



Жара...

Нынче жарко всюду... Заслуженный отпуск я провожу у себя в Юрмале, поскольку нахожусь привлекательным комплект “всё включено” из сочной зелени, в которой утопают симпатичные домики, редкой у нас жары и чистого воздуха, насыщенного запахами моря. В моём персональном комплекте главное – безмятежный покой и чистота, присущие этим местам, а также велосипед, палки для “норвежских” прогулок и ласты, сулящие ощущение скорости в теплой балтийской воде. Приличное питание, качественные напитки, работающий кондиционер – чем не райский уголок для релаксации в окружении близких людей?! Таковы представления об отдыхе уже взрослому, но скромного главреда?! ☺ Да, привычно “понаехали” ностальгирующие “русо туристо”, чтобы передохнуть, поправить здоровье и сходить на “Рандеву” к стильной Лайме, попутно поддерживая местный ресторанный бизнес. Когда в Юрмале апофеоз курортного сезона, какая там Турция!

Жара царит не только на улицах, в квартирах и юрмалских мансардах, жарко и на глобальном *PLM*- и смежных рынках – *MES*, *MOM*, *IIoT*. Огромное количество тепла выделяется вследствие небывалой активности американских корпораций *Autodesk* и *PTC*, французской *Dassault Systèmes* и немецкого инжинирингового и промышленного конгломерата *Siemens*. Почти 20 лет тому назад в материалах *Observer*’а мы стали величать их “королями” рынка и отрасли САПР/*PLM*, отдавая дань уважения их роли и влиянию.

Нет нужды обращать внимание читателей (в разгар отпусков таковых может и не найтись) на видимую часть процессов трансформации целеполагания и позиционирования “королей” в их борьбе за место под жарким солнцем. Но если субъективный взгляд здесь допустим, а слегка ироничный тон уместен, то я, не утруждая себя доказательствами, готов поведать суть происходящего в верхушечной части рынков *PLM* & *Co*.

Компания *Autodesk*, долгое время воспитывавшая свою клиентскую базу в неприятии концепции *PLM* (“*PLM* – плохое слово из трех букв”), упустила свой шанс создать современную *PDM*-систему, свое видение *PLM*-подходов и решений, так и оставшись “королем” массовых поставок технического ПО (при этом вполне состоятельным в финансовом плане). Хотя в итоге бывший президент **Carl Bass** вынужденно признал *PLM* хорошим словом из трех букв ☺, сама компания не была готова к тяжелому *PLM*-бизнесу с глубоким погружением в инжиниринг и проблемы производства сложнейшей техники. Намного проще “отгружать” ПО для массового рынка, а львиную долю сервиса обеспечивать силами реселлеров. С появлением облачных и мобильных технологий, в *Autodesk* родилась идея бизнес-рывка на основе института подписки, замещающей организацию продаж ПО, технической поддержки и сервиса. Гениальность идеи заключается в сохранении ориентации на массовый рынок, сокращении числа реселлеров и “отжатии” на себя их доходов от подписки (текущее соотношение доходов от

прямых продаж/подписки и доходов, получаемых через реселлеров – 30 на 70; для начала компания намерена добиться пропорции 50:50). Трансформация в “короля” подписки идет трудно: свыше трех лет подряд *Autodesk* в убытках. Сегодня **Andrew Anagnost**, новый президент *Autodesk*, стремится доказать самому себе, своей команде, ребятам с Уолл-стрит, акционерам, партнерам и клиентам правильность выбранного пути. Уверен, что добиться этого можно лишь при условии выхода на прибыль, неуклонного роста выручки и доходности акций *Autodesk* – а с этим дело обстоит не блестяще. Таким образом, сегодня *Autodesk* не является значимым *PLM*-игроком и по-прежнему зарабатывает преимущественно в сфере архитектурно-строительного проектирования, *BIM* и в “платформенном” бизнесе. На долю машиностроительных отраслей приходится лишь ~24% выручки компании.

Я преисполнен симпатии к французской компании *Dassault Systèmes* за её устремленность в будущее, за уровень и качество программных продуктов. Одна из самых технологически продвинутых компаний последовательно позиционирует *3DEXPERIENCE* не только в качестве *PLM*-платформы, но и как операционную систему для ведения и трансформации любого бизнеса. “Стать всем (!) для своих клиентов” – воистину королевский девиз, на который не смогла решиться даже компания *Microsoft*. Не только перспективы, но и текущие финансовые достижения *Dassault* впечатляют: во II квартале с.г. её выручка превысила 837 млн. евро, а чистая прибыль составила 136 млн. евро. То ли еще будет!

То, с каким рвением и энтузиазмом **James Heppelmann**, президент и *CEO* компании *PTC*, взялся за её реформирование, разработку новой стратегии и формирование нового имиджа, свидетельствует о понимании бесперспективности идеи продажи компании в том виде, в каком она ему досталась. В этом номере мы публикуем два материала о *PTC* – краткий отчет аналитической компании *CIMdata* о конференции *LiveWorx 2018* и статью **Verdi Ogewell** о сделке *PTC* с *Rockwell Automation*, – дающих некоторое представление об обновленной *PTC* и её планах. Замечу лишь, что руководство *PTC*, очевидно, завидует удачной в итоге судьбе компании *UGS*, ставшей *Siemens PLM Software*, и тоже желает из Золушки превратиться в принцессу. Удачи *PTC* на её новом и светлом пути!

Siemens PLM Software действительно расцвела и окрепла под крылом “Большого Сименса”, но и сама не меньше делает для предприятий этого концерна по части цифровизации и автоматизации, а также хорошо зарабатывает и вне его (эксклюзивное полуторачасовое интервью руководства этого подразделения *Siemens* нашему журналу прилагается). По авторитетному мнению президента *Siemens AG*, г-на **Joe Kaeser**, приобретение *UGS* – самое сильное, ценное и перспективное для группы решение из ранее принятых. А сегодня настало время реформировать и весь “распухший” конгломерат *Siemens*, чтобы его подразделения получили больше свободы в обмен на большую ответственность, а редкий бриллиант – *SPLM Software* – засиял еще ярче, освещая путь тотальной цифровизации.

Приятного чтения и берегите себя от перегрева!

Юрий Суханов