

Nowy układ sił – centralki abonenckie

Polski rynek central abonenckich mocno przyspieszył. To w dużej mierze zasługa systemów telekomunikacyjnych z importu.

Wojciech Urbanek

Ubiegły rok przyniósł na krajowym rynku PABX kilka niespodziewanych rozstrzygnięć. Największą niespodzianką wydaje się pozycja lidera, która przypadła Siemensowi. W wielu europejskich krajach nie byłoby to żadnym zaskoczeniem, wszak właśnie Siemens i Alcatel-Lucent rozdają główne karty na rynku EMEA. Ale nie w Polsce, która była do tej pory specyficznym segmentem rynku. Światowi liderzy już od kilku lat nie potrafili dostać się do pierwszej trójki producentów sprzedających nad Wisłą najwięcej linii. W końcu uczynił to Siemens, od razu awansując na pierwszą pozycję. Niemiecki producent sprzedał w ubiegłym roku na polskim rynku 156 tys. portów,

dla porównania – w 2005 nieco ponad 45 tys. Tak znaczny przyrost to między innymi rezultat wielu intratnych kontraktów. W gronie ubiegłorocznych klientów Siemens znalazli się między innymi: Kompania Węglowa SA, Mittal Steel Po-

Ubiegły rok przyniósł na krajowym rynku PABX kilka niespodziewanych rozstrzygnięć. Największą niespodzianką wydaje się pozycja lidera, która przypadła Siemensowi.

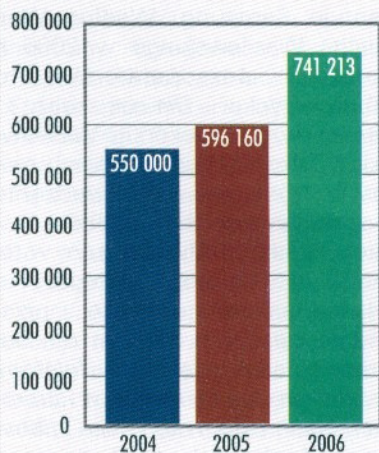
land SA, Poczta Polska, Uniwersytet Warszawski, Politechnika Warszawska. Z kolei na rynku SOHO silną bronią Siemens okazał się nowy system HiPath 2000 – obsługujący do 30 użytkowników. Niemniej ubiegły rok był pomyślny również dla innych graczy. Według danych „Teleinfo 500” w 2006 r. sprzedano w Polsce 741 tys. linii, co oznacza 24-procentowy wzrost

w skali roku. Wśród producentów, którzy zwiększyli poziom sprzedaży, znalazł się Panasonic Polska. Firma sprzedała 135 tys. linii, czyli o 20 tys. więcej aniżeli rok wcześniej. W odświeżonej ofercie znalazły się systemy przeznaczone dla szerokiego spektrum odbiorców, począwszy od centrali kilkuportowej, aż po jednostki o pojemności ponad 1 tys. portów. Trzecie miejsce, podobnie jak rok temu, zajął Platan. W 2006 r. producent z Sopotu sprzedał 118,5 tys. linii, co oznacza 13-procentowy wzrost w skali roku. A jego ubiegłorocznym hitem była przeznaczona dla małych firm centralka Micra. Przedsiębiorcy docenili zwłaszcza funkcjonalność systemu, który zaoferował rozwiązania, dotychczas zarezerwowane dla dużych przedsiębiorstw: wielopoziomowe zapowiedzi głosowe, 16-kanalową pocztę głosową czy inteligentną dystrybucję ruchu. Najgroźniejszy rywal Platana – bydgoski Slican – nie zaliczył ubiegłego roku do udanych. Lider „Teleinfo 500” z 2005 r. nie dość, że musiał oddać pozycję lidera, to jeszcze spadł na czwartą pozycję. Slican jako jedyny z czołowych producentów odnotował spadek sprzedaży. Wprawdzie 116 tys. sprzedanych linii ujmij nie przynosi, ale mimo wszystko to blisko 6 tys. mniej niż rok wcześniej. Przedstawiciele firmy uważają, że na słabsze wyniki miała wpływ nie tyle bezpośrednia konkurencja, co ofensywa operatorów GSM.

SZANSE I ZAGROŻENIA

Wzrost sprzedaży systemów telekomunikacyjnych to w głównej mierze rezultat przyspieszenia

Sprzedaż central abonenckich pod względem liczby portów 2004–2006

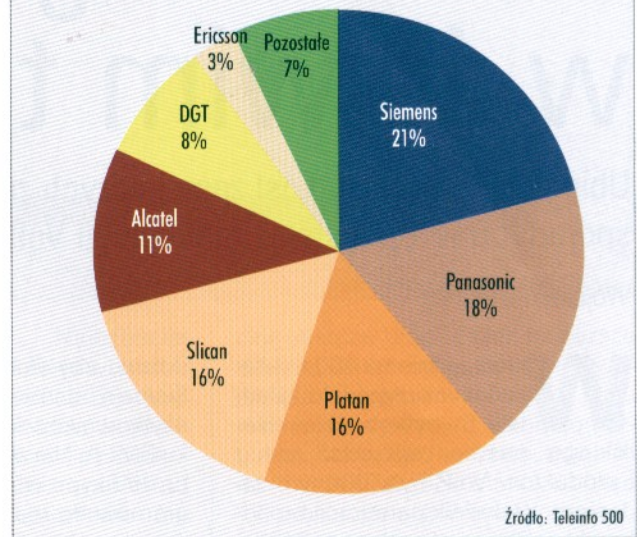


gospodarki. Popytowi sprzyja również postęp technologiczny. Firmy poszukują zaawansowanych rozwiązań, które podniosą wydajność pracy. Ten trend zauważalny jest także w segmencie mniejszych przedsiębiorstw. Różnice w funkcjonalności systemów dedykowanych dla małego biznesu i korporacji coraz bardziej się zacieśniają. Najlepszym dowodem są produkty, które w 2006 r. zadebiutowały na polskim rynku – Micra – Platan, Hi-Path 2000 – Siemens, Ericsson Branch Node czy Avaya S8400. Wpływ na wzrost sprzedaży systemów miała również migracja do IP. Na systemy IP PABX decydują się klienci korporacyjni bądź firmy zagraniczne, otwierające swoje oddziały w Polsce. Z drugiej strony, wiele firm czeka na dalszy rozwój wypadków na rynku i nie podejmuje decyzji o zakupie nowych systemów. Szczególnie widoczne jest to w przypadku mniejszych firm. Wyczekiwanie potencjalnych klientów to tylko jedna z barier hamujących sprzedaż systemów. Producentom central telefonicznych w ostatnim czasie wyrosła poważna rywalka. W segmencie małych central doskwiera im konkurencja ze strony operatorów komórkowych. Czasami niewielkim firmom bardziej opłaca się zainwestować w telefony komórkowe niż w centralę telefoniczną. Tym bardziej że operatorzy kuszą nie tylko niskimi cenami terminali, ale także połączeń, w tym również do sieci stacjonarnych. Niepokojącym zjawiskiem dla dostawców PABX-ów jest wzrost popularności systemów VoIP opartych na softswitchach na licencji GPL. Wprawdzie na razie nie stanowią wielkiego zagrożenia, ale w najbliższej przyszłości będą dawać się we znaki producentom.

WYMAGANIA KLIENTÓW

Na polskim rynku można wyodrębnić dwie grupy klientów. Z jednej strony są to odbiorcy, dla których głównym czynnikiem decydującym o wyborze produktu pozostaje cena. Z reguły nie mają oni wielkich oczekiwań w stosunku do systemów telekomunikacyjnych. Wystarczy im prosta analogowa centrala z funkcją identyfikacji numeru abonenta wywołującego, systemem taryfikacji połączeń i interfejsami umożliwiającymi podłączenie adaptera GSM i bramki VoIP. Produkty przeznaczone dla tej grupy klientów oferują dwaj krajowi producenci – Slican, Platan, a także Panasonic Polska. Choć należy podkreślić, że w ofercie wymienionych firm znajdziemy również zaawansowane rozwiązania. Na przeciwnym biegunie znajdują się firmy o dość wysokich wymaganiach, a cena, choć ważna, nie determinuje wyboru. Handlowcy podkreślają, że ta grupa odbiorców rośnie. Tego typu klienci zwracają uwagę na kompetencje dostawcy, niezawodność systemu, funkcjonalność, a także warunki opieki serwisowej. Oczywiście potrzeby klientów są bardzo różnicowane. Dla niektórych optimum będzie PABX z wielopoziomowymi systemami zapowiedzi głosowych, umożliwiającymi inteligentną dystrybucję ruchu, a także interfejsami umożliwiającymi podłączenie urządzeń zewnętrznych. Jeszcze inni żądają integracji centrali z sieciami IT – zarówno w warstwie transmisji głosu, jak i kompatybilności różnych aplikacji. W ostatnim czasie bardzo popularne są aplikacje CTI (*Computer Telephony Integration*), integrujące systemy telefoniczne z zewnętrznymi aplikacjami, a także bazami danych. Oprogramowanie CTI umożliwia użytkownikom między innymi wybieranie numeru

Udziały w rynku central abonenckich pod względem liczby sprzedanych portów w 2006 r.



z komputera, przesyłanie wiadomości tekstowych czy zamawianie połączeń. Z kolei w najbliższej przyszłości wzrośnie znaczenie funkcjonalności Mobile Extension, umożliwiając obsługę użytkowników mobilnych na tej samej zasadzie, co użytkowników aparatów stacjonarnych. Abonent centrali telefonicznej, przebywając nawet setki kilometrów od siedziby firmy, może korzystać ze wszystkich funkcji systemu. Co więcej, jest zawsze osiągalny pod własnym numerem telefonu stacjonarnego. Daje to nieocenione korzyści, zwłaszcza w przypadku firm zatrudniających pracowników przebywających często poza siedzibą firmy.

MIGRACJA DO IP

Ubiegły rok nie przyniósł rewolucji na rynku systemów PABX. Przedsiębiorcy wybierali najczęściej tradycyjne centrale abonenckie. Według badań raportu „Teleinfo 500” udział procentowy linii IP wśród wszystkich sprzedanych portów wynosił ok. 12 proc. Nieznacznie wzrosła także sprzedaż aparatów IP. Najwięcej telefonów sprzedał Alcatel-Lucent – 3709 sztuk (rok wcześniej 3420), tuż za nim znalazł się Siemens – 2933 sztuki (w 2005 r. 2375 aparatów). Z drugiej strony, sukces systemów Siemens, a także wysoka dynamika sprzedaży Alcatela to symptomy rosnącego zainteresowania zaawansowanymi systemami IP PABX wśród polskich odbiorców. I choć nie dominują one jeszcze na rynku, to nie ulega wątpliwości, że przechodzą do ofensywy. Wśród systemów IP PABX najlepiej sprzedają się systemy hybrydowe, łączące funkcjonalność systemów tradycyjnych TDM i IP. Popularność tzw. pure IP jest jak na razie znikoma. Wynika to, po pierwsze, z niechęci przedsiębiorców do rewolucyjnych zmian, jak również stanu infrastruktury teleinformatycznej. W najbliższych latach z rynku PABX nie będzie wiało nudą. Renomowane agencje badawcze prognozują, że nastąpi dalszy wzrost sprzedaży systemów telekomunikacyjnych. Canalys przewiduje, że w 2009 producenci na rynku EMEA sprzedadzą 24,6 mln linii, a więc ponad 2 mln więcej niż w 2006 r. ■