



Što je konvergencija?

Riječ „konvergencija“ zadnjih se godina najčešće koristi i elaborira u kontekstu tehnoloških promjena u okvirima industrije informacija i komunikacija te se nerijetko shvaća tek kao proces razvoja tehnologija koji omogućava smještanje različitih medijskih funkcija unutar jednog uređaja, odnosno, veže se uz povezivanje različitih oblika digitalnih informacija (teksta, zvuka, slike, videa i sl.) i mehanizama njihove dostave (televizija, telekomunikacije, potrošačka elektronika i sl.) do krajnjih korisnika.

Riječ „konvergencija“ označava promjene u načinima dostavljanja medijskih sadržaja, ali ona opisuje i prateće društvene i kulturne transformacije.

Dobrim dijelom konvergencija se odvija u mozgovima individualnih konzumenata i kroz njihove socijalne interakcije s drugima. O tomu, između ostaloga, Henry Jenkins, vrsni američki analitičar pop kultura i aktualnih medijskih transformacija, kaže: „Pojava novih tehnologija za distribuciju medijskih sadržaja podržava masovni poriv prisutan u današnjoj globalnoj kulturi da se kreira i distribuira vlastiti sadržaj. Ponekad se takvi sadržaji kreiraju kao reakcija na informacije iz masovnih medija – pozitivna ili negativna – a ponekad individualna kreativnost ide dalje no što bi bilo tko u industriji medija mogao i zamisliti.“

Što je konvergencija?

KONVERGENCIJA U TELEKOMUNIKACIJAMA IMA VIŠE ZNAČENJA KOJA POLAZE OD ZAJEDNIČKOG UPORIŠTA - ČINJENICE DA KONVERGENCIJA POMIČE GRANICE U POSLOVANJU.

PRIPREMILA: *Jadranka Lončar*

FOTO: *Ljiljana Podrepšak i Stanislav Marušić*



Ozren Kopajtić, menadžer odgovoran za jezgrene mreže i IMS rješenja u jedinici Mreže

Konvergirani komunikacijski ekosustav iziskuje konvergiranu znanja

Kada se razmatraju konvergencijski trendovi u modernim komunikacijskim sustavima uobičajeno se govori o dva ključna smjera – o industrijskoj konvergenciji koju karakterizira tržišno i tehnološko spajanje telekomunikacijske i informatičke industrije i tehnologije (ICT) te o konvergenciji fiksnih i

mobilnih telekomunikacijskih sustava (FMC). Prvi oblik konvergencije iz temelja je promijenio situaciju u „telekomunikacijskoj grani“, uvodeći nove konkurente i snažno utječući na evoluciju telekomunikacijskih sustava, kako u uslužnim tako i u infrastrukturnim dijelovima sustava. Utjecaj ICT trendova očituje se u evoluciji arhitekture telekomunikacijskih mrežnih elemenata, uvođenjem generičkih procesorskih platformi, upotrebom komercijalnih operacijskih sustava i migracijom cjelokupne mrežne infrastrukture na IP tehnologiju.

S druge strane, opterećenje komunikacijskih sustava, njihov kapacitet, kompleksnost i zahtjevi na raspoloživost kontinuirano se povećavaju, stvarajući svojevrstan paradoks u kojem se tradicionalno ne-telekomunikacijski tehnološki koncept primjenjuje u sve zahtjevnijem okruženju.

U konvergiranom komunikacijskom ekosustavu problematika planiranja, dizajna i implementacije cjelovitih komunikacijskih rješenja je od

iznimne važnosti. Na izgradnji i eksploataciji konvergiranih sustava mogu raditi samo stručnjaci vrhunskih kompetencija. Stoga se usporedno s konvergencijom industrija i komunikacijskih domena događa i konvergencija znanja i vještina, gdje se kao temelj javlja kvalitetno razumijevanje IP tehnologija na koje se zatim nadograđuju specifična znanja vezana uz pojedine mrežne domene – IMS, CSCN, PSCN, RAN itd.

Ivan Barać, menadžer Prodaje i marketinga odgovoran za kupce na kosovskom tržištu

Za opstanak na vrhu potrebna je jasna vizija

Trenutačna kretanja na tržištu u potpunosti karakterizira konvergencija kao pojam, trend i realnost. Koliko je ta pojava bitna i koliko utječe na samo poslovanje različitih kompanija mislim da najbolje oslikava činjenica da ukoliko pitate pet ljudi u jednoj od industrija koje konvergiraju, što je to konvergencija dobit će te pet različitih odgovora na isto pitanje. Za uspješno poslovanje u novom okruženju potrebno je poznavati i razumjeti kao osnovni preduvjet konvergenciju industrija – telekomunikacija, interneta, medija, zabavne i reklamne industrije. Unutar svake od ovih industrija događaju se promjene u poslovnim modelima i načinima nastupa na tržištu koje fundamentalno mijenjaju stare i donose neke potpuno nove navike za svakodnevne aktivnosti ljudi bez obzira govorimo li o svakodnevnom obavljanju poslovnih aktivnosti, načinu dolaska do informacija, komunikaciji ili zabavi. U fokusu svih ovih promjena je krajnji korisnik koji želi sve usluge dostupne na bilo kojem mjestu u bilo koje vrijeme i putem bilo kojeg načina pristupa ili zaslona.



Naravno, za realizaciju takvih novih poslovnih modela potrebna je i tehnologija, ali prije svega znanje, iskustvo i vizija te sposobnost kreiranja i integracije najkompleksnijih tehnoloških i poslovnih rješenja u heterogena okruženja naših kupaca. Osobno smatram da je Ericsson kompanija koja je prije svega svojim iskustvom i kompetentnim ljudima koji razumiju samu bit i kompleksnost koju donosi konvergencija, tehnološkim i tržišnim vodstvom, prethodnik, vizionar i tržišni lider na području konvergencije. Naravno za opstanak na vrhu potrebna je jasna vizija koju Ericsson posjeduje i unapređuje iz dana u dan kroz isporučena rješenja i kroz strateške akvizicije kompanija - Marconi, Redback, Tandberg, LHS učvršćujući tako svoju poziciju jedinog igrača na tržištu koji raspolaže kompletnom tehnološkom infrastrukturom za realizaciju najkompleksnijih konvergentnih rješenja. Iako je tehnologija koju nudimo u našem portfelju apsolutno nužna za uspjeh na tržištu, nemoguće je kreirati i prodati ta rješenja bez kompetentnih i inspiriranih stručnjaka koji u konačnici čine onu fundamentalnu snagu i komparativnu prednost prilikom marketinga, prodaje i integracije kompleksnih konvergentnih rješenja u kupčeva okruženja.



Mario Ravić,
menadžer
za strateški
marketing

**Manji
troškovi,
a više
mogućnosti**

Konvergenciju, o kojoj se već duže vremena govori u svijetu telekomunikacija možemo promatrati u svjetlu povezivanja korisničkih uređaja, konvergencije mreža i konvergencije usluga. Primjeri konvergentnih usluga i implementacija prisutnih danas su triple-play, bundling (kosinički paketi fiksnih i mobilnih usluga), WLAN/ 2G/3G povezivost, slojevita mrežna

arhitektura i IMS. Mrežna konvergencija (FMC - Fixed Mobile Convergence) predstavlja konsolidaciju fiksnih i mobilnih mreža s ciljem pružanja različitih korisničkih usluga, s razinom kvalitete iz svijeta telekomunikacija, na više mogućih načina pristupa. Konvergencija između medijske, IT i telekomunikacijske industrije je neminovna kada govorimo o multimedijskim uslugama, što možemo potvrditi implementacijama IPTV i Mobile TV rješenja te mnogih drugih koje uključuju kontinuiranost poziva i/ili sesija bez obzira na oblik pristupa mreži, što opet ima tehnološku podlogu u mreži operatora.

Odabir poslovne strategije operatora u smislu konvergencije, mora biti praćen odabirom prave tehnologije i rješenja koja će pratiti njihovu ponudu prema krajnjim korisnicima. Pružanje cjelovitih komunikacijskih rješenja omogućava operatorima tehnološku pokrivenost s kraja na kraj, a rezultira manjim operativnim troškovima te standardiziranom

okolinom u kojoj su promjene i nadogradnje jednostavne i brze. Ericsson je znatno investirao u svoj portfelj u zadnjih par godina (Tandberg, Marconi, Redhat, LHS, Drutt) kako bi mogao ponuditi cjelovita mrežna i uslužna rješenja fiksnim i mobilnim operatorima što brže i kvalitetnije.

Za fiksne operatore koji nemaju vlastitu mobilnu mrežu rješenje je u uspostavljanju partnerstva s nekim postojećim mobilnim operatorom, što bi im omogućilo ponudu konvergentnih usluga. Isto vrijedi i za mobilne operatore. Tu je dobar primjer Vodafone koji je prikupio Tele2 kupce u Španjolskoj i Italiji, a možemo spomenuti i britanske mobilne operatore Orange i O2 koji su ušli u fiksni širokopojasni prostor kroz raspletavanje lokalne petlje.



Ivan Lupić, menadžer za IMS rješenja u jedinici za
Multimediju i sistemsku integraciju

**Kombiniranje najboljeg – put do
poslovnog rasta**

Kombiniranjem najboljeg što informacijska, komunikacijska i medijska industrija mogu ponuditi stvara se mogućnost razvoja inovativnih konvergentnih usluga. Ove komunikacijske usluge budućnosti temeljit će se na IMS-u i po svemu sudeći biti važan komplement Internetu kakvog danas poznajemo.

IMS je od nekad relativno periferne aktivnosti u standardizacijskom tijelu 3GPP danas postao glavni način isporuke novih i konvergentnih IP usluga fiksnih i mobilnih telekomunikacijskih operatora na standardizirani način. Temelji se na najboljim karakteristikama IT i telekomunikacijske industrije te omogućuje razvoj inovativnih i diferenciranih višemedijskih usluga. Korisnici mogu primjenjivati različite načine komunikacije, dodavati medije, sadržaje i sudionike u već ostvarene komunikacijske sjednice te na efikasniji način određivati gdje, kako, kada i tko ih može kontaktirati koristeći sve prednosti koje pružaju informacije o pripadnosti grupama i o prisutnosti sudionika sjednice.

Pružateljima telekomunikacijskih usluga IMS arhitektura omogućuje efikasnu diferencijaciju na tržištu kroz ponudu novih "all-IP" konvergentnih usluga. Dok se današnji višemedijski komunikacijski kanali koji uključuju video telefoniju, MMS, SMS, slanje glasovnih i video poruka, konferencijsku vezu i još mnogo toga tretiraju u industriji kao pojedinačne sjednice, IMS korisnicima omogućuje korištenje većeg broja višemedijskih usluga tijekom jedne komunikacijske sjednice. Mogućnosti kombiniranja sadržaja pri tomu su nesagledive. Primjerice, porodica kombinacijskih IMS usluga podržava istovremeno razmjenjivanje video sadržaja, slika i digitalnih crteža uz korištenje govorne i video komunikacije.