

В первой части “капустных” материалов за 2008 год, опубликованной в прошлом номере журнала, мы сосредоточились преимущественно на анализе квартальных и годовых доходов четверки “королей” рынка САПР/PLM, к коим традиционно относим *Autodesk (ADSK)*, *Dassault Systèmes (DASTY)*, *Parametric Technology Corporation (PTC)* и *Siemens PLM Software (SPLM)*. Вторая часть обзора посвящена сопоставлению вкладов географических регионов в “королевскую казну”. Причем, рассматривать и оценивать эти вклады мы будем через призму мирового кризиса, всё ту же затягивающего удавку на, как оказалось, отнюдь не могучей шее мировой экономики.

“Короли” и “капуста” – 2008

Финансовые итоги крупнейших разработчиков САПР/PLM за 2008 г.

Часть II. Географический аспект извлечения доходов в период мирового кризиса

Юрий Суханов (observer@cadcamcae.lv)

Руководителю на заметку

Мышление, стандартное или нестандартное, не имеет отношения к поиску путей выхода из мирового кризиса. Человечество выйдет из него, когда по-настоящему захочет этого. “Откровения Давосских мудрецов”

Не нужно быть Мишелем де Нотрдам, чтобы предсказывать очевидное на коротком историческом плече. Нынешний мировой кризис тоже оказался из разряда предсказанных, но вряд ли был ожидаем народонаселением как реальная угроза – быту, планам, мечтам и надеждам. Для всех игроков рынка САПР/PLM, вне зависимости от их титула и географической принадлежности, условия ведения бизнеса в текущем году стали одними из тяжелейших в их истории. Мировой рынок насторожился и замер, как потревоженный сурикат: много неясностей, неопределенностей, несогласованностей...



Никто, включая грандов экономики, не знает наверняка, каковы текущие параметры рынка, улучшатся или ухудшатся условия к концу 2009-го или в 2010 году. Однако имеется общественное ожидание (не будем путать с математическим) большей ясности и более четких ориентиров и оценок ситуации к концу текущего года. Более того, не исключено, что появятся новые привлекательные возможности для инвестирования (в том числе и в сапровский бизнес), обещающие хорошую прибыль, когда начнется рост потребления, производства и экономики в целом.

Но до этого еще нужно дожить, и эта незамысловатая и одновременно тревожная мысль становится лейтмотивом “песни бытия” производственных и обслуживающих производство отраслей реального сектора экономики.

Диверсификация “королевских” доходов по географическим регионам

Хотя известно, что финансовый кризис начался еще в 2007-м, за точку отсчета его прихода в реальную экономику принято считать падение её показателей в 2008 году. На примере доходов “королей”, контролирующих свыше 60%

мирового рынка САПР/PLM и оперирующих на всех географических широтах, можно достаточно уверенно судить о состоянии дел не только в отрасли разработки ПО, но и в сфере его потребления, а также о географических предпочтениях в выборе сапровских брендов и об их популярности. Напомним читателям, что в отчетах они относят свои доходы к трем географическим регионам:

- Америка (включающая территорию двух континентов – Северной и Южной Америки);

- условная “расширенная” Европа, объединяющая в данном контексте страны собственно Европы, Ближнего Востока и Африки;

- Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР), в который входят и Австралия с ...ландией (чудаковатый, рассеянный, но симпатичный и достойный уважения литературный герой по имени Паганель догадался, что это за страна; а вы догадались? ☺).

✓ **ADSK.** Общие доходы американской компании *ADSK* в 2008 г. выросли на 6.6%. При этом в Америке они снизились на 2.7%, но увеличились в Европе (на 14.6%) и в АТР (на 7.5%). Таким образом, в наибольшей степени пострадали доходы компании в Америке, родине мирового кризиса: здесь мы видим не просто замедление роста, как это было в 2007 г., а реальное падение доходов – 782 млн. в 2008 г. против 804 млн. долл. в 2007 г. Причем, в первых двух кварталах 2008 г. наблюдался рост по сравнению с 2007-м, а в III и IV кварталах – резкое падение. Как говорят сами представители *ADSK*, на мрачном общем фоне бизнеса в регионе еще более темным пятном являются США, в то время как Латинская Америка и Канада названы пятном светлым.

Наша историческая таблица географических доходов “королей” (табл. 1) свидетельствует, что мы фиксируем первое за период наших наблюдений снижение доходов знаменитой компании в Америке. Этот факт также говорит о потенциальной силе нынешнего кризиса, которую эксперты и специалисты вряд ли могли правильно оценить в его начальной фазе.

В таких сферах массового применения ПО от *ADSK*, как архитектура и строительство, киноиндустрия и сфера развлечений, пользователями являются проектные организации. Из-за кризиса они в одночасье лишились доступа к кредитам на выполнение своих проектов, включая и покупку ПО. Конечно, кризис вынудил экономить и промышленные предприятия всех размеров. Однако, как отмечает руководство *Autodesk*, режимы экономии, введенные на крупных предприятиях,

не оказывают существенного влияния на бизнес *ADSK* из-за их малочисленности в составе клиентской базы.

Доходы *ADSK* в Европе сами по себе – феноменальные: чуть более 1 млрд. долл. До сих пор ни одному из “королей” не удавалось заработать такие деньги на территории одного географического региона. Европа благоволит и даже балует *ADSK*: темпы роста её доходов (23.1÷31.6%, см. табл. 2) здесь были высоки на протяжении всего последнего десятилетия. В итоге это привело в 2007 году к тому, что европейские доходы этой американской (по месту регистрации) компании превысили её доходы на родине. В 2008 г. это стало еще более заметным: 1003 млн. долл. в Европе против 782 млн. в Америке. Конечно, снижение темпов роста доходов *ADSK* в Европе с 27.4% в 2007 г. до 14.6% в 2008-м – явление

Табл. 1. Распределение доходов “королей” по регионам мира (млн. USD)

	Обе Америки				Европа				Азиатско-Тихоокеанский регион			
	<i>ADSK</i>	<i>DASTY*</i>	<i>SPLM</i>	<i>PTC</i>	<i>ADSK</i>	<i>DASTY*</i>	<i>SPLM</i>	<i>PTC</i>	<i>ADSK</i>	<i>DASTY*</i>	<i>SPLM</i>	<i>PTC</i>
1'2002	106.8	53.9/47.3	-	80.3	71.8	88.1/ 77.3	-	48.6	50.7	40.5/35.5	-	46.1
2'2002	92.7	53.6/49.3	-	76.0	66.2	84.1/ 77.3	-	57.0	52.5	53.6/49.3	-	50.0
3'2002	87.4	52.6/51.8	-	79.9	58.2	79.0/ 77.7	-	60.9	43.1	44.3/43.6	-	45.7
4'2002	87.3	63.4/63.5	-	70.9	67.2	123.2/123.3	-	53.8	41.0	37.8/37.8	-	47.2
Σ2002	374.2	223.5 / 211.9	416.7	307.1	263.4	374.4 / 355.6	289.0	220.3	187.3	176.2 / 166.2	154.9	189.0
1'2003	92.1	51.0/54.7	-	67.8**	68.1	78.4/ 84.1	-	57.6**	50.6	40.0/42.9	-	45.6**
2'2003	84.8	51.6/58.7	-	-	79.1	81.4/ 92.5	-	-	47.8	48.3/54.9	-	-
3'2003	104.9	49.9/56.2	-	-	77.6	79.2/ 89.2	-	-	51.3	47.2/53.2	-	-
4'2003	127.8	62.8/74.7	-	-	112.4	114.9/136.7	-	-	55.1	50.1/59.6	-	-
Σ2003	409.6	215.3 / 244.3	403.4	251.8	337.2	353.9 / 402.5	325.2	233.8	204.8	185.6 / 210.6	168.6	183.8
1'2004	121.5	49.3/61.6	-	54.9	108.8	82.8/103.5	-	61.5	67.6	44.1/55.1	-	48.3
2'2004	115.1	52.0/62.7	-	59.8	98.9	86.6/104.4	-	58.5	65.6	53.9/65.0	-	50.1
3'2004	137.0	60.2/73.6	-	61.4	95.8	84.6/103.5	-	61.1	67.4	43.2/52.8	-	47.6
4'2004	137.3	69.6/90.3	-	58.0	140.2	117.6/152.5	-	68.0	78.7	52.8/68.5	-	43.0
Σ2004	510.9	231.1 / 288.2	424.0	234.1	443.7	371.6 / 463.9	373.7	249.1	279.3	194.0 / 241.4	180.3	189.0
1'2005	130.5	55.8/73.2	109.2	63.2	134.1	93.6/122.9	92.8	59.2	90.5	49.8/65.4	50.6	53.7
2'2005	141.3	69.5/87.7	124.3	66.4	140.6	102.1/128.7	110.7	66.4	91.1	45.6/57.5	50.0	47.6
3'2005	160.3	74.8/91.3	123.8	84.1	133.4	85.5/104.4	110.8	60.8	84.6	53.5/65.2	55.6	50.2
4'2005	177.1	83.2/99.0	139.2	75.9	150.1	156.7/186.4	125.2	75.0	89.6	64.3/76.5	61.3	41.6
Σ2005	609.2	283.3 / 351.2	496.5	289.6	558.2	437.9 / 542.4	439.5	261.4	355.8	213.2 / 264.6	217.5	193.1
1'2006	170.0	75.8/ 91.2	121.2	78.1	164.0	111.6/134.2	99.3	66.7	101.0	64.7/77.8	53.1	50.5
2'2006	168.0	81.1/101.9	-	91.0	174.0	135.2/169.9	-	72.0	108.0	63.7/80.0	-	52.6
3'2006	194.0	90.8/115.8	-	115.7	160.0	124.2/158.4	-	73.8	103.0	61.3/78.2	-	54.8
4'2006	203.0	108.3/139.7	-	86.5	189.0	170.9/220.4	-	82.7	105.0	70.2/90.5	-	52.4
Σ2006	735.0	356.0 / 448.6	507.7	371.3	687.0	541.9 / 682.9	472.1	295.2	417.0	259.9 / 326.5	238.9	210.3
1'2007	185.0	96.1/125.9	-	89.4	206.0	122.8/160.9	-	82.8	117.0	72.0/ 94.4	-	55.8
2'2007	195.0	93.6/126.2	-	86.9	204.0	140.8/189.9	-	86.2	127.0	71.3/ 96.1	-	51.8
3'2007	218.0	96.1/132.1	-	102.2	203.0	130.9/179.9	-	101.6	118.0	72.1/ 99.1	-	62.8
4'2007	206.0	106.0/153.5	-	84.5	262.0	181.4/262.8	-	101.6	131.0	75.7/109.7	-	55.1
Σ2007	804.0	391.8 / 537.7	-	363.0	875.0	575.9 / 793.5	-	372.2	493.0	291.1 / 399.3	-	225.5
1'2008	191.0	93.9/140.6	-	88.2	259.0	138.7/207.7	-	106.2	149.0	74.8/112.0	-	63.4
2'2008	203.0	95.9/149.9	-	90.0	267.0	157.1/245.6	-	111.8	150.0	73.2/114.4	-	69.9
3'2008	216.0	101.4/152.8	-	101.9	258.0	146.1/220.1	-	130.7	133.0	70.8/106.7	-	66.9
4'2008	172.0	118.9/156.8	-	83.5	219.0	178.3/235.1	-	99.4	99.0	85.7/113.0	-	57.5
Σ2008	782.0	410.1 / 600.1	-	363.7	1003.0	620.2 / 908.5	-	448.0	530.0	304.5 / 446.1	-	257.8

Примечания: * – суммы в EUR/USD; ** – данные компании *Daratech*

ADSK's quarterly total revenue by geographical regions in 2006÷2008

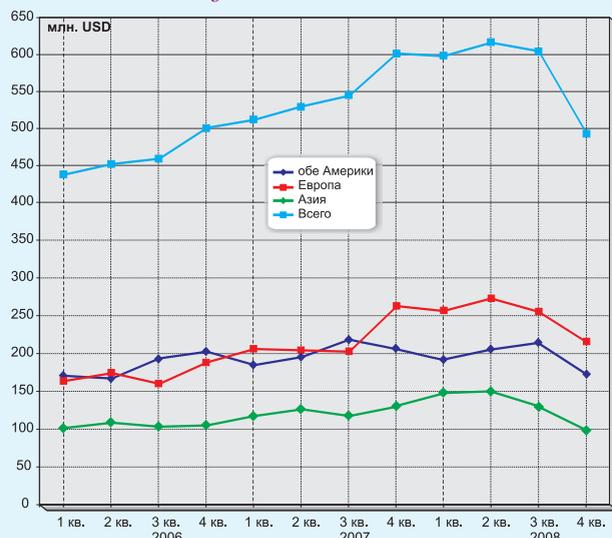


Рис. 1. Динамика общих доходов ADSK по географическим регионам за 2006÷2008 гг.

весьма ощутимое и неприятное для компании, но это пока не останавливает сам рост доходов в этом регионе (причем рост в темпе, недостижимом в Америке или АТР). По мнению руководства компании, её бизнес в Европе будет и дальше укрепляться и превосходить как американский, так и азиатский бизнес.

В 2008 году доходы ADSK в АТР составили 530 млн. долл. (это чуть больше половины её доходов в Европе или две третьих от доходов в Америке). На протяжении первых трех кварталов 2008 г. доходы компании в АТР росли как на дрожжах по сравнению с соответствующим периодом 2007 г., причем, тон задавали Индия, Китай и Япония. Однако IV квартал финансового года (закончившийся в январе 2009-го) принес глубокое разочарование: падение доходов по сравнению с III кв. 2008 г. составило 26%, а по сравнению со II кв. – 34%. Глобализация привела к тому, что из США кризис очень быстро добрался до Азии и вполне там освоился (если у нас в Латвии сегодня безработных не менее 120 тысяч, то в Китае без работы остались уже десятки миллионов человек).

Табл. 2. Годовые темпы роста доходов “королей” по регионам мира (%)

	Обе Америки				Европа				Азиатско-Тихоокеанский регион			
	ADSK	DASTY*	SPLM	PTC	ADSK	DASTY*	SPLM	PTC	ADSK	DASTY*	SPLM	PTC
2003	9.5	-5.2/15.3	-3.2	-18.0	28.0	-5.5/13.2	12.5	6.1	9.3	5.0/26.7	8.8	-2.8
2004	24.7	7.3/18.0	5.1	-7.0	31.6	5.0/15.3	14.9	6.5	36.4	4.5/14.6	6.9	2.8
2005	19.2	24.8/21.9	17.1	23.7	25.8	17.8/16.9	17.6	4.9	27.4	9.9/ 9.6	20.6	2.2
2006	20.7	25.7/27.7	2.3	28.2	23.1	23.7/25.9	7.4	12.9	17.2	21.9/23.4	9.8	8.9
2007	9.4	10.0/19.9	---	-2.2	27.4	6.3/16.2	---	26.0	18.2	12.0/22.3	---	7.2
2008	-2.7	4.7/11.6	---	0.2	14.6	7.7/14.5	---	20.4	7.5	4.6/11.7	---	14.3

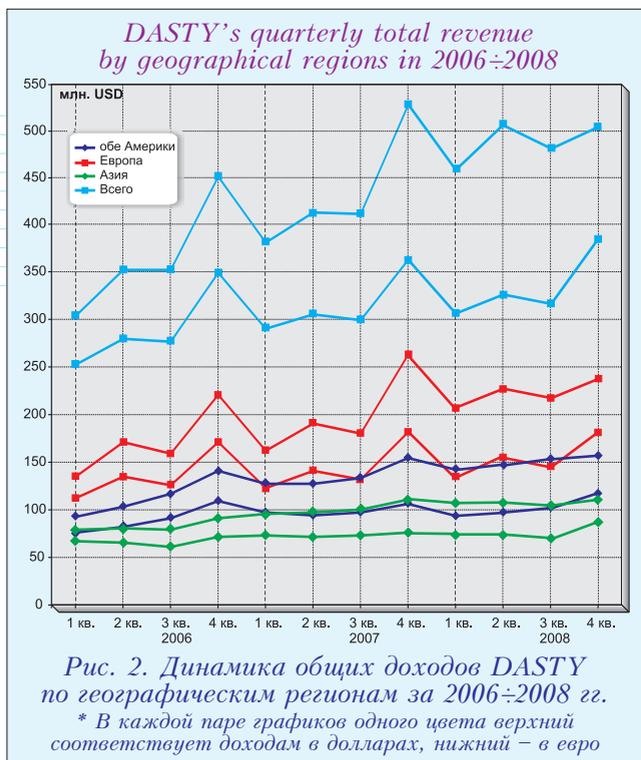
Примечания: * – суммы в EUR/USD

“Мы преисполнены гордости за свои результаты в 2008 г., включая достижение рекордного уровня годовых доходов, усиление нашего присутствия на рынке за счет новых территорий, а также добавление новейших, замечательных технологий в портфолио наших лучших в своем классе продуктов”, – так подытожил прошедший год **Carl Bass**, президент и главный исполнительный директор Autodesk.

В отношении влияния кризиса на бизнес компании г-н Басс высказался весьма дипломатично: “Поскольку глобальные экономические условия в первой и второй половинах 2008 г. существенно отличались, мы предприняли активные действия для снижения наших издержек и трат, что позволило нам лучше соответствовать реалиям сегодняшнего дня. Наши сильные рыночные позиции и лучшие на рынке в своём классе продукты вселяют в нас уверенность, что Autodesk сможет достойно выйти из этого спада, улучшив при этом свои рыночные позиции и повысив свою эффективность”.

✓ **DASTY**. Общие доходы DASTY в 2008 году выросли почти на 13% в долларовом исчислении, как будто кризиса и нет вовсе... Даже если счет вести в евро, то и в этом случае рост налицо – правда, более скромный, всего 6%. Поскольку DASTY – французская компания, её доходы в родной Европе лишь немного уступают европейским доходам ADSK (908.5 против 1003 млн. долл.). При этом рост доходов в Европе у обеих компаний фактически равный – 14.5% и 14.6% соответственно. Отчеты DASTY называют следующие причины роста её доходов в Европе. Во-первых, результативная работа компании во многих европейских странах, в особенности в Германии и России(!). Во-вторых, более эффективная работа сети реселлеров (ныне называемой *PLM Value Channel*), которая во многих странах пришла на смену командам IBM, некогда единолично представлявшей на рынке САПР/PLM интересы DASTY заодно со своими.

В абсолютном значении доходы DASTY в Америке составили 410.1 млн. евро (600.1 млн. долл.), а в АТР – 304.5 млн. евро (446.1 млн. долл.). Кризис всё же повлиял негативно на рост доходов компании в Америке и в АТР, но не смог остановить его. Так, в Америке по сравнению с



2007 г. рост доходов снизился с 10% до 4.7% при исчислении доходов в евро (с 19.9% до 11.6% при исчислении в долларах). Продажи софта и услуг подразделениями *ENOVIA* и *SIMULIA* в основном и стимулировали рост доходов в обеих Америках. В АТР рост доходов по сравнению с 2007 годом снизился с 12% до 4.6% при исчислении в евро (в долларах – с 22.3% до 11.7%). Отчеты компании показывают, что наибольший и стабильный вклад в обеспечение её азиатских доходов внес Китай, и что очень слабыми оказались результаты в Японии.

Среди крупнейших сделок 2008 г. можно выделить следующие, достойно представляющие все географические регионы:

- аэрокосмическая промышленность – *Bell Helicopter, Boeing, Chengdu Aircraft, EADS, Parker Hannifin, Piaggio Aero*;
- производство товаров массового спроса и упаковки – *Barilla, Pacific Brands, Procter & Gamble*;
- хай-тек – *Lenovo, Leviton, L-3 Communications, Nikon, Nokia Siemens Network, Panasonic, Toshiba*;
- отрасль услуг – *Cambric, TUV Rheinland, American Bureau of Shipping*;
- производство промышленного оборудования – *Komatsu, Sanyo Machine Works, Stara S.A.*;
- энергетика и строительство – *Arup, OKG, Skanska*;
- автомобилестроение – *EDAG, Johnson Controls, Tenpacku, R Corporation*.

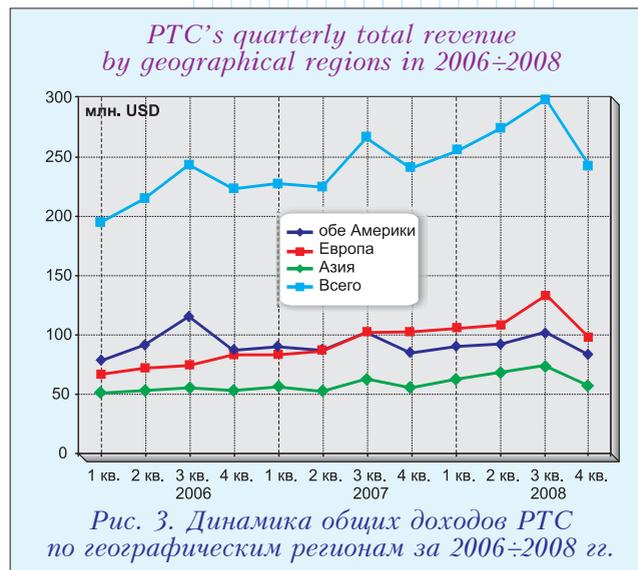
Thibault de Tersant, старший вице-президент и CFO компании *Dassault Systèmes*, так

комментирует завершение 2008 г.: “Конец третьего квартала нам представлялся вполне благополучным для достижения запланированных на 2008 г. показателей общих доходов и прибыли, но к концу года мы пришли с несколько худшими показателями из-за значительного и повсеместного ухудшения макроэкономических условий в четвертом квартале”.

Нам думается, что *DASTY*, если и пострадает из-за кризиса, то в наименьшей среди конкурентов степени. Технологическое лидерство, инновационность продуктов и комплексность решений компании, потрясающий состав её клиентской базы, представляющей “цвет” самых передовых отраслей промышленности мира, лояльность и преданность пользователей – всё это позволит ей пережить кризис с минимальными потерями.

✓ **PTC.** Общие доходы *PTC* в 2008 г. превысили принципиальную отметку в 1 млрд. и достигли 1069.5 млн. долларов, что на 11.3% превысило доходы за 2007 г. В целом, несмотря на кризис, для компании этот год сложился весьма удачно, и мы вместе с *PTC* рассчитывали, что ей удастся создать плацдарм для штурма новой высоты – 1½ млрд. Но, как известно, мы предполагаем, а располагает только Бог... Сегодня уже очевидно, что более актуальной задачей для компании стало сохранение достигнутых рубежей, и тут уж почти все средства хороши.

В Европе доходы компании выросли на 20.4% и составили 448 млн. долл. Для лиц “королевского” ранга абсолютные цифры доходов – средненькие, зато их рост – рекордный и высокий для периода кризиса. Более того, уже второй год подряд европейские доходы *PTC* превосходят американские: 372.2 млн. против 363 млн. в 2007 году и 448 млн. против 363.7 млн. в 2008-м. Есть два обстоятельства, которые необходимо учитывать, когда сопоставляются величины



доходов *PTC* в Европе и Америке за 2008 г. Во-первых, из-за высокого курса евро к доллару европейские заработки компании в евро генерировали дополнительный доход в долларах. Во-вторых, *PTC* в III кв. выиграла крупный контракт с *EADS*, что несколько искажает общую картину соотношения её доходов в Европе и Америке.

В Америке рост доходов *PTC* в 2008 году составил ничтожную цифру – 0.2%. Это значит, что компании удалось сохранить доходы на уровне 2007 г. и лишь чуточку добавить. А вот в Японии у *PTC* – успех: 118.2 млн. долл., что на 21% превышает доход за 2007 г. Надо отметить, что доходы компании в АТР оказались на неожиданно высоком уровне: 257.8 млн. долл. в 2008-м против 225.5 млн. в 2007-м; в целом же рост доходов по региону достиг 14.3%.

Должностные лица *PTC* отмечают, что на рост доходов компании в 2008 г. помимо слабости доллара повлияла хорошая работа дилеров, количество которых постоянно увеличивается, а также засчитанные как свои доходы известной сапровой компании *CoCreate*, поглощенной *PTC* в самом конце 2007 г. Свою дилерскую сеть *PTC* оценивает сегодня как эквивалентную по потенциалу каналам распространения *SolidWorks* или *Inventor*. Компания рассчитывает, что выход в 2009 году нового PDM-продукта *ProductPoint* на базе *SharePoint* от *Microsoft* поможет ей привлечь новых клиентов, возбудить интерес у старых и в какой-то мере ослабить негативное воздействие мирового кризиса на её бизнес.

Хотя *PTC* и не является основным игроком в автомобильной отрасли, однако, на конференции по итогам года CEO компании **C. Richard Harrison**, воодушевленный крупной победой своего PLM-решения на площадке *EADS*, сумел найти слова яркие и острые. Сказаны они были присутствовавшим журналистам и аналитикам, но обращая г-н *Harrison* к американским автоконцернам в целом, и к *General Motors* в частности: “Автомобильные компании Соединенных Штатов любят заявлять, что их дела неважные из-за давления профсоюзов, обременительных условий пенсионного обеспечения их сотрудников и всякого такого прочего. Я заявляю вам публично, что они [автоконцерны] не преуспевают, потому что используемые ими [программные] продукты плохо пахнут. Это – главная причина. Они не применяют наши продукты. Возможно, здесь есть связь. Им следует обратиться к нам, если они хотят улучшить свои позиции”.

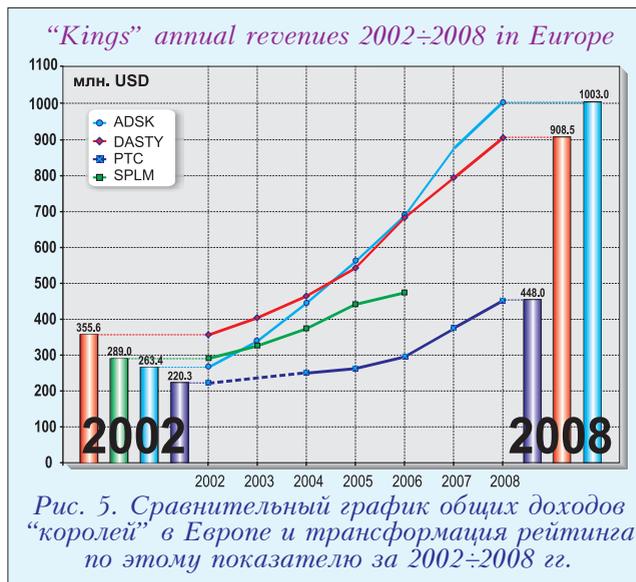
Его слова перекликались с тем, что днем раньше тоже публично высказал **Bernard Charlès**, президент и CEO компании *Dassault Systèmes*. По его словам, *General Motors*, самый крупный пользователь *NX* и *Teamcenter* от *Siemens PLM Software*, возможно стал бы более продуктивным, если бы перешел на *CATIA*.

Что ж, о возможности таких инвектив в отношениях между венчурными конкурентами мы

уже предупреждали, и можем лишь добавить: давайте будем снисходительными к нашим героям в период мирового кризиса. На смену дождю вновь придет солнце, и, будем надеяться, риторика на высшем уровне вновь станет если не королевской, то хотя бы джентльменской.

Сколько европейцев не корми, у американцев процент всё равно больше!

Не успели мы как следует оглядеться по сторонам, как оказалось, что нас окружает уже совсем другое общество – постиндустриальное, для которого программное обеспечение стало важной частью жизни. И вот уже постоянный мониторинг ПО “на всех широтах” становится насущной задачей, отдельной дисциплиной и специальностью. Некоторые замечания, наблюдения, заимствования и собственные размышления о географическом аспекте общих процессов на рынке ПО, возможно, могут быть применены





(или хотя бы преломлены) и к интересующему нас рынку САПР/PLM.

Согласно оценке **PricewaterhouseCoopers** в соавторстве с *European National Software Associations*, на долю Америки приходится 49% мирового рынка ПО, на долю Европы – 31%, на АТР – 20%. Европейские эксперты называют следующие причины такого положения дел. Во-первых, на уже большом историческом отрезке американским компаниям предоставлен более легкий доступ к капиталу для воплощения своих идей и проектов по сравнению с их европейскими коллегами. Во-вторых, в отличие от США, где законодательство давно создано и отработано, в Европе – сколько стран, столько языков и нюансов национальных законодательств, что препятствует разработке ПО международного уровня или усложняет её. Наконец, американские поставщики ПО везде в мире ведут себя весьма агрессивно. В течение последних лет они существенно усилили свое присутствие на европейском рынке, причем используемый ими метод укрепления позиций эффективен и надежен – поглощение конкурентов или технологических доноров. Сегодня уже свыше 50% доходов европейского рынка ПО принадлежат американским вендорам, а более трети самых успешных компаний Европы зарегистрированы в США.

В качестве примера доминирования американских софтверных компаний приведем следующие цифры и соотношения. Двумстам самым крупным софтверным компаниям, представленным в Европе, принадлежит 76% европейского рынка ПО. Если эту подавляющую часть принять за 100%, то на долю американских разработчиков будет приходиться 52% рынка. Для сравнения: на долю французских компаний – 3%, компаний из Соединенного Королевства – 5%, из Германии – 9%. Читатели согласятся с нами, что для европейца вообще и для чопорного британца, амбициозного француза и самоуверенного немца в частности, цифры эти выглядят удручающе.

Хотя фактически всеми признаётся, что на снижение доли американцев на европейском софтверном рынке рассчитывать вряд ли можно, мнения экспертов разнятся относительно того,

будут ли янки продолжать усиливать свои позиции или нет. Один из факторов в пользу сохранения статус-кво – значительное уменьшение в Европе числа софтверных компаний существенного размера, которые могли бы быть кандидатами на поглощение. Так что ожидать новых



слияний и поглощений европейцев американцами в крупных масштабах не стóбит.

Американские вендоры уже убедительно представлены в быстроразвивающихся секторах ПО, таких как виртуализация, онлайн-поставки, различное инфраструктурное ПО и приложения. Ведущие интернет-игроки тоже могут рассчитывать на успех в Европе. Позитивные изменения в этих сегментах отрасли ПО должны обеспечить им возможность усиления своего присутствия в Европе, впрочем, как и в других географических регионах. Таково мнение уважаемого нами г-на *Charlès*, CEO *Dassault Systèmes*.

Главные игроки уже использовали в своих интересах большинство имевшихся возможностей для консолидации рынка, в среднесрочной перспективе они планируют присоединить к себе и несколько оставшихся, потенциально интересных и пока самостоятельных разработчиков. Эта относительная насыщенность помогает американским вендорам обуздать свои амбиции. Приобретение софтверных компаний меньших размеров, вероятно, будет набирать темп в Европе, причем инициировать этот процесс и лидировать в нём будут сами европейцы. Однако, как только они начнут достигать некоторой критической массы и будут интегрированы в общий бизнес, то сразу станут весьма привлекательными целями для своих заокеанских визави. Как говорит *Chris Ouwinga*, CEO компании *Unit 4 Agresso*, европейским компаниям следует научиться быть “охотниками, а не дичью”, как это обычно бывает.

Из крупных европейских игроков рынка ПО самостоятельными пока остаются компании *SAP* (Германия), *SAGE* (Великобритания) и *Dassault Systèmes* (Франция). Надолго ли?..

Географические рейтинги “королей” рынка САПР/PLM

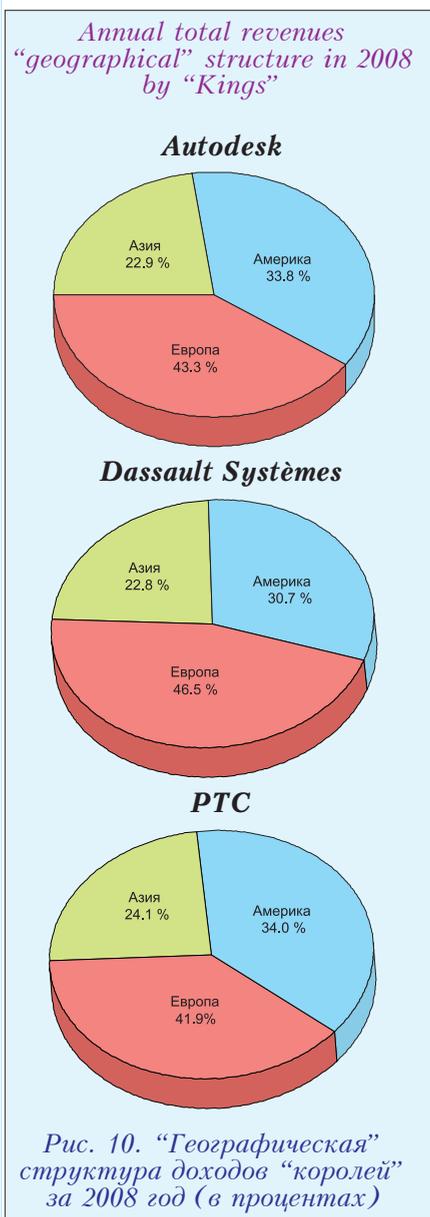
Согласно нашей оценке, опирающейся на собственноручно собранную информацию и на данные консалтинговой компании *CIMdata*, ситуация с “урожаем” 2008 года на мировом рынке САПР/PLM выглядит примерно так: 34.7% доходов собираются в Америке, 43% доходов своим происхождением обязаны Европе, 22.3% – АТР.

Если смотреть на ситуацию в разрезе регионов дислокации

(регистрации) корпораций, то при формальном подходе картина видится абсолютно ясной – доминирование США налицо. При неформальном же подходе это уже не кажется столь очевидным. Возьмем для примера *SPLM* (бывшая *UGS*). Это американская корпорация зарегистрирована в США и там же платит налоги, но принадлежит она немецкому конгломерату *Siemens*. В любом случае, строгой корреляции наших оценок с результатами исследования *PricewaterhouseCoopers* не наблюдается.

Желтую майку лидера по доходам в Америке *ADSK* не снимает с 2003 года, когда ей впервые удалось отобрать её у *SPLM*. Этот год примечателен также тем, что он был последним, когда доходы *PTC* в Америке превышали эти доходы у *DASTY*. С 2004 г. американские доходы *SPLM* уступали только доходам *ADSK*, “короля” массовых поставок технического ПО для многих отраслей и сфер. Однако затем *SPLM* ушла в тень (или увлеклась игрой в молчанку), так что мы не знаем в точности, когда её доходы на родине оказались ниже, чем у пришедшей компании *DASTY*. Самые высокие темпы роста доходов в Америке в 2008 г. наблюдались у *DASTY* при расчетах в долларах (11.6%); второе место тоже принадлежит *DASTY*, но при расчетах в евро (4.7%). Рост доходов *PTC* чуть отличен от нуля (0.2%), поэтому у этой компании – 3-е место; замыкает рейтинг *ADSK* с отрицательным значением роста (-2.7%).

В период мирового кризиса *ADSK* явно не собирается тратить на одежду других цветов, выступая на европейском рынке в любимой желтой майке уже три года подряд. Однако лидерство *ADSK* здесь менее уверенное. Не исключено, что французская компания *DASTY*, занимающая 2-е место в европейском рейтинге, сможет в условиях кризиса приблизиться к лидеру или даже обогнать его на этом более отзывчивом и восприимчивом к концепции *PLM* рынке. Третье призовое место в Европе заслуженно принадлежит *PTC*. Впрочем, по величине доходов 3-е место в данном случае более чем вдвое уступает второму, и поэтому *PTC* не представляет для лидеров рейтинга никакой угрозы (невзирая



Ratings of volume investments in CAD/CAM/PLM in 2002÷2008 for main sub-regions



Рис. 11. Рейтинги субрегионов по объемам инвестиций в САПР/PLM за 2002÷2008 гг.

Main sub-regions ratings by annual investments growth rates 2003÷2008 in CAD/CAM/PLM

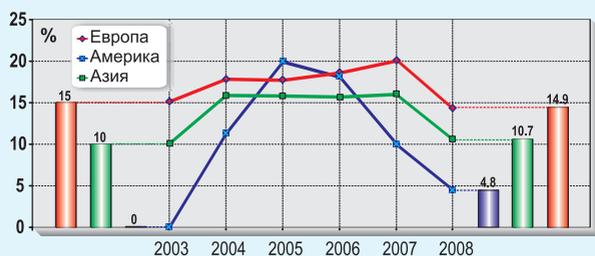


Рис. 12. Рейтинги субрегионов по темпам роста инвестиций в САПР/PLM за 2003÷2008 гг.

даже на громкую победу в бенчмаркинге европейского консорциума *EADS*). Однако *PTC*, будучи американской компанией, является, тем не менее, абсолютным лидером по темпам роста доходов в Европе в 2008 г., и даже кризис не смог помешать ей достичь показателя 20.4%. Второе место у *ADSK* (14.6%), третье – *DASTY* (при расчетах в долларах – 14.5%). При расчете доходов в евро рейтинг тоже замыкает *DASTY* (7.7%).

По распределению мест в гонке лидеров оригинальностью АТР не отличается. Как и в других географических регионах, здесь всё в той же майке лидирует *ADSK*; вторым номером в peloton (основную группу гонщиков) входит

Projected % growth in technical application software by local currency

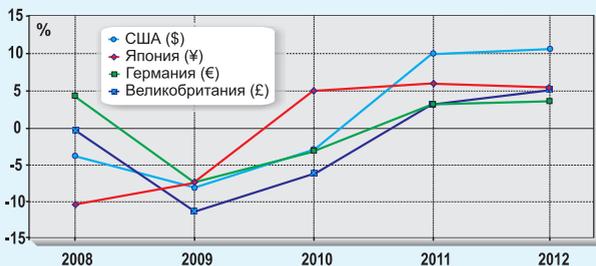


Рис. 13. Прогнозируемый рост/спад продаж технического ПО

DASTY, замыкает – *PTC*. При этом самая высокая скорость в 2008 году оказалась опять же у *PTC* (14.3%); на втором месте – *DASTY* при расчетах в долларах (11.7%), на третьем – *ADSK* (7.5%). На четвертом оказывается *DASTY* при расчетах в евро (4.6%).

Опытные читатели согласятся со мной, что в приведенных в этом разделе данных нет ничего особо примечательного, за исключением одного – высоких темпов роста доходов *PTC* в Европе и АТР.

Заключение

Прогнозы на будущее сегодня предлагаются разные: оптимистические, хорошие, плохие и просто “ужастики”. А вывод – один: **постиндустриальное западное общество не способно обеспечивать стабильное развитие мировой экономики**. Поиск путей обеспечения стабильности и развития продолжится. На этом пути большинству будет нелегко, да и меньшинству – не просто (представьте свои чувства, если бы вас вдруг стали лишать привычного миллионного бонуса “За годовые заслуги”).

Известная английская аналитическая и консультационная компания *Cambashi* на основании проведенного исследования (в их опросе принимали участие и мы) предположила, что рынок технического ПО (в том числе, САПР/PLM) далее в своем развитии будет повторять форму латинской буквы V (первой в слове *victoria* – победа, что в некотором смысле символично).

Исследование *Cambashi* позволяет предложить ответ на ряд важных вопросов, поставленных в первой части “капустных” материалов. За точку отсчета для явно ошутимой фазы кризиса принята середина 2008 года (рис. 13). В данный момент мы находимся в острой фазе довольно крутого, и потому болезненного, скатывания на дно. К середине 2009 года это дно, по всей видимости, будет достигнуто. В зависимости от региона, падение продаж в этот момент составит 7.5÷12%. Предполагаемое пребывание на дне не окажется продолжительным, однако для подъема понадобится вдвое больше времени, чем для спуска – два года. На восстановление до прежнего, докризисного уровня уйдет еще год. Итого: один год будет потрачен на скатывание и три года – на подъем.

Можно довериться этому исследованию, можно преисполниться скепсиса, но нельзя опускать руки. Описанный сценарий представляется весьма правдоподобным и даже вселяет некую надежду на возможность компенсировать потери в будущем. Ну, а главное, – какие выводы мы сделаем из того, что с нами произошло?..

В следующем номере журнала мы планируем продолжить публикацию материалов проекта “Короли и капуста”.

(Продолжение следует)