

TDM wciąż wygrywa z IP

W najbliższych latach na rynku systemów telekomunikacyjnych dla przedsiębiorstw czeka nas zmiana warty. Tradycyjne systemy oparte na technologii TDM odejdą w cień. Ale jak na razie zachowują silną pozycję na światowych rynkach.

Już kilka lat temu pojawiały się prognozy, zapowiadające zmierzch klasycznych central telefonicznych. Gdyby te przewidywania się sprawdziły, dziś klasyczne PBX-y można byłoby odnaleźć jedynie w muzeum. Wygląda na to, że analitycy zbyt wcześnie postawili krzyżyk na tradycyjnych systemach, bowiem abonenckie centrale telefoniczne oparte na technologii TDM wciąż odgrywają pierwszoplanową rolę na rynku. Telefonia IP powoli przeciera szlak i choć jej udziały na globalnym rynku z roku na rok rosną, to minie jeszcze trochę czasu, zanim osiągnie prymat. Według danych brytyjskiej firmy badawczej MZA w 2007 r. udział sprzedanych linii IP w europejskim rynku systemów telekomunikacyjnych wyniósł 22 proc. Ta sama firma prognozuje, że za dwa lata wartość ta wzrośnie do 47 proc. Z kolei Canalys Research w swojej analizie poświęconej rynkowi EMEA region ten obejmował w ub.r. 45 proc. globalnej sprzedaży systemów telekomunikacyjnych dla biznesu odnotowuje 25-proc. udział linii IP, a za cztery lata ma on wzrosnąć do 70 proc.

Polska na razie pozostaje daleko w tyle. Raport „Teleinfo 500” informuje, że w 2007 r. udział linii IP w polskim rynku PBX zbliżył się do 5 proc. Dane te nie powinny zaskakiwać, tym bardziej że we wszelkiego rodzaju klasyfikacjach, zwią-

zanych z infrastrukturą internetową czy dostępem do szerokiego pasma, Polska należy do unijnych maruderów. A w przypadku zastosowań firmowych telefonia IP ma niemałe wymagania dotyczące pasma. Mniejszym czy średnim firmom często nie opłaca się inwestować w system, infrastrukturę, czy płacić za gwarantowane pasmo. Po dokładnej analizie ekonomicznej okazuje się, że wymiana tradycyjnej centrali na IP PBX nie znajduje ekonomicznego uzasadnienia. Poza tym w poprzedniej dekadzie mieliśmy do czynienia z wymianą starych modeli central na nowoczesne systemy PBX. Dla wielu mniejszych i średnich firm nadal pozostają one idealnym narzędziem do realizacji firmowej łączności.

– *Nie dziwi mnie zachowanie klientów przyzwyczajonych do tradycyjnych telefonów. To urządzenia, które nigdy się nie zawieszały, nie mają dodatkowych zasilaczy, są bardzo ergonomiczne i dopracowane akustycznie. Stąd firmy wybierają takie właśnie sprawdzone i dobrej jakości rozwiązania* – tłumaczy **Marcin Tułodziecki**, dyrektor produkcji i logistyki w firmie Platan sp. z o.o. Zmiana warty na rynku telekomunikacyjnym z pewnością nie będzie postępować równomiernie. W Polsce systemy oparte na technologii TDM jeszcze przez długi czas będą obsługiwać mniejsze przedsiębiorstwa. Zresztą można się tutaj doszukać pewnych analogii z sytuacją sprzed kilku lat, kiedy toczono podobne dyskusje dotyczące rywalizacji central analogowych i cyfrowych. Co ciekawe, choć te drugie cieszą się dużym popytem, to nie wyeliminowały całkowicie z rynku analogowych rozwiązań. – *Klienta nie interesuje, w jakiej technologii działać będzie jego centrala, ważniejsze będą jej cechy*

użytkowe, niezawodność i koszt inwestycji – doda-
je Marcin Tułodziecki.

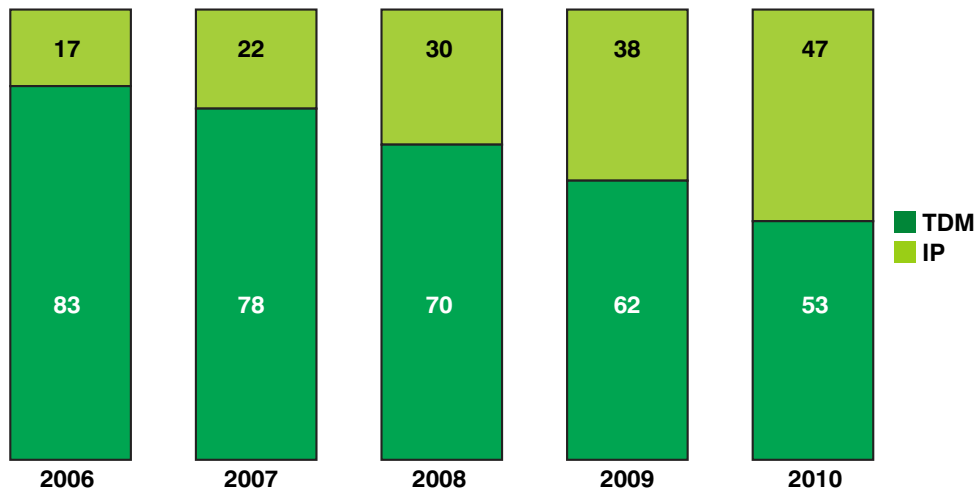
Walka o prymat

Rywalizacja na rynku systemów telekomunikacyj-
nych staje się coraz ciekawsza. Już od pewnego
czasu jesteśmy świadkami dynamicznych zmian,
konsolidacji. W ub.r. Avaya została przejęta za
8,2 mld dolarów przez fundusze Silver Lake Part-
ners oraz Texas Pacific Group. Inny poważny gracz
na światowym rynku, NEC, kupił w sierpniu 2007 r.
amerykańską firmę Sphere Communications, opra-
cowującą aplikacje Unified Communications. Z ko-
lei jednym z najciekawszych wydarzeń ostatnich
miesięcy była decyzja Ericssona o sprzedaży portfo-
lio rozwiązań PBX firmie Aastra Technologies.
W ciągu ostatnich lat wraz ze wzrostem popular-
ności telefonii IP renomowani producenci związa-

ni z branżą telekomunikacyjną – Alcatel-Lucent,
Nortel, Siemens – musieli pogodzić się z pojawie-
niem się zupełnie nowych konkurentów, takich jak
np. Cisco. Swoje aspiracje w tym segmencie rynku
zgłasza także Microsoft, który w magicznym kwa-
drancie Gartnera dla telefonii korporacyjnej znalazł
się w gronie wizjonerów. Jeśli dodać do tego to-
warzystwa operatorów, szukających swojej szansy
w zarządzanych usługach telefonii IP, a także coraz
popularniejsze rozwiązania open source, to mamy
pełny obraz rynku.

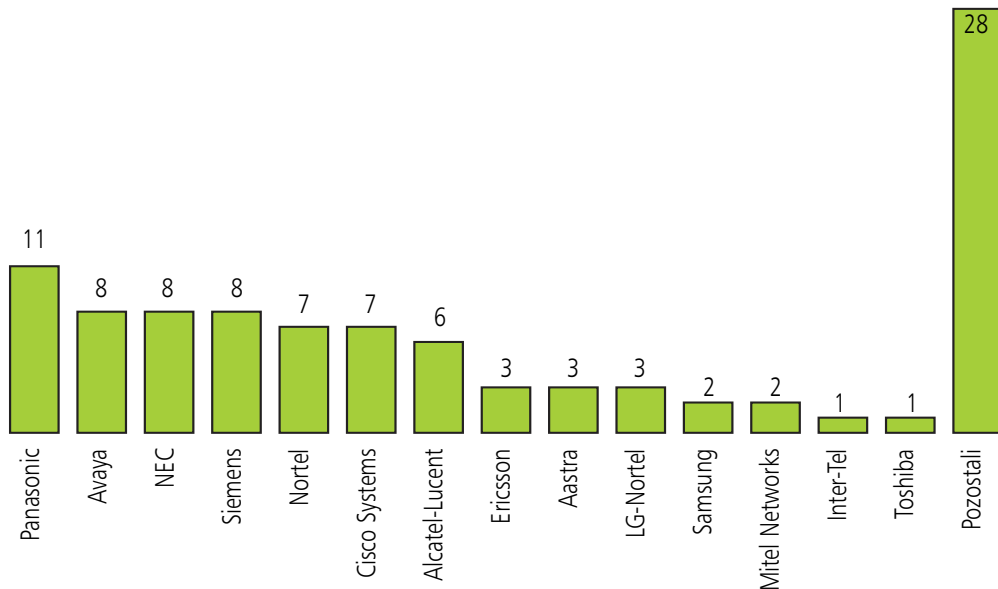
Według danych MZA prymat na świecie, przyjmując
za kryterium ilość sprzedanych linii, należy do Pana-
sonica, firma, która miała w 2007 r. 11-proc. udział
w światowym rynku systemów PBX i IP PBX. Tuż za
plecami lidera znalazły się Avaya, NEC, Siemens, ca-
ła trójka miała 8-proc. udział w globalnym rynku.
Panasonic ma jednak słabszą pozycję w Europie Za-

Trendy na europejskim rynku PBX



Źródło: MZA

Udział producentów w światowym rynku PBX, IP PBX pod względem ilości sprzedanych linii w 2007 roku.



Źródło: MZA

chodniej. W tej części Starego Kontynentu, według danych Gartnera, palma pierwszeństwa przypadła firmie Alcatel-Lucent (17 proc.), kolejni dostawcy to Siemens (16 proc.), Aastra (11 proc.), Avaya (10 proc.), Cisco (10 proc.) i Ericsson (6 proc.). Wprowadzone we wrześniu do sprzedaży systemy KX – NCP 500 oraz KX – NCP 1000 mają poprawić pozycję producenta z Japonii. – *Żeby skutecznie konkurować na europejskim rynku, Panasonic musi się skupić na sprzedaży nowych konwergentnych rozwiązań* – mówi **Terry Hughes**, general manager marketing w Panasonic Communication. Na koniec warto poświęcić kilka zdań lokalnemu rynkowi. W Polsce konsolidację mamy już poza sobą, a sytuacja ustabilizowała się w latach 2001–2002. W 2001 r. ze sceną pożegnał się największy polski producent Mikrotel, a rok póź-

niej miała miejsce fuzja dwóch trójmiejskich firm Micronet i Digitex, które utworzyły spółkę Platan. Od tego czasu Platan, Slican, a także DGT odgrywają bardzo istotną rolę na rodzimym rynku PBX. Udział firm Platan, Slican oraz DGT, biorąc pod uwagę kryterium ilościowe, wyniósł w rynku abonenckich central telefonicznych 46 proc. Dwie pierwsze firmy skupiają się przede wszystkim na sprzedaży produktów dla średnich i małych firm. Z kolei DGT od lat dostarcza rozwiązania dla klientów korporacyjnych. Liderem polskiego rynku w 2007 r., przyjmując za kryterium ilość sprzedanych linii, był Slican, który sprzedał w ubiegłym roku ponad 133 tys. linii, tuż za nim uplasował się Panasonic Polska ze sprzedażą 126 tys. linii, a trzeci był Platan – 124 tys. portów.

Wojciech Urbanek