

Рынок ВКС: события, прогнозы, ожидания.

Количество сделок в течение последнего полугодия, связанных с продажами и поглощениями, невольно наводит на мысль о выходе отрасли ИТ из кризиса: ведь покупки, как правило, совершаются в точке перелома, а менеджеры руководящего звена рассчитывают благоприятный момент для сделки по формулам, которые им преподают в одних и тех же университетах... Только на рынке видеоконференцсвязи (ВКС) за последние полгода произошли два крупных слияния: компания Cisco Systems все же сумела овладеть активами Tandberg, а LifeSize стала собственностью крупного поставщика компьютерных аксессуаров Logitech International. Еще одно событие дополняет ИТ-ландшафт: компания Sony уходит с европейского сегмента рынка ВКС.

Cisco купила локомотив

Самое громкое объявление, взбудоражившее не только рынок ВКС, но и весь ИТ-мир, грянуло 1 октября 2009 года, когда Cisco сообщила о подписании соглашения, позволяющего сделать официальное предложение о покупке компании Tandberg, одного из крупнейших поставщиков систем для видеокommunikаций — видеотерминалов, инфраструктурных решений и программного обеспечения, отличающихся высоким уровнем совместимости и взаимодействия.

Из 140 приобретений, сделанных компанией Cisco за последние 16 лет, сделка по Tandberg стала самой впечатляющей. Благодаря этому шагу Cisco становится игроком номер один на рынке видеоконференцсвязи: по данным Wainhouse Research, на момент покупки компания Tandberg была лидером рынка ВКС с долей более 40%, опережая своего ближайшего соперника Polycom. У Polycom появился сильнейший противник: объединенная компания — это гораздо более серьезный конкурент, чем каждый игрок по отдельности.

«После этого слияния на рынке ВКС фактически остается единственный независимый крупный производитель полного ассортимента компонентов для построения сетей видеоконференцсвязи — это компания Polycom, — отмечает Михаил Никифоров, руководитель направления видеоконференцсвязи компании КРОК. — У Polycom в настоящий момент и в краткосрочной перспективе есть преимущество на тот период, пока будет идти структурно-организационная перестройка альянса Cisco-Tandberg. Но в долгосрочной перспективе Polycom получил мощного, как никогда сильного конкурента».

Теперь, когда Cisco добилась желаемого, перед участниками рынка возникает много вопросов. Что будет с дублирующими продуктовыми линейками двух производителей? Как будет проходить структурное слияние? Какую стратегию выберет объединенная компания? В такой ситуации очевидно (и Polycom всячески это подчеркивает), что независимому заказчику проще склониться к выбору решения у нее — как у единой компании, с четкой и понятной стратегией, полной и качественной линейкой продуктов, позволяющих предложить полное решение из одних рук (кодеки и серверы многоточечной связи с поддержкой Full HD, гейткиперы, шлюзы и проч.), совместимое с продуктами практически всех прочих производителей.

В то же время в отношении линеек Cisco и Tandberg существует множество вопросов. Вся стратегия покупателя «завязана» на ключевой продукт Cisco Call Manager, для функционирования которого используется целое семейство фирменных (proprietary) протоколов Cisco.

Сегмент Telepresence, который, по утверждениям аналитиков, обещает быть самым

быстроразвивающимся направлением рынка ВКС, для Cisco является стратегическим. Эти системы дороги; как правило, их покупают парами, так что одна сделка существенно сказывается на общем обороте. Правда, к разработке Cisco Telepresence, особенно на первых порах, были претензии по части ее высоких требований к ширине канала для подачи картинки Full HD на каждый экран, особенно в сравнении с решениями других производителей. Поскольку Cisco Telepresence работает через Call Manager, возникали проблемы при установлении связи с решениями других производителей (в этом случае видеосвязь осуществлялась лишь в стандартном разрешении). Надо отдать должное: в последнее время Cisco работала над этой задачей и добилась хорошей работоспособности Telepresence при небольшом ухудшении качества изображения за счет сокращения ресурсов потребляемых каналов.

Что же касается Telepresence-линейки Tandberg T3, то она хороша во всех отношениях и изначально лишена вышеуказанных недостатков. Эти инновационные системы основаны на открытых стандартах, чрезвычайно удобны и прозрачно совместимы со всеми стандартными ВКС-системами и, что особенно важно, с решением Telepresence других производителей, в частности компании Polycom. (Tandberg продемонстрировала взаимодействие своей системы Experia с решением Telepresence Polycom RPX.)

Поэтому на поле Telepresence для Cisco предстоит нелегкий выбор: от чего-то придется отказаться, и это будут, скорее всего, собственные разработки. «Станет ли Cisco „затачивать“ решения Tandberg под свои фирменные протоколы? Вряд ли. В таком случае проще было бы вкладывать деньги в разработку собственных продуктов, нежели в покупку», — считает Михаил Никифоров.

Кроме Telepresence, у Cisco есть еще одна ниша на рынке конференц-связи — это системы коллективной работы, так называемые объединенные коммуникации. По оценкам Wainhouse Research, это очень перспективное направление: рынок Unified Communications к 2013 году вырастет на 50% и достигнет 30 млрд. долларов. До слияния Cisco и Tandberg альянс Tandberg — Microsoft в области Unified Communications был достаточно сильным, и Tandberg активно заявляла о совместимости всех своих продуктов с Microsoft OCS. При этом не секрет, что в области объединенных коммуникаций Cisco с Microsoft сильно конкурируют. И представляется маловероятным, что Cisco оставит альянс Tandberg — Microsoft в прежнем виде. В отношении того, какая стратегия будет выбрана, остается большая неопределенность.

Обозначив две проблемные ниши — Telepresence и персональные решения — стоит коснуться и весьма позитивной ситуации, в которой оказалась Cisco, заполучив в пустующую нишу окончательное оборудование Tandberg. Норвежские кодеки действительно надежны, эргономичны и имеют очень хорошую репутацию на рынке.

Вот кому можно посочувствовать в этой ситуации — так это компании RADVision, у которой с Cisco, разрабатывавшей для оборудования RADVision собственный софт, был заключен OEM-договор на поставку видеосерверов многоточечной связи — ключевого инфраструктурного звена для построения сети ВКС. Скорее всего, Cisco придется расстаться с RADVision — ведь теперь, с покупкой Tandberg, она получила и продукты Codian.

—Доработать видеосерверы Codian для работы с Call Manager не самая сложная задача для инженеров Tandberg, — считает Роман Сулаев, заместитель директора компании AVICON.

Плюсы и минусы

Как будет строиться политика Cisco в отношении каналов продаж? «Мы сотрудничаем

более чем со 150 производителями оборудования и программного обеспечения, так что объединение компаний только упрощает нашу работу, — говорит Михаил Никифоров. — Для компании КРОК, которая является партнером высшего уровня и Cisco, и Tandberg, и Polysom, в отношении поставок оборудования ничего не изменится. У нас отличное взаимодействие со всеми этими производителями, хорошо налаженные каналы продаж, поэтому переход Tandberg к Cisco не представляет для КРОКа проблем. Могу предположить, что Cisco оставит Tandberg в виде отдельного структурного подразделения и будет внедрять его продукцию в свою инфраструктуру».

Ринат Самитов, руководитель бизнес-направления «Видео-конференц-связь и мультимедиа» компании «Микротест», считает: «Приобретение Tandberg компанией Cisco не затронуло напрямую клиентов и партнеров этих вендоров, поскольку не повлекло изменений ни в ценовой политике, ни в позиционировании продукции. При этом можно ожидать, что расширение предложения Cisco в области видео-конференц-связи за счет решений Tandberg позволит Cisco значительно усилить свои позиции на рынке ВКС и, возможно, даже стать его лидером».

Представители Tandberg утверждают, что компания оставит свой бренд и останется независимой структурой внутри Cisco, при этом сохранятся каналы продаж. Однако, если вспомнить историю приобретений Cisco, в то, что ситуация будет развиваться по такому сценарию, верится с трудом. Позволит ли себе Cisco содержать отдельный бренд со своими структурами, каналами продаж? Сомнения вполне оправданны.

У Cisco имеется хорошо отлаженная структура продаж по различным отраслям, есть команда инженеров с мощной технической подготовкой: под нужный проект в любой момент привлекается нужный инженер. Если ведущий проекта в какой-либо банковской структуре заинтересовался видео-конференц-связью, это направление становится его темой. Можно предположить, что в течение года Tandberg вольется в Cisco настолько, что каналы продаж Cisco станут каналами продаж Tandberg, а продавцы Cisco станут продавцами Tandberg.

Хорошая или плохая новость — такое объединение? Смотря для кого. Плюсы для заказчиков состоят в том, что Cisco за свои деньги получила хорошую выстроенную линейку Tandberg. Любому продукту Tandberg будет обеспечена мощная маркетинговая и техническая поддержка, которой обладает Cisco. Все продукты Tandberg автоматически станут на 100% совместимы с линейкой продуктов Cisco.

Поскольку продукты Tandberg станут частью линейки Cisco, их, вероятно, можно будет приобрести через любого партнера — а таковых у Cisco около 200. Не исключено, что продукты Tandberg станут настолько массовыми, что их можно будет заказать по прайс-листу точно так же, как телефонный аппарат.

Однако ВКС — это достаточно специфический продукт, поставляемый в рамках проектного бизнеса. Его нельзя продавать так же массово, как коммутаторы и маршрутизаторы, тем более с большой скидкой. Сможет ли Cisco держать Tandberg как конечный продукт с отдельными условиями поставки, отдельными скидками? Если продукты Tandberg будут включены в прайс-листы и переданы всем партнерам, то для проектных организаций этот бизнес перестанет быть интересным из-за низкой маржи. Скорее всего, этим направлением заинтересуются лишь те интеграторы, которые занимаются сложными интеграционными проектами.

Другой важный момент состоит в том, что в проектах для госструктур, где оборудование ВКС часто поставляется в рамках более крупных решений по созданию или модернизации ИТ-инфраструктуры, необходимо выполнять жесткое требование сертификации по российским стандартам всех компонентов, включая коммутирующее оборудование. В этом отношении более предпочтительным представляется оборудование той же

компании Alcatel, которая подписала в декабре договор с государственной корпорацией «Ростехнологии» об открытии совместного предприятия, продукция которого будет сертифицирована на соответствие требованиям РФ. В результате лучшие преференции в госсекторе на российском рынке может получить оборудование Polycom.

— В перспективе на ближайшие 2-3 года Polycom остается единственным крупным независимым поставщиком оборудования ВКС, — считает Роман Сулаев. — По проектам, где в сетевой части по каким-то причинам Cisco не является «желанным» поставщиком, с большой вероятностью выбор по оборудованию видео-конференц-связи будет остановлен на системах Polycom.

Время — покупать

В последние годы складывалось впечатление, что руководство компании LifeSize готовилось к продаже, поэтому сообщение о том, что ее приобрела Logitech, не сильно удивило специалистов рынка ВКС. «Это была компания с неполноценной линейкой продуктов, и на протяжении последних пяти лет она стала наибольшим разочарованием», — отмечает Михаил Никифоров.

Будучи катализатором рынка видео-конференц-связи с поддержкой высокого разрешения, LifeSize очень ярко стартовала. В начале лета 2005 года LifeSize и Codian договорились между собой о сотрудничестве в разработке взаимодополняющих продуктов HD. LifeSize первой наладила выпуск настольных систем LifeSize Room, способных на скорости 1 Мбит/с передавать видеоизображение со встроенной камеры с разрешением 1280x720 и обеспечивающих пространственное восприятие звука с качеством CD. Новинка была оснащена средствами управления для работы в гибридных сетях с использованием устройств других производителей и благодаря встроенному серверу многоточечной связи давала возможность собрать в конференцию до четырех участников. Следом за LifeSize и Codian известные игроки рынка ВКС Tandberg и Polycom, а затем и Aethra с RADVision объявили о планах поддержки High Definition в своих будущих устройствах. Но затем на протяжении четырех лет компания LifeSize почивала на лаврах, занимаясь тиражированием вариаций своих стандартных моделей с попыткой вписать их в нижний ценовой диапазон.

LifeSize встряхнула рынок, заставила всех подобрать свои ресурсы (можно сказать, она была первопроходцем), но сегодня Tandberg и Polycom обладают потрясающими линейками HD-устройств на всех уровнях: HD Video, HD Content, HD Voice, поддерживающие сервера. А LifeSize осталась на уровне четырехлетней давности: весь прайс-лист занимают три строчки. Все новые разработки этого производителя — дешевые HD-кодеки, полученные путем комбинации заглушек на интерфейсах. LifeSize — это лидер дешевого HD-оборудования. В плане построения инфраструктуры они сотрудничали с RADVision, используя ее гейткиперы, шлюзы, серверы многоточечной связи.

Logitech известна компьютерными аксессуарами; это серьезная с финансовой точки зрения компания: у нее огромный оборот, собственные многочисленные разработки, ее продукцию знают в любом доме. Поэтому позиции совместной компании Logitech — LifeSize вполне прочны. Теперь LifeSize получает гораздо больший рынок сбыта, сильную маркетинговую поддержку. Она может использовать больше финансовых средств, вкладывать их в разработку. Но с точки зрения ВКС линейка продуктов остается неполной — в отличие от Cisco, где есть все компоненты для построения сети ВКС. «Скорее всего, — отмечает Роман Сулаев, — продукция этой компании будет неплохо смотреться на массовом рынке дешевых HD-устройств для персонального домашнего использования. Особенно это относится к качественным и недорогим веб-камерам LifeSize с высоким

разрешением». «На корпоративном рынке ВКС, — добавляет Михаил Никифоров, — выигрывают производители, имеющие полную линейку продуктов. Поэтому, возможно, Logitech не сохранит OEM-соглашение с RADVision. Представители LifeSize утверждают, что Logitech позволит им остаться независимым бизнесом в составе Logitech. И этому я верю скорее, поскольку компании LifeSize и Logitech слишком разные, и если Logitech инвестировала деньги, то она будет заинтересована в том, чтобы приобретенная структура развивалась».

LifeSize недавно выпустила интересное устройство под названием Passport — коммуникативный видеотерминал с интегрированной веб-камерой, относительно недорогое устройство на ладони с поддержкой HD для продвинутых домашних пользователей, с интегрированными возможностями работы со «Скайпом». Это продукт для массового рынка, на котором можно получить высокие обороты. А LifeSize — эксперты в том, чтобы сделать интересный продукт за небольшие деньги.

В скором времени можно ожидать совместного продукта Logitech — LifeSize, который по цене и функциональности будет находиться в среднем диапазоне (около 500 долларов). Для такой новинки как нельзя лучше подойдут каналы продаж Logitech—все крупные супермаркеты электроники.

Sony уходит по-английски

Официального сообщения в виде пресс-релиза о том, что подразделение Sony, занимающееся оборудованием ВКС, уходит с европейского рынка, не было. Об этом стало известно из аналитического доклада, опубликованного на сайте Wainhouse Research и доступного партнерам этой компании уровня Platinum. Правда, старожилы помнят, как в 2007 году Sony уходила с североамериканского рынка, оставив свой бизнес независимой аффилированной компании; не исключено, что в Европе Sony поступит таким же образом. Впрочем, доля бизнеса Sony на рынке ВКС не была велика: как в Европе, так и в России она не превышала 10%. Линейка продуктов неполная, в ней отсутствуют инфраструктурные компоненты. Практичное руководство компании Sony обычно не поддерживает тех направлений рынка, которые не позволяют завоевать большую долю. Очень может быть, что за всем этим стоит решение руководства отказаться от неприбыльного направления. В любом случае это лишь на руку как Polycom, так и Cisco: ведь кодеки Sony всегда отличались дешевизной и хорошим качеством и были «костью в горле» для партнеров Polycom и Tandberg.

Однако эта новость, по-видимому, никак не затронет российских партнеров и заказчиков Sony. Александр Зеликов, руководитель направления Business&Industrial ЗАО «Сони Электроникс», сообщил:

— На российском рынке работа по направлению ВКС идет в прежнем формате, и уход компании Sony с российского рынка не планируется.

Источник: Журнал CIO (Chief Information Officer) № 1-2 январь февраль