

“PLM в России – непаханое поле!”

Пресс-конференция компании PTC в Москве

Александра Суханова (Observer)

aleksandra@cadcamcae.lv

2 ноября 2011 года российский офис компании PTC провел пресс-конференцию, посвященную оглашению результатов 2011 финансового года, завершившегося для PTC 30 сентября. Поскольку редакция Observer'a регулярно и ответственно следит за финансовым здоровьем “королей” рынка САПР/PLM, предложенные прессе данные были заслушаны с должным вниманием – ведь очередная порция “капустных” материалов уже готовится...

Итак, в посткризисном 2011 году PTC приложила много усилий для того, чтобы обеспечить хороший рост доходов, составивший **15.5%** в сравнении с 2010 годом. **Совокупный доход компании PTC в 2011-м финансовом году составил 1 170 млн. долларов.** Почти половину выручки (48%) корпорация получила от продажи технической поддержки (*maintenance*), 29% – от продажи новых лицензий, и 23% – от оказания консалтинговых услуг. Отметим, что достигнутый в 2011 году высокий рост дохода позволил компании выйти на докризисный уровень. В ближне-срочных планах – обеспечивать еще более стремительный рост дохода с целью выйти на отметку 1 600 млн. долларов в 2014 году. Это – достойная и дерзкая цель, которую следует достичь в обязательном порядке, чтобы не отставать от главных конкурентов – *Siemens PLM* и *Dassault*.

Однако наибольший интерес присутствовавших на пресс-конференции вызвало первое публичное выступление **Александра Тасева** в качестве нового генерального директора PTC в России. Несомненно, назначение столь сильного и опытного руководителя, как г-н Тасев, ответственным за обширный и перспективный регион, каким является Россия и СНГ, позитивно отразится на достижениях компании. Это назначение, проведенное в русле инициатив руководства PTC, направленных на глубокий ребрендинг самой компании и линейки её продуктов, оказалось весьма своевременным. На наш взгляд, Александру Тасеву вполне по силам масштабные задачи, которые ему поставило руководство и которые он ставит себе сам – в том числе, вывод на рынок **Creo** (нового “модного” семейства решений, лучше отвечающих современным реалиям и потребностям предприятий с дискретным типом производства), расширение и укрепление партнерской сети, противостояние давлению конкурентов на рынке PLM и др. Достаточно вспомнить о выдающихся результатах российского офиса *Autodesk* в те времена, когда им руководил Алекс Тасев. “Свежая кровь”, новый *вижен* и, конечно же, прорывные технологии – всё это сейчас очень нужно компании PTC для того, чтобы не только сохраняя рост относительно собственных результатов, но и обеспечить опережающий рост, начать постепенно догонять своих конкурентов.



Хотя PTC, так же как и другие международные сапровские компании, не разглашает финансовые показатели бизнеса по отдельным странам, в своем выступлении г-н Тасев подтвердил, что **2011 год стал рекордным по объему дохода, вырученного PTC в России.** Общий рост бизнеса компании в России составил 50%, а если рассматривать четвертый квартал 2011 финансового года в отдельности, то рост превысил 100%. Продажи *Creo* увеличились на 80%, *Windchill Quality Solutions* (бывший *Relax*) – на 60%; рост продаж PDM-системы *Windchill* также отмечен как рекордный. Доходы от техподдержки (*maintenance*) увеличились на 100%, количество новых заказчиков – на 35%. Примечательно, что половина из десятки крупнейших в Европе непрямых сделок была заключена российскими партнерами (VAR) компании PTC.

Из ответов на вопросы нашего журнала можно сделать вывод, что г-н Тасев намерен консолидировать в своих руках управление бизнесом PTC в России, постепенно наращивать штат сотрудников московского и питерского офисов, расширять региональное присутствие, и, разумеется, развивать партнерскую сеть. По его словам, меняющиеся условия бизнеса, конкуренция и развитие PTC в целом налагают на партнерские компании требование соответствовать новым вызовам, и это благоприятно отразится, в первую очередь, на их бизнесе. Известно, что все партнеры PTC в России имеют равные права, поэтому среди них наблюдается внутренняя конкуренция. По словам г-на Тасева, разделить партнеров по географическому принципу или отраслям промышленности в России не представляется возможным. Поэтому, во-первых, существует разделение по продаваемым продуктам. Во-вторых, в 2012 году он намерен дифференцировать партнеров, занимающихся PLM, отнеся их к одному из двух уровней (базовый и продвинутый), а руководствоваться будет такими факторами, как объем их инвестиций в свой бизнес, накопленный опыт в сфере PLM, наличие человеческих ресурсов и объем реализованных PLM-проектов. При этом заниматься прямыми продажами российский офис PTC всё же не намерен.

“Если удастся донести до руководителей российских промышленных предприятий, что с помощью бизнес-платформ класса PLM можно решить многие проблемы дискретной промышленности, а также ускорить вывод их продуктов на рынок, снизить затраты, повысить рентабельность, улучшить постпродажное обслуживание, то рост PTC будет измеряться не процентами, а порядками. Безусловно, это стратегия не только на следующий год, но и на несколько лет вперед”, – сказал А. Тасев. ☺