

Дневной разговор посреди “Белой ночи”

Круглый стол АСКОН на “Белых ночах САПР'2008”

Александра Суханова (Observer)

aleksandra@cadcamcae.lv

С 26 по 29 мая 2008 года зеленогорский “Гелиос-Отель”, расположенный на берегу Финского залива, распахнул свои двери перед многочисленными участниками и гостями ежегодного форума пользователей решений компании АСКОН – разработчика и одного из лидеров российского рынка САПР/PLM. Не слишком тёплая для этого времени года погода не помешала организаторам создать действительно тёплую и радушную атмосферу для всех присутствующих, включая прессу, что и было последней с благодарностью замечено и оценено. ☺

На открытии форума с приветственным словом дебютировал новый генеральный директор группы компаний АСКОН – **Максим Богданов**, сменивший на этом посту **Александра Голикова**, ныне – председателя совета директоров компании, занятого исключительно вопросами стратегического планирования. Впервые за многие годы проведения форума Александр Владимирович спокойно наблюдал за происходящим из зала. Позитивные эмоции и флюиды успеха, источаемые руководством и сотрудниками АСКОН, зримо свидетельствовали об уверенном подъеме бизнеса компании на фоне роста многих отраслей промышленности России. Численность компании составляет уже 600 человек, объем продаж в 2007 году достиг 26.8 млн. долларов, а рост по сравнению с 2006 годом – 89%.

Львиную долю общего объёма по-прежнему составляют доходы от реализации флагманских решений компании: *КОМПАС*, *ВЕРТИКАЛЬ* и *ЛОЦМАН:PLM*. Однако и недавно анонсированная политика выхода на рынок проектирования для промышленного и гражданского строительства (ПГС) в России и СНГ тоже стала приносить



Пленарное заседание форума

плоды. В 2007 году на долю сектора ПГС пришлось уже 23.23% общего дохода, что руководство АСКОН оценивает как крайне позитивный знак со стороны “нового” рынка. Такой бурный рост в совокупности обеспечил компании 82-е место в рейтинге *CNews100* и 18-е место в рейтинге самых быстрорастущих ИТ-компаний по версии *CNews*.

В этом году программа форума выгодно отличалась возросшим количеством выступлений заказчиков АСКОН, поделившихся примерами внедрений, а также “живой” ролевой демонстрацией коллективной работы инженерных служб с использованием комплекса решений АСКОН на примере наработок одного из клиентов компании.

Отдельной похвалы заслуживают достижения АСКОН в рамках своей образовательной программы для школ – поддерживаемой компанией системы непрерывной подготовки кадров. Редакция поздравляет АСКОН с тем, что **учебная система КОМПАС-3D LT включена в состав Стандартного базового пакета программного обеспечения**, поставляемого во все школы России. Для 6 100 общеобразовательных учреждений, реализующих инновационные программы обучения, поставляется более 300 000 лицензий профессиональной системы *КОМПАС-3D* с библиотеками.

Взаимодействие АСКОН с высшей школой тоже укрепляется и совершенствуется. Теперь в рамках образовательной программы студенты обучаются не только традиционному 2D- и 3D-проектированию, но и работе с САПР ТП *ВЕРТИКАЛЬ* и с *ЛОЦМАН:PLM*.

День принято считать удачным, если он завершается хорошим ужином. А если ужин сопровождается приятной музыкой, то удачным вдвойне. ☺



Дмитрий Оснач,
директор по маркетингу АСКОН

Это важное правило не было нарушено: участников форума ждал обильный праздничный стол, что тоже не могло остаться неоценённым. Надо сказать, компания всегда отличалась гостеприимством и хлебосольством.

С подробным отчетом о мероприятии можно ознакомиться на сайте АСКОН, а также на страницах других тематических изданий. Мы же предлагаем вашему вниманию беседу, состоявшуюся в рамках миниатюрного “круглого стола” с руководством компании – Александром Голиковым, Максимом Богдановым и Владимиром Захаровым (директор по разработкам). Несмотря на плотный график встреч и выступлений, они нашли время на открытый разговор, который наверняка будет интересен многим нашим читателям.

– Господа, первым делом позвольте поинтересоваться успехами вашего бизнеса не в России, а за рубежом. Как он выглядит в абсолютных и относительных (доля в общем объёме) цифрах? В каких странах достижения наиболее ощутимые, и почему, с вашей точки зрения?

Максим Богданов (М.Б.) – Еще слишком рано говорить о том, что у нас сформировался бизнес за рубежом, это скорее пока разведка ☺. Мы приняли решение подводить итог нашим активностям за рубежом лишь через три-четыре года. Потому как на новые рынки мы выходим с совершенно неизвестным для них продуктом. Мы заметили, что в Германии, например, реселлеры конкурирующего ПО работают на уже сформировавшихся потребностях, когда вендор ПО долго и систематически “разогревает” рынок, а реселлеры пожинают плоды, фиксируя у себя спрос и осуществляя продажи. То есть, планомерной работой они в большинстве своём не занимаются – это не их задача. Тем не менее, по нашим продуктам динамика продаж положительная: всегда находятся люди, интересующиеся новинками, готовые серьезно проводить сравнение систем по ключевым характеристикам – цена/функциональность. ☺



*Максим Богданов,
генеральный директор АСКОН*



Александр Голиков, председатель Совета директоров группы компаний АСКОН

Александр Голиков (А.Г.) – Мы рассматриваем зарубежный бизнес в долгосрочной перспективе. Мы понимаем, что по количественным показателям он в ближайшее время вряд ли будет сопоставим с объемами продаж в России, поскольку выходим на “забитый” разными решениями высококонкурентный рынок. Поэтому, в целом, обсуждать результаты нашего бизнеса за рубежом пока преждевременно.

– Какой должна быть, с вашей точки зрения, динамика зарубежного бизнеса АСКОН? Раскройте карты, пожалуйста.

М.Б. – Говоря о динамике бизнеса, мы объявляли уже о том, что планируем увеличить наш доход к 2012÷2015 году до 100 млн. долларов. Мы также рассчитываем, что к тому времени наш зарубежный бизнес будет приносить не менее 10 процентов от отечественного. Если нам удастся добиться такого соотношения, будем считать динамику и проект в целом позитивными.

– Сталкивается ли ваша компания с непредвиденными трудностями, связанными с работой на иностранных рынках в современных условиях?

А.Г. – Абсолютно никаких непредвиденных сложностей, напротив, полное совпадение с нашими предварительными прогнозами. Мы прекрасно понимаем, что, для того чтобы полноценно работать и конкурировать на европейских рынках, одной лишь англоязычной версии продукта недостаточно. Нужно выпускать итальянскую, французскую, португальскую и т.д. Недавно у нас, например, появилась локализация КОМПАС-3D на немецком языке. Наш партнер в Словакии выполнил локализацию самостоятельно, существует локализация для Болгарии...

Владимир Захаров (В.З.) – Добавлю, что помимо локализации пакета, есть еще и организационно-техническая составляющая процесса. На каждом географическом рынке для продукта необходимо формировать своё окружение. Если, например, в России и СНГ мы работаем с одним набором справочников и библиотек, то решения, поставляющиеся за рубеж, имеют другую конфигурацию. Естественно, что и на адаптацию продукта, и на обучение партнёров необходимо время.



Владимир Захаров, директор по разработке компании АСКОН

– Формирование партнёрской сети за рубежом нам кажется далеко не простым делом. О каких результатах в этом вы хотели бы рассказать читателям?

М.Б. – АСКОН имеет колоссальный опыт создания партнёрской сети в России и СНГ. Бизнес-процессы работают одинаково во всём мире, поэтому, учитывая особенности той или иной страны, мы успешно выстраиваем и зарубежную дилерскую сеть. **У нас, например, уже несколько десятков партнёров по всему миру** – Центральная Европа, Скандинавия, Австралия, вот-вот появятся партнёры в Центральной Азии. Они не только проявляют интерес к нашему продукту и имеют несколько “случайных” продаж, а действуют по предложенной нами схеме, то есть правильно определяют сегмент потенциальных пользователей КОМПАС-3D и последовательно, системно работают с ними. Но им надо дать время выйти на соответствующий режим работы.

А.Г. – Задача заключается в том, чтобы созданная сеть заработала стабильно и регулярно. Дело в том, что активные игроки этого рынка, западные компании, обладающие соответствующими знаниями и персоналом, уже сделали свой выбор и сотрудничают с кем-то из вендоров ПО. Мультивендорных игроков, которые серьёзно занимались бы всем набором CAD-систем, практически нет, поскольку это не просто с точки зрения трудоёмкости и финансов. Кроме того, это требует от сотрудников знания нескольких систем и соответствующей сертификации. Когда первые наши партнёры познакомились с нашим продуктом, цена которого – две с половиной тысячи долларов, они вовсе не предполагали увидеть в нём функционал, сопоставимый с *SolidWorks* и *Autodesk Inventor*. Для многих за рубежом это было откровением.

– Правильно ли мы понимаем, что для иностранных образовательных учреждений у вас тоже есть выгодное предложение – Educational licenses?

М.Б. – Разумеется. На зарубежном рынке нет такого подхода, как в России, когда на образовательных учреждениях практически никто из вендоров ПО денег не зарабатывает. Там вузы – это бизнес, в том числе и для дилеров, поэтому они активно работают в этой сфере. На наш взгляд, их вузовская аудитория более “живая” и готова активно воспринимать новое. Например, на одной из зарубежных выставок студенты местного университета по собственной инициативе взяли для знакомства демо-версию КОМПАС-3D. В итоге их вуз приобрёл наше ПО.

А.Г. – В отличие от России, где в каждом техническом вузе знают и применяют КОМПАС, за рубежом этого нет. Поэтому мы начали работу и в этом направлении. Несколько вузов в Германии и Швеции уже используют наше решение.

– Как вы оцениваете появление технологии синхронного моделирования, недавно объявленное компанией Siemens PLM Solutions? Согласны ли вы с утверждением, что это знаменует приход новой парадигмы и меняет существующий подход к моделированию?

М.Б. – Еще лет шесть назад компания CADKEY предлагала похожие возможности в своём одноимённом пакете. (В 2003 году CADKEY Corp. была куплена японской компанией Kubotek, а продукт подвергся ребрендингу и теперь носит название KeyCreator. – Прим. ред.) Теперь же эта технология или идея преломилась в виде очень удобного и, возможно, прорывного решения. Надо чётко понимать, что есть технологии, а есть маркетинг. И сейчас все говорят о маркетинге, а не о технологиях. О технологиях же лучше всего скажут заказчики, перейдя или не перейдя на эти технологии в своей работе. В корпоративных масштабах даже переход с версии на версию ПО – это большая проблема. И заставить это сделать заказчиков может только настоящий прорыв в технологиях. Поэтому лучший судья – это время.

В.З. – С тем, что технология синхронного моделирования выглядит и преподносится очень эффектно, трудно не согласиться. Однако, оценку этого новшества и благ, которые оно, возможно, принесёт пользователям, я бы отодвинул по времени на более поздний срок. Как показывает опыт, технические новинки не всегда на 100% воспринимаются рынком. Многое зависит от таких факторов, как удобство и качество реализации технологии, готовность пользователей к её применению, обучение партнёрской сети и прочее. Более того, революции

в представленной технологии мы пока не видим. Похожее мнение о прорыве и смене парадигмы моделирования, может не в столь превосходной форме, существовало, например, после анонсирования инструментов прямого редактирования модели.

Однако усилия *Siemens PLM Software* достойны похвалы, и то, что компания находится в поиске нового и интересного, заслуживает всемерного уважения. Более того, **я убежден, что именно разработчики ПО должны формировать предложения и инновации в проектировании, так как пользователь чаще всего не знает о новых подходах и возможностях**, поскольку для него основным является свой бизнес.

– Вполне возможно, что в отраслях, создающих сложную наукоёмкую продукцию, технология синхронного моделирования будет встречена “на ура”. Эти компании, в свою очередь, “заразят” своих поставщиков, те – своих, и так далее...

М.Б. – Вы – идеальный покупатель, так как мгновенно реагируете на маркетинговые приёмы поставщиков. Но, к их сожалению, в тех отраслях, где производят сложную наукоёмкую продукцию, решения принимаются исключительно на основе длительного, взвешенного анализа, обсуждения, тестирования решений. И не забывайте, что до того, как попасть в руки пользователю, такого рода новшества/решения со временем либо значительно модифицируются, либо получают вообще другой набор функций для того, чтобы удовлетворять потребности клиента. Поэтому, как Вы выразились, “заражение” будет происходить довольно медленно.

А.Г. – Давайте рассмотрим техническую сторону вопроса. При внесении изменения при обычном моделировании, выполняется полное перестроение всей истории модели с промежуточными результатами, а при прямом – будет перестроен только конечный результат. Конечно, это быстрее, но только для отдельных задач. Если работа идёт с несколькими типоразмерами одного изделия, то будет проигрыш. Аналогичная ситуация возникнет и при последовательном построении модели с нуля.

В.З. – Если вернуться к истокам, то у конструктора задач несколько. Одна из них – быстрое создание модели, и для этого прямое моделирование имеет несомненные преимущества. Но вторая, не менее, а часто и более важная задача, – создание параметрической модели, обеспечивающее быструю разработку нескольких похожих изделий. Именно этот подход позволяет ускорить весь процесс изготовления, если он обеспечивается комплексом.

– Как отразится появление технологии синхронного моделирования на настроениях пользователей? Не окажется ли так, что чисто психологически всё, что не построено на этой базе, покажется им устаревшим?

М.Б. – Такой оригинальный взгляд на вещи, несомненно, имеет право на существование, но для того, чтобы серьёзно ответить на этот вопрос, нам нужно глубже изучить технологию и внимательно последить за реакцией на неё наших заказчиков. Владимир (Захаров – *Прим. ред.*) прав в том, что для каждого решения есть свой заказчик. Имеются



В 2008 году форум собрал более 170 участников

и отраслевые предпочтения, сферы, где реально существует потребность в данном функционале. Многие вендоры боялись, что, как только в России кризис пойдет на убыль, наши предприятия вернутся к подходу “у нас много денег – покупаем всё самое дорогое”. Однако этого не произошло: у нас, как на внешних рынках, срабатывает оценка соотношения цены/функциональности решения. **Предприятия учатся реализовывать подход, в соответствии с которым они правильно определяют и свои задачи, и то, сколько они готовы заплатить за продукт, способный эти задачи эффективно решить.** Возможно, что произойдет деление рынка на сегменты, в которых требуется или не требуется технология синхронного моделирования.

Хочу заметить, что компания АСКОН реализует инновационную модель развития. Мы не собираемся стоять на месте. Например, технологию прямого редактирования мы изучили уже год назад. Мы знаем, как она работает, и что нам нужно сделать.

– И всё же, чем вы ответите на этот вызов конкурентов? Вас ведь спросят об этом ваши пользователи...

М.Б. – У нас есть очень интересные задумки в этом направлении, но они пока – не для публикации. В основном “большая тройка” (**Siemens PLM Software, Dassault Systèmes, PTC**) нацелена на “верхний” рынок. Разумеется, нам лестно, что редакция *CAD/CAM/CAE Observer* ставит нашу компанию в один ряд с такими грандами. Собственно, вы недалеки от истины, тем более – об этом говорит и размер нашей доли на отечественном рынке, и комплекс решений, предлагаемый АСКОН для промышленных предприятий.

В.З. – Не хотелось бы расстраивать читателей, но применение любой, пусть даже самой новой, технологии проектирования, само по себе всё равно не даст пользователю возможности избежать решения целого ряда организационных вопросов. Параллельное, синхронное или прямое редактирование не спасают от вороха этапов согласования внесённых изменений с заказчиками и его представителями, с субподрядчиками, смежниками, производителями и пр. Новая технология всё это не обеспечивает. **Прорыв в технологическом аспекте моделирования может ускорить лишь часть собственно конструирования**, доля которого в общем процессе создания изделия составляет максимум 20%. Вот почему внедрение даже очень прогрессивной технологии никогда не является 100%-м залогом успеха. Ведь потребуются еще больше времени на адаптацию пользователей – как с точки зрения изменения приёмов работы, так и с организационной. Переход на новую платформу или технологию требует не только финансовых вложений, но и изменения психологии, привычек людей, что в итоге повлияет на успешность/неуспешность технологии на рынке.

– В этой связи, продолжаете ли вы настаивать на утверждении, что своё ядро “ближе к телу” – то есть предпочтительнее заимствованного?

В.З. – Да, конечно, ближе... Использование ядра *Parasolid* не гарантирует доступ к технологии синхронного моделирования разработчикам CAD-систем. То есть, для её полноценной реализации программистам придётся потрудиться.

М.Б. – Приведу хороший тому пример. В некоторых 3D-системах, использующих ядро *Parasolid*, существует ограничение создаваемых объектов по габаритам – до 500 метров. В нашей системе такого ограничения нет. **У нас есть заказчики, проектирующие промышленные объекты.** Это то, что обычно делается средствами системы *SATIA* – законодательницы мод в этом виде проектирования. Но теперь и у АСКОНа есть хорошие наработки в этом направлении. И наличие своего ядра даёт нам больше свободы. Подобные особенности есть и в других аспектах работы нашего ядра.

– Господа, предлагаю сменить тему и коснуться других, крайне интересных вопросов. У вашей компании прекрасные финансовые результаты и рост, хорошая репутация. Но можете ли вы позволить себе почитать на лаврах? Есть ведь стратегические вещи, о которых нельзя не думать; они объективно приходят в нашу жизнь, и от них не спрятаться...

Как вы относитесь к утверждающемуся мнению об устаревании существующей модели ведения бизнеса сапровскими компаниями, о её несоответствии уровню развития интернета и современных средств коммуникации? Грубо говоря, вы и дальше намерены продавать диски со своим ПО и кредитоваться у своих же пользователей для финансирования разработок?

М.Б. – Наш подход к сапровскому бизнесу не столь топорный, чтобы придерживаться концепции “либо CD, либо ничего”. Сегодня мы прекрасно понимаем, что заказчики приобретают не КОМПАС и не CD, а средство для решения своих задач. Как в классическом примере из маркетинговой теории: мастер, покупая дрель, покупает не дрель как таковую, а способ просверлить отверстие. Если бы это можно было сделать пальцем, он никогда бы не пошёл в магазин за инструментом. ☺

То есть, поставка клиентам CD – это одна модель решения задач заказчиков, а предоставление доступа к необходимому функционалу программ через интернет – другая. Концептуально эти вопросы мы “прощупали” и пришли к мнению, что ничего трагического или сверхъестественного в этом нет. Аналогично ситуации с технологией синхронного моделирования, по мере созревания рынка и роста интереса к новому подходу, мы готовы рассматривать его как реальную модель ведения бизнеса. Наша компания может жить и работать по такой схеме.

С другой стороны, для того, чтобы эффективно использовать услуги через интернет, нашим заказчикам придётся менять свою организационную структуру. Здесь проектная деятельность АСКОН, которой мы сейчас отдаем наивысший приоритет, лишь активизируется, поскольку на местах возрастёт необходимость создания комплексных решений. Мы здраво относимся к тому, что способ доставки ПО к заказчику может измениться. Это инновации, которые не затрагивают основ нашей компании, являющейся одновременно и разработчиком, и дистрибьютором собственного ПО. Поскольку мы работаем на всех уровнях – разработка, продажа и внедрение – мы лучше приспособлены к таким переменам и поэтому имеем преимущество.

– Значит, вы ощущаете, что наступают времена, когда клиент захочет платить лишь за доступ к актуальному ПО с нужным ему функционалом. Каковы перспективы у подхода SaaS, а также PLM on-demand в компании АСКОН?

М.Б. – Уже сегодня есть горизонтально и вертикально интегрированные промышленные корпорации, которые выстраивают свои процессы проектирования в единую цепь, и они, очевидно, будут заинтересованы в таких решениях. Мы планируем предоставить им возможность создать подобную модель, но в рамках своего предприятия, что позволит им решить задачу оптимизации затрат на ПО. При этом они всё-таки будут самостоятельно владеть процессами и данными. На эту тему у нас уже были небольшие пилотные проекты.

Ростки запросов на такие технологии в России реально начали появляться на рубеже 2007 и 2008 годов. Одна из причин – в проблеме с кадрами. За долгие годы крупнейшие предприятия растеряли безвозвратно потенциал сотрудников. Поэтому инженерные центры по разработкам создаются там, где есть кадры, а это – города-миллионники. Таким образом, всё более важной становится связь завода и инженерного центра. Из этого постепенно вырастет потребность в *PLM on-demand*. Мы это предвидим и будем соответствовать новым требованиям.

– То есть, морально вы к переменам готовы. А технически или технологически? Включают ли ваши планы будущих релизов ЛОЦМАН:PLM финансируемые мероприятия по созданию PLM on-demand?

В.З. – Морально мы, конечно же, готовы. Однако нужно понимать, что прошло всего 15 лет с того момента, как флагманы отечественного ВПК, например, на входе плавил у себя руду, а на выходе – выпускали военную продукцию. Желание предприятий самостоятельно контролировать весь процесс еще долго будет иметь место, поскольку поколения управленцев впитали его с молоком матери, как проверенную тяжелыми испытаниями модель. Пока данный подход и настроение доминируют на рынке России и СНГ, нам нужно продолжать

хорошо делать то, что мы делаем, а не бросать всё в угоду новомодным веяниям. Иначе есть серьёзный риск остаться никому не нужными – пусть даже и с самыми передовыми решениями.

В целом, в соответствии с нашим курсом и политикой новых разработок, мы ориентируемся не на “инноваторов” или “ранних последователей” в терминах продуктивных стратегий, а на тех, кто реально будет готов использовать предложенные технологии. У нас есть компании-индикаторы, чьему мнению мы доверяем. Когда от этих компаний приходят сигналы и запросы, мы воспринимаем это как знак того, что пора выводить на рынок данную технологию, приложение или функциональность. А продумываем их мы на гораздо более ранней стадии, когда появляются лишь первые очаги интереса.

С технической точки зрения мы готовы приступить к подобным разработкам. В планах на будущее их реализация заложена. Но для плавного перехода у нас и наших клиентов еще есть время, чтобы посчитать деньги. ☺

– Насколько актуальна для российских предприятий возможность взять ПО в аренду или в лизинг?

М.Б. – Позвольте привести такой пример. Мы уже были свидетелями проблем, с которыми столкнулся в этом аспекте менеджмент некоторых предприятий, взявших в аренду системы, разработчики которых практикуют передачу в аренду лицензий сроком на год. Проблема заключается в необходимости периодически и аккуратно платить за право пользования ПО или услугой. Для многих отечественных предприятий приобретение ПО на таких условиях превратилось в кошмар, поскольку бизнес-процессы поставщика и пользователя, как правило, расходятся. В связи с этим, раз в год предприятия находились в состоянии остановки. К примеру, заявку на обновление вендор не принимает раньше, чем за месяц до окончания срока аренды. За это время он успевает принять заказ и поставить услугу. А предприятиям нужно, скажем, три месяца для соответствующего оформления...

Для малого бизнеса, в свою очередь, велика важность финансовой дисциплины. Предприятие должно быть готово регулярно платить за услугу. А это нелегко, поскольку по данным, которые я приводил в своем выступлении, 25% российских предприятий – убыточные, а ещё, как минимум, 25% балансируют на грани рентабельности. Для таких предприятий делать ежемесячные отчисления, включая процедуру оформления и бухгалтерский учёт, гораздо более проблематично, нежели приобрести ПО в удачный момент и по удачной цене.

– Господа, большое спасибо за содержательный разговор и время, которое вы уделили нашему журналу и его читателям.

Санкт-Петербург, 27 мая 2008 г. 