

О пресс-конференции Autodesk

Александра Суханова (Observer)

aleksandra@cadcamcae.lv

Основной целью визита г-жи *Carol Bartz* в Москву в её новой роли исполнительного председателя Совета директоров *Autodesk* стало знакомство с российским представительством, повторно открывшимся два года назад и сумевшим за это время, совместно с обширной сетью авторизованных партнеров, достичь трехкратного роста бизнеса, а также встреча с некоторыми крупными клиентами. По словам самой г-жи *Bartz*, она должна “сделать всё, чтобы понять, каким образом компания *Autodesk* может помочь российским пользователям в том, чтобы вести бизнес и проектировать на мировом уровне”. Другой важной задачей, очевидно, было желание оценить рынок СНГ, его перспективы и, главное, объем инвестиций *Autodesk*, которых еще потребует продвижение, поддержка и развитие решений компании.

Популярность диверсифицированных решений *Autodesk* феноменальна, поэтому трудно не согласиться с “коронной” фразой г-жи *Bartz*: “Всё, что сделано не природой, а человеком – создано нашими клиентами с помощью решений *Autodesk!*” И всё же, на наш взгляд, несмотря на очевидные успехи в части узнаваемости её брендов и торговых марок, особого внимания сегодня требует задача легализации и обновления программных продуктов *Autodesk*, используемых на российских предприятиях.

Неудивительно, что наряду с другими вопросами эта тема была затронута на специально организованной пресс-конференции для почти 30 ведущих СМИ, общению с которыми г-жа *Bartz* уделила около полутора часов. “Все результаты интеллектуальной деятельности людей, которые создавались с определенными усилиями, должны приобретаться легально. Бизнес должен начинаться с уважения!” – подчеркнула г-жа *Bartz*.

По словам Александра Тасева, главы представительства *Autodesk*, в России и странах СНГ заметна положительная тенденция в сфере легализации ПО. Предприятия не просто опасаются прослыть пиратами, а начинают осознавать причины, по которым лучше быть легальными пользователями.

“Мы до сих пор используем метод “кнута и пряника”, хотя всё меньше и меньше пользуемся “кнутом”. Нам удастся убедить их, что следует покупать не только ПО, но и обучение, внедрение, услуги сопровождения и обновления”, – подчеркивает г-н Тасев. – “В России цены на ПО *Autodesk* ниже, чем в Европе или Америке. В крайнем же случае,

если нам не удастся убедить пользователя не воровать наш продукт, то могут быть применены и другие, юридические методы решения проблемы”. (Здесь глава представительства *Autodesk* в России намекает на членство компании в российском комитете *BSA*. Международная организация *Business Software Alliance* активно защищает авторские права разработчиков ПО, то есть, другими словами, борется с интеллектуальным пиратством. Прецеденты назначения судебными инстанциями России наказания за такие правонарушения уже имеются, так что “процесс пошел”).

Каких-либо количественных оценок прогресса в легализации продуктов *Autodesk* в России на пресс-конференции предоставлено не было, хотя проводимые российским представительством акции (такие, как “*AutoCAD* за тысячу долларов”) наверняка принесли хорошие плоды. К сожалению, даже визит г-жи *Bartz* не смог повлиять на упорное стремление представительства *Autodesk* держать абсолютно секретными количественные параметры своего бизнеса.

Поскольку для России, как и для ряда других стран, актуальна проблема дефицита квалифицированных кадров в промышленности, то ставка делается на молодых специалистов, выходящих из стен вузов. В этой связи большое внимание на пресс-конференции было уделено политике, проводимой *Autodesk* в сфере образования. Вот что рассказал об этом г-н Тасев: “Совместно с Министерством науки и образования России нами разработана и с прошлого года введена в действие специальная образовательная программа *Autodesk* – “3D Образование”. Основная цель – подготовить квалифицированные кадры для наших клиентов. В рамках этой программы мы оснастили 22 тысячами рабочих мест уже более 1100 факультетов в более чем 120 университетах на территории России. Порядка 100 тыс. студентов будут выходить из вузов каждый год, уже владея самыми современными инструментами проектирования. Только в этом году обучение прошли около 400 преподавателей!”

Заметим, что масштабность, с которой *Autodesk* взялся за вузы, сравнима разве что с планово реализуемой в течение многих лет программой АСКОНа – российского разработчика ПО и одного из основных конкурентов *Autodesk* в России.

Что ж, остается пожелать и другим софтверным компаниям подобной решимости и рвения в работе на будущее. ☺

“Вооружен решениями Autodesk – значит опасен для конкурентов!”

Эксклюзивное интервью г-жи *Carol Bartz*,
исполнительного председателя Совета директоров Autodesk

Александра Суханова (*Observer*)

aleksandra@cadcamcae.lv

Ввиду крайней занятости г-жи **Bartz** наша беседа состоялась в комфортабельном салоне лимузина, направлявшегося в московскую штаб-квартиру крупного клиента Autodesk. В беседе принимали участие г-н **Rudolf Danzer**, региональный директор Autodesk в развивающихся странах, и г-н **Александр Тасев**, глава представительства Autodesk в России и СНГ.

– Госпожа Bartz, давайте начнем с достижений. В последние годы Autodesk демонстрирует просто феноменальный рост всех основных показателей бизнеса, опережая по темпам экономики и Старого, и Нового Света. При этом высокий рост именно собственных доходов (*organic revenue*), а не доходов за счет поглощений других компаний. В чём тут дело? Какие тонкие струны души ваших клиентов вам удается задеть? Какие долговременные тенденции на рынке способствуют росту показателей Autodesk?

– Спасибо за хороший вопрос! Следует сказать о том, что во многом достичь такого успеха удалось благодаря тому, что в 90-х годах мы потратили много времени, труда и сделали очень крупные инвестиции в создание и приобретение новых программных решений для различных отраслей деятельности человека. Мы исходили из того, что нам необходимо было предложить конструкторам, дизайнерам и другим специалистам лучший способ представления создаваемых ими конструкций и данных. Мы называем это 3D, но подразумеваем цифровую модель. Жизнь показала, что если компания хочет вывести на рынок новый программный продукт, то около пяти лет уйдет на разработку, затем нужно время на то, чтобы продукт “окреп”. Но мы потратили это время в тесном сотрудничестве с нашими клиентами, для того чтобы сделать наш продукт лучше.

Апофеозом всех наших усилий стал выход в 2002 году обновленной линейки продуктов. То есть, у нас появился обширный набор решений, включающий продукты с расширенным функционалом для конструирования. В то время нашим клиентам действительно было необходимо достичь большей производительности в их работе, и самое главное – понять, как конкурировать глобально, а не локально. Условия работы и ведения бизнеса кардинально менялись, и наши решения оказались как раз под стать этим переменам на рынке.

Я воспринимаю наш успех как некую комбинацию тяжелого труда и удачи, поскольку мир действительно стремительно поменялся за последние несколько лет, а мы оказались в нужное время, в нужное место и с нужным набором продуктов. *(Улыбается)*



Carol Bartz в Москве

– Не ухудшится ли управляемость компании из-за её быстрого роста?

– Конечно, существует и обратная сторона быстрого роста. Но я бы сказала, что наша компания отличается в этом от других. Зачастую вы наблюдаете стремительный рост молодых компаний, у которых не было времени на создание, поддержание и развитие их структуры, традиций и корпоративной культуры в целом, на отладку механизмов принятия решений. А нам ведь уже 20 лет! Еще до начала столь стремительного роста последнего времени у нас уже существовали достаточно хорошая структура компании, высокая культура, умение думать и принимать правильные решения. То есть, мы не были подобны молодым компаниям, у которых никогда не было этих важных основ, но которые бурно росли и зачастую превращались в мыльные пузыри.

– Жизнь, как известно, полосата как зебра... Не грозит ли вашей компании “перегрев”? Как Вы оцениваете вероятность охлаждения бизнеса? Не боитесь ли, что Autodesk повторит судьбу PTC?

– Я считаю, что все мы должны осознавать, что могут настать и трудные времена, какими, например, были 90-е годы для Autodesk или первая половина текущего десятилетия для PTC. Думаю, главное здесь – не чувствовать себя в полной безопасности. Ощущение безопасности, как правило, приводит к ситуации, когда продукты перестают развиваться, пополняться и совершенствоваться. Давайте вспомним наш AutoCAD 13 – мы как бы споткнулись немного тогда, но приложили максимум усилий, работая быстро и эффективно, чтобы вернуться обратно. Такое случается. Компания не должна становиться ленивой, считая, что её продукты будут хороши всегда. Это не так. Необходимо постоянно находиться “в струе” и уметь принимать решения, в том числе – радикальные.

– *Вопрос о позиционировании. Существует определение Autodesk, как поставщика софтверных решений с прекрасно диверсифицированной продуктовой линией. Однако, мода на PLM не прошла стороной, а открывшиеся в связи с этим рыночные перспективы побудили компанию объявить себя PLM-поставщиком. На этой ниве доминируют UGS, альянс IBM/DS, PTC, SAP, предлагающие решения как корпоративного уровня, так и для среднего и малого бизнеса (SMB) – так сказать, “PLM от-кутор” и “PLM прет-а-порте”. Каким Вы видите здесь место Autodesk? Обрисуйте философию и планы компании как поставщика PLM-решений.*

– Во-первых, на мой взгляд, сегодня рынок PLM не слишком уж отличается от рынка 3D-систем несколько десятков лет назад. О PLM говорят давно. Существует некоторая база пользователей, success stories и ошибки внедрения. Но, тем не менее, реально с PLM оперирует всё еще очень ограниченная группа людей. Частично потому, что это дорого, частично – очень тяжело, поскольку требует реинжиниринга всех процессов на предприятии. По этим причинам решения для управления всем жизненным циклом изделия не могли стать массовыми.

Наш вклад в PLM состоит в том, что если этому направлению предначертан успех на рынке, то Autodesk должна приложить максимум усилий, чтобы сделать PLM легче и доступнее для массового применения. Это сравнимо с тем, как с помощью Autodesk Inventor и Revit мы сделали доступным 3D-конструирование любому инженеру – вне зависимости от размера компании, в которой он работает, повысив тем самым его производительность. Мы уверены, что Вы и Ваши современники, дожив до 2010 года и оглянувшись назад на прожитые годы, именно так и будете говорить об Autodesk.

Мы не собираемся становиться компанией, которая будет заниматься реинжинирингом управления инженерными процессами Boeing. Это – не наш бизнес. Однако



Пресс-конференция Autodesk: Александр Тасев, глава представительства Autodesk в России и СНГ; Carol Bartz, исполнительный председатель Совета директоров Autodesk

существуют десятки тысяч компаний среднего уровня, департаменты, отделы очень крупных компаний-производителей, которые с удовольствием будут использовать наши PLM-решения. Здесь уместно провести параллель с пакетом Inventor, который когда-то считался пригодным лишь для конструирования в небольших компаниях, а теперь выходит на уровень конкуренции с CATIA. Теперь выбор в пользу того или иного продукта зависит от специфики проекта и целей, которых хочет достичь пользователь. То есть, однажды мы проснемся и увидим, с чего мы начали и куда пришли с нашим PLM!

Мы очень осторожны с PLM, потому что хотим понять, что из всего этого действительно имеет лишь узкоспециальное применение, а что может стать товаром массового потребления. Есть такая тенденция, что PLM-система очень индивидуальна для каждой компании и даже для каждого отдельного её подразделения, поскольку каждый желает делать свою работу по-своему, управлять по-своему, сохранять и использовать данные по-своему. Мы хотим убедиться, что именно из всего этого должно быть стандартизировано, а что – кастомизировано. У нас здесь свой, отличный от конкурентов подход. Мы не собираемся выступать против SmartTeam и подобных систем.

– *Очевидно, что одной из непростых задач для Autodesk на пути к превращению PLM в массовый продукт для SMB-рынка, а также для внедрения своих решений в подразделениях крупных международных компаний, является трансформация стереотипов. Потенциальные пользователи пока не видят Autodesk в роли своего PLM-поставщика, в отличие от UGS, DS и PTC...*

– Действительно, как я уже говорила ранее, мы пока не являемся поставщиком PLM-решений такого уровня, но можем стать им со временем. Это не то, с чего следует начинать. В данный момент мы бы не хотели оказаться вовлеченными в глубокий и длительный консалтинг,

двух-, трех-, четырехлетнюю инсталляцию и настройки. Гораздо большему можно научиться, фокусируясь на отдельных группах специалистов и изучая их работу, порядок взаимодействия и то, как они могут быть связаны с кем-то еще. И наоборот – то, с чем столкнутся специалисты конкурентов в процессе одного грандиозного по сложности внедрения, они могут больше никогда и нигде не встретить. Это не наш бизнес. Предполагаю, что в году этак 2010-м нам с вами будет очень интересно оглянуться назад и проанализировать, что же произошло за это время.

– Буквально накануне Вашего приезда в Москву, во время телефонной конференции с финансовыми аналитиками, г-н Carl Bass, новый CEO компании, заявил: “Нам не нужен PLM! Это – провал!” По его словам, реальный рынок PLM сегодня оценивается в 1 млрд. долл., а не 20 и не 30, как предсказывали известные аналитические компании; исходя из этих оценок Autodesk будет строить свою инвестиционную политику... Так вам действительно не нужен PLM?

– То, что сказал Карл – верно. Он подразумевал следующее. Нам не нужен PLM для того, чтобы сделать наши финансовые показатели положительными и привлекательными. Мы и без этого завоевали лидирующие позиции среди упомянутых вами ранее конкурентов. Поэтому у нас есть время всё правильно проанализировать и затем следовать выбранной PLM-стратегии. В отличие от PTC, у которой без PLM мало что останется от компании, так как доход от продаж новых конструкторских лицензий очень мал в сравнении с доходом от PLM. Говоря так, Карл имел в виду, что объем продаж наших 3D-решений (design sales) значительно растет, поэтому нам не нужен PLM, чтобы выживать. Поэтому мы можем быть очень аккуратными с тем, как развивать PLM-направление и наращивать его долю в нашем бизнесе. Сегодня наши конкуренты настолько оказались зависимы от PLM, что случись чего в этой сфере – и они окажутся в беде. Autodesk – нет! Вот, что хотел сказать Карл.

– С другой стороны, нельзя отрицать, что за PLM/PDM кроется перспектива роста доходов, упускать которые Autodesk вряд ли захочет. Всё больше появляется примеров, таких как компания York Refrigeration. Это ваш клиент в Америке с 33 лицензиями Inventor, для поддержки которых установлено 52 рабочих места Autodesk Productstream Creator, 100 мест Productstream Reviewer и 25 мест Productstream Explorer. То есть, на 33 места Inventor приходится 180 мест PDM-продуктов. Соотношение впечатляет...

– Это верно. Но надо помнить, что Карл говорил с финансовыми аналитиками, которые сводили разговор к тому, как же они могут поверить в наши показатели роста, если Autodesk недостаточно сильна в сфере PLM/PDM. На что он им ответил: “Не волнуйтесь, с нашим ростом всё в порядке. Нам не нужен PLM для его обеспечения. У нас успешный бизнес на действующих направлениях, а PLM может вырасти и позже”.

Сегодня во время моей встречи с российскими партнерами Autodesk мы как раз обсуждали перспективы и



возможности внедрения PDM-систем в России, поскольку здесь уже появилось много клиентов, которые приняли решение стандартизоваться на Inventor и Productstream. **Мы развиваем PDM. Это важно для нас и наших пользователей, но не критично для наших финансовых показателей.**

– Уже несколько лет Inventor носит титул самого продаваемого 3D-пакета. Однако в первом полугодии 2006 года было продано меньшее количество лицензий, чем в первом полугодии прошлого года. Кроме того, этот показатель оказался ниже, чем у главного конкурента – SolidWorks. Наверняка в Autodesk уже проанализировали причины снижения продаж и пришли к каким-то выводам. Что Вы могли бы сказать по этому поводу? Сможет Autodesk удержать лидерство и в этом году?

– Во-первых, следует отметить, что в III квартале мы снова вышли вперед по продажам Inventor. Мы реализовали несколько очень крупных проектов в Китае и России, в рамках которых большое количество лицензий ушло в эти страны. Думаю, Вы стали свидетелем кратковременных квартальных колебаний, которые случаются.

Некоторое снижение продаж Inventor в первом полугодии совсем не связано с рынком и его состоянием, и вряд ли – с самим пакетом. Так случилось, что в тот период времени значительный рывок по количеству продаж совершил AutoCAD Mechanical. Предполагаю, что в первом полугодии многие по достоинству оценили этот продукт и, несмотря на то, что всю эту работу они могли бы выполнять в Inventor, стали использовать AutoCAD Mechanical. Да, мы почувствовали себя немного позади, но теперь опять всё в порядке.

– Какие шаги предпринимает Autodesk в противостоянии с SolidWorks – своим основным конкурентом в сфере машиностроительного ПО?

– **С.В.:** Это всегда интересно, так как, на мой взгляд, мы очень хорошие конкуренты. Что бы мы ни

делали, это идет на пользу клиентам и отрасли в целом, поскольку технология конструирования, предлагаемая нами сегодня, очевидно значительно превосходит то, что было 6-10 лет назад. В конкуренции с *SolidWorks* для нас важное значение имеют, во-первых, наши 2D-решения, а во-вторых, зачастую, – кто из нас быстрее доберется до клиента. (Улыбается)

Я действительно считаю, что наши продукты лучше, что в мире машиностроения существует потребность в комбинации 2D- и 3D-систем, и что наилучшим образом это могут обеспечить решения *Autodesk*. ***AutoCAD Mechanical* вместе с *Inventor* являются беспроблемной комбинацией!**

– **R.D.:** Я думаю, что еще одним важным преимуществом *Autodesk* в конкурентной борьбе является огромная пользовательская база и хорошо обученная обширная дилерская сеть. К примеру, реселлеры *SolidWorks* очень сильно фокусируются на одной отрасли промышленности, в то время как многие наши партнеры работают в двух и даже трех отраслях. Кроме того, мы предлагаем полный спектр 2D-, 3D-, PDM-решений.

– **C.B.:** В долгосрочной перспективе PLM-стратегия компании *DS* вкупе с таким набором продуктов, который есть у нее, сбивает с толку пользователей. Кроме того, совсем неочевидно, как же далеко пойдет *SolidWorks*, и где всё-таки начинается *CATIA*. Тем не менее, рынок только выигрывает от нашей конкуренции.

– **A.T.:** Кэрл права, в соперничестве с *SolidWorks* наше преимущество состоит в том, что у *DS* существует внутренняя конкуренция между *SolidWorks* и *CATIA*. Если мы посмотрим на различные секторы промышленности, то создается впечатление, что внутри реселлерской сети *SolidWorks* и *CATIA* нет ясности, кто где работает. Это заметно тормозит их работу. С другой стороны, в России у *SolidWorks* есть и свои преимущества перед *Autodesk*. Пакет *SolidWorks* раньше нашего появился здесь, а также раньше был локализован и адаптирован для российского рынка. По этой причине компания и её решения были лучше приняты рынком и пользователями. Сегодня это уже не так, потому что, как продукт, *Autodesk Inventor* вполне способен конкурировать с *SolidWorks*. Кроме того, у нас есть блестящая возможность использовать наше преимущество – высокую узнаваемость бренда *AutoCAD*. Это значительно облегчает нам процесс перевода нашей пользовательской базы на наши новые 2D- и 3D-решения, *AutoCAD Mechanical* и *Inventor* соответственно. **Здесь мы видим очень большие перспективы и новые возможности для работы нашего представительства, значительно превосходящие потенциал компании *SolidWorks* в России.**

– *Отвечая на вопрос нашего журнала о ценовом давлении Autodesk, CEO SolidWorks г-н Jeff Ray сказал, что эта политика подрывает финансовую стабильность реселлеров Autodesk, и в ряде стран (Бразилия и некоторые европейские) уже были случаи, когда из-за низкой рентабельности крупные реселлеры Autodesk переходили на продукты других компаний. Более того, есть мнение, что подобный подход подрывает рынок систем среднего класса в целом. Каков Ваш взгляд на это? Повлияла ли на него сегодняшняя встреча с российскими партнерами Autodesk?*

– **C.B.:** Я не буду комментировать высказывание нашего конкурента, поскольку я с ним не согласна. Мы вкладываем много сил в то, чтобы понять местный рынок и политику формирования цен в этом регионе. Мы не можем допустить ситуацию, когда российские инженерные компании будут вынуждены покупать наши продукты по тем же ценам, которые существуют, к примеру, во Франции. Очевидно, что и средний уровень жизни, и средняя зарплата в этих регионах отличаются. Поэтому мы хотим быть очень “чувствительными” в нашей ценовой политике, реализуемой в различных странах и регионах мира.

Наши партнеры нуждаются, в общем-то, в том же. Если цена на ПО слишком высока и не соответствует

общей ситуации на рынке, то объем продаж партнеров будет невысок, и им будет тяжело. По результатам нашей утренней встречи могу сказать, что наши партнеры очень быстро и активно развиваются, кто-то показывает двух-трехкратный рост. Некоторые из них предлагали снизить цены еще – по их оценкам, так они смогли бы продавать больше. Но в целом, по мнению большинства наших партнеров, ценовая политика соответствует российскому рынку и благоприятствует развитию и стабильности их компаний. Они зарабатывают деньги, а у наших клиентов складывается правильное впечатление о компании, о том, что мы реализуем особый подход, учитывающий местные условия. Поэтому руководители нашего местного представительства имеют полномочия, позволяющие адаптироваться к рынку, на котором работают.



Александр Тасев, глава представительства Autodesk в России и СНГ

– **R.D.:** Сегодня утром у нас состоялась очень живая беседа с нашими ведущими партнерами в России, во время которой мы обсуждали, в том числе, и вопрос ценообразования. Вот какая работа была проведена в *Autodesk* в этом направлении. Во всех развивающихся странах, к числу которых относится и Россия, была выстроена своя ценовая политика на наши продукты, которая основывается на различных показателях рынка. Наиболее важными являются индексы и векторы развития промышленности в целом и её секторов – в частности. Внутри секторов промышленности – например, машиностроительного – тоже есть непостоянные факторы. Кроме того, отличаются векторы развития и продаж PLM-, 2D- и 3D-продуктов. Всё это влияет на

формирование цены на тот или иной продукт на конкретном рынке. Наши партнеры принимают участие в определении многих факторов и векторов, что позволяет нам здраво и трезво оценивать ситуацию и потенциал рынка. Свидетельством тому является финансовая стабильность и рост продаж, осуществляемых нашими партнерами, чему мы рады и что считаем важным для нас.

– Тем не менее, блестящие успехи, которых добились ваше представительство в России, повторно открывшееся два года назад, во многом вызваны реализацией специальной ценовой политики. Говоря проще – значительным снижением цен на продукты для машиностроительной отрасли в сравнении с вашими прямыми конкурентами. Разве не так?

– А.Т.: Стандартная цена на *SolidWorks* действительно отличается от цены *Inventor*'а. Но, наблюдая за рынком, мы пришли к выводу, что у этой компании система ценообразования отличается от нашей, и поэтому при каждой сделке цена на их продукт оказывается разной.

– С.В.: Если вы посмотрите на доход *SolidWorks*, поделенный на количество проданных мест, то окажется, что средняя розничная цена очень близка к нашей. Она не будет в два или более раз выше стоимости *Inventor*'а.

Вот, что они делают, например: продают три продукта по высокой цене, но дают пять лицензий. Таким образом *SolidWorks* как бы держит цену высокой, но отдает часть пакетов бесплатно. Я не знаю, почему наши конкуренты так озадачились этими разговорами и постоянным сравнением цен. Хотите верить, хотите – нет, но клиент не выбирает софт, основываясь только на цене. В действительности, он выбирает что-то за его функционал, поскольку та работа, которую он выполняет, имеет для него гораздо большее значение. А *SolidWorks* ведет что-то вроде игры со своими ценами: у них есть официальный прайс-лист, но по этим ценам они не продают. Цена *SolidWorks* “на улице” такая же, как и на наш *Inventor*. Поэтому, когда они утверждают, что проигрывают нам сделку из-за цены, – это неправда. А цены *Autodesk* не меняются так сильно от сделки к сделке. Вот это – честно!

– А.Т.: Высказывания о том, что наши цены слишком низкие для рынка систем среднего уровня, не соответствуют действительности. Часто мы слышим обратное, нам говорят, что цены всё еще слишком высоки. Когда мы встречаемся в открытой конкуренции у клиента, цены на конкурирующие продукты часто опускаются значительно ниже, чем указано в нашем прайс-листе.

– С.В.: Я хочу добавить, что мы очень серьезно и “чувствительно” относимся к местной политике и структуре формирования цены. Приведу несложный пример: полтора года назад я посетила Индию. Один из наших клиентов подошел ко мне и заявил, что стоимость *AutoCAD* сравнима с годовой арендой его офиса. Понятно, что он не купит его за такую цену, а будет пользоваться нелегальной версией. По его словам, он бы очень хотел купить наш продукт, но цена одной лицензии, сопоставимая со стоимостью годовой аренды офиса, для него неприемлема. А дело было в том, что наш реселлер

в Индии продавал ПО по ценам Австралии, куда вам даже не нужно ехать, чтобы сообразить, насколько экономика этой страны здоровее индийской.

Поэтому наша задача – устанавливать и корректировать цены, основываясь на местных экономических условиях. Как я уже говорила, мы не допустим того, чтобы наши продукты в России стоили столько же, сколько во Франции или США. Более того, в Японии, например, наши продукты стоят намного дороже, чем в США. **Если ваши цены не соответствуют местному рынку – вы не в своем уме!** Поэтому я не согласна с мнением, что *Autodesk* демпингует на рынке, я считаю это очень практичным шагом. И это приносит свои плоды!

– В линейке продуктов 2007 года Autodesk в очередной раз изменила и зашифровала формат данных AutoCAD. Это серьезный удар и по вашим же пользователям со старыми версиями, и по альянсу Open Design Alliance (ODA), и по целой отрасли других разработчиков (и их пользователей), кормящихся вокруг продуктов Autodesk. Насколько оправданы эти действия? Каковы сегодня взаимоотношения с ODA? Предпринимает ли Autodesk какие-либо юридические действия в отношении ODA, чтобы остановить reverse engineering формата DWG?

(Уже после этого интервью стала известна более подробная информация о ходе судебного разбирательства. См. статью “Компания Autodesk привлекла к суду Open Design Alliance” в этом же номере журнала. – Прим. ред.)

– Я не могу комментировать то, что делает или будет делать суд, но могу сказать следующее. Для наших клиентов файлы DWG – их актив, их имущество. Созданные нашими клиентами модели, конструкции, сборки – всё это важная часть их активов. Поэтому им нужно быть уверенными в том, что то, что они создали, чего-то стоит. До этого они не были в этом уверены. Процесс, который мы начали против ODA, отражает наше желание устранить неуверенность наших клиентов в том, будут ли они, как говорится, “сидеть за рулем настоящей машины”, или нет. (Улыбается)

Кроме того, люди могут прийти к нам, став нашими клиентами, и использовать DWG. Но если они идут к кому-то другому, кто использует наш DWG, наш клиент должен знать об этом. Мы разработали DWG и имеем право защищать и охранять структуру наших файлов. Это мы и делаем, внедряя “водяные знаки”.

– Помимо прочего, подобными действиями “стимулируется” переход ваших клиентов на новейшие версии...

– Нет, речь идет не об этом. Нам бы хотелось, чтобы клиенты переходили на новые версии потому, что их восхищают те новые возможности, которые в них заложены. Этот переход действительно в большей степени зависит от нас, от того, насколько хорошо мы делаем свою работу, чтобы пользователь действительно хотел “апгрейднуться” и применять включенные в релиз инструменты. И я думаю, мы справляемся с поставленной задачей. Если пользователя заботит его производительность и эффективность его работы в целом, которые новая версия нашего софта может значительно повысить, то с таким

подходом обновление очень быстро себя окупает. Хорошим примером тому служит переход с AutoCAD 2005 на AutoCAD 2006. По данным проведенного среди пользователей исследования, в результате такого перехода производительность труда возрастает на 26%. Это значит, что если прежде свою работу конструктор или инженер делал за пять дней, то теперь он сможет выполнять её всего за четыре! То есть, экономическая причина – вот что действительно подталкивает кого-то сделать обновление.

– Профессиональная сапровская пресса высоко оценивает результаты Autodesk в организации платной подписной кампании на сервис и обновление версий, но при этом критикует за жесткость в сроках приобретения обновлений. Насколько демократично шантажировать пользователей таким образом? Ваш комментарий...

– Мы говорим, что пользователь может сделать апгрейд в любое время, но за это нужно будет платить. Например, две конкурирующие компании работают на рынке. Первая своевременно платит и обновляет системы, вторая же использует версию трех-, четырехлетней давности. Почему у нее должно быть право на тех же условиях вдруг выйти на уровень передовой компании?

Как вы понимаете, исследования и разработки, в результате которых формируются новые версии продуктов, небесплатны. Только в этом году на эти цели Autodesk в целом потратила почти 300 млн. долларов. Поэтому за это нужно платить. Я бы здесь использовала аналогию с автомобилями. Если Вы ездите на автомобиле 2002 года и хотите приобрести новый – версию 2007 года, то за свой старый автомобиль вы получите меньше денег, чем если бы ездили на машине 2006 года. Просто потому, что он столько уже не стоит. Так почему же мы должны приравнивать пользователей версии 2002 года к тем, кто работает в 2006-й?! За это время было проделано много работы, огромный труд разработчиков вложен в каждый релиз. Всё очень просто. Кроме того, мы не говорим, что пользователь больше не сможет работать в нашем пакете – в отличие от некоторых разработчиков, чьи продукты просто “останавливаются”, как САПР, например, в которой есть внутренние часы. Наши продукты можно использовать без временного ограничения, но если вдруг вы захотите новую версию – заплатите за это столько, сколько она стоит. Так же, как со временем теряет в цене ваш автомобиль. Концепция та же.

– PTC, купившая компанию Arbortext в прошлом году и ITEDO в этом году, активно работает над интеграцией в свои PLM-решения средств для подготовки технической документации и иллюстраций. Эти приобретения позволили PTC достичь отличных финансовых показателей в 2006 году. Каковы планы Autodesk в этом направлении?

– В этой сфере деятельности мы не объявляли о какой-либо активности, поэтому у меня нет комментариев по этому вопросу.

– Мы сегодня говорили о политике и достижениях Autodesk в Восточной Европе, Китае, России... А что делается для мусульманского мира, для его, так сказать, интеграции в общую цивилизацию, для приближения к плодам НТП в сфере проектирования и производства? Каковы результаты там?

– R.D.: Мы ведем бизнес во всех странах мусульманского мира – за исключением Ирана, который подпадает под эмбарго со стороны США, а также за исключением Сирии и Судана. Решение о том, как и с чем идти на рынок, принимается исходя из нескольких главных критериев: размер рынка и его потребности. Например, в Объединенных Арабских Эмиратах у нас очень сильные позиции, мы – очевидный лидер рынка 2D, а также в сфере решений для строительства. У нас там открыт и активно работает офис, насчитывающий 7 человек, занимающихся продажами и управлением сетью партнеров. Число сотрудников будет расти. Устройство и функционирование Autodesk там напоминает ситуацию в России и СНГ и в остальной части Европы. Реселлеры и Value Added Distributors авторизованы работать в различных сферах: в машиностроении, строительстве и ГИС.

У нас также есть реселлеры в Кувейте, Бахрейне, Катаре, Омане, Палестине, Ливане, Ливии, Афганистане и Ираке. Однако в последних упомянутых странах мы работаем не так активно в связи с очевидными причинами. Кроме того, в этих странах наши продукты еще не локализованы и используются их английские версии. Причина в том, что большая часть инженеров, непосредственных пользователей систем, по происхождению индийцы, так что в локализации пока нет потребности. В целом же там в инженерных дисциплинах применяются британские стандарты, что также дает нам преимущества.

– Не собирается ли Autodesk купить часть акций, а может даже и контрольный пакет, выставленной на продажу Intergraph Corporation?

– Мы не даем комментариев до того, как о приобретении будет официально объявлено. Компания Intergraph существует на рынке уже долгое время, поэтому можете делать выводы самостоятельно.

– Хотя, как Вы верно заметили, об этом заранее не говорят, не могли бы Вы поделиться общими соображениями о том, грядут ли поглощения местных компаний-разработчиков в России, стратегические альянсы?

– Знаете, если у местных компаний действительно есть интересующие нас технологии, и местное законодательство позволяет “знать, что мы покупаем”, то мы обратим на них внимание. Такие приобретения уже были сделаны, например, в Чешской республике. Autodesk, безусловно, будет двигаться в направлении новых технологий и открывающихся возможностей.

– Госпожа Vartz, благодарю Вас за то время и внимание, которое Вы уделили нашему журналу, а также за теплую беседу.

– Пользуясь предоставленной возможностью, позвольте и мне от себя лично и от имени Рудольфа и Алекса пожелать вашим читателям весело отметить стремительно приближающиеся Рождество и Новый год и, конечно же, получить желаемые подарки. *(Улыбается)*

28 ноября 2006 года, Москва. ☺