Legacy 600/650 запускают в Китае. Сотрудничеством с бразильцами не брезгают даже монстры авиастроения Airbus и Boeing. Из свежих ново-стей: Boeing совместно с Embraer запускает программу по

исследованию возможности использования и производ-ства авиационного биотоплива из бразильского сырья.

Эксперты пророчат Embraer дальнейший успех. Извест-ный американский авиационный аналитик Ричард Эбулафия уверен, что в период 2010–2019 годов бразильский авиа-строитель будет удерживать долю в 8,2% рынка бизнес-джетов в денежном выражении, а это рост в 27 раз по срав-нению с прошлым десятилетием.

**ВОСТОЧНЫЙ СИНДРОМ** Однако потеснить ря-ды «большой шестерки» и выйти на рынок реактивных самолетов периодически пытаются и более мелкие произ-водители самолетов классом ниже. Правда, дело это хлопотное, затратное и пока почти не имеющее положи-тельных примеров.

Один из наиболее реальных кандидатов в члены реак-тивного клуба родом... из Японии. Что за гигант стоит за спи-ной базирующейся в США компании Honda Aircraft, навер-ное, пояснять не стоит. Уже второй десяток лет специалисты этой компании по-японски неспешно и тща-тельно работают над проектом легкого реактивного самолета HondaJet. Пер-вые прототипы этой машины поднялись в воздух еще в се-редине нулевых, а сегодня в рамках сертификационной про-граммы летает уже вполне соответствующий серийным тре-бованиям экземпляр. Ресурсы родительской корпорации позволяют надеяться, что HondaJet все-таки выйдет на ры-нок и добьется определенного успеха.

Упорство в приобретении активов менее удачливых раз-работчиков реактивных самолетов авиации общего назна-



чения демонстрирует Китай. Правда, у него не очень-то по-лучается. Например, приобретение Emivest Aerospace, пы-тавшейся наладить производство и вывести на рынок уже сертифицированный легкий бизнес-джет SJ30, успеха ки-тайцам не принесло. США не горят желанием расставаться с технологиями (что, однако, не помешало за пару лет до того в этот проект вложиться инвестфонду из ОАЭ). Активы Emivest после банкротства были проданы американской компании, никак не связанной с авиастроением, и вся исто-рия с SJ30 как-то затихла.

Однако китайским товарищам удалось-таки приобрести Cirrus Aircraft — производителя поршневых самолетов, про-двигающего интересный проект однодвигательного реак-тивного самолета Cirrus Vision SF50. США компанио-то про-дали, а технологию вывозить не разрешают. Так что пока заметной удачи в скупке готового авиационного бизнеса у китайского авиапрома нет. Тем не менее надежды он не оставляет — в мае руководство Embraer поделилось инфор-мацией о попытках представителей КНР начать диалог с бра-зильской корпорацией о сотрудничестве в создании «китай-ского» бизнес-джета.

**БОЛЬШЕ-МЕНЬШЕ** Банальная истина: чем бизнес-джет больше, чем он дальше летает, тем он стоит до-роже. Однако высокая стоимость не помешала служебным самолетам дальнего и большого класса гораздо лучше пере-жить спад на рынке, чем их меньшим собратьям. Все до-вольно просто. Во-первых, крупный бизнес и государствен-ные структуры, которые и являются основной клиентской базой для этих самолетов, оказались заметно устойчивее к экономической турбулентности. Во-вторых, бизнес-джеты этих классов пользуются большей популярностью в тех стра-нах, где степень развития авиационной инфраструктуры тре-бует возможности полетов на значительные расстояния. А это не только наша с вами Родина, но и, к примеру, Ближний Восток, Китай, Индия. Масштабы потрясений экономики бы-ли там значительно скромнее, чем в «более цивилизован-ных» частях света, а новый рост не заставил себя ждать. Так что перераспределение рыночной доли в пользу больших самолетов вполне логично. Бизнес-авиация с середины 1990-х сделала значительный рывок: она выросла из рынка, локализованного большей частью в Соединенных Штатах, и вырвалась на мировые просторы. Глобализация же требует глобальной досягаемости, а продолжительные перелеты — иного уровня комфорта.

Все это привело к тому, что разные производители по-разному пережили и переживают слабость рынка. Лидеры с широким модельным рядом и/или преобладанием самоле-тов верхнего ценового сегмента — американская Gulfstream Aerospace, канадская Bombardier Aerospace и французская Dassault Aviation — гораздо меньше снизили объемы поста-вок, чем их коллеги в нижнем сегменте — Cessna Aircraft и Hawker Beechcraft. Хорошие результаты показал и Embraer за счет масштабного расширения производственной линейки.

**КЛИЕНТСКАЯ БАЗА САМОЛЕТОВ С БОЛЬШИМИ САЛОНАМИ — КРУПНЫЙ БИЗНЕС И ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СТРУКТУРЫ — ОТЛИЧАЕТСЯ ПОВЫШЕННЫМ ИММУНИТЕТОМ К ЭКОНОМИЧЕСКИМ СПАДАМ**

## ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА