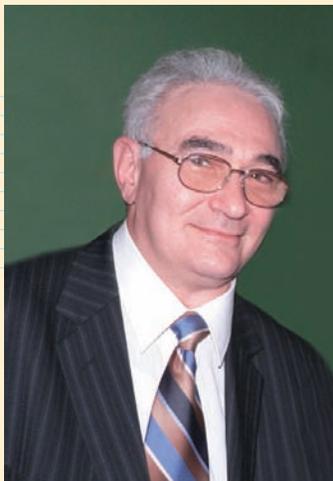


Верь глазам своим!



В меру отдохнувшая в бархатный сезон, накопившая энергию и впечатления редакция выпускает в свет очередной номер *Observer'a*, в котором, я уверен, и вендоры, и многочисленные потребители их замечательных продуктов найдут для себя что-то полезное. Я представляю только три эксклю-

зивных материала, подготовленных сотрудниками редакции.

Специалисты холдинга “Вертолеты России”, объединяющего два КБ и пять серийных заводов, дали высокую оценку эффективности *PLM*-подходов и решений, основывающихся на технологиях и программных продуктах *Siemens PLM Software*; приоритетными задачами стали организация широкого применения технологии электронного макета, прием и использование серийными заводами электронной документации. На страницах нашего журнала уже рассказывалось о перипетиях и основных результатах внедрения этой технологии на МВЗ им. М.Л. Миля (“Наше кредо – правильная организация процесса проектирования на основе компьютерной технологии”, #3/2010). Сейчас мы предлагаем материал, рассказывающий о пилотном проекте по внедрению технологии электронного макета в **ОАО “Улан-Уденский авиационный завод”**, также входящем в состав холдинга. Проект осуществляется при поддержке *PLM*-департамента компании ЛАНИТ. О многих аспектах этой работы, включая вопросы взаимодействия УУАЗ с МВЗ, ЛАНИТ, ОКБ “Сухого”, Корпорацией “Иркут”, нам поведал **Виталий Анатольевич Угловский**, начальник управления ИТ и вычислительной техники УУАЗ. Это интервью оказалось настолько интересным и содержательным, что именно ему предоставлена честь открыть 74-й выпуск *Observer'a*. У меня нет сомнений в том, что пилотный *PLM*-проект “Марьяна-Угловского” обречен быть успешным, и когда отработанные подходы и приемы внедрения будут осмыслены, а их эффективность измерена, вероятно, наступит этап расширения *PLM*-проекта до масштабов всего предприятия. Пожелаем же успехов Виталию Анатольевичу и его соратникам в этом деле!

Далее хочу предложить вниманию читателей два традиционных для начала осени обзора, подготовленных в рамках постоянно действующего и весьма популярного проекта “Короли”

и “капуста”. Первый из них (“Системы электронного и электротехнического проектирования в 2011 году: обзор достижений и анализ рынка”) вышел из-под клавиатуры моего коллеги **Сергея Павлова**; второй (“Короли” и “капуста” на ниве *CAM*: действительные и мнимые лидеры мирового рынка *CAM*-систем в 2011 году. Часть I”) подготовил ваш покорный слуга. Надо отметить, что такие материалы не появляются на свет посредством скоротечного творческого акта. Напротив, их подготовка требует определенной сноровки, наличия собственной коллекции данных, знания “где и что лежит”, переводов с английского, достоверной интерпретации всего этого и вразумительных комментариев. И трижды – аккуратности!

Не хочу расстраивать маститых блогеров (и блогеров с понтами ☺), но должен отметить, что в журнал приходят новые рекламодатели. Мы приветствуем появление легендарной компании **Fujitsu** на страницах *Observer'a* и публикуем её анонс рабочих станций **CELSIUS**, оптимизированных для работы с 3D-графикой от *Adobe*, *Autodesk*, *Dassault Systèmes*, *Siemens* и др. Порадовал нас и приход инжиниринговой компании “Игорум”, оказывающей широкий спектр услуг, в том числе по внедрению систем разработки эксплуатационной, ремонтной и сервисной документации. Надеюсь, что наше сотрудничество будет полезным и приятным.

На десерт уместно сказать о новом исследовании аналитической компании **Gardner Research**, которое проводилось среди менеджеров промышленных предприятий США, производящих изделия длительного пользования (авто- и авиастроение, медицинское оборудование, товары массового спроса, оборонная отрасль). Цель – **установить степень доверия производителей медиа-ресурсам**. Респондентами стали ответственные менеджеры и руководители производств (общим числом 3 121 человек), 80% из которых напрямую отвечают за закупку оборудования и *CAD/CAM*-систем (выжимка представлена на <http://gardnerresearch.epubxp.com/i/57709>).

Результаты этого исследования, на мой взгляд, не просто любопытны, но весьма показательны. На первом месте – **отраслевые журналы (trade magazines) с показателем 89%**. Далее идут поисковики (*search engines*) – 87%; отраслевые сайты (*industry website*) – 87%; выставки (*trade shows*) – 64%; электронные бюллетени (*e-newsletter*) – 55%; форумы (*industry forums*) – 47%; вебинары – 37%; социальные сети (*social media*) – 24%; блоги – 19%. Это должно наводить на размышления – в особенности осенью, когда верстаются маркетинговые бюджеты вендоров всех мастей и размеров...

Юрий Суханов