

К вящему удовольствию редакции, читательская аудитория *Observer'a* постоянно расширяется и развивается. Уже сформировалась прослойка "профессиональных" читателей, чья осведомленность о процессах на международном рынке САПР/PLM весьма высока. Есть и такие, кто обращает внимание не только на то, что написано, но и как написано. К сожалению, надо признать, что "высокий штиль" – не наш конек. Среди сотрудников редакции нет "лириков" – филологов, литераторов, экономистов (*exceptis excipiendis* – корректоры и бухгалтеры, конечно же, имеют соответствующее образование), хотя неплохо представлены "физики": механики и электронщики, конструкторы и технологии, научные сотрудники и программисты. Впрочем, на пятом году жизни журнала на снисхождение доношных читателей рассчитывать уже не приходится...

Читателям с малым стажем, не говоря уже о тех, кто впервые держит в руках *Observer*, сообщаем, что ежегодно, согласно устоявшейся традиции (на ум сразу приходит афористичное "каждый год, 31 декабря, мы с друзьями ходим в баню"), по весне мы подводим финансовые итоги (в простирации именуемые "капустой"), отражающие деятельность крупнейших разработчиков (уважительно называемых "королями") в сфере САПР за год предыдущий. Поскольку четыре "короля" (Autodesk, Dassault Systèmes, PTC, UGS) оказывают на рынок определяющее влияние, знание состояния их дел дает нам ключ к пониманию процессов развития отрасли в целом. Для старожилов же заметим, что приток читателей-неофитов вызывает необходимость повторять в каждом обзоре некоторые базовые вещи, несмотря на кажущуюся их банальность – специфика и формат аналитической статьи того требуют.

Большой объем подготовленного материала привел к необходимости разбить публикацию на две части. В первой представлены лишь основные итоги "королей" за 2004 г., наши "исторические" графики, отражающие динамику главных финансовых показателей, а также небольшие комментарии к ним. В следующем номере мы продолжим публикацию, сосредоточившись, преимущественно, на анализе структуры "королевских" доходов.

"Короли" и "капуста" - 2004

Финансовые итоги крупнейших разработчиков CAD/CAM/CAE/PDM за 2004 год
Часть I

Юрий Суханов (*observer@cadcamcae.lv*)

Руководителю на заметку

– Давайте же начнем! – сказал Морж...
– Пришло время потолковать о многих вещах: о башмаках, о кораблях, о сургучных печатях, о капусте и о королях!

Льюис Кэрролл, "Сквозь зеркало"

Общие доходы "королей" – заветный рубеж взят!

По долгу службы и для поддержания собственного информационного тонуса нам приходится следить в течение года за квартальной динамикой главных финансовых показателей "королей". Поэтому для редакции не стал сюрпризом знаковый итог 2004 года: доходы сразу трех компаний – Autodesk, UGS и Dassault Systèmes – превысили рубеж одного миллиарда долларов США (рис. 1).

Для удобства, на наших исторических графиках, а также ниже по тексту, применяются общепринятые биржевые, а

потому легкоузнаваемые сокращения названий "королей" – ADSK, DASTY, PMTC и UGS.

✓ **ADSK.** Уже второй год подряд наилучших успехов и наивысших результатов добивается Autodesk, чьи доходы в 2004 г. составили 1233.8 млн. долл. США. По сравнению с весьма успешным 2003 г., когда удалось собрать урожай "капусты" в 951.8 млн., рост доходов составил 29.6%. Это самая высокая отметка годового дохода, когда-либо в истории достигаемая сапровскими компаниями, и это самые высокие среди "королей" международного рынка САПР темпы роста компании. Все, без исключения, западные издания называют финансовые результаты

Autodesk **выдающимися**, тем более, что состояние мировой экономики не очень-то способствовало этому. В прошлогоднем обзоре (*Observer #1/2004*) мы писали, что сплав высокопрофессионального менеджмента, хорошо натренированной дилерской сети и обширной базы пользователей способен обеспечивать Autodesk абсолютное лидерство по величине собственных доходов даже при отсутствии в "королевском" портфеле систем класса *high-end*. Автор и сегодня готов подписать под каждым словом этого утверждения.

Размышляя о происхождении и корнях феномена AutoCAD/Autodesk, неизменно приходишь к мысли о новой форме

работства человека, о его сильной и всё более возрастающей зависимости от благ технократической цивилизации – в том числе, от компьютеров, программ и технологий... За 20 лет база пользователей *AutoCAD* и других продуктов на его основе стала столь широкой, а степень их интеграции в процессы проектирования и отображения, ставшие критичными для большинства сфер жизни человека и отраслей его деятельности, столь тесной, что *Autodesk* просто обречена на успех и впередь.

Автора не раз удивляла запрограммированная успешность практически любых, даже не особо демократичных “экспериментов” с клиентской базой, проводимых компанией. Видимо, число пользователей уже достигло некоего порога, за которым денежно измеряемая реакция на инициативы *Autodesk* практически всегда является позитивной, что приносит компании дополнительные десятки и сотни миллионов долларов. В прошлогодней статье мы уже рассматривали типовые примеры таких циклических инициатив.

В целом финансовое состояние компаний за два последних года значительно улучшилось. Финансовые накопления выросли более чем в три раза, и на 31.01.2005 они составили уже 518 млн. долл. Поговаривают, что *Autodesk* копит деньги для поглощения других компаний и обеспечения тем самым себе быстрых темпов роста. В качестве одного из кандидатов на поглощение мог бы фигурировать, к примеру, конкурент *Intergraph* или даже кто-то из “их Величеств”...

✓ **UGS.** Второе место в рейтинге “королей” по размеру доходов уже второй год подряд сохраняет *UGS*, с показателем 1018.9 млн. долл. По сравнению с 2003 г., когда компании удалось заработать 866 (или 897 млн. долл., в зависимости от источника), рост доходов составил 17.66% (или 13.59%), соответственно.

Известно, что “короли” конкурируют и по структуре портфеля заказов, в том числе – по

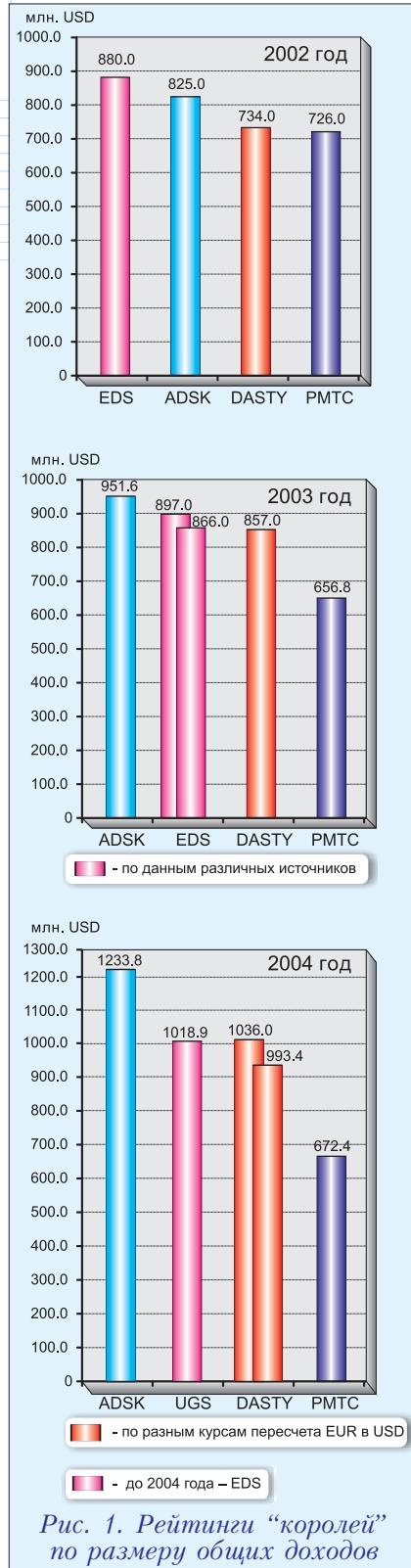


Рис. 1. Рейтинги “королей” по размеру общих доходов

количеству крупных заказов, превышающих 1 млн. долл. В этом аспекте компании *UGS* в 2004 г. мог бы позавидовать любой: объемы 64 контрактов превышали 1 млн. долл.

Не исключено, что показатели *UGS* могли быть еще лучше – если бы не очередная смена владельцев, названия, лого и связанная с этим нервотрепка в среде управленцев всех уровней, справедливо опасавшихся за свою судьбу. Напомним, что в марте 2004-го сервисный гигант *EDS* договорился о продаже за 2.05 млрд. долл. своего непрофильного подразделения *UGS PLM Solutions* консорциуму частных инвестиционных компаний в составе *Warburg Pincus*, *Bain Capital* и *Silver Lake Partners*. Как говорится, вы будете смеяться! Новые владельцы начали со смены названия и лого: компании вернули старое добре имя *UGS* (тот случай, когда новое – не совсем забытое старое).

Закономерен вопрос: для чего три инвестиционные компании приобрели *UGS*? Скорее всего, чтобы “влить” необходимые инвестиции, упрочить лидирующие позиции на рынке САПР/PLM и затем дорого продать. Таким образом, вполне возможно, что название *UGS* опять может поменяться – например, на ... *Autodesk*. Резоны последней очевидны: и свое ядро *Parasolid* займет, и свою систему *high-end* (*NX/Teamcenter*), а заодно и *Solid Edge* в *Inventor SE* переименует. О клиентской базе и говорить нечего – такие партнеры как *General Motors*, *Ford* и т.п. желанны для любой компании.

Конечно, не исключено, что это всё домыслы досужих аналитиков. Но всё же, для чего-то *Autodesk* копит наличные и почему-то перестала платить дивиденды... И кого покупать, если не *UGS*? Понятно, что *IBM* никогда не отдаст *Dassault*. Остается *PTC*... Странно, что никто не купил эту компанию в начале 2003 г., в период максимального упадка, когда её рыночная капитализация упала до 600 млн. долл. (сейчас – 1.6 млрд.).

В целом, выход из состава *EDS* позитивно сказался на *UGS*. В каждом квартале “свободы” компания не только

добивается последовательного роста доходов, но и предпринимает серьезные шаги для укрепления лидирующих позиций на рынке *PLM*. В частности, практически завершено объединение пакетов *Unigraphics* и *I-deas* на платформе *NX*. Последний релиз *NX3* характеризуется лучшей совместимостью приложений. Прежде достаточно разрозненные *PDM/PLM*-продукты, объединенные общей концепцией *Teamcenter*, постепенно обретают черты единства и совместимости. Рационализируется состав и структура необъятной продуктной линии *UGS*. Здесь компания придумала удачный ход, являющийся интерпретацией платформенной концепции построения решений *CATIA*, детализированной с учетом потребностей типовых групп пользователей. Теперь *UGS* намерена предложить клиентам ограниченный перечень типовых решений, дополняемых из сравнительно короткого списка отдельных модулей. Без сомнения, все предлагаемые решения – класса *high-end*, с достойным функционалом и ценой.

Интерес *UGS* здесь лежит в нескольких плоскостях одновременно: организационно-технической, финансовой и политической (избежание внутренней конкуренции решений разного уровня). Унификация продуктов и решений, упорядочение процесса разработки, упрощение администрирования заказов – вещи очевидные. Очевидно также и то, что теперь на платформе *NX* будет просто невозможно укомплектовать простенькое и дешевое *CAD*- или *CAD/CAM*-решение – для этого есть пакеты среднего уровня. *UGS* недвусмысленно дает понять сомневающимся, что тезис об ускоряющемся сближении систем верхнего и среднего уровня – выдумка из стана “средневесов”.

С другой стороны, компания уверяет (но стоит ли верить данайцам, дары приносящим?), что интерес пользователей тоже будет соблюден: во-первых, будет намного проще выбирать

требуемое решение; во-вторых, цена любого из новых типовых решений будет ниже цены эквивалентного по функционалу сегодняшнего решения, набранного из отдельных модулей, а также ниже цен эквивалентных решений от конкурентов.

В технологической сфере у компании также есть заметные результаты: и свой *Parasolid* развивается, и сторонние носители новых технологий – *D-Cubed* и *Tesnomatix* – поглощаются.

✓ ***DASTY***. На третье место в топе, составленном на основе “королевских” доходов, мы поставили *Dassault Systèmes* с показателем 993.4 млн. долл. Поскольку эта французская компания отчитывается в евро, то для сопоставимости показателей требовалось пересчитать её доход в доллары. Делалось это по простой и надежной методике: величина квартального дохода в евро пересчитывалась в доллары по средневзвешенному за квартал курсу. Для I квартала курс евро к доллару составил 1.24940, для II кв. – 1.20557, для III кв. – 1.22293, для IV кв. – 1.29717.

Наверное, обидно, что до звездного миллиарда компании не хватило лишь нескольких миллионов, но сама *Dassault* публично об этом не печалилась. Некоторые аналитики, в том числе сетевое издание *CADCAMNet*, поспешили объявить *Dassault* миллиардером на том простом основании, что если годовой доход компании в евро пересчитать в доллары по текущему на момент публикации курсу ($1\text{ EUR} = 1.3\text{ USD}$), то получится искомый миллиард с небольшим запасом (1036 млн. долл.). Такой подход нам не кажется объективным, да и сама компания вряд ли нуждается в патронате даже столь уважаемого издания, как *CADCAMNet*.

Но раз уж информация о “дашонском” миллиарде вброшена, значит это кому-то надо. Из чувства глубокого почтения к *Dassault* и искренней дружбы с *CADCAMNet* мы решили, что в топе “королей” показатель

дохода компании следует представить в двух вариантах – чуть меньше (версия *Observer'a*) и чуть больше (версия *CADCAM-Net*) миллиарда долларов. Тем не менее, все последующие расчеты, выводы и сравнения мы будем делать, опираясь на рассчитанную нами величину показателя общих доходов *Dassault* в 2004 г. Таким образом, интересующий нас рост общих доходов компании в 2004 г. (993.4 млн. долл.) по сравнению с 2003 г. (857 млн. долл.) составил 15.9% при расчетах в долларах. При расчетах в евро рост общих доходов в 2004 г. (796.6 млн. евро) по сравнению с 2003 г. (754.8 млн. евро) окажется менее эффектным и составит лишь 5.5%.

В целом финансовое состояние *Dassault* – великолепное, на её счетах – 552.8 млн. евро (что эквивалентно не менее 700 млн. долл.) по состоянию на 31 декабря 2004 г. Компания выплатила акционерам дивиденды на сумму 38 млн. евро.

✓ ***PTC***. Достижение сразу тремя компаниями возделенного рубежа в миллиард долларов годового дохода – знаковое событие в мире *CAPR/PLM*. Долгие годы *Autodesk*, *UGS* и *Dassault* упорно шли к этой цели, так что сегодня, плотненько расположившись на Олимпе, они наверняка счастливы...

Другое дело – *PTC*, перед которой, вообще-то говоря, сегодня стоят совсем иные задачи. Мы знаем, что *PTC*, безусловно, выдающаяся компания, основоположник современной парадигмы компьютерного моделирования, на которой базируется большинство существующих на рынке *CAD*-систем. В истории *PTC* (надеемся, что и в активе тоже) значится целых шесть успешных “восхождений”, из которых четыре – выше миллиардной отметки. Так что на Олимпе компания уже была, и потому психологической травмы из-за успехов товарищей-конкурентов у неё быть не должно.

В 2004 г. *PTC* решала стратегическую проблему выхода

из кризиса, в котором компания пребывала на протяжении не менее 11 кварталов, предшествующих этому году. В прошлогодней статье мы весьма скептически оценивали стратегический уровень задач, поставленных перед компанией её руководством на 2004 г. Но, к чести PTC и её топ-менеджеров, все объявленные тактические цели были достигнуты.

Если в 2003 календарном году (напомним, что финансовый, или фискальный год у PTC не совпадает с календарным, поэтому для сопоставимости с показателями других "королей" её отчетные данные приводятся к календарному году) доход PTC составил 656.8 млн. долл., то в 2004 – 672.4 млн. Испытывая сильнейшее давление со стороны конкурентов в обоих сегментах (*high-end* и *middle range*) рынка, компания добилась роста доходов на 2.4%. Годовой портфель заказов PTC содержал 35 контрактов стоимостью свыше 1 млн. долларов.

Одновременно руководство жестко реструктуризовало компанию с целью резкого сокращения расходов. В этой связи были урезаны вложения в НИР и разработку ПО, а также маркетинговые расходы. Численность персонала сократилась на 800 человек – теперь в штате PTC три тысячи сотрудников. Помимо этого, анализировались отношения с RAND, извлекались уроки и делались выводы: трансформировалась модель продаж и дистрибуции, активно (местами – заново) строилась дилерская сеть. В целом годовые расходы удалось снизить на 140 млн. долл. Таким образом, добившись скромного роста доходов и одновременно резкого сокращения расходов, **PTC решила свою стратегическую задачу 2004 г. – вновь стать рентабельной компанией.**

В целом за год здоровье PTC явно улучшилось: на счетах компании имеется 334 млн. долл., что эквивалентно половине её годового оборота.

Поквартальные графики общих доходов "королей" за

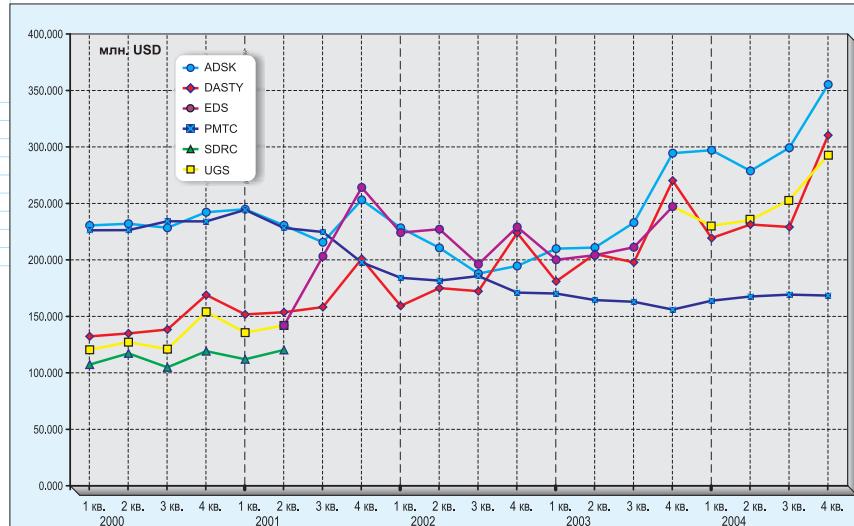


Рис. 2. Общие доходы

2000÷2004 годы представлены на рис. 2.

рабочих мест отражают диаграммы на рис. 4.

Доходы от продажи новых лицензий

Эти доходы являются частью общих доходов, причем – важнейшей частью, характеризующей прирост базы пользователей, развитие компании, отношение рынка к продукту (в том числе, косвенно, они отражают популярность продукта, соответствие функциональности, цены, спроса и пр.). Поквартальные графики доходов "королей" от продажи новых лицензий за 2000÷2004 г.г. представлены на рис. 3, а количество проданных

✓DASTY. Лидерство на международном рынке САПР/PLM за 2004 г. по величине доходов от продажи новых лицензий по-прежнему сохраняет за собой *Dassault Systèmes* с показателем 837 млн. долл., что на 14% превышает её достижения за 2003 год (734 млн.). В 2004 году было продано 62 577 рабочих мест *CATIA* и *SolidWorks*, что почти на 9% превышает показатель 2003 года (57 524). При этом, отдельно по системе *CATIA* (за 2004 год продано 32 695 лицензий), прирост в сравнении с 2003 годом (32 163 лицензий)

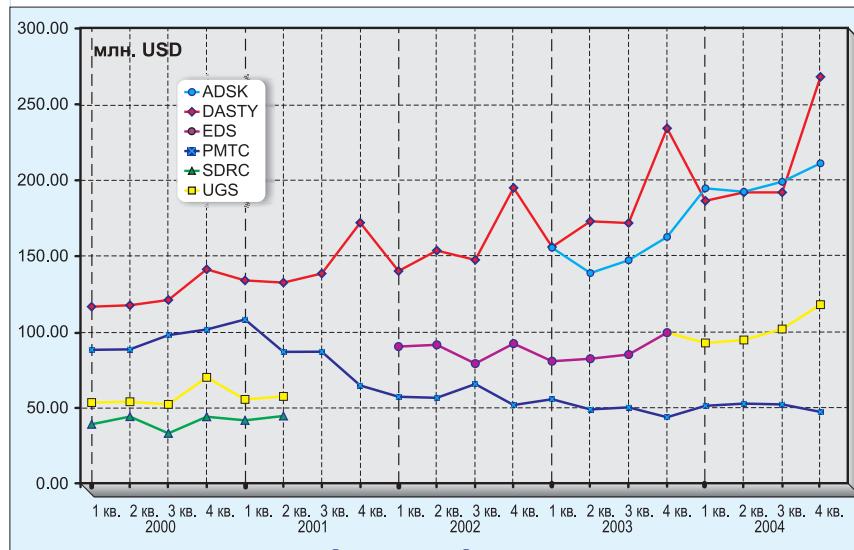


Рис. 3. Доходы от продаж новых лицензий

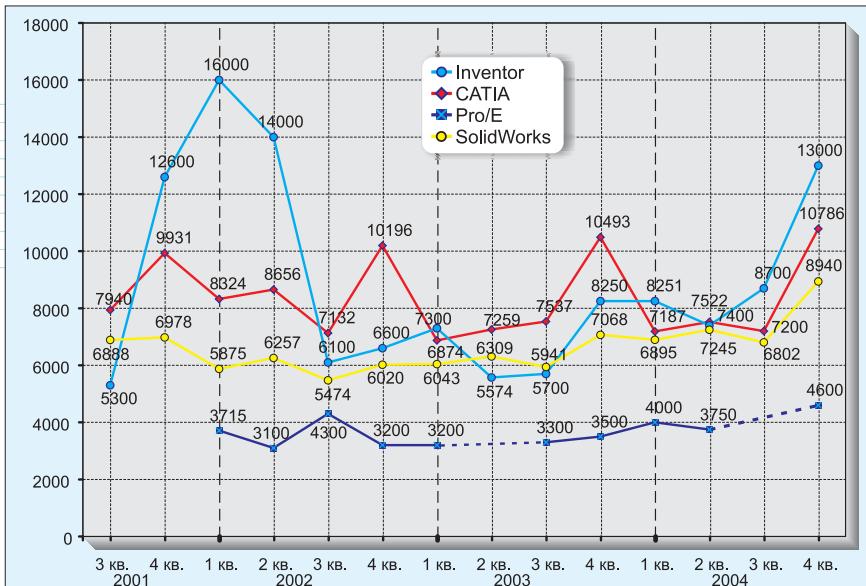


Рис. 4. Количество продаж рабочих мест популярных пакетов

составил всего 1.65% – есть о чем поразмышлять руководству *Dassault*... Зато продажи *SolidWorks* за 2004 год достигли рекордного числа – 29 882 рабочих места, что на 17.8% превышает этот показатель (25 361) за 2003 год.

Согласно отчетам *DASTY*, в течение 2004 г. квартальная динамика средней цены рабочего места *CATIA* была следующей: I кв. – 12 681 EUR, II кв. – 12 919 EUR, III кв. – 12 581 EUR, IV кв. – 12 397 EUR. Для системы *SolidWorks* картина была следующей: I кв. – 5923 USD, II кв. – 6174 USD, III кв. – 5837 USD, IV кв. – 5893 USD.

Bernard Charles, президент *Dassault Systèmes*, комментируя итоги года, заявил, что исторический рубеж достигнут и в PDM-бизнесе (*ENOVIA*, *SMARTEAM*) компании – здесь впервые получен доход, превышающий 100 млн. евро.

✓ **ADSK.** В первых трех кварталах 2004 г. *Autodesk* по доходам от продажи новых лицензий немного опережала *Dassault* (*ADSK* – 194.309, 192.045, 198.65 млн. долл.; *DASTY* – 186.04, 191.57, 191.63 млн. долл.). Но исторически у *DASTY* в IV кв. всегда

наблюдалась резкий всплеск доходов, что связано с завершением крупных сделок к концу финансового года. Так случилось и на этот раз: в IV кв. *DASTY* продала новых лицензий на рекордную за время наблюдений сумму – 267.74 млн. долл., в то время как *ADSK* смогла продать на 210.80 млн. долл. (что тоже является личным рекордом компании). В итоге, по величине доходов от продажи новых лицензий за 2004 год (795.808 млн.) *ADSK* оказалась на втором месте – так же, как и в 2003 году (602.8 млн.). А вот темпы роста этих доходов у *ADSK* составили 32%, что является выдающимся результатом.

В отчете за 2004 г. компания информирует, что в количественном выражении её инсталляционная база выросла до следующих размеров:

- *AutoCAD LT* – 2 677 900 мест;
- *AutoCAD (stand alone)* – 2 490 000;
- *AutoCAD Mechanical* – 149 400;
- *AutoCAD Map* – 203 700;
- *Architectural Desktop* – 383 900;
- *Land Desktop* – 109 900;
- *Inventor Series & Inventor Professional* – 422 900.

✓ **UGS.** К сожалению, смена хозяев *UGS* не привела автоматически к отмене режима секретности. Частные компании строго охраняют свои финансовые показатели. Не является исключением и консорциум новых владельцев *UGS*... Мы, как и наши коллеги из других изданий, по-прежнему не имеем полных отчетов и вынуждены довольствоваться лишь самыми общими данными. Впрочем, даже за это можно сказать большое спасибо *UGS*, отстоявшей свое право предоставлять общественности некоторую информацию, пусть и ограниченную, о результатах своей деятельности за квартал. Если хотя бы часть акций *UGS* будет пущена в публичное обращение (а такое планировалось), у нас появится возможность заглянуть в святая святых компании – её финансовые отчеты. Ну а пока мы вместе с читателями будем вынуждены довольствоваться неким суррогатом, являющим собой смесь из неполных отчетных данных нынешней *UGS*, сдобренных предположениями и выводами, которые можно выжать из анализа прошлой статистики компании.

Одним из примеров такого эрзац-подхода является предположение о том, что нынешний показатель соотношения доходов от продажи новых лицензий и доходов от оказания услуг остается примерно таким же, как у прежней *UGS* (когда компания была открытой) – то есть, 40:60. Впрочем, высокая точность в данном случае не столь уж важна, поскольку это всё равно не влияет на расстановку сил: у *DASTY* и *ADSK* этот показатель заметно выше, а у *PTC* – заметно ниже, чем у *UGS* (рис. 3). Таким образом, по объему доходов за 2004 г. от продажи новых лицензий *UGS* занимает стабильное третье место с показателем 407.56 млн. долл.

Никакими количественными данными о продажах рабочих мест *NX* или *Solid Edge* мы, к сожалению, не располагаем.

✓ **PTC**. Одной из важнейших задач последнего времени для PTC было остановить ставшее уже привычным снижение доходов от продажи новых лицензий. И компания с этой задачей справилась! В 2004 г. мы наблюдаем стабилизацию и даже небольшой рост доходов от продажи новых лицензий по сравнению с 2003 годом (202.27 против 197.34 млн. долл.). Рост в 2,5% – пусть и небольшой, но символичный – свидетельствует об изменении тенденции. Надо отметить, что в этом есть и вклад реселлеров PTC, продавших новых лицензий на сумму 56,2 млн. долл., что на 23% превышает их результаты в 2003 финансовом году.

Заметно выросло количество продаж лицензий Pro/E, особенно пакетов начального уровня (*the entry-level package* для малого и среднего бизнеса – так указывается в отчете PTC). Думается, речь идет о конфигурациях *Foundation*). К примеру, в I кв. 2004 г. было продано 4000 лицензий, во II кв. – 3750, в III кв. – неизвестно (но, судя по размеру дохода, аналогично II кв.), в IV кв. – 4600.

Смущает здесь лишь то обстоятельство, что рост количества продаваемых лицензий опережает рост соответствующих доходов. Из чего приходится делать вывод о продолжающемся снижении средней цены лицензии Pro/E, что не может не радовать потенциальных покупателей. Спрашивается – является ли фактическое снижение цены (пусть и не отраженное в прайс-листиках) флагманского продукта PTC следствием каких-то процессов вне компании (изменения рыночных условий, конкуренции), или же это управляемый процесс, элемент политики PTC по привлечению новых клиентов? Издание CAD/CAMNet приводит следующую динамику средней цены за рабочее место Pro/E: 1997 г. – 19 800 долл., 2002 г. – 11 900, 2003 г. – 11 100, 2004 г. – 9300 долл. В IV кв. 2004 года эта цена упала до 7000 долларов.

Доходы от оказания услуг

В эту графу мы заносим доходы от продажи соглашений о поддержке (*Maintenance, Subscription Service, Update Plan* – названия у разных компаний отличаются), обновлений или *Upgrade*, а также от обучения и каких-то еще платных услуг. Эти доходы являются важнейшей составляющей общих доходов всех “королей”, а у PTC и UGS – определяющей частью (рис. 5). Если эти доходы стабильны и растут, значит у компании нет оснований сомневаться в доверии своих клиентов, готовых платить за нужные

услуги и кредитовать совершенствование и/или разработку новых продуктов.

Поквартальные графики “королевских” доходов от оказания услуг представлены на рис. 5, а графики изменения доли этих доходов в общих доходах – на рис. 6.

✓ **UGS**. Даже если соотношение доходов от продажи новых лицензий и от оказания услуг в 2004 г. отличается от прежней пропорции 40:60, то коррекция возможна лишь в сторону небольшого увеличения доли доходов от оказания услуг. Однако, и без учета возможной коррекции компания UGS уже

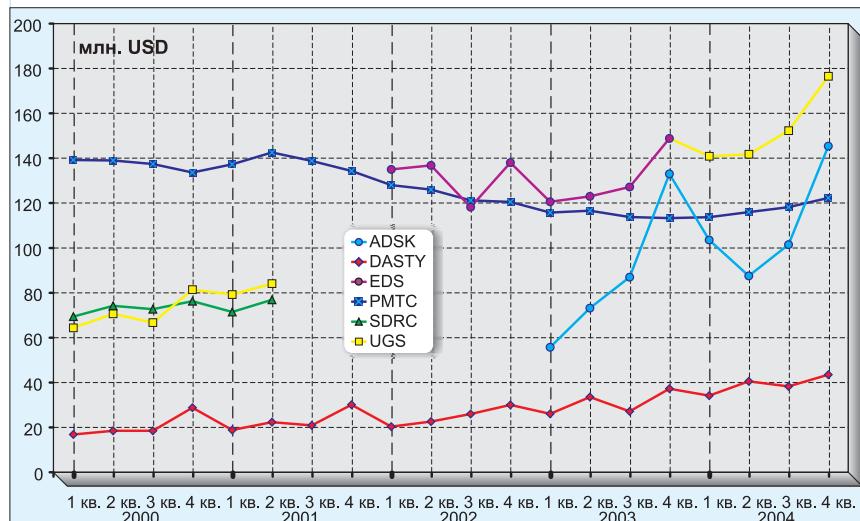


Рис. 5. Доходы от оказания услуг

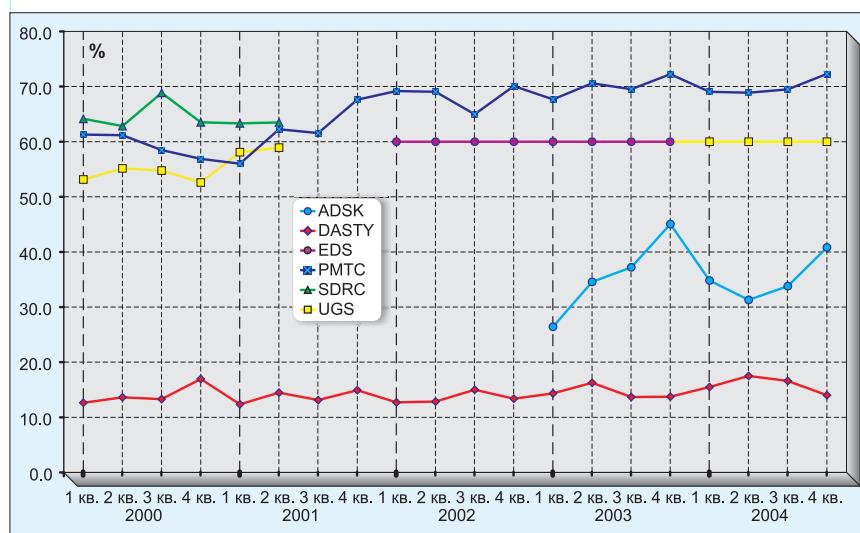


Рис. 6. Доля доходов от оказания услуг в общих доходах

третий год подряд является абсолютным лидером среди "королей" по объему доходов от оказания услуг.

В 2004 г. доход *UGS* от оказания услуг составил по нашим расчетам 611.34 млн. долл., что на 17.66% превышает доход компании в 2003 г., когда было заработано 519.60 млн.

✓ **PTC**. Долгое время *PTC* была лидером среди "королей" по этому показателю. Однако, оказавшись в затяжном кризисе, компания и в этом последовательно сдавала свои позиции на протяжении 11 кварталов подряд – со II кв. 2001 г. по I кв. 2004 г. Тем не менее, усилия руководства по выводу компании из кризиса не пропали даром, и начиная со II кв., *PTC* добивается регулярного роста дохода от оказания услуг. В целом за год на услугах компания заработала 470.137 млн. долл., что на 2.3% превышает доход за 2003 год (459.422 млн.).

В рейтинге "королей" по этому показателю за 2004 г. *PTC* занимает 2-е место, сохранив его за собой уже третий год подряд. Доля доходов от оказания услуг в общих доходах *PTC*, достигнув 70% в 2003 году, оставалась на этом же уровне и в 2004 году, что говорит о высокой степени зависимости от этого вида деятельности.

✓ **ADSK**. В официальных отчетах *Autodesk* к доходам от оказания услуг отнесены лишь доходы от продажи *Maintenance*, в то время как существенные суммы, получаемые от обновления программ (*Upgrade*), компания причисляет к доходам от продажи лицензий. Нам такой подход не кажется вполне корректным, поэтому уже второй год подряд (с момента, когда *Autodesk* наконец-то начала структурировать свои доходы) мы методично относим обновление к услугам.

В каждом квартале 2004 года доход компании от оказания услуг превышал доход соответствующего квартала года 2003-го. А в целом за 2004 год *Autodesk*

заработала 437.959 млн. долл., что на 25.53% превышает её доход в 2003 г., когда он составил 348.90 млн. Если так дело пойдет и в текущем году, то компания легко обставит *PTC* по этому показателю.

Доля доходов от оказания услуг в общих доходах компании находится в пределах 31÷41%.

✓ **DASTY**. Условно-низкие доходы *DASTY* от оказания услуг не должны вводить читателей в заблуждение и приводить к заключению о выраженной недоверии со стороны пользователей. Нам уже приходилось объяснять (но не лишним будет и напомнить), что на рынке *CAPR/PLM* эта компания работает в альянсе с сервисным гигантом *IBM*. Согласно договору, сама *DASTY* занимается только разработкой технологий и программных продуктов, но не занимается их продажей, поддержкой и обслуживанием. Все эти вещи отданы на откуп *IBM* с партнерами (а теперь еще и *RAND* с партнерами), которым и достается львиная доля доходов от оказания услуг.

В целом за 2004 год *DASTY* получила 156.37 млн. долл. дохода от оказания услуг, что на 26% превышает этот её показатель за 2003 г., когда компания заработала 124.01 млн. Доля доходов от оказания услуг в общих доходах компании находится в пределах 14÷17.5%.

Расходы на НИР и разработку ПО

✓ **DASTY** известна, помимо прочего, как технологическая компания, обладающая реальным влиянием на развитие отрасли в целом. На протяжении последних четырех лет она является абсолютным лидером среди "королей" по расходам на проведение поисковых и научно-исследовательских работ, на разработку, отладку и тестирование программ, а также на создание "хелпов", документации, учебных курсов и самоучителей.

Каждый год вложения растут: так, в 2001 году на эти цели было истрачено 187.27 млн. долл., в 2002 г. – 209.30, в 2003 г. – 244.10, а в 2004 г. – 276.27. Кроме того, у *DASTY* самая высокая среди "королей" доля общих доходов, расходуемая на НИР и разработку ПО (25÷32%).

Свидетельством самых серьезных намерений *DASTY* обеспечить себе лидирующие позиции на рынке является создание глобального стратегического альянса с *Microsoft*, нацеленного на сквозную интеграцию *PLM*-решений *DASTY* с платформой *Microsoft* – в том числе, на создание унифицированного формата обмена моделями через интернет.

✓ **ADSK** на протяжении этих же четырех лет инвестирует в НИР и разработку немного меньше *DASTY*, каждый раз оставаясь на втором месте в рейтинге. В 2001 г. на эти цели *ADSK* истратила 168.6 млн., в 2002 г. – 173.0, в 2003 г. – 196.9, в 2004 г. – 239.404 млн. долл. Доля общих доходов, расходуемая на НИР и разработку ПО, у *ADSK* колеблется в пределах от 15 до 22%.

✓ **UGS**. Судя по всему, третье место в рейтинге "королей" по инвестициям в *R&D* должно бы принадлежать *UGS*, однако никакими фактическими данными, подтверждающими наши предположения, мы не располагаем. Известно только о вхождении *UGS* в стратегические альянсы по созданию и совершенствованию специализированных *PLM*-решений с рядом серьезных корпораций – *HP*, *Microsoft*, *Capgemini US* и др.

✓ **PTC** на протяжении последних четырех лет последовательно сокращает расходы на НИР и разработку ПО: в 2001 г. на эти цели было израсходовано 147.439 млн. долл., в 2002 г. – 133.30, в 2003 г. – 126.104, в 2004 г. – 104.88. Однако, из сказанного не следует делать

скоропалительных выводов о сокращении объемов нировских и программистских работ. PTC рационализирует и оптимизирует свои расходы, в том числе, за- действуя с большей загрузкой свои подразделения в Израиле и Индии, а также используя другие возможности и преимущества оффшорного программирования. Доля общих доходов, расходуемая на НИР и разработку ПО, составляет у PTC от 15 до 20%.

Поквартальные графики расходов "королей" на НИР и разработку ПО представлены на рис. 7, 8.

Расходы на маркетинг, организацию продаж и содержание администрации

✓ **ADSK** является бессменным лидером среди "королей" по величине этих расходов начиная с 2001 года. Последние два года суммы расходов растут, обеспечивая финансирование действий по организации подписки на поддержку ПО, маркетинговых акций по льготному и принудительному обновлениям и т.д. Необходимы средства и на приздание рекламно-маркетингового ускорения подзапоздавшему с выходом на торную дорогу *Inventor*'у. Кроме того, *ADSK* – активный и талантливый пропагандист здорового (т.е. с лицензиями на все случаи) образа жизни проектных организаций и подразделений всех мастей. Одновременно она и застрельщик непримиримой борьбы с пиратами, ярый сторонник принципа неотвратимости наказания для изготовителей и продавцов контрафактного софта. На эти цели компания тоже тратит деньги, причем, немалые.

В целом за 2004 г. маркетинговые и административные расходы *ADSK* составили умопомрачительную сумму в 563.347 млн. долл., что на 12.56% превышает сумму расходов компании в 2003 г., когда на эти цели было потрачено 500.5 млн. С другой стороны, если 13% прироста расходов на маркетинг и администрацию генерируют 30% прироста общих доходов, обоснованность такого

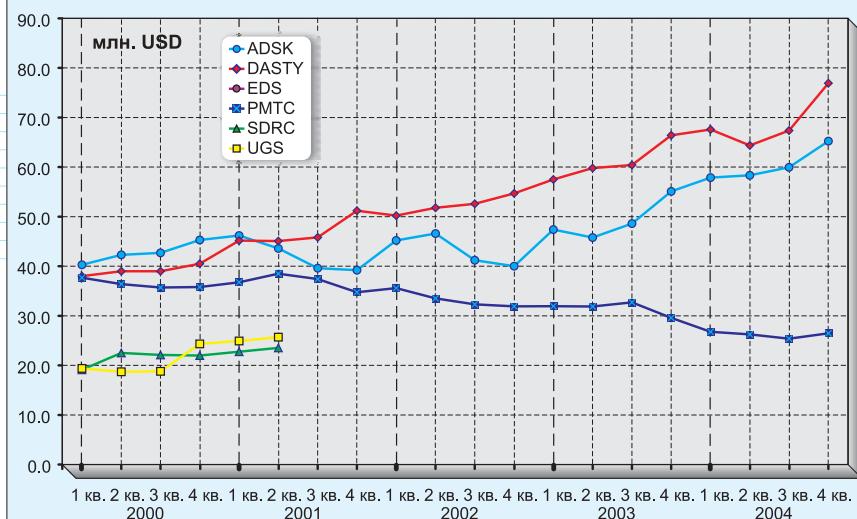


Рис. 7. Расходы на НИР и разработку ПО

подхода уже не кажется сомнительной. Однако общая эффективность этих расходов (определенная как количество долларов общего дохода компании, приходящихся на один доллар расходов на маркетинг и администрацию) оказывается уже не столь высокой. Более того – она самая низкая среди всех "королей".

✓ **UGS**. Никакими подтвержденными данными об объемах и динамике маркетинговых и административных расходов *UGS* мы, к сожалению, не располагаем. Из сферы маркетинга *UGS* известен лишь тот факт, что г-н **Dave Shirk** назначен исполнительным вице-президентом компании по глобальному маркетингу. Предыдущие места работы этого господина достаточно известны – *Oracle* и *Novell*, где он тоже занимал ответственные должности по маркетингу.

У компании *UGS* есть масса позитивных черт, среди которых выделяется высокая инженерная культура. Маркетинг же никогда не был сильной стороной компании, поэтому, приглашая г-на *Shirk* на столь ответственный пост, новые владельцы *UGS* рассчитывают на завершение построения новой сбалансированной бизнес-модели: "продукты – продажи – маркетинг".

✓ **PTC**. До 2000 г. включительно большие маркетинговые

и административные расходы PTC превышали расходы *ADSK*, являясь самыми высокими в отрасли. Но уже с 2001 г., из-за ежегодного снижения объемов доходов компании, стал снижаться и её маркетинговый бюджет (объемы административных расходов при этом практически не страдали!). Если в 2003 году маркетинговые и административные расходы PTC составляли 344.1 млн. долл., то в 2004 году компания довольно жестко урезала свой маркетинговый бюджет – до 282.805 млн. Сейчас по этому показателю PTC уступает *ADSK* уже практически вдвое, при этом немного опережая *ADSK* по эффективности этих расходов.

✓ **DASTY** исторически тратит на маркетинг и организацию продаж меньше всех других "королей". В зоне маркетинговой ответственности компании находятся её собственный имидж, а также и так называемые *design-centric*-решения – продуктные линии *SolidWorks* и *COSMOS*. Системы же *CATIA*, *ENOVIA* и др. из состава ориентированных на процесс (*process-centric*) решений, как известно, находятся в зоне маркетинговой ответственности "голубого гиганта", а теперь и *RAND* со товарищи.

В 2004 году расходы компании *DASTY* на маркетинг и содержание администрации составили

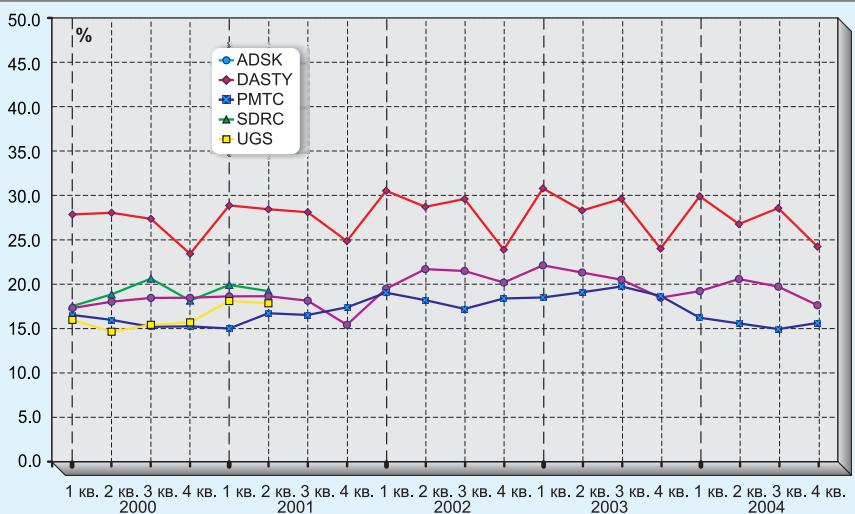


Рис. 8. Доля общих доходов, расходуемая на НИР и разработку ПО

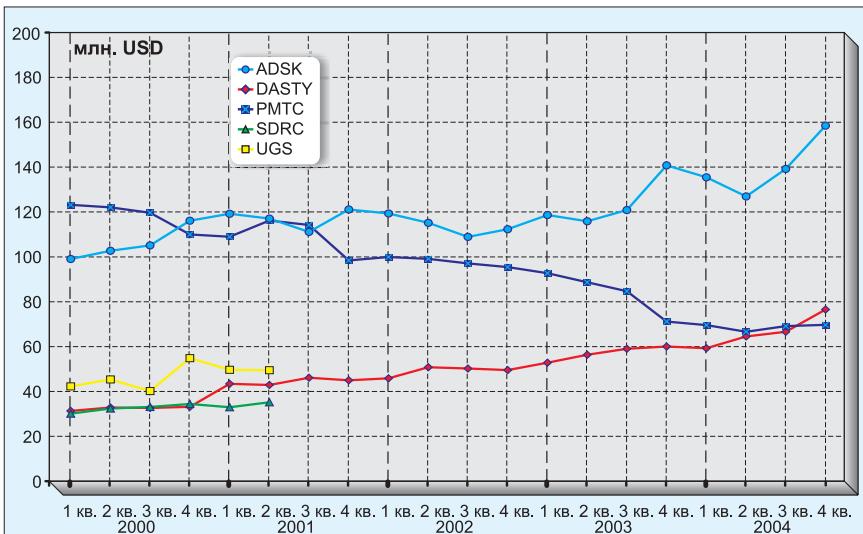


Рис. 9. Маркетинговые и административные расходы

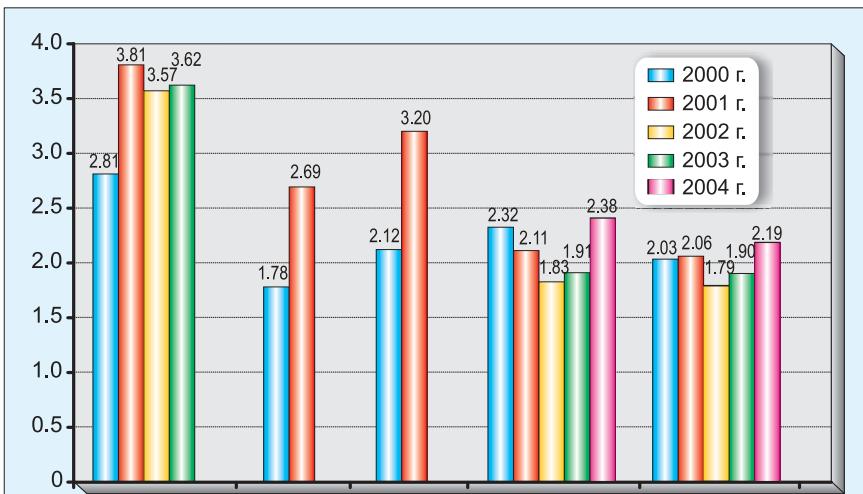


Рис. 10. Эффективность расходов, рассчитанная на базе общих доходов

274.86 млн. долл., почти сравнявшись с расходами PTC. Эффективность маркетинговых расходов DASTY – самая высокая среди “королей”.

Поквартальные графики расходов “королей” на маркетинг, организацию продаж и содержание администрации представлены на рис. 9, а столбчатые диаграммы эффективности этих расходов – на рис. 10.

Чистая прибыль в королевской казне

Как мы уже не раз писали: апофеоз всех королевских трудов – чистая прибыль! Наши графики динамики прибыли за пять последних лет (рис. 11) отражают интереснейшие процессы, происходящие в верхушечной части международного рынка САПР/PLM, являясь одновременно свидетельством позитивной трансформации безликого упадка в драматическую схватку исполинов.

✓ **ADSK.** Время не было чрезмерно благосклонным к ADSK. За шесть лет наших наблюдений (с 1997 по 2003 г.г.) доходы компании выросли только на 24%. Считающийся весьма успешным 2003 год по размеру доходов всего на 1.63% превзошел год 2000-й. Многие полагали, что ADSK упустила свой шанс, и что её лучшие дни позади. Наибольшее беспокойство вселяла мысль, что рынок 2D-систем перенасыщен, а застолбить место на 3D-рынке компания не успела. Не было своего геометрического ядра, своей системы *high-end*, своих PDM-продуктов. Пакет Mechanical Desktop катастрофически устаревал, а Inventor опаздывал с выходом на рынок минимум на три года.

Такое положение дел подвигло многих инвесторов распрощаться со своими пакетами акций ADSK. Еще в середине 2003-го цена акций компании была не выше, чем за десять лет до того. Но пришли другие времена! Усилия талантливой Кэрол Бартц, руководителя Autodesk, её свежие оригинальные идеи

по активизации спроса и предложения, платной подписки и пр., поддержанные и обогащенные её командой и реселлерами, дали свои плоды. В среде чуть ожившей мировой экономики *ADSK* творит чудеса предпринимчивости и добивается великолепных результатов.

В 2004 г. *ADSK* заработала 221.6 млн. долл. чистой прибыли, что на 85% превосходит её достижение 2003 года. С таким показателем компания *Autodesk* и возглавляет соответствующий топ “королей”.

✓ ***UGS***. К сожалению, точных цифр чистой прибыли компании за 2004 г. мы не имеем, хотя и располагаем данными о размерах оперативной (т.е. не учитываяющей ряд специфических расходов, связанных со списанием отсроченных доходов и пр.) прибыли – это 209.0 млн. долл. С такой оговоркой мы всё же разместили этот показатель *UGS* на графике, отражающем динамику чистой прибыли “королей” (рис. 11).

✓ ***DASTY*** всегда умела работать с прибылью, причем – с хорошей прибылью, за что и снискала к себе уважение, любовь и доверие солидных инвесторов. Во втором и четвертом кварталах 2004 г. *DASTY* опережала *ADSK* по размеру чистой прибыли, но за год в целом

заработала лишь(!) 195.85 млн. долл., а потому и заняла почетное второе место, уступив лидерство *ADSK*. Заработанной чистой прибыли сполна хватило, чтобы завершить ранее объявленное поглощение ряда подразделений *RAND Worldwide*, широко известного системного интегратора и бывшего мастер-дистрибутера *Pro/E*. В частности, были поглощены подразделения *RAND* в Великобритании, Швеции, Германии и Швейцарии плюс подразделение *RAND Technologies C.I.S.*, которое обслуживало Россию и другие страны СНГ. Также *DASTY* увеличила с 60 до 70% свою долю в компании *RAND North America*.

✓ ***PTC***. До начала 2004 года 11 кварталов подряд у *PTC* были лишь убытки, но каждый квартал 2004-го компания завершала с чистой прибылью, что не может не радовать. В целом за год чистая прибыль *PTC* составила 80.509 млн. долл., чего уже достаточно для финансирования новых проектов и поглощения небольших технологических компаний.

Что скажет биржа?

✓ ***UGS***. Когда писались эти строки, стало известно, что *UGS* действительно готовится выйти на биржу – пока с небольшим предложением своих акций. Мы ждем этого с нетерпением и

воодушевлением. Объективная оценка рынком акций компании, пусть даже и ограниченного их количества, позволит прояснить многие из неясных на сегодня моментов. В этом смысле тот факт, что на рынок вбрасывается лишь часть акций, имеет положительное значение, поскольку известно, что компании, имеющие держателей крупных контрольных пакетов, меньше подвержены влиянию спекулятивных колебаний.

✓ ***ADSK***. На протяжении 2004 г. акции *ADSK* неуклонно росли, демонстрируя тем самым одобрение инвесторами политики руководства и промежуточных результатов деятельности компании. За год цена акций поднялась с 12 до почти 40 долл. за штуку. Добившись блистательных финансовых результатов, в конце года *ADSK* объявила о дроблении своих акций, т.е. каждая акция была разбита на две акции половинной стоимости. Как сообщает компания, главная цель дробления – обеспечить их большую ликвидность и более широкое распространение, а также сделать их более пригодными и доступными для инвесторов с разными возможностями. Дробление акций *ADSK* рассматривает как выплату дивидендов их держателям. Одновременно компания уведомила, что прекращает выплачивать ежеквартальные дивиденды в размере 0.03 долл. на акцию, поскольку затраты на администрирование этих выплат превышают размеры дивидендов.

Рыночная капитализация, будучи связанной с ценой акции прямо пропорциональной зависимостью, также существенно выросла. По итогам на конец 2004 года капитализация *ADSK* составила 8.73 млрд. долл. Это – рекордная для “королей” САПР величина за всё время наших наблюдений.

✓ ***DASTY***. Акции *DASTY* в начале года имели существенно лучшие стартовые позиции, чем акции *ADSK*. Однако, высокая оценка на старте (порядка

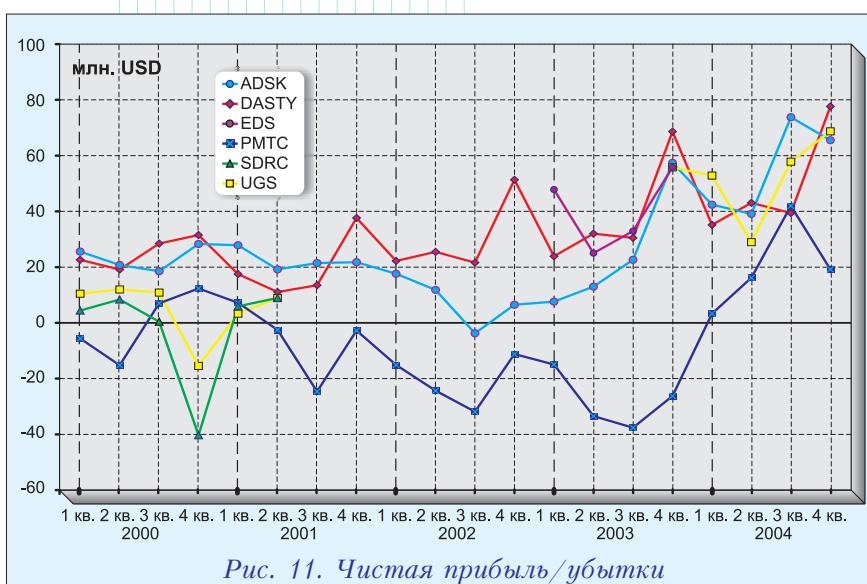


Рис. 11. Чистая прибыль/убытки



Рис. 12. Динамика котировок акций Autodesk в течение 2004 г.



Рис. 13. Динамика котировок акций Dassault Systèmes в течение 2004 г.



Рис. 14. Динамика котировок акций РМТС в течение 2004 г.

45 USD) сделала их восхождение к логическому максимуму в 50–55 долл. за штуку нелегким делом для технологической компании. По любому поводу акции падали на исходный рубеж и даже ниже. Завершился год котировкой на уровне 50 долл. за штуку. Рыночная капитализация компании также немного подросла, составив на конец года 5,68 млрд. долл.

✓ **PTC.** Акции PTC имели явно выраженную тенденцию к росту. Стартовав с отметки 4 долл. за штуку, к финишу они пришли, подорожав на два доллара. При этом практически ни разу по дороге стоимость не падала ниже стартовой отметки. Рыночная капитализация компании на конец 2004 г. составила 1,6 млрд. долл.

Ближайшие перспективы в изложении самих "королей"

Текущий 2005 год обещает быть для "королей" не менее успешным, чем 2004-й. По крайней мере трое из них, попривыкнув к новой для себя роли миллиардера, могут начать неторопливо обсуждать устав соответствующего клуба ("королей"-миллиардеров). Почему неторопливо? Потому что появление четвертого члена клуба ни в 2005-м, ни в 2006-м году не ожидается...

✓ **ADSK.** Подводя итоги 2004 г., **Carol Bartz** заявила: "Это был выдающийся год, он превзошел все наши финансовые ожидания. Наши результаты подтверждают работоспособность нашей стратегии, силу и полноту нашего портфолио и удовлетворенность наших пользователей. Мы очень оптимистичны относительно наступающего года и поэтому с удвоенной энергией беремся за работу. В марте мы выпускаем самую сильную в истории компании линейку продуктов, включающую существенно обновленные релизы всех наших главных продуктов. У меня никогда не было большего энтузиазма в отношении возможностей Autodesk".

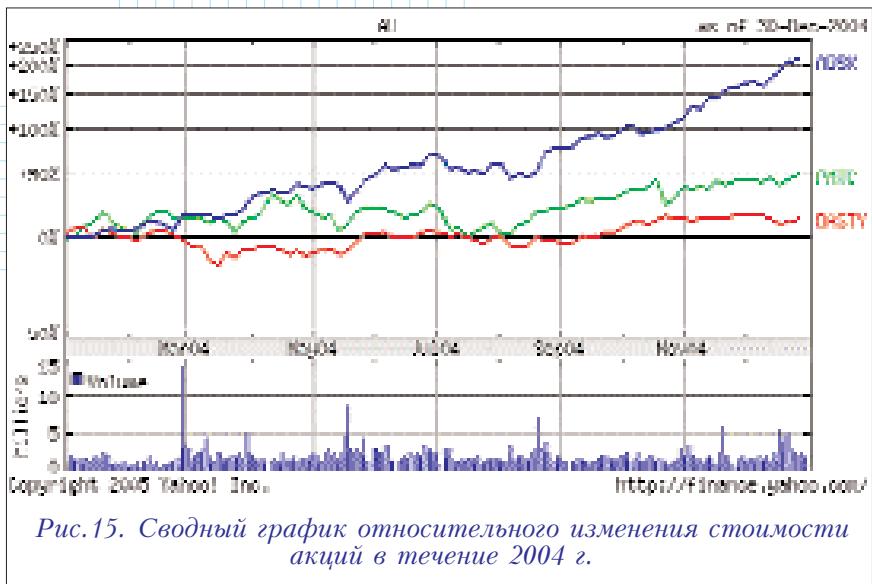


Рис.15. Сводный график относительного изменения стоимости акций в течение 2004 г.

Компания очень уверенно смотрит в 2005 г., рассчитывая зарабатывать в первой половине года по 330÷345 млн.долл. в квартал, а за год в целом — 1360÷1410 млн. долларов.

✓ **UGS.** “Мы — первая компания в новой индустрии *PLM*, пре-высившая рубеж дохода в 1 млрд. долл., и мы продолжаем увеличивать (расширять) нашу рыночную нишу и расти, оставаясь прибыльной компанией, сфокусированной, прежде всего, на обеспечении успеха нашим пользователям”, — сказал **Tony Affuso**, руководитель *UGS*.

По-видимому, г-н *Affuso* не рассматривает *ADSK* как компанию,

работающую на рынке *PLM*, поэтому её миллиард с хвостиком — не в счет. А в отношении же миллиарда *DASTY*, наверное, г-н *Affuso* сомневается в той же мере, что и *Observer*. ☺

“Ключевой фактор роста *UGS* — это бесспорное лидерство компании в наиболее быстро растущем сегменте *cPDM* (*Collaborative Product Development Management*) рынка *PLM*. Лидерство в сегменте *cPDM* постепенно делает нас способными решать задачи управления на уровне предприятия, что мы уже и делаем в ряде отраслей, где успешные компании трансформируют свои процессы введения инноваций, беря на вооружение стратегию *PLM* как

императив. Мы уверены, что победитель в сегменте *cPDM* станет и победителем на рынке *PLM*”, — считает *Tony Affuso*.

✓ **DASTY.** Как заявляет ***Thibault de Tersant***, исполнительный вице-президент и главный финансист *DASTY*: “Мы удовлетворены финансовыми достижениями в 2004 г., включая показатели роста доходов и прибыльности. В течение года мы дважды изменяли в сторону повышения ожидаемые показатели доходности. Глядя в год 2005-й, мы уверены, что рост наших доходов по сравнению с 2004 г. составит 11÷12%; в натуральном выражении это составит 865÷875 млн. евро”.

Что ж, если евро не ослабеет сильно по отношению к доллару, то это действительно будет миллиард долларов (и даже больше) — без всяких натяжек.

✓ **PTC.** “В 2004 году мы смогли достичь всех наших финансовых целей, добились роста доходов и прибыли. У нас сильный баланс и существенно возросшие возможности для инвестиций, обеспечивающих рост”, — сказал ***Richard Harrison***, президент *PTC*. — “Наши достижения за 2004 год позволяют надеяться на рост доходов и прибыли в 2005 году. Портфель наших продуктов и услуг как нельзя лучше соответствует вызовам, с которыми сталкиваются производители в управлении всё усложняющимися глобальными процессами проектирования и производства. Мы усердно работаем над сближением наших решений и реальных потребностей пользователей в части сокращения сроков внедрения наших решений. В результате пользователи начинают инвестировать всё более значительные суммы в наши *PLM*-решения. Мы рассчитываем на значительное ускорение этих инвестиций в 2005 году”.

От себя добавим, что *PTC* ставит по-настоящему серьезную цель — в течение ближайших трех лет снова стать компанией-миллиардером.

Что ж, пожелаем ей, равно как и остальным “Величествам”, всяческого успеха! ☺

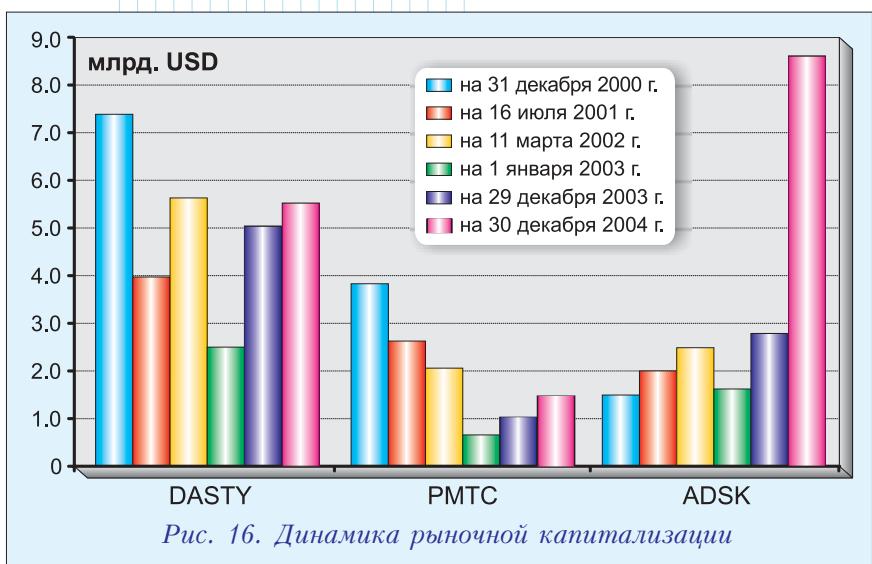


Рис. 16. Динамика рыночной капитализации