



Telefonia dla MŚP

Hybrydy górami

WOJCIECH URBANEK

Większość małych i średnich firm nie zamierza rozstawać się z tradycyjną telefonią. Co wcale nie oznacza, że rezygnują z najnowszych technologii. Czy możliwy jest kompromis?

fot. THETA

W

Wbrew wielu obiegowym opiniom, tradycyjna telefonia trzyma się całkiem niezle. Nie byłoby to jednak możliwe bez zmian. – Dziś nie tworzy się klasycznych central z polem komutacyjnym TDM, lecz konstrukcje mieszane, łączące transmisję w pakietach oraz magistrale TDM. Wiele procesów zamyka się w mocnych procesorach DSP i nie ma różnicy, czy komunikują się one z pozostałymi kartami poprzez transmisję pakietów IP, czy też poprzez magistrale TDM – tłumaczy Marcin Tułodziecki z Platana. W podobnym tonie wypowiadają się nie tylko rodzimi producenci, ale zdecydowana większość importerów. Najważniejsi gracze na rynku telekomunikacyjnym wysyłają do przedsiębiorców prosty przekaz – zamiast szaleńczego pędu do telefonii IP, lepiej opracować przemyślaną strategię migracji i czerpać profity z obu technologii. Tego typu argumentacja trafia

do większości klientów. Na całym świecie prym wiodą systemy hybrydowe, obsługujące telefonię IP i TDM. Według danych brytyjskiej firmy analitycznej MZA, w trzecim kwartale ubiegłego roku udział linii IP w globalnej sprzedaży wszystkich portów wynosił 34 proc. Warto odnotować, że w porównaniu z analogicznym kwartałem roku poprzedzającego udział ten wzrósł o 3 proc., trudno zatem mówić o spektakularnym odwróceniu od technologii TDM.

Najpopularniejsze nad Wisłą

W Polsce główne karty na rynku małych i średnich firm rozdają krajowi producenci: Slican, Platan oraz japoński Panasonic. Krajobraz w tym segmencie rynku nie zmienia się już od dawna, a wymieniona trójka skutecznie powstrzymuje ekspansję koncernów wiodących

prym w światowych rankingach sprzedaży. Alcatel-Lucent, Avaya, Cisco czy Siemens mają spory apetyt na ten kawałek tortu, aczkolwiek giganci często muszą obejść się smakiem, wetując niepowodzenia na rynku systemów dla korporacji. Inną charakterystyczną cechą segmentu MŚP w Polsce jest stosunkowo niewielkie nasycenie liniami IP. NextiraOne, sprzedająca dla tej grupy odbiorców systemy Alcatel Lucent, ocenia udział linii IP na 15 proc. W przypadku Panasonic jest to 15-20 proc., Slicana – 13 proc. oraz Platana – 8 proc. – Najważniejszą przyczyną takiego stanu rzeczy jest brak kompleksowej analizy potencjalnych korzyści i traktowanie łączności głosowej w oderwaniu od transmisji danych i procesów biznesowych firmy. W tym przypadku telefonia IP wraz z aplikacjami wydaje się firmom po prostu za droga – tłumaczy Dariusz Pacyna z NextiraOne.

Zdaniem eksperta

MARCIN ŻYTERSKI distribution manager D-Link



Jedyną znaną światową marką, której udało się podbić rynek MŚP w Polsce, jest Panasonic. Małe i średnie firmy chętnie sięgają po modele KX-TDA30PD, KX-TDE200, KX-NCP500. Ale największą popularnością wśród systemów japońskiego producenta cieszy się ten ostatni. Platforma KX-NCP500 jest dostępna w kilku wersjach startowych. Jej maksymalna konfiguracja pozwala na obsługę ponad 140 użytkowników. System należy od rozwiązań hybrydowych i obsługuje m.in. kanały do operatorów VoIP oraz telefony IP. Centraliki z Kraju Kwitnącej Wiśni muszą ostro rywalizować z produktami polskimi. Slican to marka obecna na polskim rynku od 1992 r. W ciągu niemal dwóch dekad producent z Bydgoszczy zyskał w sektorze MŚP liczne grono zwolenników. W ostatnim czasie gros przychodów w tym segmencie rynku generuje Slican CCT-1668. To system hybrydowy, obsługujący abonentów TDM oraz IP. Jego zaletą jest duża skalowalność – od 8 do ponad 100 abonentów. Wśród oferowanych funkcji znajdują się m. in. nagrywanie rozmów, system infolinii. Z kolei protokoły, jak TAPI, CTIP, HOTT, pozwalają zintegrować system z programami klasy CRM, aplikacjami hotelowymi, programami dedykowanymi i używanymi przez firmy różnych branż. Slican rywalizuje o klientów z innym polskim producentem – Platanem. Najsilniejszą bronią Platana w walce o mały i średni biznes są Prima oraz Prima mini. Jedną z największych zalet wymienionych systemów jest łatwy montaż – dzięki ustawieniom fabrycznym Plug & Talk można je zainstalować samodzielnie. Prima zbudowana jest w technologii IP PBX, ale wersja mini pozbawiona jest portów VoIP. – Centrala Prima w wersji standardowej, z trzema portami IP Gateway oraz portami wewnętrznymi VoIP, a także możliwością zastosowania łącza ISDN BRA oraz nagrywania rozmów, spotyka się z podobnym zainteresowaniem, jak wersja mini – przyznaje Marcin Tułodziecki.

Spośród systemów innych producentów na uwagę zasługuje system OmniPCX Office firmy Alcatel-Lucent. To uznane rozwiązanie na rynkach światowych. Poza dużą elastycznością w zakresie konfiguracji, urządzenie oferuje dodatkowe funkcjonalności, związane np. ze zuniifikowaną komunikacją czy pracą mobilną. OmniPCX Office współpracuje z terminalami analogowymi, cyfrowymi, IP czy DECT i obsługuje do 200 użytkowników.

O dostępności zaawansowanych rozwiązań telekomunikacyjnych dla średnich i małych przedsiębiorstw decyduje kilka czynników. Między innymi intensywny rozwój technologii i duża konkurencja na rynku, które wymuszają spadek cen urządzeń.

W konsekwencji ogromna większość średnich i małych firm dysponuje już własną siecią firmową połączoną ze światem zewnętrznym. Często jest to jeszcze Fast Ethernet, choć standardem stają się sieci gigabitowe. Takie wydajne sieci pozwalają na rezerwację odpowiedniego pasma dla ruchu głosowego i nie mają negatywnego wpływu na działanie innych aplikacji. Kolejnym ważnym czynnikiem, dzięki którym firmy z sektora MŚP mogą pozwolić sobie na rozwiązania telekomunikacyjne dostępne dotychczas dla użytkowników korporacyjnych, jest stałe wprowadzanie przez producentów nowych rozwiązań technologicznych do produkowanych urządzeń – przełączników i routerów. Mechanizmy dostępne w urządzeniach dedykowanych dla rynku MŚP są wystarczająco zaawansowane i wydajne,

aby umożliwić bezproblemową transmisję głosu.

Znacznym ułatwieniem jest także rozwój technologii Power over Ethernet (PoE). D-Link zastosował ją nawet w prostszych modelach urządzeń – korzystający z niej użytkownicy nie muszą już szukać źródeł zasilania, urządzenia (telefony) mogą być zasilane wprost z Ethernetu.

Istotnym elementem prawidłowej polityki wyposażania biur w infrastrukturę telekomunikacyjną jest uwzględnianie wymogów związanych z ochroną środowiska. Producenci w coraz większym stopniu stosują technologie energooszczędne, które mniej obciążają środowisko, przez co do atmosfery trafia mniej substancji szkodliwych, zmniejsza się też ilość odpadów.

Dzięki zastosowaniu nowych technologii wydłużeniu ulega żywotność urządzeń, niższe są też rachunki za prąd. Znaczące oszczędności zużycia energii, które, przy zastosowaniu technologii D-Link Green wynoszą nawet do 70 proc., uzyskano bez wpływu na jakość funkcjonowania urządzeń – zachowano w nich najwyższe wskaźniki wydajności.

D-Link®

D-LINK, tel. 22 379 72 00, www.dlink.pl

Dystrybutorzy:

ABC DATA, tel. 22 676 09 00, www.abcddata.com.pl

ACTION, tel. 22 332 16 00, www.action.pl

TECH DATA, tel. 22 547 92 00, www.techdata.pl

VERACOMP, tel. 12 252 55 55, www.veracomp.pl



DARIUSZ PACYNA
dyrektor handlowy
Grupy Produktowej
Voice/IPC/Data, NextiraOne

W przypadku polskiego rynku MŚP, jeszcze przez jakiś czas głównym kryterium wyboru będzie cena rozwiązania komunikacyjnego. Dlatego też dotarcie do rynku przedsiębiorstw MŚP z zaawansowanymi rozwiązaniami UC jest trudne. W tym sektorze klientów technologia TDM ma się całkiem dobrze i powoli jest wypierana przez system IP. Na przełom można liczyć, gdy rynkiem tym poważnie zainteresują się operatorzy publiczni i dostarczą rozwiązania IP w modelu dzierżawy lub SaaS.

Swoje aspiracje zgłasza również Aastra, producent zajmujący wysokie miejsca w zestawieniach dla sektora MSD w regionie EMEA. Popularność platform komunikacyjnych w krajach europejskich różni się w zależności od państwa i MCX Telecom, dystrybutor systemów Aastra w Polsce, w grupie małych i średnich przedsiębiorstw sprzedaje najwięcej produktów serii AxX. Największe plusem tych rozwiązań to elastyczność w zakresie dopasowania systemu do potrzeb klienta, współpraca z aplikacjami hotelowymi i contact center, wsparcie dla kodeków wideo oraz szerokopasmowego audio.

Czy tylko cena

Rodzimi przedsiębiorcy, wybierając system telekomunikacyjny, często kierują się jego ceną. Tym należy tłumaczyć m.in. wysokie pozycje w rankingach polskich producentów. Zdaniem Dariusza Pacyna, wraz ze wzrostem pojemności systemu koszty zakupu mają coraz mniejszy wpływ na decyzję. – Cena jest czynnikiem decydującym w segmencie małych systemów, do 50 portów. W segmencie systemów średnich, od 50-150 portów, większego znaczenia nabiera zakres funkcjonalny, reno-ma producenta i integratora oraz dostępny poziom serwisu technicznego – dodaje Pacyna.

Jednak cena to nie wszystko. Producenci tańszych systemów nie utrzymaliby się na rynku, gdyby nie odpowiednia jakość i funkcjonalność oferowanych rozwiązań. Tym bardziej że większość właścicieli biznesów rozumie niewątpliwą rolę łączności w organizacjach, tutaj nie ma miejsca na ryzyko. Marcin Tułodziecki przyznaje, że jego firma stara się dostosować do zasady 3C (cheap, clean, comfortable), tzn. ma być tania, bez usterek i problemów z uruchomieniem systemu oraz wygodnie, co oznacza łatwy dostęp do podstawowych funkcjonalności oraz elastyczność systemu. W ostatnim czasie ta ostatnia cecha jest coraz bardziej pożądana przez MŚP. Szybkie tempo rozwoju rynku telco oraz wysyp narzędzi służących do biznesowej komunikacji sprawiają, że przeciętni użytkownicy gubią się w gąszczu wszelkich nowinek. Dlatego też przedsiębiorcy poszukują rozwiązań spełniających nie tylko bieżące potrzeby, ale przyglądają się systemom pod kątem ich rozbudowy. Jeszcze do niedawna interesowała ich głównie możliwość dodania nowych linii, dziś częściej pytają również o integrację z systemami mobilnymi czy różnego rodzaju aplikacjami. – Wielu naszych klientów pyta o możliwość administracji systemem telekomunikacyjnym przez administratorów zajmujących się w firmach MŚP środowiskiem serwerowym, aplikacyjnym i sieciowym. Oferowane systemy muszą być więc jak najbardziej zbliżone w obsłudze i administracji do typowych aplikacji dla przedsiębiorstw – dodaje Edward Nowicki z firmy Trecom.

Telefonia IP – dobry biznes na przyszłość

Zmiany technologiczne zachodzące na rynku IT różnie wpływają na losy resellerów. Niektóre prowadzą do załamania biznesów, inne otwierają przed nimi nowe furtki. Firmy sprzedające i instalujące systemy telekomunikacyjne nie mają wielkich powodów do narzekania.

Wprawdzie kryzys nie oszczędził tego segmentu rynku, ale nie osłabił również roli resellerów. To oni w znacznym stopniu kreują popyt na poszczególne rozwiązania wśród swoich klientów. Pojawiają się nawet opinie, że część resellerów celowo hamuje sprzedaż systemów IP, obawiając się nowej technologii. Wiele wskazuje na to, że wraz z upływem czasu tego typu postawy będą zanikać. Od telefonii IP nie ma odwrotu, a jej niski poziom penetracji w Polsce oznacza, że w ciągu najbliższych lat instalatorzy będą mieli ręce pełne roboty. Choć na zlecenia mogą liczyć jedynie firmy idące z duchem czasu i pogłębiające swoją wiedzę. – Zachęcamy wszystkich resellerów, aby poszli w nasze ślady i umożliwili swoim klientom skorzystanie z zalet telefonii IP. Najlepszym sposobem, aby przekonać klienta do zmiany, jest wypożyczenie mu telefonu IP, by osobiście przekonał się o przewagach tej telefonii nad telefonią tradycyjną – tłumaczy Edward Nowicki.

Nie ulega wątpliwości, że jedna infrastruktura dla transmisji danych oraz połączeń głosowych jest rozwiązaniem ekonomiczniejszym. Trzeba jednak pamiętać, że telefonia IP potrzebuje dodatkowych urządzeń, takich jak przełączniki, routery, odpowiedniej przepustowości sieci. To dla firm wydatek, a dla resellera dodatkowe przychody. – Produkty TDM będą powoli ustępować miejsca rozwiązaniom hybrydowym i Pure-IP. Proces ten jednak będzie trwał wiele lat, bo rozwiązania telekomunikacyjne oparte o czyste IP w wielu przypadkach wymagają modernizacji nie tylko infrastruktury telefonicznej, ale i informatycznej przedsiębiorstw – mówi Tomasz Łodziński z Aastra Technologies.

Rynek systemów telekomunikacyjnych jest perspektywnym segmentem, transformacja otwiera przed wieloma firmami z branży IT nowe możliwości. Niemniej, aby je w pełni wykorzystać, trzeba dobrze rozumieć zachodzące procesy.



fol. THETA