

PTC в России – переход от количества к качеству

InnovationFORUM 2007 и “круглый стол” руководства PTC

Александра Суханова (Observer)

aleksandra@cadcamcae.lv

Весной 2007 года, в два захода, 19 апреля – в Первопрестольной, 20 апреля – в Северной столице России, прошел **PTC InnovationFORUM 2007** – 3-й ежегодный форум пользователей решений компании PTC. В совокупности двойное мероприятие собрало порядка 500 представителей заводов и КБ различных отраслей промышленности, а также преподавателей вузов, которые имели возможность получить, как говорится, из первых рук информацию о концепции развития решений PTC, о новых приобретениях, о результатах деятельности компании в целом и её представительстве в России в частности.

Руководство PTC на этот раз представляли два вице-президента: г-н **Peter Schmidt** (уже не раз появлявшийся на страницах *Observer'a*), с октября прошлого года отвечающий за бизнес PTC на перспективных рынках, куда входит Россия, Индия, страны Восточной Европы, Латинской Америки и Юго-Восточной Азии, и г-н **Howard Heppelmann** (здесь уместно вспомнить о семейственности: его брат, **James Heppelmann**, мужественно отвечал на непростые вопросы нашей редакции два года назад – см. #2/2005), ответственный за развитие бизнеса PTC в мире в целом.

Первое, что хотелось бы отметить, – это воспрянувший дух компании и её сотрудников, подкрепленный удачными финансовыми показателями деятельности PTC в 2006 году, которые дают основания рассчитывать, что отметку в 1 млрд. долларов компания сможет пересечь уже в этом году, а не в 2008-м, как ранее полагало её руководство (подробные данные о деятельности PTC в 2006 году приводятся в аналитической статье “Короли” и “капусты”, #2/2007). Кроме того, ряд удачных приобретений PTC – **Arbortext**, **ITEDO**, **Mathsoft** – позволил ей пополнить свое масштабируемое решение оригинальными продуктами и технологиями, пока не встречающимися у конкурентов, и сделавшими предложение компании уникальным на рынке САПР/PLM. В своей ответственной речи региональный директор в СНГ и странах Балтии **Арсений Тарасов** назвал 2006 год переломным и переходным “от количества к качеству”. По его словам, для представительства PTC

очень важен тот факт, что Россия сегодня является частью мощного региона, именуемого “перспективные рынки”. Теперь отстаивать общие интересы, включая требования российских предприятий, перед высшим руководством PTC стало куда легче, поскольку общий “вес” потенциала экономик региона, а также совокупный доход PTC в этих странах для компании стал достаточно значимым.

Как свидетельствуют цифры, озвученные г-ном Тарасовым, Россия, безусловно, внесла свой посильный вклад в прошлогодний успех PTC. По сравнению с 2005 годом, **рост продаж Pro/ENGINEER в денежном выражении составил 105%, рост продаж Windchill – 92%, а рост количества новых заказчиков – 32%**. К сожалению, московский офис PTC не последовал примеру своего конкурента в России – компании UGS (которая уже в прошлом году взяла на себя смелость огласить число проданных *high-end*, *middle range* и *PDM*-решений), и в очередной раз отказался открыть количественные данные своего бизнеса, ограничившись процентными соотношениями результатов 2006 и 2005 годов. Тем не менее, мы по-прежнему надеемся, что законодательство РФ в скором времени вынудит излишне скромные представительства “королей” называть и натуральные значения основных показателей своего бизнеса.

Г-н Schmidt заверил присутствующих, что удовлетворен ростом бизнеса PTC в России, но намерен влиять на его темпы с помощью более активной



Сборная команда PTC по САПР/PLM в России, СНГ и странах Балтии

инвестиционной политики, причем, в первую очередь будет совершенствоваться необходимая инфраструктура. В подтверждение этих слов было с гордостью объявлено о переезде московского представительства в новый удобный офис в самом центре города, где 8 нынешних сотрудников смогут разместиться комфортно. В ближайшее время к работе приступит менеджер по работе с малыми и средними предприятиями, а также специалист по работе с крупными стратегическими заказчиками и холдингами. К концу года персонал представительства планируется увеличить до 12 человек. Еще одним ключевым аспектом инвестиций станет оптимизация портфеля решений, предназначенного для малых и средних предприятий (SMB), а также налаживание и развитие инфраструктуры местных партнеров PTC для обслуживания и удовлетворения этого рынка. В этом году планируется запуск соответствующей целевой программы.

Серьезный рост общих доходов PTC в мире, который в прошлом календарном году составил почти 19%, г-н Schmidt объясняет несколькими факторами: «Когда мы общаемся с крупным заказчиком, мы не можем ограничиваться разговором только о технологиях. Нам приходится всё больше и больше говорить о бизнес-процессах, о том, как можно их реорганизовать для того, чтобы способствовать инновационной деятельности заказчика. Если говорить о сегменте малого и среднего бизнеса, то, естественно, что у таких компаний тоже имеется необходимость в реинжиниринге бизнес-процессов, но их потребности отличаются от потребностей крупных предприятий. Далее, если мы обратимся к странам с развивающимися рынками, то их потребности также немного отличаются от потребностей развитых стран – к примеру, таких как Германия. Именно поэтому в октябре прошлого года PTC приняла решение сосредоточить особое внимание на развивающихся странах и подходить к их потребностям соответствующим образом. Итак, если посмотреть на наши технологии, на то, как мы подходим к работе с клиентом и как мы готовы удовлетворять разнообразные потребности заказчиков, работающих в разных условиях, то это и будет именно то, благодаря чему наша компания показывает высокие темпы роста».

Однако в конкурентной борьбе за крупных и средних заказчиков PTC не собирается игнорировать армию пользователей 2D-систем (преимущественно AutoCAD), стоящих перед задачей выбора и перехода на современные 3D-решения. Именно поэтому в конце декабря прошлого года Autodesk и PTC договорились о взаимном обмене технологиями, которые повысят интероперабельность пакетов AutoCAD, Autodesk Inventor и Pro/ENGINEER (подробнее об этом мы писали в #6/2006. – Прим. ред.). На московском форуме г-н Schmidt подтвердил, что совместные разработки в этой области действительно ведутся, и что благодаря этому такой фактор конкурентного преимущества Autodesk, как формат DWG, на PTC влияния оказывать не будет. Более того, клиентам обеих компаний не надо будет беспокоиться о том, в какой именно системе были

созданы проектные данные, что в будущем, безусловно, стимулирует и облегчит переход на Pro/E тех пользователей AutoCAD, у которых накопился значительный багаж реализованных проектов.

Еще одним позитивным фактором, способствующим развитию бизнеса PTC в России, г-н Тарасов назвал положительную тенденцию в деле легализации программного обеспечения. По его мнению, это связано не только с пришедшим осознанием негативных для бизнеса предприятия последствий использования пиратского ПО. «Предприятия всё больше осознают необходимость работы непосредственно с производителем ПО и его партнерами по внедрению своих проектов. Ведь заказчику нужны не только лицензии, но скорее наш опыт внедрения и поддержки. Комплекс работ, позволяющий клиенту решать бизнес-задачи, а не закрывать сиюминутные потребности, требует тесной совместной работы с вендором. Наши заказчики теперь понимают, что, инвестируя в легальное ПО, они инвестируют в свой бизнес и снижают свои риски, что чрезвычайно важно», – подчеркнул А.Тарасов.

Одним из основополагающих принципов стратегии PTC в России является тесная работа с образовательными учреждениями – вузами и школами, что не удивительно в условиях кадрового голода в стране. Именно поэтому в российском представительстве этим занимается отдельный специалист. Цель образовательной программы – подготовка грамотных специалистов, владеющих навыками работы с современными САПР. Как отметил А.Тарасов, ему часто приходится слышать от заказчиков, что их предприятие готово приобрести решения PTC при условии, что сама PTC выступит в роли рекрутингового агентства – то есть, окажет содействие в поиске подготовленных специалистов. В этой связи PTC решила предпринять усилия по «выращиванию» квалифицированных кадров для российских промышленных предприятий. Кроме того, компания, в сотрудничестве с вузами, предлагает специалистам промышленных предприятий возможность повышения своей квалификации для профессионального роста. В настоящее время в образовательной программе участвуют около 40 вузов, и это число будет постоянно увеличиваться. В прошлом году к ней присоединились: МГТУ им. Баумана (Москва), СПбГМТУ (С.-Петербург), Волжский филиал МАДИ (Чебоксары), Костромской ГТУ, Марийский ГТУ (Йошкар-Ола), Ульяновский ГУ, Политехнический институт (Электросталь). **В планах PTC – впервые в России внедрить трехступенчатую систему обучения проектированию: старшие классы общеобразовательных школ – средние специальные учебные заведения – вузы.** По мнению специалистов компании, чрезвычайно важно начинать работать уже со школьниками, что будет способствовать как развитию их творческих способностей, так и навыков работы с трехмерными решениями. PTC готова идти еще дальше и запустить программу для младших школьников, чтобы дети могли реализовывать свой творческий потенциал, попутно определяясь, чем же они хотят заниматься в будущем.

Ну что ж, пожелаем целеустремленному московскому офису *PTC* удачи в его начинаниях. Тем, кого заинтересовали прозвучавшие на форуме доклады, можно порекомендовать обратиться на сайт <http://www.ptcinnovationforum.ru> в раздел “Материалы конференции”. А теперь вниманию читателей предлагается беседа за “круглым столом”, в которой принимали участие упомянутые выше руководители *PTC* – *Peter Schmidt*, *Howard Heppelmann* и Арсений Тарасов.

– Г-н *Schmidt*, известно, что одним из стратегически важных направлений для *PTC* является углубление отношений с *IBM* и расширение фронта совместных действий на рынке. Как здесь обстоят дела в целом, и начали ли вы сотрудничать с *IBM* в России? Пока общеизвестен лишь один пример успешной совместной работы *PTC* и *IBM* – в Канаде на площадке *CAE Inc.*, производителя летных тренажеров. Есть ли другие примеры – в Европе, в России?

– **Peter Schmidt (P.S.):** Мы продолжаем развивать партнерские отношения с *IBM*, и, естественно, мы хотели бы сделать их более конкретными и четкими. *IBM* – очень большая и сложная организация. К примеру, когда я разговариваю с руководителем *IBM* в России, то вижу, что его понимание и отношение к некоторым вопросам значительно отличается от мнения руководства других представительств *IBM*, например, в Индии, Латинской Америке, или даже отделения *PLM* в головном офисе.

Стремление улучшить взаимодействие в итоге всегда упирается в деньги: кто и сколько может заработать благодаря такому партнерству. В данный момент мы находимся в процессе выравнивания наших отношений и приведения к общему знаменателю, чтобы каждый в *IBM* и *PTC* был лично заинтересован в продаже наших решений и в том, чтобы зарабатывать на этом деньги. Финансовый интерес должна иметь не только *PTC*, но и *IBM*. Как только очевидный прогресс в этом будет достигнут, я продолжу начатые переговоры с *IBM* в Москве. На сегодняшний день, по моему мнению, в данных переговорах смысла нет. Повторяю, я открыт для переговоров, но пока никаких обсуждений с *IBM* в Москве не велось.

– **Howard Heppelmann (H.H.):** *Peter* прав, *IBM* – действительно большая организация, в которую входят много различных структур, таких как *Global Business Services*, например, или *IBM Software Group*, действующих в разных странах и обладающих значительной самостоятельностью. Поэтому их поведение и отношение к различным вопросам может значительно отличаться. За последний год отношения *IBM* и *PTC* существенно окрепли. Можно сказать, что эти отношения никогда еще не были так крепки, как сегодня. Я информирован о двух совместных с *IBM* сделках: упомянутая Вами сделка с *CAE Inc.* в

Канаде, а также с калифорнийской *Lam Research Corp.* Кроме того, благодаря *IBM* мы недавно выиграли проект по обеспечению французского правительства продуктами *Arbortext* для публикации законодательных документов и файлов. То есть, примеры успешного взаимодействия уже имеются, прогресс налицо, но его степень, конечно, зависит от того, какой рынок рассматривать. Хочу подчеркнуть, что *IBM* открыта для сотрудничества с *PTC*, а мы, в свою очередь, вкладываем средства и инвестируем в те рынки, где видим интерес и возможности для обеих наших организаций.

– Как российский рынок отреагировал на расширение продуктовой линии *PTC* за счет продуктов *Arbortext*, *ITEDO* и *Mathsoft*? Можно ли уже говорить о каком-то объеме продаж их в России?

– **Арсений Тарасов (А.Т.):** В настоящий момент мы реализуем проект по внедрению решения *Arbortext* в компании, работающей в авиакосмической отрасли, имя которой я пока назвать не могу. Несмотря на то, что работать с решением *Arbortext IsoDraw*, предназначенным для создания и просмотра технических иллюстраций, мы начали лишь в конце прошлого квартала, мы уже видим интерес к этому продукту со стороны сотни наших клиентов. И это только начало!

Что касается *Mathcad*, то этот продукт имеет ошеломительный успех в России, особенно в сфере образования. В подтверждение этого приведу факт, что в прошлом квартале на долю России пришлось 25% общего дохода *PTC* в Европе, полученного от продаж *Mathcad* в сфере образования. Мы также прилагаем усилия для того, чтобы этот продукт стал популярным среди инженеров. Для этого *Mathcad* будет поставляться вместе с набором библиотек, специально разработанных в России. Кроме того, мы хотим сообщить о том, что недавно вышла новая книга, написанная профессором В.Ф. Очковым – “*Mathcad 14* для студентов и инженеров”; работает и соответствующий интернет-сайт. В целом, мы рады тому, что успех этого продукта позитивно повлиял на результаты нашей финансовой деятельности за



прошедший год. Более того, в скором времени мы планируем локализовать новейшую версию *Mathcad*.

– **P.S.:** Продукты компании *Arbortext*, которую приобрела *PTC*, выгодно отличаются тем, что мы можем не только продавать их уже существующим клиентам, работающим в “родных” для нас отраслях промышленности, но и проникать во все сферы управления и банковских услуг, в нефтегазовую промышленность, индустрию моды и пр. Мы уже провели обучение наших российских партнеров и теперь находимся в поиске других компаний, готовых продвигать это решение в различные отрасли. Я не вижу причин, препятствующих партнерам *Autodesk*, *SolidWorks* или *UGS* в России предлагать их своим клиентам. Мы будем вести с ними соответствующие переговоры.

– *В последние годы наблюдается рост спроса как на нишевые (автономные) CAE-решения, так и на CAE-модули, интегрированные в CAD-системы. Ваши конкуренты – компании Dassault Systèmes и UGS – предпринимают очень серьезные усилия, чтобы быть в числе лидеров. Первая развивает платформу SIMULIA, сердцевиной которой служит прекрасный решатель ABAQUS. Вторая ввела в новый NX 5 все CAE-наработки пакета I-deas. По мнению специалистов UGS, их система теперь может противостоять даже нишевым решениям для расчетов и анализа. Нет ли у вас опасения, что Pro/MECHANICA (основой которой стал продукт компании Rasna, купленной PTC более десятилетия назад) не сможет составить им достойную конкуренцию? Какова стратегия PTC в этой области?*

– **Н.Н.:** Я не вполне согласен с Вами, поскольку во многих аспектах интеграции *Rasna* с *Pro/ENGINEER* мы ушли на годы вперед по сравнению с тем, что сегодня предлагает *UGS* в *NX 5*. Верно, что мы не покрываем абсолютно все области *CAE*, и что есть сферы, в которых мы будем продолжать разработки и улучшения. Возможно также, что если бы на рынке появилось соответствующее предложение по приемлемой цене, то мы бы приобрели технологию для удовлетворения растущих нужд наших пользователей. Интеграция действительно играет ключевую роль, и та степень интеграции, которую нам удалось достичь, например, с *Mathcad*, это подтверждает.

Что на самом деле нужно инженеру в первую очередь? Разработать изделие, обсчитать его, а затем использовать результаты расчетов в своих моделях. Вместо того, чтобы интегрировать всё это в *CAD/CAM*-модели, он хочет на ранней стадии разработки использовать технику и инструменты *предиктивного инжиниринга (predictive engineering)* для предсказания основных характеристик и поведения будущего изделия. Ну а затем уже он может применять инструменты наподобие *Rasna* или сторонние *CAE*-приложения, которые объединены с нашими продуктами в рамках *PTC Partner Advantage Programm*, для оптимизации созданной конструкции. Понятно, что *Mathcad* не является традиционным *CAE*-приложением, но он способен решать не менее важные задачи. **На сегодняшний день PTC демонстрирует свою способность решать озвученную вами задачу по усовершенствованию своей**

продуктной линейки тремя способами: ведя собственные разработки, покупая технологии и интегрируя в свои продукты сторонние решения.

– **P.S.:** Когда *PTC* представила публике *Pro/MECHANICA*, компания преследовала цель дать инженерам инструмент для оптимизации конструкции модели. Мы никогда не стремились предлагать этот продукт специалистам по анализу и расчетам. Для решения сложных задач у них есть *NASTRAN*. Наш подход не изменился и сегодня. Делая улучшения в *Pro/MECHANICA*, мы продолжаем конкурировать с нашими основными конкурентами, но никак не с нишевыми *CAE*-продуктами, типа *MD Nastran (MSC.Software)* или *ANSYS*.

– *Каковы функции и принципы работы PTC Global Services Organization (GSO) в России?*

– **A.T.:** Наш опыт по созданию в России сервисной организации, оказывающей консалтинговые услуги высокого уровня, показал, что *PTC* обладает абсолютно уникальным предложением на рынке с точки зрения его ценности для пользователей. Никто другой не способен реализовать процессный консалтинг на крупном предприятии (*Process service consulting*), да еще к тому же с учетом специфики конкретной отрасли. Например, мы предлагаем подход под названием *Modularity approach*, который помогает клиентам переосмыслить существующий процесс разработки изделия как такового и улучшить его за счет реализации концепции модульности. Никто этого не делает – и не потому, что в России нет компаний, которым это надо, а потому, что ни у кого нет подобного опыта.

Мы действительно хотим поделиться нашим богатым опытом с российскими компаниями. **С другой стороны, мы вовсе не собираемся составлять конкуренцию нашим партнерам по продажам.** Наша стратегия здесь очень проста: как только в разговоре с клиентом речь пойдет о сервисных услугах класса *high-end*, таких как *process consulting*, о реализации действительно большого внедренческого проекта или о тренинге специалистов в крупных компаниях, о работе над архитектурой системы, то здесь мы будем предлагать наши собственные услуги консалтинга. Ведь это не что иное, как интеллектуальная собственность *PTC*, которую компания накопила и создала за последние 10÷20 лет. Мы действительно являемся экспертами в вопросах организации процессов и в том, как правильно внедрять и использовать большие системы. Однако в случае, когда клиенту необходим простой набор обычного сервиса, такого как инсталляция, обучение работе с системой, внедрение, то эту работу будут выполнять наши партнеры. Здесь сама *PTC* не сможет принести большую пользу из-за относительно высоких цен на консалтинговые услуги. Таким образом, будет проводиться политика достаточно четкого разделения функций. Дополнительным позитивным моментом для наших партнеров станет то, что мы сможем реально показать крупным пользователям, как же правильно внедрять большую систему, проект.

– **P.S.:** Мы все знаем, какой тяжелой бывает ценовая конкуренция на развивающихся рынках. Если бы я пытался конкурировать по цене с *Autodesk*, то мне

пришлось бы нелегко. В этой связи мы задались вопросом: а в чём же российский пользователь видит главную ценность (*Value*) для себя? Оказалось, что здесь, особенно на уровне руководства компаний, понимание ценности ограничивается лицензией, которую они приобретают. Хотя лицензия – это всего лишь инструмент, не больше и не меньше. Применить эту ценность клиент может только тогда, когда он получает правильные и точные консультации.

В нашей российской практике встречалось несколько случаев, когда мы напрямую конкурировали с другими *CAD/PLM*-поставщиками на одной площадке. Решение в пользу *PTC* было принято по нескольким причинам: во-первых, наши партнеры провели действительно хорошую работу по презентации технологии и того, как она сможет помочь пользователю. Во-вторых, мы имели возможность продемонстрировать наш сервисный подход и то, как мы можем привнести *process oriented value* и *modular design (modular architecture approach)* нашему клиенту. Таким образом, благодаря данному сценарию, клиент принимал решение в пользу *PTC*. То есть, нам не приходилось конкурировать по цене, мы продавали *Value*. В этом заключается наш подход.

– Были ли уже в России случаи прямых продаж или прямого консалтинга со стороны *PTC*? Как к этому относятся ваши партнеры?

– **P.S.:** Мы не продаем здесь программные продукты напрямую, но мы оказывали сервисные и консалтинговые услуги. Это было согласовано и приемлемо для нашего партнера, который не мог оказать всех необходимых услуг. У нас было много дискуссий по этому вопросу. **Главное, к чему мы пришли: российский пользователь должен иметь местную поддержку!** К примеру, когда *PTC* ведет переговоры с глобальными корпорациями-клиентами, имеющими подразделения во многих странах, мы стремимся договориться о том, чтобы поддержку его отделений в России осуществляли российские партнеры *PTC*. Это необходимо потому, что если у нашего пользователя возникнет проблема, он не захочет названивать по международному номеру в службу, расположенную, например, в Марокко, и объясняться по-английски. Клиент предпочтет позвонить ближайшему местному партнеру, способному помочь оперативно. Вот такой подход мы стараемся реализовать. Если считать это нашей целью, то становится понятным, почему мы не можем продавать софт напрямую.

Что еще можно отметить – у *PTC* есть очень ценные знания о том, как продавать наши решения крупным клиентам, имеющим очень специфичные потребности. В таких случаях менеджер по продажам должен не только знать свой продукт и уметь его продавать, но и, что очень важно, понимать бизнес клиента и процессы на его предприятии. Только так можно продать *Value*. Именно поэтому мы приняли решение включить таких людей в нашу команду для того, чтобы они могли помочь нашим партнерам найти подход к крупным клиентам. В России тоже будет такой специалист, которого мы скоро вам представим.

– Еще одно стратегически важное направление – увеличение вклада реселлеров в дальнейший рост продаж *PTC* и, следовательно, расширение дилерской сети и повышение её эффективности. Мы обратили внимание, что доля реселлеров в общих доходах *PTC* постоянно растет – то есть, расчеты ваших аналитиков подтверждаются. Однако в своей презентации г-н Тарасов отметил, что число партнеров *PTC* в России останется постоянным, либо будет расти минимально. Как это коррелируется с корпоративной политикой *PTC*?

– **P.S.:** Спасибо за хороший вопрос. Простого ответа на него, к сожалению, нет, поскольку нам приходится балансировать между уже существующими партнерскими отношениями и обеспечением территориального покрытия. В настоящий момент у нас есть девять партнеров, и вопрос состоит в том, какой продукт мы будем продавать через конкретного партнера. Понятно, что рост *PTC* – не только органический, но и за счет поглощений. Возьмем для примера недавно приобретенную компанию *Mathsoft*. Продукт *Mathcad* стоит порядка 700 долларов. Мы не можем требовать от наших партнеров, чтобы продукт такой ценовой категории продавал отдельный менеджер – это слишком накладно. Такие продукты распространяются через интернет, посредством брендинга и рекламы и, конечно же, внутри своей клиентской базы. В таком случае мы добавляем еще одного партнера к нашей сети, и это поддерживает рост продаж *PTC*. С другой стороны, когда у нас в Москве продажей *САПР/PLM* уже занимаются три компании, то какой резон увеличивать их число?

Что же касается регионального покрытия... Когда я еду, например, в Казань, я должен задать себе вопрос, а есть ли в Казани компания и специалисты, способные понять процессы и бизнес наших клиентов? **В области машиностроительных САПР/PLM не так уж много компаний с квалифицированными кадрами и пониманием производственных процессов.** Наш подход в данном случае заключается в повышении качества, а не количества. Корреляция наших действий с корпоративной политикой есть, поскольку мы думаем над тем, какой же подход наиболее корректен в российских условиях. Вполне возможно, что один из наших партнеров откроет дополнительный офис в Екатеринбурге, например. Мы же всегда помогаем нашим партнерам усилить присутствие *PTC* в различных регионах России.

– **H.H.:** Очевидно, что следствием приобретения таких продуктов, как *Arbortext*, является необходимость расширения партнерской сети, специализации партнеров и некоторого разделения направлений их деятельности и рынков, на которых они работают. Было бы нерационально отправить продавать *Arbortext* в правительственные структуры одного из наших партнеров по внедрению *САПР/PLM*. Кроме того, мы не считаем целесообразным следовать тактике, например, *Autodesk* и *SolidWorks*, цель которых – исключительно рост продаж на массовом рынке. Сегодня всё свидетельствует о том, что выбранный *PTC* подход (*process oriented*) по продаже масштабируемых решений прибыльным компаниям, которые могут расти и масштабировать применяемое решение, является наиболее

правильным для нас. Мы хотим, чтобы наши клиенты четко понимали, что выбираемая ими технология должна являть собой компромисс между тем, что компания делает сегодня, и тем, куда она может захотеть двинуться завтра.

Таким образом, мы продолжим конкуренцию на рынке ПО, продвигая идею масштабируемых решений с помощью людей, способных продавать её. Масштабируемость заставляет пользователя задуматься над тем, что же еще он хочет делать помимо приобретения просто CAD-системы: управлять изменениями или перевести CAD-данные в документы? Другие компании предлагают повысить эффективность работы инженеров, переведя их с 2D на 3D. **PTC предлагает повысить эффективность всей организации, помогая совершить переход от использования простого CAD-решения к системе разработки изделия (Product Development System – PDS).**

– **А.Т.:** Считаю необходимым добавить, что наши партнеры открыли центры компетенции – в том числе и для поддержки удаленных от столицы клиентов. Кроме того, такие наши партнеры, как *Pro/TECHNOLOGIES* или *Softline*, имеют офисы по всей стране. Нами уже обучены их представители на местах. Мы помогаем им понять подход PTC к работе с клиентами, включая крупных, понять, как нужно продавать *Value*, помогаем в конкретной работе с их клиентами. Вы правы, у нас нет отдельного представительства в Екатеринбурге, Киеве или еще где-либо. Но мы присутствуем в регионах благодаря нашим партнерам.

– *PTC заявляет, что сотрудничает с Объединенной авиастроительной корпорацией (ОАК). Ваши конкуренты в России тоже говорят, что сотрудничают с ней. Кто прав? Есть ли у PTC победы в ОАК? Важно ли для ОАК заботиться о стандартизации применяемых CAD/CAM/PLM-решений или это может пагубно сказаться на деятельности отдельных КБ и заводов, уже сделавших свой выбор? Каково Ваше мнение по этому архиважному вопросу?*

– **Р.С.:** Спасибо за еще один прекрасный вопрос. К сожалению, мы не можем говорить публично и называть имена клиентов, с которым сейчас работает PTC в ОАК, но победы уже есть. Мой комментарий следующий. ОАК представляет собой стратегическую инициативу со стороны российского правительства, собранного вместе самые крупные авиационные производственные предприятия и конструкторские бюро. Есть понимание, что существует действительно огромный потенциал на рынке авиастроения, и что придется более тесно сотрудничать с такими корпорациями, как *Boeing* и *Airbus*. В условиях глобализации резко возросла



А.Суханова, А.Тарасов, Н.Нерпельманн, Ю.Фатеева – фото на память

конкуренция на международном рынке. Кроме того, руководство ОАК осознаёт, что из-за отсутствия в последние 30 лет инвестиций они не могут составить конкуренцию *Boeing* и *Airbus*. Для исправления ситуации им необходимо реструктурировать компании и тесно сотрудничать с конкурентами для того, чтобы получить необходимые знания. То есть, входящим в ОАК компаниям теперь придется работать вместе, по-новому и в новых условиях.

Если рассмотреть последние 10 сделок в этой отрасли во всём мире, то видно, что во всех случаях выбор был сделан в пользу решений PTC. Например, все мы знаем, что *Airbus* выбрал *Windchill* в качестве стандарта по управлению данными об изделии. Если попытаться представить будущие требования и бизнес-задачи, с которыми столкнется ОАК в ближайшие 10 лет, то становится понятным, почему другие авиастроительные компании также сделали свои стратегические инвестиции в решения PTC. Поэтому сегодня работаем на всех уровнях ОАК для того, чтобы объяснить и разъяснить, почему их коллеги и партнеры в мире применяют именно наши решения, а не конкурентов. Это очень большой проект для нас, над которым мы постоянно работаем. Хотя должен заметить, что ОАК сейчас больше, чем в чём-либо еще, заинтересована в том, чтобы стать в 2008 году публичным акционерным обществом.

– *Поделитесь, пожалуйста, с нашими читателями информацией, что это за новая разработка под названием Electronic Value Roadmap, и будет ли она локализована для России?*

– **Н.Н.:** Это замечательная вещь, о которой я с удовольствием расскажу. Около трех лет назад PTC начала соответствующий проект. Мы наняли консалтинговую компанию, и вместе с ней проинтервьюировали

три сотни своих наиболее известных в мире клиентов, лучших из лучших в своей нише – например, *Harley-Davidson*, *HP*, *Boeing*, *Airbus* и других. Мы пытались выяснить, каким же образом они используют *Product Development System* для достижения двух ключевых показателей: увеличения прибыли и ускорения процесса выхода компании на новые для нее рынки. В результате мы выявили полтора десятка общих подходов. Мы тщательно проанализировали собранный материал и разложили его на *best practices* и методологию, позволяющую формализовать последовательность шагов, которые менеджерам компаний необходимо предпринять для достижения поставленной бизнес-цели. Далее определяются бизнес-процессы, которые должны быть настроены, а также возможности и потенциал компании, как в смысле требуемого обслуживания, так и новых технологий и изменений, проведение которых необходимо для реализации процесса.

В чём прелесть и полезность электронной (программной) версии *Value Roadmap*? Она позволяет значительно облегчить и мотивировать, а также сделать наглядным переговоры *sales*-менеджеров с руководством промышленных компаний – причем, вне зависимости от сектора или отрасли промышленности, в которой работает потенциальный клиент. Например, если конкретная компания работает в авиастроительной отрасли, то *Roadmap* дает возможность рассмотреть уже зафиксированную существующую методологию и *best practices*, характерные для нее. То есть, программа фильтрует проблемы, задачи и процессы в зависимости от конкретной отрасли, рассматривает все возможные входящие и исходящие потоки (*inputs/outputs*), определяет текущий уровень зрелости компании и тот уровень, на котором она хочет оказаться. В итоге очень оперативно выдается документ, который дает оценку тому, что есть сейчас и что нужно сделать для того, чтобы прийти к желаемому результату. (Автору удалось опробовать бета-версию *Electronic Value Roadmap*. Можно отметить, что программа проста в управлении и действительно способна облегчить и труд “продажного” менеджера. Фактически, это кладёшь подходов к анализу вероятных проблем и формализованных процессов в различных отраслях, на что, как правило, тратится уйма времени. Результат выдается быстро и включает не только перечень проблем, но и руководство к действию. – *Прим. авт.*)

– **P.S.:** Локализация наших решений, в том числе и вспомогательных материалов – это справедливый вопрос с вашей стороны. Здесь я готов сказать больше. В настоящий момент мы не только готовим локализованные версии наших решений, но и **подали высшему руководству PTC просьбу включить русский язык в число стандартных языков, которые поддерживаются во всех продуктах компании.** Решение на высшем уровне пока не принято, но я настроен позитивно.

Возвращаясь к *Electronic Roadmap* – в чём её ценность для российских пользователей? По результатам моих переговоров с местными компаниями, работающими в разных отраслях промышленности, включая даже нефтегазовую, я делаю вывод о том, что главная проблема для них сегодня заключается в том, что купленный, установленный и кастомизированный софт уже не



PTC InnovationFORUM 2007 в Пуне

отвечает их насущным потребностям. Глобализация изменила условия и принципы работы, вынудила искать новые рынки сбыта. Теперь руководство задумалось над тем, как же им преобразовать свою компанию, чтобы она отвечала современным условиям и была конкурентоспособна. В таких случаях обычно проводится крупномасштабное исследование самого предприятия и рынков. К примеру, **немецкие, американские и азиатские компании уже потратили на консалтинговые услуги сотни миллионов долларов!**

Позитивный момент для наших клиентов в том, что PTC на этом рынке работает уже 20 лет, посвятив много времени изучению процессов, происходящих в компаниях различных отраслей. Еще на предпродажной стадии мы способны найти верный подход и дать клиенту правильное понимание того, как же нужно изменить процессы в компании на типовой основе. Никто из конкурентов PTC пока не способен этого сделать. Если мы ведем переговоры даже с самым высшим руководством компании, мы очень быстро можем обозначить причины, по которым следует инвестировать в наши решения. Ведь сегодня, как известно, руководителей машиностроительных компаний мало интересует, с помощью каких инструментов будет создаваться их продукция. Главное для них – видеть результат, выпускать продукт и продавать его. Наша же задача, как продавца и разработчика программных решений, – помочь ответственным лицам компании-клиента показать своему руководству то, насколько важен автоматизированный процесс разработки продукта (*PDS*) для того, чтобы успешно конкурировать на международном рынке. Вот где появляется ценность нашей *Electronic Roadmap*.

– *Господа, благодарю вас за беседу!*

Москва, 19 апреля 2007 года