

# “Короли” и их “капуста”

## Финансовые итоги крупнейших разработчиков САПР за первое полугодие 2001 г.

Руководителю на заметку

Все течет, все меняется... Возможно, кто-то воспринимает бег времени как неспешный, окружающий мир – как статичный, а сменяющие друг друга события, отражающие этот бег, – как ничего не значащие в его жизни и ничего не определяющие в судьбе. О, счастливчик!

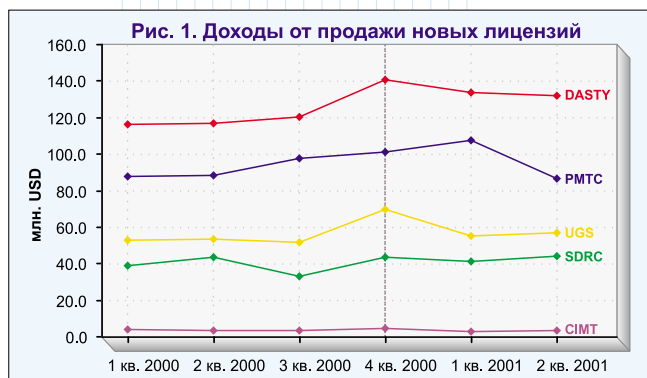
Казалось бы, вот только что мы активно собирали информацию о прошлогоднем финансовом положении крупнейших компаний-разработчиков САПР для предыдущей статьи о “королях” и “капусте”, копировали 30 декабря – день последней торговой сессии – графики биржевых котировок с сайта NASDAQ. И вот сентябрь уж на дворе... Кровавый сентябрь.

Все “короли” дисциплинированно предоставили финансовые отчеты за полгода, которые мы и постарались тщательно препарировать, извлеченные данные сравнить, сопоставить, снабдить комментарием и предложить их читателям в уже привычном виде. Для более четкого прослеживания тенденций в бизнесе “королей” помимо данных за рассматриваемое полугодие на графиках запечатлены и соответствующие прошлогодние показатели, что дает пищу для ума и, вкупе с другими данными, позволяет желающим строить вероятные прогнозы развития процесса глобализации.

### Доходы от продажи новых лицензий

Не лишним будет повторить, что доходы от продажи новых лицензий – важнейший показатель деятельности разработчиков САПР. Их объемы и динамика позволяют судить об эффективности бизнеса, темпах его прироста, скорости развития компаний-разработчиков и их продуктов и, в конечном счете, ранжирование именно по этому показателю определяет реальное место компаний и их пакетов на рынке.

Данные, собранные нами из официальных отчетов компаний-объектов нашего исследования, показывают, что никаких принципиальных изменений в положении компаний по этому показателю за прошедшие полгода не наблюдается (рис. 1).



**Dassault Systèmes** (биржевое обозначение – DASTY) остается крупнейшей в мире компанией по объемам доходов от продажи новых лицензий на ее, теперь уже очень представительную, линейку продуктов: CATIA, SolidWorks, COSMOS, ENOVIA, DELMIA, ACIS, SmartTeam и еще кое-что по мелочи.

Аналитики из Darateh, равно как и из Jon Peddie Associates, прогнозируют на 2001 год рост доходов от продажи лицензий у альянса Dassault/IBM до уровня свыше 1.2 млрд. долл. Такая “высота” сегодня не по силам для ее конкурентов. Подробнее о достижениях и проблемах DASTY можно прочитать в статье “Кто может конкурировать с Dassault?”. Единственной, хотя и досадной неудачей Dassault в Европе, где она доминирует и в авиационной, и в автомобильной промышленности (исключая Россию), является проигрыш UGS на “площадке” FIAT. Как известно, FIAT стал собственностью корпорации General Motors, применяющей у себя преимущественно продукты UGS. Был ли выбор FIAT собственным волеизъявлением или следствием давления GM, нам не известно. Фактом является то, что в течение 5 лет на FIAT будут установлены 500 рабочих мест Unigraphics.

Будучи французской компанией, львиную долю доходов Dassault получает в Европе, где и несет соответствующие расходы. Предоставленные Dassault финансовые отчеты в евро за I и II кварталы текущего года свидетельствуют о самом высоком среди верхушечной части рынка САПР темпе роста доходов от продажи новых лицензий. Так, в I квартале с.г. по сравнению с I кв. 2000 года доход от продажи новых лицензий вырос на 23%, во II кв. – на 20%. Для наглядного сопоставления результатов Dassault с результатами ее американских конкурентов все важнейшие финансовые показатели DASTY были пересчитаны в доллары США по средневзвешенным курсам. Для I квартала использовался курс 1 USD = 1.08262 EUR, для второго – 1 USD = 1.14480 EUR.

Любому, кто в ладах с арифметикой, понятно, что такое “сопоставление” сильно деформирует показатели DASTY, искажая темпы развития бизнеса компании. На ряде рисунков графики DASTY становятся более пологими или же вовсе нисходящими, что не соответствует реальному положению дел. Поэтому редакция заранее признает возможные претензии со стороны Dassault Systèmes, ее дочерних компаний, партнеров и реселлеров за такой способ сопоставления. Но единственный способ быть абсолютно корректными в этой ситуации – представить финансовую историю Dassault в евро на отдельных графиках, чего нам не позволяют

ни объем статьи, ни ее главная задача: сравнение и ранжирование “королей” по финансовым показателям.

Компания **PTC** (на графиках – PMTC), уступив DASTY еще в IV кв. 1999 года первенство по объему доходов от продажи новых лицензий, **остаётся обладателем самой крупной базы пользователей 3D-пакетов** и в середине 2001 года. Смена лидера в большей степени произошла не столько из-за способности DASTY обеспечивать устойчивый рост доходов в каждом отчетном квартале, сколько из-за ошибочной стратегии прежнего руководства **PTC**, приведшего знаменитую компанию к кризису, пути выхода из которого новое руководство только-только начало нащупывать. Подробнее об этом можно узнать из статьи “**PTC поворачивается лицом к пользователю?**” американских аналитиков, опубликованной в этом же выпуске журнала.

Наметившийся в III и IV кв. прошлого года некоторый рост доходов **PTC** от продажи новых лицензий затормозился и сошел на нет в первом полугодии 2001 г. Показатели оказались ниже прогнозируемых, о чем сообщает сама **PTC**. При этом руководство компании в оценках ситуации занимает двойственную позицию: в пресс-релизах для акционеров и общественности причиной снижения доходов называется замедление темпов развития американской экономики и связанных с ней рынков. На ежегодной же встрече пользователей *Pro/E* новое руководство компании признает ошибочность прежнего курса и формулирует основные принципы новой стратегии **PTC**.

**Пожалуй, наибольшего внимания масс-медиа в этом году удостоилась компания Unigraphics.** Как мы уже писали в прошлом номере журнала, событием года стало майское заявление корпорации **EDS** о покупке оставшихся 14% акций **UGS** (остальные давно уже принадлежали **EDS**) и 100% акций **SDRC** и дальнейшем слиянии обеих компаний в одну под именем **UGS** (фактически **SDRC** вливается в **UGS**). В качестве небольшого панегирика в свой адрес подчеркнем, что мы предвидели такой ход событий, четырежды предупредив на страницах журнала наших читателей о логичности и большой вероятности такого сценария. Даже нам, живущим в маленькой стране, удаленной от центров “варки” большого CAD/CAM-бизнеса, это событие казалось очевидным. Как ни странно, но серьезные американские аналитики с мировыми именами, к которым мы обращались за консультацией и подтверждением наших предположений о скором поглощении **SDRC**, довольно снисходительно отвечали, что мол “не то копаете и не там”. Но на этот раз жизнь расставила точки на “ё” достаточно шустро, так что уже вскоре редакция получала “емели”, где извинения перемежались шутливыми предложениями типа: “Ну раз вы там что-то соображаете, давайте вместе покупать акции **UGS** и **SDRC** – цены на них должны взлететь”.

Заявление **EDS** о намерении купить остаток **UGS** и **SDRC**, сделанное в мае, в силу инерционности бизнеса этих компаний, ведущегося преимущественно с крупны-

ми заказчиками, не могло сказаться на результатах их деятельности в первом полугодии. Однако второе полугодие, в течение которого сделка должна быть завершена, пройдет под знаком этого объединения. Мы намерены и далее информировать читателей о сути происходящего, поскольку сегодняшние туманные заявления **Tony Affuzo**, президента “новой” **UGS**, отвечающего за процесс слияния, не дают ответа ни на один из животрепещущих вопросов.

Дальнейшая судьба части квалифицированных специалистов **SDRC**, подлежащих увольнению за ненадобностью, нас волнует мало – они точно не пропадут. Куда более тревожит будущее нынешних пользователей пакета *I-DEAS. Ford* – большой, он как-нибудь сдюжит, а вот что ждет менее крупных клиентов **SDRC**, особенно к востоку от Гринвича? Что предложат им новые хозяева? Бесплатно заменят *I-DEAS* на **Unigraphics** соответствующей конфигурации тем, кто своевременно оплатил *Maintenance*? А что будет с теми пользователями *I-DEAS*, у которых этот контракт просрочен? Что будет с существующими библиотеками 3D-моделей, построенных пользователями в *I-DEAS* для снятых с производства, серийных, модифицируемых и перспективных изделий и комплексов? Как будет “алежаться” **Unigraphics**, заменивший *I-DEAS* в уже выстроенных и выстраданных интегрированных системах управления производствами и предприятиями?

Возможно, будет принято решение на первых порах заменить ядро *I-DEAS* на *Parasolid* и улучшить интероперабельность пакетов, сохранив уже привычный интерфейс *I-DEAS*. А параллельно объединенная команда разработчиков займется созданием нового **Unigraphics**, объединяющего в себе достоинства нынешних **Unigraphics** и *I-DEAS*... И уже этот новый **Unigraphics** придет на замену нынешним **Unigraphics** и *I-DEAS* – такой сценарий тоже возможен.

Сегодня понятно лишь следующее:

- 1 **SDRC** будет стремиться в максимальной степени сохранить свое присутствие и влияние в новой **UGS**;
- 2 **EDS** и **UGS** будут стремиться минимизировать свои расходы на объединение компаний, улучшение интероперабельности их главных пакетов и разработку нового продукта, а также будут стараться максимально приблизить момент, когда можно будет “приложиться” к клиентской базе **SDRC**;
- 3 Крупнейшие пользователи **SDRC** – *Ford Motor* и его поставщики, *Nokia, Thompson* и др. будут стремиться не сильно усложнять себе жизнь в связи со сменой платформы, а потому будут настаивать на длительном, плавном и гладком переходном периоде, что абсолютно невыгодно **EDS** и **UGS**, поскольку долгое время придется поддерживать две продуктные линии, параллельно создавая третью.

Мы будем отслеживать, какое решение будет принято окончательно и как оно повлияет на финансовые показатели новой **UGS**. Действительно ли удалось выстроить равновесную, равноустойчивую конструкцию

треугольника – *Dassault*, *UGS* и *PTC* – или вся эта “равносторонность” является лишь плодом фантазии?!

Мы продолжаем рассматривать **Autodesk** (ADSK) как сильного игрока на поле САПР, хотя аналитики, отдавая должное популярности продуктов компании и стабильности финансового положения, не считают ее конкурентом *Dassault*, *PTC*, *UGS* и *SDRC* на площадке 3D-моделирования. В этот раз нам также не удалось добыть документальных данных об объемах доходов ADSK отдельно от продажи новых лицензий и от оказания услуг, поэтому соответствующие показатели ADSK на рис. 1–3 отсутствуют.

Читатели рекомендуют нам “не заикливаться на большой пятерке” и осветить финансовую ситуацию *Cimatron*, *Euclid* и *Microstation*. Мы будем это делать постепенно и в этот раз рассмотрим финансовые результаты CAD/CAM-пакета **Cimatron** от компании с аналогичным названием, входящей в один из крупнейших в Израиле концернов *Clal* (в СНГ и Балтии пакет представляет компания *Bee-Pitron* из Санкт-Петербурга). О функциональных возможностях пакета, удобстве интерфейса, качестве трансляторов и пр. мы судить не можем, поскольку сами с ним не работали и в деле не видели. В Балтии пакет всерьез применяется лишь на рижском предприятии *ACOT Technologies*, специализирующемся на производстве крупногабаритных пресс-форм. Мнение специалистов этого предприятия о пакете весьма лестное, особенно о его САМ-части.

Известно также, что и *Cimatron Ltd.*, и *Bee-Pitron* проводят агрессивную маркетинговую политику, позиционируя свой пакет, по крайней мере, как претендующий на статус *High-End*, но фактически занимающий нишу инструментального производства: изготовление пресс-форм, штампов, электродов и др. Под стать статусу и цены на лицензии и поддержку/обновление: их разброс составляет от 4 до 30 тыс. долларов. Мы просмотрели *on-line* архивы полудюжины популярных западных журналов для инженеров и можем констатировать, что *Cimatron* и, пожалуй, *Delcam* представлены там наиболее широко и часто. Российский журнал “САПР и графика” тоже не обижает их вниманием. Таким образом, *Cimatron* предстает как весьма уважаемый CAD/CAM-продукт от весьма уважаемой компании.

Увы, изучение официальных финансовых отчетов *Cimatron* сняло как рукой весь лоск его уважаемости. Финансовое положение компании не было блестящим и ранее, ну а в этом году... Впрочем, показатели *Cimatron* (СИМТ) на наших графиках говорят сами за себя.

Разгадать загадку *Cimatron*'а нам пока не удастся: почему компания, с казалось бы хорошей профессиональной репутацией, не только не сводит концы с концами, но и вся “в минусах”? Возможно, что путь к разгадке лежит в пределах следующих рассуждений.

Формирование уважаемого имиджа стоит денег, а его поддержание – новых денег. При нынешней жесточайшей конкуренции в сфере CAD/CAM, в том

числе в секторе для производства пресс-форм и штампов, выжить может лишь та компания, чей продукт не только обладает маркетинговым имиджем, но и востребован рынком. А это значит, что функциональность и другие качества и свойства продукта должны отвечать существенно возросшим требованиям клиентов, более того – превышать их, открывая четкую, ясную и широкую перспективу развития технического и технологического потенциала клиентов. Для решения этой не однократной, а “долгоиграющей” задачи, с постоянной оглядкой на конкурентов, необходимо иметь серьезные ресурсы не только на маркетинг, но и на НИР и разработку. *Cimatron* создает сейчас новую линейку продуктов *Cimatron E*, которая сменит нынешнюю *Cimatron IT*, и вкладывает в разработку половину своих незначительных доходов от продажи лицензий и оказания услуг. Судя по финансовым отчетам, которыми мы располагаем, второй половины доходов не хватает на маркетинг, рекламу, организацию продаж и зарплату администрации. На ум приходит известная разновидность верхней мужской одежды – Тришкин кафтан...

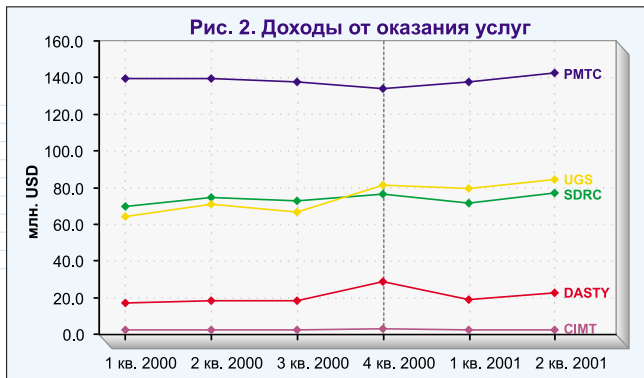
С нашей точки зрения, *Cimatron* попал в замкнутый круг: для развития компании и продуктов нужны ресурсы, а их не хватает, потому что доходы низкие. Очевидных решений для разрывания сего круга всего два: либо уйти в узкую нишу, где конкуренция слабее и можно договориться, либо продать крупному конкуренту, что вполне в духе набирающей темпы глобализации. Вряд ли появление новой линейки продуктов *Cimatron E* в состоянии изменить ситуацию принципиально, когда на дворе снижение деловой активности в производстве, а акции *Cimatron* оценены в 70 центов за штуку (на 18 июля с. г.). Нам неизвестны стратегические планы руководства *Cimatron Ltd.*, мы делимся лишь своими впечатлениями от изучения официальных отчетов компании. Возможно, руководители *Bee-Pitron* обладают более полной информацией и могут прояснить ситуацию. Если так, то редакция готова предоставить место в журнале без каких-либо условий.

### Доходы от оказания услуг

Ведущие разработчики САПР давно осознали, что оказание услуг пользователям своих же пакетов может приносить “серьезные деньги” в дополнение к доходам от продажи лицензий (рис. 2). За последние годы отработаны тончайшие технологии и эффективные способы организации сервисного бизнеса, но самым выдающимся достижением в этой сфере является разработка теории и практики “Сервиса по подписке”. У разных компаний в ходу разные названия этого сервиса – *Maintenance*, *Update Plan*, *Annual Update Contract*, *Subscription Service* и др., но его назначение, содержание и цель (смысл) остаются практически неизменными.

Когда клиент приобретает лицензию на право использования какого-либо продукта или комбинации продуктов, то он соглашается (по сути, автоматически) с тем, что продукт ему предлагается *As Is* (как есть), т. е.

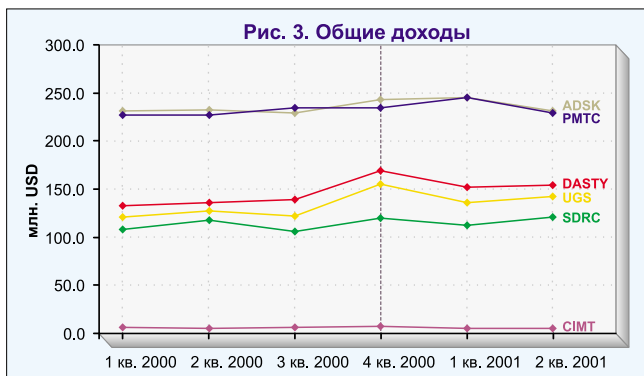




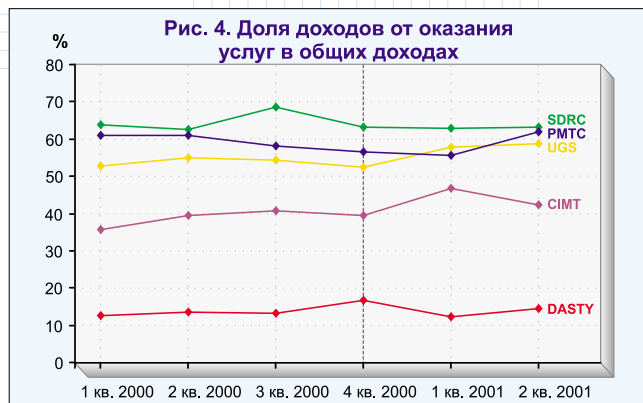
именно в том виде, в каком он существует в данной реализации со всеми его достоинствами и недостатками, включая ошибки и пр. (наверное, многие вспомнят повальное недовольство пользователей *Pro/E*, купивших лицензии 2000i<sup>2</sup> или получивших их по оплаченной поддержке. Но было бы наивно думать, что проблемы бывают только у *PTC*). При этом в тексте лицензии сказано, что разработчик не отвечает за нанесение прямого или косвенного ущерба владельцу лицензии или третьим лицам в связи с применением его программного продукта. Поскольку программное обеспечение САПР является плодом интеллектуального труда сотен (иногда – тысяч) специалистов на протяжении многих лет (иногда десятков), запросто покорить этот Монблан не удастся...

Помимо ставшего уже традиционным курса обучения за дополнительные деньги, пользователи постоянно нуждаются в консультациях, в исправлениях обнаруженных ошибок, огрехов и неточностей, в упрощении и улучшении интерфейса, добавлении новых функций и т. д. и т. п. Короче говоря, клиенты хотят быть “поддержанными” в любой нужный им момент времени и желают, чтобы их пакет всегда находился в актуальном состоянии. Для удовлетворения этих нужд трудящихся и придуман “Сервис по подписке”, ежегодная плата за который обычно составляет от 10 до 25% от стоимости лицензии.

Времена, когда доходы САПРовских компаний возрастали ежегодно по 50% и более за счет продажи новых лицензий стремительно расширяющейся базе пользователей, безвозвратно канули в Лету. Поэтому доходы от оказания услуг становятся важнейшей составной частью общих доходов (рис. 3) разработчиков САПР, а у большинства наших “королей” – основной их составляющей (рис. 4). Пользователи практически



безропотно кладут на алтарь любимцев свои кровные, по сути кредитуя разработку новшеств, исправление допущенного брака, рекламные кампании и др. Например, у *UGS* и *SDRC* доходы от оказания услуг превышают их расходы на НИР, разработку, маркетинг и содержание администрации, у *PTC* – почти равны им.



Поскольку прирост базы пользователей, по мнению аналитиков, сокращается, да и цены на лицензии подымают уже некуда, пользователи должны быть готовы к тому, что спектр предлагаемых им услуг со стороны разработчиков и их представителей/дилеров на местах будет расширяться, а цены – скорее повышаться, нежели оставаться на нынешнем уровне. Например, компания *SRAC* – разработчик аналитических пакетов *COSMOS/M*, *COSMOS/Works* и *COSMOS/DesignSTAR*, недавно купленная *Dassault*, подняла цены на свой сервис по подписке до 20% от цены лицензий. Воодушевленная примерами конкурентов, *Autodesk* тоже решила предложить этот вид услуг своим пользователям. Испытания проходят на полигоне Северной Америки. Полагаем, что у обаятельной Кэрол Бартц (*Carol Bartz*) все получится – ведь в этом году она уже признана как *Master Entrepreneur* года в Калифорнии и претендует на получение такой награды в масштабе США.

Зададимся вопросом, зачем гигантская сервисная компания *EDS*, оборот которой около 20 млрд. долларов в год, решила потратить 1 млрд. 150 млн. долларов на приобретение остатков *UGS* и всей *SDRC*? Понятно ведь, что доходы “новой” *UGS* вряд ли превысят 1 млрд. в год, т. е. доля CAD/CAM/PDM-бизнеса в общем объеме *EDS* составит не более 5%.

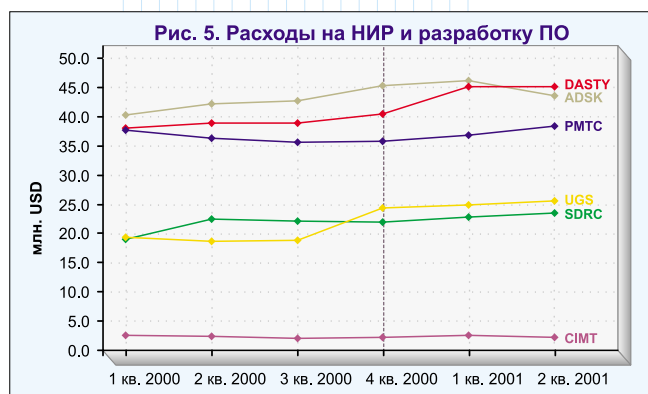
Согласно исследованиям *EDS*, в крупных компаниях, которые преимущественно и являются потребителями продуктов и решений от *UGS* и *SDRC*, вокруг каждого рабочего места *High-End*-системы существует еще около 30 рабочих мест специалистов других служб, так или иначе являющихся потребителями конструкторской и технологической информации. Именно тут “собака порылась”: после получения доступа к клиентской базе *SDRC* как раз на эти 30 рабочих мест вокруг *I-DEAS* и будет направлен “главный удар” *EDS*. Именно здесь и будет предложено заменить “старенькие” компьютеры на новые, провести или модернизировать сети, телекоммуникации, плюс еще Интернет-

решения, различные информационные, справочные, учетные, мониторинговые и прочие системы, их поддержка и обслуживание, переобучение персонала и т. д. и т. п.

Вообще-то ничего плохого в этом нет – научно-технический прогресс, ёлы-палы! Просто мы все на постсоветском пространстве привыкли, что если за какое-то техническое решение нужно платить, то это – плохое решение. Как навязчивый сервис от *EDS* скажется на развитии пользователей *Unigraphics* и *I-DEAS* в России и других странах бывшего Союза? Будет ли польза или только ощущение бремени платежей за услуги не ко времени? Или никак не скажется – *EDS* работы и без того хватает?..

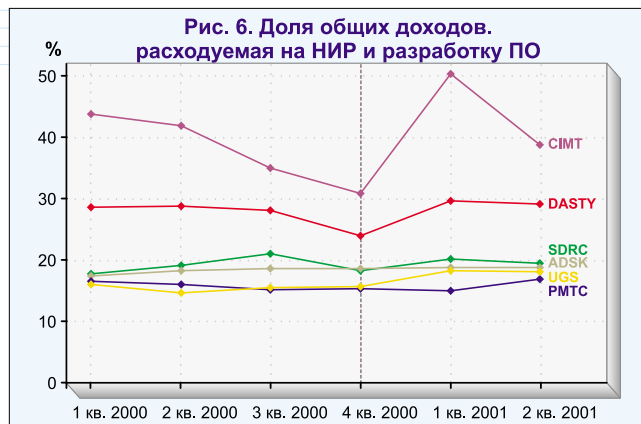
## Расходы на НИР и разработку

Размеры расходов пятерки “королей” на НИР и разработку впечатляют и вызывают всеобщее уважение (рис. 5). Но и здесь у наших героев имеются различия: *Dassault* и *Autodesk* тратят на эти цели в два раза больше, чем это могут себе позволить *UGS* и *SDRC*. Недаром *Tony Affuzo*, президент объединяющихся *UGS* и *SDRC*, заявляет, что наконец-то у новой *UGS* будет достаточно ресурсов для противостояния конкурентам – *DASTY* и *PMTC*. Это заявление справедливо, но только при условии, что возобладает курс на быструю замену *I-DEAS* на *Unigraphics*. Если же победит курс на “уважение интересов автомобилестроителей и их поставщиков”, то есть будет объявлен длительный переходный период от *I-DEAS* не к нынешнему *Unigraphics*, а к *new-Unigraphics*, который еще предстоит создать объединенной команде разработчиков *UGS* и *SDRC*, то в этом случае *EDS* придется раскошелиться на НИР дополнительно.



*Cimatron* пускает на НИР и разработку ровно половину своих общих доходов, и это самый высокий показатель среди рассматриваемых компаний (рис. 6). Однако в абсолютном значении эти расходы *CIMT* уступают *SDRC* и *UGS* примерно в 9 раз, *PMTC* – в 14 раз, *DASTY* и *ADSK* – в 17 раз. С другой стороны, линейка продуктов *Cimatron* существенно короче, чем у “королей” и, следовательно, удельные расходы компании (на продукт, модуль и функцию) уже лучше соотносятся с удельными расходами гигантов.

Нельзя не согласиться с утверждением, что короли и тратят по-королевски, в то время как тот же *Cimatron* старается свои расходы оптимизировать. Например, известно, что *Cimatron* провел сокращение своего персонала, не занятого непосредственно в разработке линейки *Cimatron E*.



Мы не ставили себе цель поучаствовать в известной дискуссии о сравнительной эффективности расходов на НИР в больших корпорациях и маленьких компаниях. Заметим лишь, что “в народе” бытует устойчивое мнение, что все лучшее создается “на чердаках и в подвалах”. Это верно, но лишь отчасти. Мы думаем, что “подвалы и чердаки” – это скорее места, где рождаются новые идеи. Однако серьезная реализация идеи возможна лишь при условии, что есть школа, традиции, культура, технологии и ресурсы, т. е. все то, чем располагают “короли”.

Те, кто не сочтут за труд внимательно изучить финансовые отчеты крупных корпораций, непременно утвердятся в мысли о том, что крупные компании весьма уважительно относятся к существованию “чердаков и подвалов”, покупая их “на корню” по несколько штук в год.

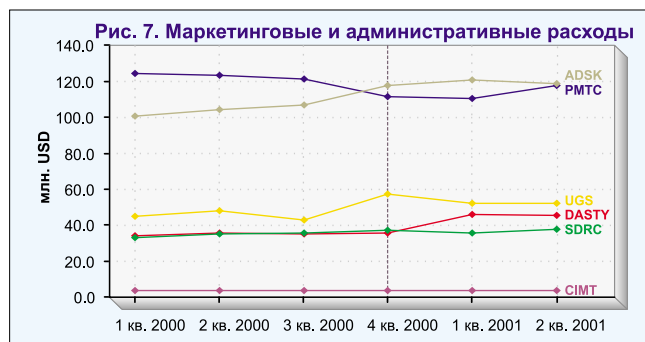
В процентном отношении *Dassault* инвестирует в НИР и разработку продуктов более 29% своих доходов, и это самый высокий показатель среди “королей”. *PTC* выкладывает 15–17%, что является самым низким показателем среди “королей”. Остальные компании по этому показателю занимают промежуточное положение, смещенное ближе к *PTC*.

Необходимо обратить внимание читателей на то, что проценты сами по себе – штука коварная. Вне связи с абсолютными значениями они частенько приводят к неправильным суждениям и выводам. Например, график *PMTC* (рис. 6) показывает увеличение доли расходов на НИР в общих доходах компании во II кв. 2001 г. по сравнению с прошлым с 15 до 16.8%. На первый взгляд можно предположить, что *PTC* в этот период уделила больше внимания развитию. На самом же деле во II кв. доходы снизились с 245.1 млн. долл. до 229.093 млн. долл., поэтому незначительно возросшая сумма расходов на НИР стала занимать непропорционально большую долю.

В нормальной ситуации инвестирование в НИР половины общих доходов, как это делает *Cimatron*, противоречит логике построения бюджета. Такой штурм допустим лишь в отдельные периоды существования компании в расчете на получение какого-то позитивного эффекта. Возможно, что именно такой период и переживает сейчас эта компания.

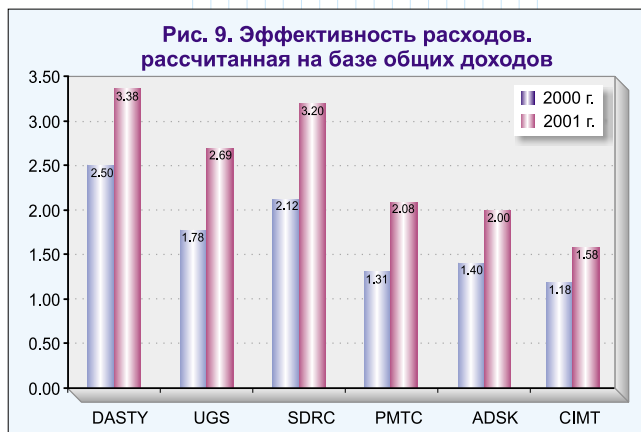
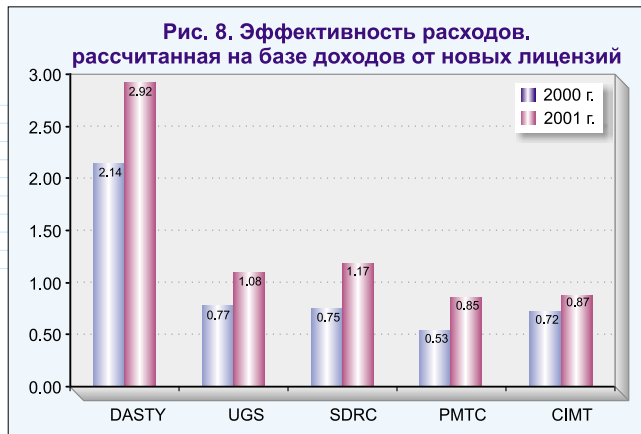
### Расходы на рекламу, маркетинг и содержание администрации

*Autodesk*, обогнав по этому показателю *PTC* в IV кв. 2000 г., прочно удерживает лидерство и в первом полугодии этого года: 238.64 млн. долл. у *ADSK* против 227.67 млн. у *PMTC* за полгода. Как оказалось, и зарплата Кэрол Бартц – одна из самых высоких в отрасли, о чем мы уже писали в прошлом номере журнала. В среднем зарплата высших менеджеров *PTC* выше, чем в *ADSK*, а в целом *PMTC* тратит на рекламу, маркетинг и содержание администрации по 110–117 млн. долл. в квартал, что в два раза превышает расходы *DASTY* и *UGS* на эти цели и в три раза – расходы *SDRC* (рис. 7). Из всех рассматриваемых компаний только *PTC* и *Cimatron* тратят на эти цели больше, чем зарабатывают от продажи новых лицензий, что в случае с *PTC* свидетельствует о низкой эффективности этих расходов. В отношении *Cimatron* можно сделать утверждение как о низкой эффективности расходов, так и об их явной недостаточности. Очевидно, что *CIMT* и рад бы увеличить эти расходы, да не имеет такой возможности: его суммарные расходы на НИР, организацию продаж, рекламу, маркетинг и содержание администрации превышают его суммарные доходы от продажи лицензий и оказания услуг.



Президент “новой” *UGS Tony Affuzo* рассчитывает на то, что в результате слияния *UGS* и *SDRC* удастся не только максимизировать доходы, т. е. зарабатывать больше, чем зарабатывали обе компании порознь, но и минимизировать свои расходы, сделать их более эффективными.

Диаграммы с показателями эффективности расходов на рекламу, маркетинг и содержание администрации наших “королей” и примкнувшего к ним *CIMT*, рассчитанные на базе доходов от продажи новых лицензий, представлены на рис. 8. Диаграммы этих же показателей эффективности, но рассчитанные на базе общих доходов компаний, представлены на рис. 9.



### Прибыль

С точки зрения сотрудников и даже высшего руководства компаний, интересная, содержательная и хорошо оплачиваемая работа сама по себе могла бы быть смыслом и целью существования компании. С точки зрения владельцев компаний, банков и инвесторов, включая и держателей небольших пакетов акций, существование компании оправдано лишь в одном случае – если компания приносит прибыль. Часть прибыли расходует на воспроизводство, развитие и создание резервов, часть – на выплату ожидаемых дивидендов.

Хрестоматийный антагонизм между “трудом и капиталом” давно и с успехом разрешается методами “народного капитализма”. Сотрудники компаний на тех или иных условиях наделяются пакетами акций своих компаний с целью создания дополнительных стимулов к эффективной работе, приносящей прибыль.

Текущая чистая прибыль *DASTY* (в I кв. – 17.46 млн. долл., во втором – 11 млн.) могла бы быть еще большей, если бы компания жила лишь сегодняшним днем. Но, думая и заботясь о дне завтрашнем, *DASTY* скупает технологические и “продуктовые” компании одну за другой. Пример тому – покупка *SRAC*, разработчика аналитических пакетов семейства *COSMOS*. В целом за полгода *DASTY* потратила на эти цели 28.24 млн. долларов.

Если I кв. *PTC* закончила с прибылью в 7.1 млн., то второй – с убытком в 2.685 млн. долл. Ничего экстраординарного не произошло – просто все запланированные расходы второго квартала были оплачены, а вот доходов

*PTC* получила меньше, чем ожидала. Прогнозируя примерно такое же развитие ситуации в следующих кварталах, президент *PTC* *Richard Harrison* обещает инвесторам снизить расходы. Удивляет только то, что г-н *Harrison* лишь теперь обратил внимание на эту сторону деятельности управляемой им компании. Даже наш журнал писал о потрясающих воображение расходах *PTC* и очень низкой их эффективности. Будем надеяться, что меры, предпринимаемые президентом *PTC*, окажут положительное воздействие на структуру бюджета компании.

Как мы помним, *UGS* и *SDRC* завершили IV кв. прошлого года с убытками. Разница между доходами и прямыми расходами у обеих была положительной, но компании понесли еще и значительные расходы, не связанные с производственной деятельностью, – на реструктуризацию компаний, списание части активов, поглощение других компаний и пр.

В первом полугодии 2001 г. обе компании добились неплохих результатов на nive продаж лицензий и услуг, что при запланированных прямых расходах и незначительных по объему непроизводственных расходах позволило завершить полугодие с действительно чистой прибылью. *UGS* заработала в I кв. 3.178 млн., во II кв. – 8.8 млн. долл. У *SDRC* из-за практического отсутствия непроизводственных расходов чистая прибыль оказалась даже несколько выше, чем у *UGS*: в I кв. – 5.828 млн., во II кв. – 8.850 млн. долл. Суммарная чистая прибыль обеих компаний за полгода оказалась существенно выше, чем у *PTC*, но все еще ниже, чем у *DASTY*. В III кв. процесс слияния *UGS* и *SDRC* должен быть завершен формально, а по показателям четвертого уже можно будет судить о первых итогах функционирования оптимизированной структуры.

*Autodesk*, не имея в портфеле *High-End*-систем, тем не менее из года в год демонстрирует стабильность своих доходов и высокий уровень прибыли. В I кв. с. г., который у *ADSK* закончился 30 апреля (в наших сопоставлениях мы оперируем поквартальными показателями, игнорируя фактические сдвиги по календарю), прибыль без учета амортизации нематериальных активов, приобретений и других непроизводственных расходов составила 31.567 млн. долл., а во II кв. – 29.636 млн. Такими данными отчетов *ADSK*, помещенные на сайте *finance.yahoo*.

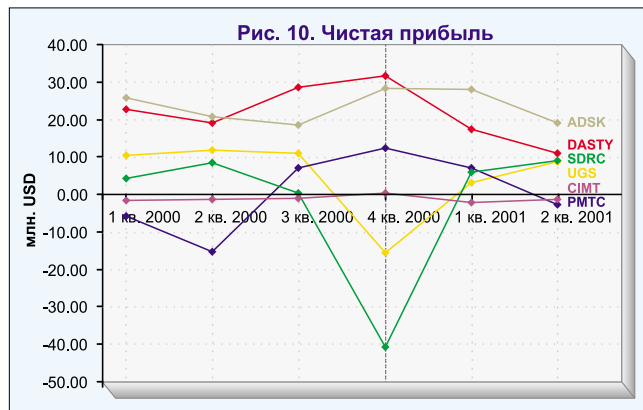
Поскольку еще год назад наша редакция приняла решение о корректности сопоставления только чистой прибыли компаний, а не “почти чистой”, нам пришлось обратиться за разъяснением в *Autodesk*. В отличие от редакции журнала “*CADmaster*” мы пока не можем похвастаться личным знакомством с высшими менеджерами *Autodesk*, поэтому свой официальный запрос адресовали *Sheryl Seapy*, отвечающей в *Autodesk* за связи со СМИ, благо ее координаты были помещены в отчетах *ADSK*. Госпожа *Seapy* оперативно и в жесткой форме отказалась предоставить какую-либо дополнительную информацию о прибыли *ADSK* в первом полугодии в дополнение к

той, что есть в отчетах, сославшись на то, что *Autodesk*, как и другие технологические компании (*PTC*, *Dassault*, *UGS* и *SDRC*), как правило, отчитываются об “ожидаемой чистой прибыли без учета...”.

Не в обиду г-же *Seapy* будет сказано, “другие технологические компании”, как правило, отчитываются о величине чистой прибыли как без учета амортизации нематериальных активов, приобретений компаний и других непроизводственных расходов, так и с их учетом. В оригиналах отчетов “других технологических компаний” имеются две строчки: “*Pro forma net income excluding...*” и “*Net income including...*”. Используя другие каналы, нам все-таки удалось получить официальные цифры чистой прибыли *ADSK*. Они таковы: в I кв. – 27.9 млн., во II кв. – 19.173 млн. долл. Это лучшие в отрасли показатели чистой прибыли, так что непонятно, к чему такие игры в секретность.

У *Cimatron*, к нашему сожалению, размеры убытков понемногу растут: если в первом полугодии прошлого года они составляли 3.056 млн., то в первом полугодии этого – уже 3.55 млн. долл.

Размеры и динамику изменения по кварталам чистой прибыли (убытков) всех шести компаний за полтора года можно проследить на графиках (рис. 10).



### Что скажет биржа?

В периоды стабильности в экономике биржи адекватно реагируют или демонстративно игнорируют происходящие события, в том числе и в мире САПР. Поэтому громкие заявления, страстные выступления и неожиданные прогнозы высших менеджеров публичных акционерных компаний хотя и принимаются к сведению, но практически не способны повлиять на соотношение спроса и предложения акций. Инвесторов, держателей пакетов акций интересуют не эмоции, а дела и факты: расширение клиентской базы и выход на новые рынки, превышение темпов роста доходов над расходами, рост прибыли, доходности акций, размеры дивидендов, а также результативность усилий руководства, направленных на укрепление и рост позитивных показателей бизнеса, и на компенсацию негативных: диверсификация, контроль над применяемыми технологиями, благоприятное общественное мнение как результат своевременного выхода в свет нового продукта высокого



качества, отвечающего ожиданиям пользователей, и др.

В периоды гипертрофированного роста экономики или ее отдельных отраслей (вспомним хотя бы Интернет-революцию 1998–2000 гг., когда надувались и лопались мыльные пузыри с рыночной капитализацией в десятки миллиардов долларов), как и в периоды спадов, что мы наблюдаем уже в течение года, биржа, как нам кажется, не всегда ведет себя адекватно.

Будучи знакомыми лишь с фундаментальными основами и не зная тонких биржевых механизмов, традиций и кодексов, не понимая в деталях роль и значение биржевой инфраструктуры, мы не беремся прогнозировать движение курсовой стоимости акций наших фигурантов. Однако мы берем на себя смелость прокомментировать с позиций здравого смысла то, что уже произошло (рис. 11 и 12).



## DASTY

Акции DASTY на протяжении последних нескольких лет были самыми дорогими среди акций всех других разработчиков САПР. Их курсовая стоимость в 2–3 раза превышала стоимость акций ADSK, ну а другие “короли” САПР отставали в 4–5 раз. Причины тому, как мы полагаем, следующие. Во-первых, DASTY относят к разряду технологических компаний, научно-технический потенциал и ключевые технологии которой способны оказывать позитивное воздействие не только на родную отрасль, но и на отрасли-потребители ее технологий, продуктов и решений. Во-вторых, высокий статус партнерских отношений с *IBM* в реализации лицензионной политики, в создании общей концепции управления жизненным циклом изделий (PLM-решения) и

беспрецедентный протекционизм *IBM* открыли DASTY доступ в самые высокие кабинеты крупнейших корпораций и органов государственного управления. В-третьих, доминирование DASTY в авиационной и автомобильной промышленности Старого Света со временем привело к высокой степени связанности и взаимозависимости потенциалов, PLM-решений и ответственности DASTY и ее клиентов. Трудно назвать другие отрасли промышленности (разве что судостроение), способные постоянно предъявлять разработчику САПР все возрастающие требования к сложности, комплексности и качеству его продуктов и решений. В-четвертых, мощь, солидность, высокая репутация и устойчивые темпы развития компании способствовали созданию атмосферы доверия к акциям DASTY в Европе. Каждый солидный европейский финансовый фонд считает за правило владеть крупным пакетом акций DASTY, несмотря на их высокую стоимость и отнесение к категории высокотехнологичных, т. е. рискованных.

Тем не менее хорошие финансовые результаты и устойчивый рост, который DASTY демонстрирует на протяжении 2000 года и первого полугодия 2001 г., не избавили ее от участи большинства высокотехнологичных компаний. Курсовая стоимость ее переоцененных акций в тяжелом 2000 г. колебалась с затуханием от 120 до 70 долл. за акцию, а за шесть месяцев нынешнего года опустилась до отметки ниже 40 долл. за акцию. Хотя по этому показателю DASTY все равно остается лидером, ее рыночная капитализация за полгода снизилась почти в два раза. Достигли ли акции DASTY дна своего падения? На этот вопрос однозначного ответа нет, однако судя по тому, что сброса акций не происходит, да и объемы операций с акциями — одни из самых низких среди конкурентов, можно предположить, что держатели крупных пакетов солидарно демонстрируют свое доверие и уверенность в скором подъеме DASTY.

## UGS и SDRC

Акции UGS и SDRC, занимающие в топе “королевских” акций нижние позиции, т. е. менее “переоцененные” в прошлом по сравнению с акциями DASTY, вели себя более сдержанно. UGS закончила 2000 г. с потерей примерно 30% цены своих акций на начало года, а SDRC, будучи еще менее “переоцененной”, потеряла 10% цены акций. Обе компании, несмотря на некоторый рост доходов в IV кв., в целом 2000 год завершили неблестяще (UGS — с небольшой прибылью, а SDRC — с убытками), так что их стартовые позиции в начале 2001 г. не впечатляли. Однако, вопреки общей тенденции к продолжению снижения стоимости акций высокотехнологичных компаний, акции UGS в середине I кв. даже подросли в цене до 22.5 долл. за штуку, но ко времени майского заявления *EDS* о покупке и слиянии компаний уже успели упасть до уровня на начало года — 17 долл.

Серьезные проблемы SDRC, копившиеся годами и начавшие выплескиваться наружу в 2000 г., добавили



свою составляющую к средне-NASDAQ'овской скорости "приземления" хай-тек-компаний. В декабре прошлого года цена акций SDRC опускалась до 8 долл., а рыночная капитализация – до 287 млн. долл. Это было самое тяжелое время для SDRC и самый удобный момент для ее покупки конкурентами. Для сравнения вспомним, что осенью 1997 года *Dassault* купила небольшую, но перспективную компанию *SolidWorks* за 310 млн. долл.

К чести SDRC ей удалось выстоять, провести реструктуризацию компании, обновить под *Windows* интерфейс пакета *I-DEAS*, здорово продвинуть на рынке свою PDM-систему *Metaphase* и, что самое важное, – продолжить изнурительные переговоры о слиянии с учетом чуть-чуть улучшившихся стартовых позиций. Биржа тоже почувствовала, что SDRC уже вкусила глубину падения и хуже быть уже просто не может, а вот лучше – весьма вероятно. Возможно, что и тайные переговоры о слиянии под конец "дали течь". Фактом является то, что акции SDRC, стартовавшие в этом году с отметки 10 долл., уже не опускались и к моменту майского заявления *EDS* находились на той же отметке, что и акции UGS – около 17 долл. за акцию. Заявление *EDS* о намерении купить все 100% акций SDRC по цене 25 долл. за штуку тут же нашло адекватный отклик на бирже, где акции SDRC взлетели до указанной отметки и держатся на ней вот уже несколько месяцев вне какой-либо очевидной связи с доминирующими на бирже тенденциями.

На озвученное намерение *EDS* прибрать к рукам оставшиеся в обращении 14% акций UGS по цене 27 долл. за акцию биржа отреагировала их молниеносным взлетом до отметки почти 30 долл., а потом – и более 31 долл. за акцию, "переоценив" таким образом исходное предложение *EDS*. Мы полагаем, что эта "переоценка" в 4 долл. с небольшим за акцию UGS может самым серьезным образом осложнить процесс завершения сделки года: вряд ли держатели акций UGS согласятся расстаться с ними по цене *EDS* – 27 долл.

## PMTC против DASTY

Один из постоянных читателей журнала, внимательно рецензирующий все публикуемые материалы, в которых упоминается *PTC* (за что мы ему очень признательны), спрашивает: а не задавались ли мы мыслью о том, что одни "короли" являются более открытыми, более рыночными компаниями, чем другие? В качестве примера предлагается наблюдение за существенно различающимися объемами сделок на ежедневных торговых сессиях NASDAQ, в том числе и сделок с акциями DASTY и PMTC. Поскольку акции PMTC продаются и покупаются миллионами штук, а акции DASTY – всего лишь тысячами штук, делается предположение, что *PTC* – открытая для инвесторов, "более рыночная" (почти народная – как МММ) компания. *Dassault* же, по мнению читателя, сама контролирует большую часть своих акций, ограничивая доступ к ним широких масс инвесторов, т. е. затрудняет свободное обращение акций и тем самым искусственно поддерживает их высокую

цену и сдерживает отток капитала. Из чего следует главный вывод, что цена акции PMTC (менее 10 долл. за штуку) "более реалистична", чем цена акции DASTY (около 40 долл. за акцию).

Такой подход предполагает существование некоего "кодекса чести" или поведения открытых акционерных компаний, который *PTC* будто бы не нарушает, а *Dassault* – нарушает. И, следовательно, *PTC* – хорошая компания, а *Dassault* – не очень. Можно развить идею дальше. Так, в данной статье в том или ином контексте уже несколько раз упоминалось, что в свободном обращении находятся лишь 14% акций нынешней UGS, а остальные 86% принадлежат сервисному гиганту *EDS*. В рамках предложенного подхода UGS – на 86% "не очень хорошая" компания: больше закрытая, чем открытая для вольных внешних инвесторов, почти что не публичная, не рыночная и не народная. Более того, *EDS* уже заявила, что после объединения с *SDRC* новая UGS, статус которой на рынке САПР значительно повысится (5 тыс. сотрудников и оборот в миллиард долларов), будет уже не акционерной, а обычной частной компанией. Никаких акций в свободном обращении, никаких голосований "свободных" инвесторов, никакой публичности, никакого "народного представительства" и "народного контроля". Совсем нехорошая будет компания...

Если смотреть формально, закон, определяющий формы предпринимательской деятельности, не классифицирует их как "менее рыночные" или "более рыночные". В контексте закона все формы предпринимательства – рыночные. Цена акций той или иной компании – это компромисс между теми, кто их продает, и теми, кто их покупает. Поэтому пытаться найти объяснение и оправдание тому факту, что сегодня акции PMTC котируются в 4 раза ниже акций DASTY только искусственным влиянием DASTY на поддержание высоких цен своих акций, – односторонний и некорректный подход. Гораздо конструктивней изменить направление вектора на противоположное и задаться вопросом: почему цена акции PMTC в четыре раза ниже цены акции DASTY? Такая постановка предполагает поиск ответа в первую очередь в хозяйстве самой корпорации *PTC*.

Вполне понятно и объяснимо, что патристически настроенные пользователи довольно болезненно воспринимают любую информацию о "своих" разработчиках, не совпадающую с "генеральной линией". Но объективность требует признания правомерности существования и других точек зрения. *PTC*, как и все другие разработчики САПР, не является сегодня ни "священной коровой", ни "номенклатурой" вне критики, а места на Олимпе никому автоматически не бронируются. Большие САПРовские компании, как и большие государства, переживают периоды расцвета, зрелости и старения, о чем мы уже писали в статье "Краткий курс истории САПР", опубликованной в прошлом номере журнала. Одна из задач профессиональной прессы – по возможности непредвзято отражать ход этого

процесса, и в этом качестве быть полезной читателям, пользователям САПР.

Что касается стремления компаний искусственно поддерживать высокую цену своих акций – это абсолютно нормальная стратегия ведения бизнеса. Было бы очень странно, если бы таковое стремление отсутствовало. Среди тактических приемов один из самых популярных и действенных – обратная скупка своих же акций. За время наших наблюдений за действиями на рынке “королевской” пятерки, компания *PTC* тоже неоднократно пользовалась этим приемом. Так, только в текущем финансовом году *PTC* уже скупила 6.6 млн. штук своих акций на сумму 81.7 млн. долл. Компания *Autodesk* в целом за 2000 год выкупила 9 222 500 штук своих акций, в I кв. этого года – 1 825 000 штук, во II кв. – 195 000 штук.

Главное – не нарушать закон и сложившуюся практику ведения дел. А вот здесь проблемы с законом недавно были и у *SDRC*, и у *PMTC*, и у *ADSK*, о чем писали и в журнале “САПР и графика”, и в нашем журнале. Впрочем, юридические грани в делах такого рода достаточно тонки, а аргументы весьма спорны, так что до открытого судебного разбирательства дело не всегда доходит.

В отношении существенно различающихся объемов сделок с акциями *PMTC* и *DASTY* нужно иметь в виду следующие обстоятельства. Во-первых, значительно различается общее количество находящихся в обращении акций этих компаний: у *PTC* их примерно в 2.5 раза больше, чем у *Dassault*. Во-вторых, основной объем операций с акциями *Dassault* “накручивается” не на американском *NASDAQ*, а на парижской бирже *Paris Bourse*, где они котируются под именем *DSY*. В-третьих, акции *DSY* по причинам, о которых говорилось выше, в значительной степени расхвачены крупными европейскими фондами. В-четвертых, когда в конце 80-х и в 90-е годы *PTC* развивалась и росла как на дрожжах, она осуществила несколько эмиссий своих акций, отличавшихся высокой доходностью. Это не могло не привлечь так называемых “портфельных” инвесторов, т. е. биржевых игроков (спекулянтов). С нашей точки зрения, именно их активность на бирже создает иллюзию “рыночной”, “народной” компании, открытой для внешних инвесторов.

После вынужденного ухода в отставку президента и *CEO Steven Walske* прошлым летом, серьезного сокращения персонала и объявления о реорганизации компании, а также вследствие некоторого снижения цен на *Pro/E*, публичных признаний о не совсем удачном начале сотрудничества с *Rand Worldwide*, поспешного выпуска сырой версии 2000i<sup>2</sup> и постепенного ухудшения финансовых показателей компании в целом, цена акции *PMTC* уже не поднималась выше 17 долл., медленно сползая к отметке ниже 10 долл. в середине 2001 г. В таком контексте можно согласиться с утверждением, что нынешняя цена акций *PMTC* более реалистична. Остается надеяться, что реализация новой стратегии и тактики руководства *PTC* все-таки обеспечит выход компании на новый виток процветания.

## ADSK

И *PTC*, и *Autodesk* – две уважаемые компании, чей вклад в автоматизацию инженерного труда, в развитие индустрии САПР переоценить трудно. Но если *PTC* в прессе принято больше хвалить, чем ругать, то деятельность *Autodesk* подвергают обструкции практически все кому не лень. Тем не менее за последние несколько лет усилиями Кэрл Бартц и ее команды *Autodesk* из “компании одного продукта” превратилась в поставщика широкого спектра решений для, как принято говорить, вертикальных рынков: машиностроения и смежных отраслей, архитектуры и строительства, картографии и геодезии, спецэффектов для кино, телевидения и других масс-медиа.

Интернациональный характер бизнеса *Autodesk*, его диверсификация, колоссальная база пользователей, лучшая в мире дилерская сеть, расчетливый оптимизм г-жи Бартц и ее умение говорить с инвесторами – основные слагаемые нынешнего успеха *Autodesk*. Феномен *Autodesk* состоит в неуязвимости, несмотря на то, что во многих нишах подросли и окрепли серьезные конкуренты. В деятельности компании было несколько явных промахов стратегического характера:

- ✓ слишком большое опоздание с разработкой и выходом на рынок пакета *Inventor*;
- ✓ упущенный шанс купить корпорацию *SolidWorks* раньше *Dassault*;
- ✓ проигнорированная возможность контролировать ключевые технологии своих трех базовых продуктов – *AutoCAD*, *Mechanical Desktop* и *Inventor*, купив *Spatial* и *ACIS* (в этом вопросе многие аналитики сочли ведущим мотивом жадность *Autodesk*).

Тем не менее все это не смогло нанести сколько-нибудь ощутимый вред сложившейся репутации компании и ее прекрасному финансовому положению. Для *ADSK* как бы не существуют проблемы, связанные с некоторым ослаблением экономики США и европейских государств, а в азиатско-тихоокеанском регионе *ADSK* демонстрирует заметный рост продаж лицензий. Если в последнюю торговую сессию 2000 г. цена акции *ADSK* была 26.5 долл., то за шесть месяцев 2001 г. она подросла до 37.1 долл. за акцию, что абсолютно противоречит общему вектору *NASDAQ* – вниз. В попытках аналитиков комментировать “встречный курс” *ADSK* доминирует мысль о выдающихся психологических способностях Кэрл Бартц, ее умении убедительно и аргументировано объяснять инвесторам политику *ADSK* и их выгоду от следования ее советам (это к вопросу о роли личности в истории).

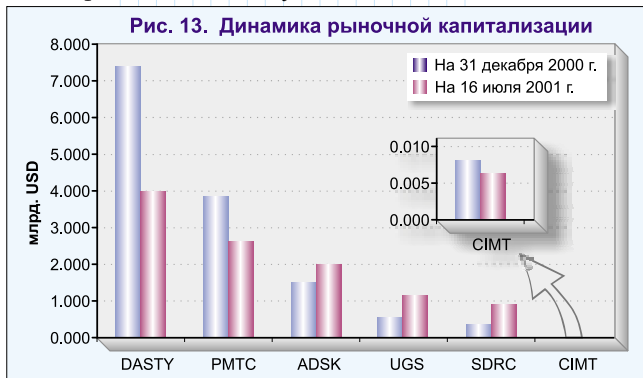
## CIMT

Акции *Cimatron* из-за их низкой в сравнении с акциями “королей” цены трудно назвать “переоцененными”. Однако общая доминанта *NASDAQ* в купе с хронически негативным балансом доходов и расходов у *CIMT* придали ее акциям внушительную скорость падения, превысившую даже скорость понижения явно

завышенных по цене акций DASTY. С середины прошлого года к настоящему моменту акции CIMT упали в цене с 3.14 долл. до 62 центов за акцию. Чтобы не быть снятой с торгов на NASDAQ из-за угрожающе низкой величины рыночной капитализации, руководство CIMT приняло решение о переходе во второй список (малый NASDAQ).

### Капитализация

Вследствие сильного изменения цен акций ведущих разработчиков САПР за шесть месяцев текущего года столь же сильно изменились и значения их рыночной капитализации (рис. 13). Если в прошлом году акционерный капитал DASTY превышал в 1.5 раза акционерный капитал остальных “королей” вместе взятых, то к июлю этого года ситуация резко улучшилась в пользу ее конкурентов. Тем не менее DASTY продолжает быть компанией с самым большим акционерным капиталом в сфере САПР и, наверное, еще долго будет оставаться таковой.



В целом же, в результате действия совокупности факторов, вызванных некоторым ослаблением мировой экономики, значительным снижением цен на акции высокотехнологичных компаний и набирающей темпы глобализации, пострадавшей стороной оказались DASTY и PMTC, а выигравшей – ADSK, UGS и SDRC.

### Крылья, ноги... Главное – хвост!

В откликах на статью “Короли и капуста...”, опубликованную в #1/2001, некоторые читатели высказывают одну общую мысль. Доходы, расходы, проценты, миллионы, призовые места – все это хорошо и интересно тем, кому действительно интересно. А почему бы не опубликовать данные о количествах продаваемых лицензий того или иного пакета, что интересно практически всем?

Справедливости ради заметим, что некоторые данные журнал уже публиковал в предыдущих номерах в контексте рассматриваемых проблем, а также в отдельном исследовании в #1/2000. Также напомним, что в отличие от финансовых показателей, которые компании публиковать обязаны и за достоверность которых они отвечают по всей строгости закона, количественные показатели по реально проданным лицензиям на CAD/CAM-пакеты под этот регламент не подпадают. Поэтому, будучи внутренней информацией, они

становятся объектом спекуляций, манипуляций, укрыательства и передергиваний. Это, увы, касается почти всех поставщиков САПР.

За первую половину 2001 г. мы располагаем следующими данными о проданных лицензиях.

**DASTY:** все цифры доступны в квартальных отчетах. Так, в I кв. 2001 г. продано 5824 рабочих места *SolidWorks* и 8078 мест *CATIA*; во II кв. – 6493 места *SolidWorks* и 8013 мест *CATIA*; в целом за полгода – 12 317 мест *SolidWorks* и 16 091 *CATIA*. Открытость компании весьма импонирует. Впрочем, нетрудно быть открытым, когда показатели стабильно растут, – это как бы дополнительная реклама. Так что от комплиментов мы воздержимся.

**PMTC:** количественные данные по лицензиям *Pro/ENGINEER* открыто не публикуются, по крайней мере нам не удалось их обнаружить. Выручил аналитический журнал “*CAD Report*”, опубликовавший данные о количестве проданных лицензий *Pro/E* за II кв. с. г. – 4400 мест, что является самым низким показателем *PTC* за много лет и достаточно тревожным знаком.

**ADSK:** видимо для того, чтобы избежать серьезного анализа своего присутствия на “вертикальных рынках”, но при этом уберечься от резкой критики за утаивание данных, опытная и умелая *Autodesk* в отчетах указывает лишь общее количество лицензий *AutoCAD*, проданных за квартал: в I кв. 2001 г. – 77 тыс. лицензий, во II кв. – 67 тыс. При этом невозможно обнаружить распределение этих гигантских количеств по “вертикали” (*Mechanical Desktop*, *Architectural Desktop* и др.), как впрочем и узнать долю лицензий *AutoCAD LT* в общей куче. Количество проданных лицензий *Inventor* – тайна, покрытая мраком. Любому мало-мальски сведущему специалисту понятно, что *Inventor* продается в существенно меньших количествах, чем конкурирующие *SolidWorks* и *Solid Edge*, но у Кэрл Бартц с ее отличной дилерской сетью есть реальный шанс убедить значительную часть пользователей *AutoCAD*, работающих в машиностроительных областях, в необходимости перехода на *Inventor*. Слабым местом в этой агитации является конфликт интересов с *Mechanical Desktop*.

**UGS и SDRC:** как мы помним, обе компании никогда не желали, чтобы общественность была информирована о реальных количествах продаваемых ими систем, за что и подвергались нещадной критике. Вотще... Воз и ныне там.

В этой связи заметим, что пускание рекламных пузырей, равно как и сокрытие истинных размеров клиентской базы и количества продаваемых систем, конечно, не являются наказуемыми деяниями. Однако это во многом затрудняет работу аналитиков и способствует некорректным выводам, что в конечном счете отражается на достоверности информации для пользователей, мешая им делать правильный выбор. А посему не будет преувеличением сказать, что подобная практика бросает темные пятна на светлые лики “королей” и прочих благородных сенсоров. ⚙️