

CRN

Zagłosuj!



Debaty CRN

Rok z RODO

Po pierwszych, czynionych w dużej mierze pod presją czasu i w sytuacji chaosu interpretacyjnego, praktykach dostosowania się do wymogów RODO nadchodzi czas na kolejne, bardziej przemyślane i zaawansowane wdrożenia.

CRN.pl

NAJCHĘTNIEJ ODWIEDZANY PORTAL DLA RESELLERÓW I INTEGRATORÓW IT

ŁĄCZNY RUCH NA STRONACH (LICZBA WIZYT)
W OKRESIE STYCZEŃ 2018 – STYCZEŃ 2019

Data by  SimilarWeb



 crn.pl  itreseller.com.pl  resellernews.pl

Dziękujemy za Wasze zaufanie!

28

Smart home: dla domu i... hydraulika

W przypadku bardziej zaawansowanych technicznie rozwiązań z grupy smart home pole do popisu dla integratorów jest bardzo szerokie.

12 „Inteligentna transformacja” z Lenovo

Dla producenta kluczowa jest współpraca z partnerami

13 Od przybytku głowa nie boli

Netgear Roadshow: wybrane rozwiązania z największym potencjałem sprzedażowym

14 Zebra Technologies podnosi poprzeczkę

Do sukcesów producenta na rynku AutoID przyczynili się partnerzy

15 Blockchain i AI to już teraźniejszość

Oracle OpenWorld: chmurowe rozwiązania zapewniają oszczędności

17 Rośnie presja na AWS

Felieton Roberta Faleiry

18 Fibar Group na wojnie z resellerami

Firma żąda 100 tys. zł odszkodowania za wykorzystanie jej zdjęć

20 RODO: kolejne wyzwania, kolejne wdrożenia

Debata CRN Polska

32 O smart home (raczej) optymistycznie

Wyniki ankiet na CRN.pl dotyczących produktów zaliczanych do kategorii inteligentnego domu

33 SSD: Szybko się Dewaluuują?

Felieton Artura Kostrzewy

34 Puls branży IT

36 Certyfikat niczym prawo jazdy

Czy certyfikacja to zło konieczne: za i przeciw

42 Przede wszystkim bezpieczeństwo

Certyfikaty centrów danych to ważne kryterium przy wyborze dostawców

46 Czy oprogramowanie zdobędzie centrum danych?

SDN - wdrożenia bardziej zgodne z konkretnymi potrzebami firm

52 (Nie)straszne niedoskonałości SSD

Za spokojną pracę użytkowników komputerów z pamięciami flash odpowiedzialni powinni być resellerzy

56 Sekrety Windows pod lupą Polaków

CRN Polska rozmawia z Paulą Januszkiewicz, założycielką Cqure

58 Biznes w mgnieniu oka

Kolejne startupy z Doliny Krzemowej

61 Czy social media są zagrożeniem dla firm?

Strefa pracodawcy pod patronatem Deloitte

64 Zalety i wady perfekcjonizmu

Centrum Wiedzy Menedżera pod patronatem HBR Polska

66 Wybór rozwiązania zależy od struktury kosztów

Rozmowa z Arkadiuszem Drzewieckim, kierownikiem Biura Informatyki Krajowej Spółki Cukrowej „Polski Cukier”

70 Nowości produktowe

72 Dobrze poinformowany optymist

Felieton Ireneusza Dąbrowskiego

74 Chwalone czy ganione?

Felieton Wojciecha Urbanka



Tomasz Gołębiowski
Redaktor naczelny

Strzał w kolano.

Fibaro: efekt kulki śnieżnej

W durnowatym, ale momentami zabawnym filmie „Głupi i głupszy” średnio roznamiętniony bohater zabiera piękną, delikatną kobietę na spacer po ośnieżonych, malowniczych stokach okalających kurort Aspen. Przekomarzają się, żartują, a w pewnej chwili ona zalotnie rzuca w niego garstką sypkiego śniegu. To spory błąd, bo jej towarzysze śmiech więźnie w gardle, twarz tężeje, przybierając złowrogi wyraz gniewu, i po chwili lepi on twardą, lodową pigułę, którą w odwecie ciska z całej siły prosto w... śliczną buzię partnerki. Sytuacja tak absurdalna, że aż śmieszna.

Niestety, takie rzeczy zdarzają się każdemu, kto ma gorszy dzień. Dowodzą tego dobitnie filmiki z kamer samochodowych, na których widać, jak jeden kierowca wyjaśnia drugiemu – za pomocą kija baseballowego – zasady ruchu drogowego. Co gorsza, „szeryfów” mamy również w biznesie IT, o czym przekonała się grupa resellerów, którzy popełnili błąd, rozpoczynając sprzedaż sprzętu Fibaro w internecie, ale okraszając swoje oferty zdjęciami i opisami produktów tej marki bez zgody producenta. W odwecie tenże zażądał od każdego z nich 100 tysięcy złotych (sic!) zadośćuczynienia. Nie miało przy tym dla niego znaczenia, że resellerzy przeszli szkolenia, kupili produkty u autoryzowanych dystrybutorów, a niektórzy mają nawet certyfikat partnera Fibaro. Jeśli chodziło o rozgłos, to trzeba przyznać, że się udało – w kanale sprzedaży IT jeszcze długo będzie się mówiło o polityce partnerskiej firmy, którą przez minioną dekadę stworzyła rozpoznawalną polską markę i zdobyła wiele branżowych nagród. Jeden, nieprzemysłany moim zdaniem, ruch może to wszystko zniweczyć.

I nie zmienia tej opinii fakt, że właściciel zdjęć ma prawo pozwać firmy, które korzystają z nich bez pozwolenia. Bo oprócz litery prawa jest też jego duch, który nakazuje patrzeć na każdą sporną sprawę w jej całym kontekście, niekoniecznie traktując wszystko literalnie. Przy takim podejściu do opisywanej sprawy resellerzy działali w dobrej wierze, a ich intencją z całą pewnością nie było zaszkodzenie interesom producenta. Wręcz przeciwnie, byli jego ambasadorami na rynku. Teraz też będą ambasadorami, ale konkurencyjnych marek.

Opisana we wstępie komediowa scenka kończy się wspólnym wybuchem śmiechu i radosnym tarzaniem w białym puchu. Nie sądzę, żeby wezwani na dywanik przez Fibar Group sprzedawcy sprzętu tej marki wspólnie z szefami spółki gdziekolwiek się tarzali, ale śmiech – nawet pusty – to moim zdaniem właściwa reakcja na dzieła, jakie wytoczył producent przeciwko swoim (certyfikowanym!) partnerom. Wygląda na to, że wyszedł z tego strzał we własne kolano.

CRN COMPUTER RESELLER
NEWS POLSKA

Rok 22, numer 4 (439) 27 kwietnia 2019
PL ISSN 1429-8945

REDAKCJA: 02-674 Warszawa, Marynarska 15
tel. 22 36 03 800
redakcja@crn.pl, www.CRN.pl

Tomasz Gołębiowski **tg** (redaktor naczelny)
tel. 22 36 03 991, tomasz.golebiowski@crn.pl
Wojciech Urbanek **wu** (zastępca red. naczelnego)
tel. 691 672 065, wojciech.urbanek@crn.pl
Dorota Smusz **ds** (sekretarz redakcji)
tel. 22 36 03 993, dorota.smusz@crn.pl
Karolina Marszałek **km**
tel. 22 36 03 642, karolina.marszalek@crn.pl
Krzysztof Pasławski **kp**
krzysztof.paslawski@crn.pl
Krzysztof Jakubik **kj**
tel. 22 24 42 923, krzysztof.jakubik@crn.pl

Tomasz Janoś **tj** tomasz.janos@crn.pl
Andrzej Gontarz **ag** andrzej.gontarz@crn.pl

FELIETONY: Ireneusz Dąbrowski,
Damian Kwiek, Agnieszka Węglarz

FOTOGRAFIA NA OKŁADCE:

Adobe Stock
FOTOGRAFIE: PhotobyMysluk.pl,
Adrian Stykowski, Piotr Syndoman, archiwum

KOREKTA: Katarzyna Winsztal

PRENUMERATA: Jacek Soltys
prenumerata@crn.pl

DYREKTOR PRODUKCJI:
Darek Jahn, darek.jahn@burdamedia.pl
KOORDYNATOR PRODUKCJI:
Stanisław Siemiński,
stanislaw.sieminski@burdamedia.pl

BurdaInternational

WYDAWCA:

Burda Media Polska Sp. z o.o.
02-674 Warszawa, Marynarska 15
www.burdamedia.pl

Chief Commercial Officer:
Michał Helman
Sales Director:
Małgorzata Nocuń-Zygmuntowicz
Deputy Sales Director:
Katarzyna Nowakowska
Senior Business Manager:
Olga Sztąberska,
olgasztaberska@burdamedia.pl
Brand Manager:
Ewa Korzańska,
ewa.korzańska@burdamedia.pl

REKLAMA:
Sekretariat Biura Reklamy
22 360 36 03, reklama@burdamedia.pl

Sales Team Manager:
Agata Mysłuk, agata.mysluk@burdamedia.pl

PROJEKTY SPECJALNE:
Senior Project Manager:
Jacek Goszczycki,
jacek.goszczycki@burdamedia.pl

Reklamy przyjmowane są w siedzibie wydawnictwa.
Za treść ogłoszeń redakcja nie ponosi odpowiedzialności.
© Copyright 2017 Burda Media Polska sp. z o.o.
Wszelkie prawa zastrzeżone.
Computer Reseller News Polska contains articles under
license from The Channel Company.
© 2017 The Channel Company. All rights reserved.

WP Burda Media Polska należy do Ogólnopolskiego
Stowarzyszenia Wydawców i Izby Wydawców Prasy

+ **Action** w marcu br. uzyskał przychody rzędu 134 mln zł, podczas gdy rok wcześniej było to 131 mln zł. Marża grupy utrzymała się w tym okresie na poziomie 6,5 proc., czyli takim samym jak w lutym br., przy sprzedaży większej o 28 mln zł miesiąc do miesiąca. Niestety, cały kwartał nie był już tak dobry. W sumie w styczniu, lutym i marcu 2019 r. Action wypracował 351 mln zł skonsolidowanych obrotów. Dla porównania, w I kw. 2018 r. obroty grupy wyniosły 391 mln zł. Oznacza to spadek o ok. 10 proc. rok do roku.

+ **Cisco** zwiększyło w ub.r. przychody ze sprzedaży rozwiązań cyberbezpieczeństwa o 22,5 proc. rok do roku – wynika z raportu Canalys. Koncern jest obecnie liderem w tym sektorze światowego rynku IT. Warto również odnotować jeszcze szybszy wzrost sprzedaży w omawianym okresie w przypadku Palo Alto Networks (+28,7 proc.). Według Canalys liderzy rynku wprowadzili nowe modele sprzedaży, przekształcając swój biznes bezpieczeństwa cyfrowego i zmiernając w kierunku oferty subskrypcyjnej i dystrybucji chmurowej.

+ **Xopero** pozyskało 1 mln zł z funduszu Black Pearls VC, którego przedstawiciele sądzą, że rozwiązania tej marki w modelu SaaS dla sektora MŚP są strzałem w dziesiątkę, biorąc pod uwagę potrzeby tego rodzaju przedsiębiorstw. Wskazują również na rosnącą świadomość konieczności zabezpieczania danych w firmach. Inwestycja jest wspierana z grantów programu BridgeAlfa, który prowadzi Narodowe Centrum Badań i Rozwoju.

+ **Dell** w IV kw. 2018 r. utrzymał pozycję lidera na światowym rynku monitorów. Było to możliwe m.in. dzięki dużo większej sprzedaży w Europie Środkowej i Wschodniej (+26,7 proc.). W omawianym okresie również HP wyszło w sumie na (niewielki) plus, notując znaczne wzrosty sprzedaży w Japonii i Ameryce Łacińskiej. Pozostałe firmy – Lenovo, chiński producent TPV i LG – zamknęły ostatni kwartał ub.r. spadkami w ujęciu rok do roku.

+ **Specjaliści i menedżerowie IT** zarabiają najlepiej na tle wszystkich branż: średnio 13,3 tys. zł w 2018 r. W porównaniu z 2017 r. ich pensje wzrosły o 6 proc. (poprzednio wynosiły 12,6 tys. zł) – według nowego „Raportu płacowego Antal” (7 edycja). W sektorze IT najwyższą cenioną specjalizacją okazuje się bezpieczeństwo cyfrowe. Kierownicy odpowiedzialni za ten obszar mogą liczyć nawet na 35 tys. zł brutto miesięcznie.



– Firmę założyłam trochę z przekory, bo dość często słyszałam, że „bezpieczeństwo się nie sprzedaje”
– **Paulina Januszkiewicz, założycielka Cqure.**



– Ceny certyfikatów nie stanowiły dla nas bariery. Problemem była ich liczba, wręcz zabójcza dla średniej wielkości firmy
– **Wojciech Muras, CEO netology, o certyfikatach Dell EMC.**



– Pojawilo się przekonanie, że jednak pieniądze na cyberbezpieczeństwo trzeba wydać i nie można dalej stosować zasady „jakoś to będzie”
– **Mariusz Kochański, członek zarządu Veracompu, o efektach RODO.**

MIESIĄC NA PLUSIE, MIESIĄC NA MINUSIE

– **ABW i CBA** przyjrzą się bliżej przetargowi na klastr obliczeniowy w Poznańskim Centrum Superkomputerowo-Sieciowym o wartości 80–100 mln zł – donosi „Puls Biznesu”. Alarm wszczęło kilku oferentów, którzy twierdzą, że warunki postępowania faworyzują Huawei. PCSS utrzymuje, że tak nie jest. W związku z odwołaniami i zmianami w SIWZ termin przesyłania ofert przesunięto ze stycznia na połowę kwietnia br.

– **Atende** w 2018 r. zanotowało 5-proc. spadek przychodów ze sprzedaży w ujęciu rok do roku (do 275,6 mln zł). Zysk netto grupy zmalał w tym czasie o 16 proc. (do kwoty 10,7 mln zł). Zarząd spółki podkreśla, że „okres dobrej koniunktury został wykorzystany do inwestycji w rozwój nowych produktów i usług”. Ocenia, że poniesione nakłady powinny zapewnić korzyści finansowe już w 2019 r.

– **Prezes i wiceprezes Qumaka** zrezygnowali z pełnionych funkcji. Sławomir Połukord oraz Konrad Pogódz odeszli ze spółki z dniem 1 kwietnia br. Rezygnację złożył także Jarosław Starega, prezes Star ITS, spółki zależnej Qumaka. Z kolei z radą nadzorczą Star ITS rozstał się Tomasz Zygmuntołowicz. Qumak pozostaje bez zarządu w czasie, gdy syndyk zasypywany jest notami w sprawie kar umownych z tytułu kontraktów realizowanych przez spółkę. Ostatni taki pakiet opiewa na ponad 6 mln zł.

– **UOKiK** zarzuca **Apple'owi** i **Google'owi**, że w ich sklepach z aplikacjami trudno znaleźć pełne informacje o zasadach gromadzenia danych. Programy ściągane na telefon mogą prosić konsumentów o dostęp do różnych informacji, a potem je wykorzystywać – ostrzega UOKiK. Urząd domaga się, by oba koncerny umożliwiły dostawcom aplikacji przejrzyste informowanie klientów o zasadach uzyskiwania i wykorzystywania ich danych.

– **Intel** zwalnia setki administratorów IT – poinformował amerykański dziennik „The Oregonian”. Cięcia objęły pracowników zatrudnionych w największym ośrodku firmy w Oregonie, w innych miejscowościach w USA oraz w jednostce administracyjnej na Kostaryce. Według doniesień medialnych redukcje są związane z przejściem części operacji przez Infosys – międzynarodowego dostawcę usług z centralą w Indiach. Głównym celem nie wydaje się zmniejszenie kosztów, lecz zmiany organizacyjne w wewnętrznym systemie informatycznym koncernu. Zamiast współpracować z wieloma administratorami, Intel chce powierzyć zadania jednej specjalistycznej firmie. Władze koncernu potwierdziły redukcje, ale nie ujawniły ich skali ani powodów.

POWIEDZIELI

Znika marka Comparex

Marka Comparex odchodzi w przeszłość. To efekt finalizacji przejścia niemieckiej firmy przez szwajcarski koncern SoftwareOne.

Rebranding przeprowadzono 1 kwietnia w 35 oddziałach. Comparex ma

spółkę także w Polsce. Zapewnia, że dotychczas zawarte umowy i porozumienia z klientami i partnerami pozostają bez zmian. Umowę przejścia zawarto w październiku ub.r., finalizacja nastąpiła 1 lutego br. Finansowe warunki transakcji nie zostały ujawnione. W sumie łączące się przedsiębiorstwa pod marką



SoftwareOne będą działać w 90 krajach, zarządzając sprzedażą oprogramowania o wartości ok. 10 mld euro rocznie. Firma ma obecnie 5,5 tys. pracowników. SoftwareOne będzie specjalizować się w usługach

zarządzanych i oprogramowaniu, zwłaszcza chmurowym. Są to takie usługi jak zarządzanie portfolio oprogramowania (SPM) i zasobami programowymi (SAM) - mają ułatwiać klientom optymalizację infrastruktury IT, przyspieszać migrację do chmury i zapewniać zgodność z przepisami.

Allegro: będzie się działo w 2019 r.

W bieżącym roku Allegro zaplanowało wprowadzenie licznych nowości. Zamierza skorzystać na rozwoju e-handlu w Polsce i wzmocnić swoją pozycję na rynku. Zmieni się m.in. system oceny sprzedawców. Allegro zapowiada, że zapewni to „lepszy obraz jakości ich usług”. Obecny system rekomendacji i gwiazdek stanie się częścią większego, bardziej kompleksowego systemu. Na razie serwis nie podaje szczegółów.

Będzie nowe narzędzie dla sprzedawców: panel o nazwie „Jakość mojej sprzedaży”.

Ma służyć do analizowania własnych statystyk, zestawionych z danymi o konkurencji. Kolejną innowacją to konsultacje dla klientów. Allegro

zapowiada, że udostępni nowe kanały kontaktu „na żywo” dla sprzedawców, co ma im pomóc w relacjach z nabywcami. Pod koniec br. w serwisie zostanie wprowadzone wyszukiwanie wizualne i nawigacja wizualna. Ten mechanizm ma wykorzystywać zdjęcia przedmiotów. Nowością będzie również gwarantowany czas dostawy oraz opcja odroczonej płatności dla kupujących - do 30 dni od otrzymania produktu. Według danych Allegro konta firmowe w tym serwisie pod koniec ub.r. miało 125 tys. sprzedawców. W 2018 r. do platformy dołączyło 16 tys. przedsiębiorców. Liczba ofert wzrosła z 70 mln do 102 mln (styczeń 2018 r. w porównaniu z lutym 2019 r.).

Konsolidacja w Arcusie

Arcus połączy się ze swoją spółką zależną T-matic Systems, przejmując cały jej majątek - taką uchwałę podjął zarząd Arcusa. Przekonuje, że połączenie umożliwi sprawniejsze zarządzanie grupą. Liczy także na efekty synergii w działalności operacyjnej.

T-matic Systems działa od 2006 r. Specjalizuje się we wdrożeniach inteligentnego opomiarowania (smart metering) w sektorze energetycznym oraz w systemach obejmujących telematykę. W ostatnich latach uczestniczył w budowie infrastruktury inteligentnych liczników, która nie przebiegała gładko. Doszło

do konfliktu z kontrahentem. Arcus, T-matic oraz Energa-Operator złożyli w sądach pozwy, domagając się od siebie wzajemnie wielomilionowych kar i odszkodowań. W ub.r. zarząd Arcusa zapowiedział, że mimo ujemnego kapitału własnego T-matic Systems nie ma zagrożenia kontynuacji działalności spółki, i deklarował dla niej wsparcie finansowe.

Po trzech kwartałach zeszłego roku grupa Arcus miała 2,3 mln zł straty netto, wobec 3 mln zł na minusie rok wcześniej. Przychody wyniosły 92 mln zł, tj. prawie 10 mln zł więcej niż w analogicznym okresie 2017 r.

Microsoft sprawdzany ws. RODO

Europejski Inspektor Ochrony Danych kontroluje, czy oprogramowanie Microsoftu wykorzystywane w instytucjach UE zachowuje zgodność z RODO. Pod lupę wzięto umowy z 70 jednostkami unijnymi.

Postępowanie zostało wszczęte po publikacji holenderskiego raportu w lutym br., w którym stwierdzono osiem naruszeń regulacji RODO w zakresie przetwarzania dużych ilości danych w usługach Office ProPlus i Office 365.

Microsoft w odpowiedzi na raport zapowiedział modyfikacje w Office ProPlus, które mają zostać wprowadzone do końca kwietnia 2019 r. Zapewnił, że zapisy umów z instytucjami unijnymi są zgodne z nowymi przepisami. Zadeklarował gotowość do współpracy z EIOD.

Poly – nowy gigant na rynku

Plantronics w marcu br. został przekształcony w przedsiębiorstwo o nazwie Poly. Zmiana jest związana z przejściem Polycoma za 2 mld dol. w połowie 2018 r. Nowa korporacja zapowiada, że skoncentruje się na rozwiązaniach do komunikacji i współpracy. Będzie oferować urządzenia końcowe, połączone w ramach platform komunikacji. Pełne portfolio obejmuje obecnie m.in. zestawy słuchawkowe, oprogramowanie, telefony stacjonarne, systemy konferencyjne audio i wideo, analitykę i usługi.

Zgodnie z przyjętą strategią produkty Poly mają umożliwiać współpracę z dowolnego miejsca. Są przeznaczone zarówno do niewielkich pomieszczeń, jak i do dużych sal konferencyjnych. Mają usprawniać też łączność mobilną. Prezesem i dyrektorem generalnym Poly został Joe Burton, dotychczasowy szef Plantronics, związany z firmą od ponad siedmiu lat. W latach 2010–2011 był wiceprezesem Polycoma. Wcześniej 13 lat spędził w Cisco.

Przychody Plantronics w roku finansowym 2018, zakończonym 30 marca ub.r., wyniosły 857 mln dol. Polycom wypracował w 2017 r. 1,14 mld dol. obrotów. W sumie obie zjednoczone firmy osiągały więc roczną sprzedaż na poziomie 2 mld dol.

Milion zł kary za nieprzestrzeganie RODO

Jest pierwsza kara za niespełnianie wymogów RODO w Polsce, i to od razu drakońska. Ma ją zapłacić spółka, która przetwarzała w celach zarobkowych dane osób pozyskane ze źródeł publicznie dostępnych, m.in. z CEiDG. Nazwa firmy nie została ujawniona. W końcu marca br. Urząd Ochrony Danych Osobowych nałożył na nią 943 tys. zł kary.

Prezes UODO Elżbieta Bielak-Jomaa wyjaśniła, że przedsiębiorca nie wypełnił obowiązku informacyjnego wynikającego z przepisów RODO (art. 14.). Przez to zaniebdanie zainteresowane osoby nie mogły żądać usunięcia lub sprostowania danych. Szefowa urzędu przekonuje, że problem jest poważny, gdyż dotyczy ponad 6 mln osób. Ukarana fir-



ma wprawdzie zamieściła informację dotyczącą przetwarzania na swojej stronie internetowej, ale zdaniem prezesa to za mało. Przedsiębiorca poinformował e-mailem tylko 90 tys. osób, z tego aż 12 tys. sprzeciwiło się przetwarzaniu danych.

„Administrator miał świadomość ciążyącego na nim obowiązku informacyjnego. Stąd decyzja o nałożeniu na ten podmiot kary w tej wysokości” – podkreśliła prezes UODO.

Wymierzając karę, wzięto pod uwagę to, że administrator nie podjął żadnych działań zmierzających do usunięcia naruszenia, a bardzo wiele osób, których dane przetwarzała spółka, nie miało o tym pojęcia. Kolejne kary są prawdopodobnie tylko kwestią czasu. UODO

dostał już ok. 3,7 tys. skarg związanych z przetwarzaniem danych. Rozporządzenie RODO weszło w życie 25 maja 2018 r. Za naruszenie jego zapisów grożą kary do 20 mln euro lub 4 proc. rocznego obrotu przedsiębiorstwa.

ABC Data: 1 mld zł przychodów

Wartość sprzedaży ABC Daty już w I kw. br. przekroczyła 1 mld zł. Szacunkowe skonsolidowane przychody ze sprzedaży grupy w marcu br. wyniosły 353 mln zł, a za okres styczeń-marzec 2019 r. – 1,031 mld zł – podaje spółka.

Zarząd ABC Daty poinformował również, że w związku z wdrożeniem standardu MSSF 15 (międzynarodowy standard rachunkowości, dotyczący sposobu ujmowania przychodów z umów z klientami) dane dotyczące poziomu sprzedaży za okres styczeń-marzec 2018 r. zostały przekształcone z uwzględnieniem sprzedaży agencyjnej. Skorygowana wartość przychodów w marcu 2018 r. wynosi 343,3 mln zł, a za okres styczeń-marzec 2018 r. – 1,0031 mld zł. Przed korektą, według sprawozdania z maja ub.r., skonsolidowane przychody ABC Daty za I kw. 2018 r. wyniosły 1,046 mld zł.

Huawei: grupa konsumencka idzie do biznesu

Nowa jednostka w strukturach producenta powalczy na rynku przedsiębiorstw w Polsce. Firma rozbudowuje nowy departament biznesowy w dziale konsumenckim. Tworzy on ofertę i zapewnia wsparcie dla klientów w firmach i instytucjach – poinformował Witold Walczak, szef departamentu Business Solutions konsumenckiej grupy Huawei w Polsce. Dział wspólnie z partnerami ma realizować projekty w sektorze biznesowym, obejmujące sprzęt (smartfony, tablety i ultrabooki), a także oprogramowanie, obsługę posprzedażną, serwis, finansowanie. Nowa jednostka w CBG ma zapewnić oddzielne procesy i cały ekosystem oferty dla biznesu.

Według danych globalnych grupa Consumer Business Group w 2018 r. stała się największym biznesem Huawei, zwiększając sprzedaż o 45 proc. wobec 2017 r.

Alstor: podział na dwie firmy

Na początku kwietnia decyzją zarządu Alstor Sp.j. przekazał część swojej działalności utworzonej pod koniec ubiegłego roku spółce z o.o. Alstor SDS. Po zmianach Alstor Sp.j. zajmuje się dystrybucją w trzech obszarach: rozwiązań medycznych, produktów konsumenckich i rozwiązań obrazowania. Wymienione linie łącznie odpowiadają za ponad 70 proc. dotychczasowych obrotów Alstora.

Alstor SDS będzie oferować rozwiązania do przetwarzania dokumentów (DMS) oraz elementy do infrastruktury IT, urządzenia do centrów danych i sieci informatycznych.

Właścicielami spółki Alstor Sp.j. pozostają Adam Zwierzynski i Jan Siwek. Dotychczasowi udziałowcy, Tomasz Szukała i Jarosław Kupiec, założyli spółkę Alstor SDS, która przejmie część zobowiązań w ramach kontynuacji działalności w zakresie rozwiązań dla przedsiębiorstw. Jej wyodrębnienie ma podnieść jakość współpracy między partnerami handlowymi i pracownikami obu spółek, ułatwić przepływ informacji i poprawić poziom oferowanych usług.

Jak wyjaśnia Adam Zwierzynski, CEO Alstora, podział jest konsekwencją zmian, które nastą-

piły w efekcie dywersyfikacji oferty i utworzenia departamentów obsługujących klientów z różnych rynków. Nowa struktura ma zapewnić odpowiednie wsparcie zarówno partnerom, jak i dostawcom.

– Przy dużej ilości i różnorodności oferowanych przez Alstor rozwiązań sprostanie oczekiwaniam klientów i partnerów handlowych stało się trudne. Decyzja o podziale zobowiązań poprawi funkcjonowanie i efektywność obu firm – mówi Adam Zwierzynski.

Zapewnia ponadto, że zmiana nie spowoduje spadku obrotów.

Nowy prezes PIIT

Andrzej Dulka został prezesem Polskiej Izby Informatyki i Telekomunikacji w nowej, 2-letniej kadencji. Wybrano go głosami członków PIIT podczas zgromadzenia, które odbyło się 29 marca.

Przez ostatnie 13 lat pełnił funkcję prezesa Alcatel-Lucent Polska. Zarządzał m.in. rozwojem biznesu w Polsce i Europie Środkowej. Wcześniej był szefem sprzedaży w Lucent. Pracował także m.in. w AT&T. Nowy prezes PIIT angażuje się również w działalność publiczną. W 2012 r. został wiceprzewodniczącym sekcji w Komitecie Elektroniki i Telekomunikacji PAN. Od 2015 r. jest członkiem rady dyrektorów w European Federation of ICT, Telecom & Media Engineers oraz prezesem Stowarzyszenia Inżynierów Telekomunikacji. Z wykształcenia jest doktorem inżynierem automatykiem, ukończył także dzienne studia w zakresie zarządzania.



Zmiana prezesa ATM

Daniel Szcześniewski został prezesem zarządu ATM. Dotychczas był dyrektorem strategii i marketingu. Do spółki dołączył w czerwcu 2017 r. Jest związany z rynkiem telekomunikacyjnym od 15 lat. Przed przejściem do ATM odpowiadał za marketing i zarządzanie segmentem korporacji, dużych firm i sektora MŚP w T-Mobile. Do 2014 r. był związany z GTS Central Europe i brał udział w jej integracji z T-Mobile. Wcześniej pracował w GTS Energis, a następnie GTS Poland, gdzie pełnił rolę dyrektora działu zarządzania produktami. Karierę rozpoczął w Energis. Odchodzący prezes Sławomir Koszołko kierował reorganizacją ATM. Nadal będzie związany ze spółką, pełniąc rolę doradcy zarządu. Daniel Szcześniewski odpowiada za kolejną fazę działania spółki. Jego zadaniem jest m.in. rozwój sprzedaży usług kolokacyjnych, serwerowych i chmurowych.

ZMIANY → ← na stanowiskach

Szefowa SAS w Polsce odchodzi po 27 latach



Alicja Wiecka (na zdjęciu), która zarządzała polskim oddziałem SAS przez ponad 27 lat, zdecydowała się na przekazanie obowiązków Annie Muszyńskiej – poinformowała korporacja.

Anna Muszyńska obejmie stanowisko Acting Country Leader, pozostając dyrektorem sprzedaży sektora finansowego. Będzie współpracowała z Shukrim Dabaghim, wiceprezesem regionu Middle East & Eastern Europe w SAS. Odchodząca szefowa przyczyniła się do zbudowania silnej pozycji firmy na polskim rynku oprogramowania. Za jej kadencji rosły przychody i zatrudnienie, a lokalny oddział był najszybciej rozwijającą się filią SAS w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

Anna Muszyńska pracę w SAS rozpoczęła w 1999 r. W ciągu ostatnich 10 lat odpowiadała za strategię rozwoju, sprzedaż i wdrażanie rozwiązań SAS w sektorze ubezpieczeniowym oraz bankowym.



Ewa Lis-Jeżak dyrektorem IDC

Ewa Lis-Jeżak została dyrektorem zarządzającym IDC w Polsce i krajach bałtyckich. Będzie odpowiedzialna za wzmocnienie pozycji firmy na rynku usług konsultingowych w regionie. Przed nominacją Ewa Lis-Jeżak była członkiem zarządu IDC w regionie CEE i dyrektorem marketingu w regionie Europy Środkowo-Wschodniej (CEE i CIS). Wcześniej pracowała w Symantecu (2012-2014) i przez 10 lat w HP. Była także związana z Vogel Publishing, wydawcą magazynów komputerowych. Przez kilka lat wykładała komunikację na studiach podyplomowych w Wyższej Szkole Europejskiej im. Tischnera w Krakowie. Ukończyła prawo europejskie na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

ZWYCIĘSKIE DYSKI SSD CRUCIAL®

CRUCIAL® MX500

Jakość, szybkość, bezpieczeństwo.
Uruchamiaj komputer w kilka sekund i przechowuj do 2TB najważniejszych danych. Postaw na nośnik, na którym możesz polegać. Zaufaj specjalistom.

CRUCIAL® BX500

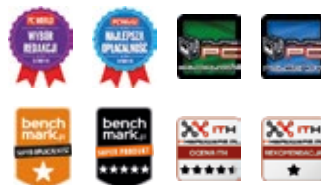
Wysoka wydajność niewielkim kosztem.
Wymiana wszystkich komputerów w Twojej firmie może być kosztowna. Dla optymalizacji kosztów, warto zmodernizować obecny sprzęt wykorzystując niedrogie nośniki SSD Crucial® BX500.

CRUCIAL® P1 NVMe™ PCIe®

Szybko i pojemnie.
Crucial® P1 SSD sprawdza się wszędzie tam, gdzie wymagana jest duża przestrzeń magazynowa i wysokie prędkości odczytów. Skorzystaj z pojemności do 1TB i wydajności zawdzięczanej technologii NVMe™ PCIe®.

LICZNE NAGRODY BRANŻOWE

Dzięki tysiącom godzin poświęconym na testy walidacyjne i wieloletniemu doświadczeniu firmy Micron w tworzeniu najlepszych dysków SSD, nośniki SSD Crucial® to produkty, którym możesz zaufać.



SPRAWDŹ OFERTĘ:



E-faktury w przetargach

Już 18 kwietnia wchodzi w życie nowe przepisy dotyczące e-faktur w zamówieniach publicznych. Urzędy, spółki samorządowe, uczelnie itd. będą miały obowiązek przyjmowania od wykonawców dokumentów za pośrednictwem Platformy Elektronicznego Fakturowania. Przedsiębiorcy na razie korzystają z tej opcji dobrowolnie.

PEF zapewnia automatyzację i przyspieszenie obiegu dokumentów. Ma także usprawnić rozliczenia, zmniejszyć ich koszty, przyspieszyć płatności, a dzięki temu zmniejszyć zatory płatnicze. Uszczelnia też system podatkowy.

Za dwa lata obowiązek przysyłania automatycznych faktur obejmie firmy. Każdy podmiot dostarczający usługi dla sektora publicznego będzie musiał przysyłać faktury w formacie EDI.

Polska wśród liderów outsourcingu IT

Nasz kraj jest trzecią z najdogodniejszych lokalizacji outsourcingu IT w Europie i piątą na świecie – wynika z badania 7N. Naszymi atutami są m.in. biegłość specjalistów w posługiwaniu się jęz. angielskim, dobra infrastruktura, stabilność gospodarcza i wysoki standard życia. Minusem jest ostra walka o specjalistów IT. W sumie o miejscu danego kraju zdecydowało 14 wskaźników. Na świecie państwa Azji Południowo-Wschodniej zostały wysoko ocenione w takich kategoriach jak koszty pracy i życia, ale kraje regionu CEE wygrywają w kategoriach: infrastruktura, stabilność gospodarcza (premia za obecność w UE) oraz wysoki standard życia.

Media Markt: będzie nowy kurs?

Nominowany jesienią ub.r. CEO MediaMarktSaturn, Ferran Reverter, ma planować istotne zmiany w strategii. Według doniesień niemieckiego „Manager Magazin” nowy szef zamierza udostępnić więcej przestrzeni w marketach konkretnym producentom. W grę wchodzi duża gracja, jak Apple, Samsung, Huawei i Xiaomi. Oddając im do dyspozycji część powierzchni handlowej w nowym modelu współpracy retailer może także ograniczyć ofertę pozostałych marek, zmniejszając ryzyko związane z zakupami sprzętu i ograniczając zapasy. Z drugiej strony detalista ma skoncentrować się na rozwoju usług, co miałyby przyciągnąć klientów do sklepów i zwiększyć ich lojalność.

Według przypuszczeń może również dojść do ostatecznego pożegnania z marką Saturn. W Polsce została ona już zintegrowana z Media Markt w ub.r. Możliwe, że działające jeszcze w różnych krajach sklepy Saturna przejdą podobny rebranding albo zostaną sprzedane. Pozwoli to obniżyć koszty koncernu.

Ewentualne zmiany są planowane po słabym globalnym wyniku Cecnomy, holdingu, do którego po podziale grupy Metro należy MediaMarktSaturn. Zysk netto w ub. roku finansowym spadł 9-krotnie, do 23 mln euro przy przychodach 21,418 mld euro.

Firmy jak konsumenci

Drobnym przedsiębiorcom zostanie przyznane prawo do gwarancji i reklamacji na zasadach konsumencjskich. Nowe przepisy obejmą osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą, zarejestrowane w CEIDG

– zakłada projekt stanowiący część pakietu ustaw „Przyjazne Prawo” przygotowanym przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii. Proponowane regulacje mają dotyczyć sytuacji, gdy zakupiony towar lub usługa nie są związane z główną działalnością gospodarczą (jak to określono: „czynność prawna nie ma charakteru zawodowego”). Przykładowo jeżeli hydraulik kupił laptopa, to w razie awarii sprzętu będzie mógł złożyć reklamację tak jak klient domowy i korzystać z konsumenckich praw do gwarancji. Nie wykluczy to możliwości zakupu urządzenia w ramach działalności gospodarczej. O projekcie poinformował rzecznik MŚP, który zabiegał o rozszerzenie ochrony konsumenckiej na drobnych przedsiębiorców. „Właściciele małych firm będą mogli być spokojniejsi o prowadzenie działalności i ewentualną ochronę prawną przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi” – uzasadnia rzecznik MŚP Adam Abramowicz. Możliwe, że nowe prawo zostanie uchwalone jeszcze w 2019 r.



VAT: koniec deklaracji, fiskus łagodnie

Od 1 stycznia 2020 r. nie trzeba będzie już składać deklaracji VAT. Dokumenty VAT-7, VAT-7K, VAT-27 oraz załączniki VAT-ZZ, VAT-ZD i VAT-ZT zastąpi nowy plik JPK_VDEK. Będzie to rozbudowana wersja aktualnie używanego JPK_VAT.

Nowe przepisy wprowadzają również nowe kary za błędy w JPK.



Resort finansów wyceenił każde uchybienie na 500 zł. Wywołało to duży niepokój wśród przedsiębiorców. Zachodziła obawa, że nawet drobne pomyłki mogą w sumie oznaczać rachunki na tysiące złotych, wystawiane

firmom przez skarbowkę. W nowelizacji znalazł się jednak zapis, że 500-złotowy mandat za błąd w JPK zostanie wystawiony dopiero wtedy, gdy przedsiębiorca na wezwanie naczelnika urzędu skarbowego w ciągu 14 dni nie wprowadzi poprawki.

Ostatnio Ministerstwo Finansów dodało w projekcie ustawy, że będą karane tylko te pomyłki w nowym pliku JPK, które uniemożliwiają weryfikację prawidłowości transakcji. Wynikałoby z tego, że drobne nieścisłości w JPK_VDEK nie będą dodatkowo drenować kieszeni przedsiębiorców.

Miliony wyłudzonego VAT-u

We Wrocławiu zatrzymano mężczyznę podejrzanego o udział w zorganizowanej grupie przestępczej zajmującej się wyłudzeniami zwrotów podatku VAT w fikcyjnym obrocie elektroniką – poinformowała dolnośląska Komenda Wojewódzka Policji. Jest to 45-letni mieszkaniec woj. śląskiego. Grozi mu do 5 lat więzienia. Jak ustalili śledczy, grupa utworzyła firmę specjalnie w celu popełnienia oszustw. Straty Skarbu Państwa oceniono na 3 mln zł.

Oficjalnie przedsiębiorstwo, pod przykrywką którego działali przestępcy, zajmowało się handlem artykułami elektronicznymi. W rzeczywistości przedstawiane na fakturach transakcje były fikcyjne.



Z kolei w Przemysłu rozbito grupę, której członkowie są podejrzewani o wyłudzenia VAT na nietypowym towarze. Przestępczy mechanizm opierał się na pozorowanym obrocie proszkiem do drukarek 3D. Według śledczych wystawiono nierzetelne faktury na kwotę prawie 13 mln zł. W sprawie zatrzymano 16 osób. Z ustaleń policji wynika, że grupa mogła działać od początku 2016 r. do sierpnia 2017 r., głównie w województwach małopolskim i podkarpackim. Wstrzymano zwrot ok. 1 mln zł VAT. Jedna osoba usłyszała zarzut popełnienia tzw. zbrodni VAT-owskiej, za co grozi do 25 lat pozbawienia wolności. Sprawa jest rozwojowa.

Avaya: możliwe przejęcie za 5 mld dol.

Inwestor finansowy jest zainteresowany przejęciem Avayi. Wartość transakcji może sięgnąć 5 mld dol. Miałaby ona objąć również sięgające 3,2 mld dol. zadłużenie spółki. Według nieoficjalnych informacji Reutera zarząd firmy obecnie analizuje ofertę. Nie ujawniono nazwy zainteresowanego podmiotu. Avaya na razie nie skomentowała tych doniesień. Według agencji nie jest to jedyna oferta funduszu inwestycyjnego dla spółki w ostatnich miesiącach.

Avaya w grudniu 2017 r. pomyślnie zakończyła trwające blisko rok postępowanie restrukturyzacyjne, co pozwoliło na zmniejszenie zadłużenia o ok. 3 mld dol. i przeznaczenie 300 mln dol. na inwestycje.

Obecnie głównym biznesem firmy są oprogramowanie oraz usługi komunikacji dla przedsiębiorstw (united communication, contact center, rozwiązania do pracy zespołowej i in.). Ponad 80 proc. biznesu Avaya generuje w kanale partnerskim.

W I kw. finansowym 2019 producent wypracował 738 mln dol. przychodów z oprogramowania i usług (-1,9 proc. rok do roku). Marża brutto zmniejszyła się z 58,5 proc. do 55,1 proc.

Polska grupa kupuje Olsoft

TenderHut przejął 100 proc. działalności operacyjnej warszawskiej spółki Olsoft. Firma specjalizuje się w dostarczaniu rozwiązań informatycznych. Zostanie wchłonięta przez Solution4Labs – spółkę z grupy TenderHut, która koncentruje się na wdrożeniach i dostosowaniu systemów klasy LIMS.

Białostocka grupa IT powstała w 2015 r. z przekształcenia spółki Codearch. Od tej pory przejmuje firmy w kraju i za granicą, co ma ułatwić międzynarodową ekspansję. Według Deloitte Technology Fast 50 Central Europe – TenderHut od 2014 do 2017 r. zwiększył obroty o blisko 1,5 tys. proc. To rekord wśród polskich firm w rankingu.

Qumak: sypią się kary

Będąca w upadłości spółka jest zasypywana karami przez kontrahentów. Ich suma sięga już dziesiątków milionów złotych. Na przełomie marca i kwietnia br. doszły kolejne kwoty. Miasto Gdynia przesłało syndykowi notę obciążającą spółkę karą umowną na sumę 2 mln zł. Samorząd naliczył ją w związku z umową z 2012 r. Kontrakt dotyczył systemu zarządzania ruchem komunikacji zbiorowej w Trójmieście. W grudniu ub.r. Gdynia domagała się od Qumaka 3,45 mln zł kary w związku z tym projektem za to, że firma nie usunęła na czas usterek.

Energa-Operator przesłał notę z karą 1,8 mln zł w związku z kontraktem z 2016 r. W grudniu ub.r. wypowiedział Qumakowi umowę, obejmującą świadczenie usług contact center. Z kolei Port Lotniczy Bydgoszcz chce prawie 1,9 mln zł od Qumaka i spółki zależnej Skylar. Kielecka firma SPS Construction oczekuje natomiast 629 tys. zł. W lutym br. sąd ogłosił upadłość Qumaka po ponad 30 latach działalności na polskim rynku.

Ricoh i LG sojusznikami

LG i Ricoh nawiązały partnerstwo w Europie. W ramach współpracy Ricoh będzie oferował więcej produktów Digital Signage od LG (jest resellerem koreańskiej marki) oraz rozwiązania do sal spotkań poprzez swoje kanały sprzedaży. Poszerzą one portfolio jego usług komunikacyjnych. Klienci Ricoha będą mieli do dyspozycji większy asortyment. Współpracę zapowiedziano na targach ISE w marcu br.

Media Expert coraz większy

W I kw. 2019 r. Media Expert otworzył 19 marketów – 8 w nowych miejscach, a 11 po remontach. Nowe sklepy powstały w następujących miastach: Poznań, Siedlce, Lidzbarsk, Wąbrzeźno, Brodnica, Zielona Góra, Ruda Śląska, Bytów. W kolejnych kwartałach planowane są kolejne otwarcia placówek handlowych, ale na razie detalista nie ujawnia szczegółów. W sumie sieć Media Expert liczy 470 marketów w całym kraju (stan na 4 kwietnia 2019 r.).

„Inteligentna transformacja” z Lenovo

Strategia Lenovo Data Center Group bazuje na czterech filarach, które wspierają „inteligentną transformację” przedsiębiorstw. Kluczowa jest przy tym współpraca z partnerami i poszerzanie ich kompetencji, czemu służy m.in. coroczne spotkanie partnerów Lenovo DCG Business

Partner University.

KRZYSZTOF PASŁAWSKI

Transformacja chmurowa, analityka, sztuczna inteligencja i sprzęt to cztery filary rozwoju Lenovo DCG. Dzięki portfolio obejmującemu usługi i rozwiązania dla centrów danych, systemy hiperkonwergentne i HPC, a także definiowane programowo producent wspiera klientów biznesowych w trakcie tzw. inteligentnej transformacji. Stawia na projekty, które dzięki cyfryzacji mają pozwolić klientom na jakościową zmianę ich biznesu, zapewniając rozwój w dłuższej perspektywie.

– *Realizowane przez nas projekty cyfrowej transformacji nie mają na celu jedynie rozwiązania obecnych problemów, z jakimi borykają się klienci. Staramy się, aby nasze działania umożliwiły im wyróżnienie się na tle konkurencji* – podkreśla Roman Sioda, Country Leader Lenovo DCG podczas konferencji Lenovo Data Center Group Business Partner University.

Według niego kluczowe dla tego typu inwestycji są kwestie związane z zaawanso-

waną analityką danych. Dlatego duże znaczenie mają strategiczne partnerstwo z SAP i wdrożenia systemów zgodnych z platformą HANA. Lenovo ma już ok. 50 proc. globalnego rynku takich rozwiązań. Ścisła kooperacja z innymi strategicznymi partnerami poszerza i czyni atrakcyjniejszym najważniejszy asortyment grupy. Dzięki nawiązaniu partnerstwa z NetAppem w ub.r. rozbudowano portfolio macierzy o urządzenia ze zunifikowanym dostępem (blokowym i plikowym). Z kolei wspólnie z Nutanixem Lenovo powalczy o rosnący rynek systemów hiperkonwergentnych.

Dane z polskiego i globalnego rynku wskazują, że nowa strategia przynosi efekty i przekłada się na rosnącą sprzedaż. W skali globalnej w IV kw. 2018 r. przychody Lenovo DCG wzrosły o 31 proc. rok do roku. W Polsce na koniec ub.r. producent miał 10 proc. udziału w rynku serwerów x86, w tym w środkowym i wyższym segmencie ok. 15–20 proc.



W 100 PROC. Z PARTNERAMI

Na polskim rynku Lenovo DCG planuje dwukrotne zwiększenie obrotów w ciągu dwóch najbliższych lat. Kluczem do ekspansji ma być współpraca z dystrybutorami (AB, Ingram Micro, Tech Data) i integratorami. Podczas konferencji Lenovo DCG Business Partner University podkreślano, że producent sprzedaje w 100 proc. za pośrednictwem partnerów i nie konkuruje z nimi. Oferuje im natomiast wsparcie techniczne i sprzedażowe bezpośrednio lub poprzez dystrybutorów. Lenovo DCG stawia przy tym na zacieśnienie współpracy z partnerami, którzy będą specjalizować się w trzech obszarach.

Pierwszą grupę stanowią partnerzy skupiający się na SAP HANA (analityka biznesowa). Drugi obszar obejmuje rozwiązania hiperkonwergentne, stworzone na bazie infrastruktury Lenovo z oprogramowaniem Nutanix. Trzeci stanowią rozwiązania chmurowe, czyli to, co Lenovo definiuje jako ofertę ThinkAgile, wykorzystującą technologie Microsoft, VMware, Red Hat bądź SUSE.

Bardzo ważnym elementem konferencji była ścieżka edukacyjna, dzięki której partnerzy mogli przygotować się do zdania certyfikowanych egzaminów handlowych bądź technicznych. Oczywiście zdobyta wiedza przekłada się na konkretne korzyści takie jak dodatkowe bonusy oraz specjalne fundusze marketingowe dla partnerów. Oczywiście zdobyta wiedza przekłada się na konkretne korzyści, takie jak dodatkowe bonusy oraz specjalne fundusze marketingowe.



ROMAN SIODA
Country Leader Lenovo DCG

Naszą szansę na dotarcie do klientów widzimy wyłącznie w kanale partnerskim. W tym roku obserwujemy znaczny wzrost zainteresowania współpracą ze strony integratorów – na konferencji było ich aż o 60 proc. więcej niż rok temu. Obecnie certyfikację w Polsce ma 60–70 firm na ok. 200 zarejestrowanych partnerów. Co roku przybywa kilkunastu z odpowiednimi certyfikatami. Zależy nam na poszerzaniu kompetencji zarówno dystrybutorów, jak i integratorów, bo wiedza wsparta dobrą ofertą ma obecnie krytyczne znaczenie. Cena nie jest już jedynym kryterium wyboru rozwiązania i dostawcy. Dla firm liczy się coraz częściej czas i jakość – szybkie i skuteczne wdrożenie oraz brak problemów. Dążymy więc do tego, by partnerzy byli coraz bardziej samodzielni i wyspecjalizowani. Podnosimy ich kwalifikacje na dwa sposoby: przez szkolenia i certyfikacje oraz transfer wiedzy, gdy nasi specjaliści pracują razem z nimi nad projektami bezpośrednio u klientów.

Netgear Roadshow: od przybytku głowa nie boli

Jubileuszowy roadshow to dziesiąta z kolei taka okazja do przedstawienia partnerom oferty producenta. Na tyle bogatej, że podczas kilkogodzinnego spotkania trudno zaprezentować wszystkie z niemal 500 produktów amerykańskiej marki.

TOMASZ JANOŚ

Wielkość portfolio Netgeara sprawiła, że skupiono się na tych rozwiązaniach, które mają największy potencjał sprzedażowy, a jednocześnie wpisują się w najbardziej obiecujące trendy rynkowe. W Polsce ok. 80 proc. przychodów amerykańskiego dostawcy generują rozwiązania dla MŚP. To, że produkty dla domu, pomimo rozbudowanej i ciekawej oferty, pozostają w cieniu, można wytłumaczyć specyfiką polskiego rynku, na którym wciąż liczy się przede wszystkim jak najniższa cena.

CENA I JAKOŚĆ

Na rynku biznesowym w Polsce producent jest jednak na razie w znacznie lepszej sytuacji niż na konsumenckim. Może bowiem oferować lepszą jakość niż tańsi konkurenci, ale za cenę niższą od tej, w jakiej sprzedają produkty sieciowe liderzy w segmencie dla firm. Nie mniej istotnym argumentem jest prawdziwie wieczysta gwarancja, czyli taka, która obejmuje wymianę zepsutego sprzętu Netgeara na taki sam albo równoważny nie tylko do momentu wycofania produktu z oferty (co bywa regułą u innych dostawców).

Szczególnie ważną częścią portfolio producenta są przełączniki sieciowe. Maciej Kaczmarek, VAR Manager w polskim oddziale Netgeara, zwraca uwagę, że to bardzo elastyczne i dostępne cenowo rozwiązania, które znajdują zastosowanie wszędzie tam, gdzie jest potrzebna wydajna sieć, np. w szpitalach i urzędach. Podkreśla, że są one sprzedawane od razu z pełną funkcjonalnością i nie potrzeba dalszych licencji, by ją rozszerzać. Omawiając ofertę, na którą składa się obecnie blisko 130 modeli przełączników, więcej uwagi poświęcił serii M4300, uniwersalnej platformie



łączącej miedziane i światłowodowe technologie 1, 10 i 40 GbE. Może być ona podstawą sieci w średniej organizacji, którą łatwo rozbudowywać w różnych kombinacjach. Może znajdować się też w centrum instalacji audiowizualnych, bo także w tę branżę inwestuje Netgear, wchodząc w alianse z działającymi w niej producentami.

Uczestniczący aktywnie w roadshow przedstawiciele Veracompu, dystrybutora produktów Netgear w Polsce, potwierdzają m.in. spore zainteresowanie przełącznikami z serii M4300. Wskazują też na duży potencjał bezprzewodowej oferty sieciowej tej marki dla biznesu, która może powalczyć na polskim rynku nie tylko jakością, ale i ceną.

SIECI BEZPRZEWODOWE I CHMURA

Właśnie sieci bezprzewodowe zdaniem Macieja Kaczmarka rosną 3–4 razy szybciej od kablowych. Wciąż potrzebują przy tym wsparcia tych ostatnich, w postaci przełączników umożliwiających jednocześnie komunikację i wydajne zasilanie (porty PoE+). Do budowy niezawodnego Wi-Fi może służyć np. rozwiązanie Mesh Orbi, które występuje w wariantach Home oraz Pro dla mniejszego biznesu.

Przedstawiciele Netgeara zwracają uwagę na wsparcie, jakiego producent udziela partnerom chcącym wdrażać u klientów sieci bezprzewodowe, których projekty w żadnym razie nie są tak powtarzalne jak w przypadku sieci przewodowych.

Nowy i perspektywiczny trend to instalowanie i zarządzanie sieciami przez chmurę. Oferta Insight Cloud – obejmująca przełączniki, punkty dostępowe oraz router VPN – odpowiada potrzebom małych i średnich przedsiębiorstw, niedysponujących rozbudowanym działem IT. Stwarza też partnerom możliwości oferowania swoim klientom usług zdalnego zarządzania, które – z ich punktu widzenia – będzie maksymalnie ułatwione.

CYFROWA ROZRYWKĄ

W tej części oferty Netgeara, która dotyczy produktów konsumenckich, dużą rolę odgrywają rozwiązania przeznaczone dla miłośników cyfrowej rozrywki. We wspomnianym zastosowaniu sprzęt musi zapewniać specyficzne i bardzo wyśrubowane parametry. Przykładem tego są routery gamingowe – wydajna, niezawodna i odpowiednio wyglądająca platforma sprzętowa, ze stworzonym pod kątem gry systemem operacyjnym Duma OS.

Zebra Technologies podnosi poprzeczkę

Rok 2018 był świetny dla producenta pod względem wyników. W utrzymaniu trendu wzrostowego mają pomóc partnerzy, którzy znacząco przyczynili się do sukcesów Zebry na rynku automatycznej identyfikacji.

KAROLINA MARSZAŁEK

Regionalne spotkanie partnerów Zebry upłynęło w dobrej atmosferze, co nie dziwi, biorąc pod uwagę wyniki producenta uzyskane w 2018 r. zarówno w całym obszarze EMEA, jak i centralnej oraz wschodniej części naszego kontynentu. Jak powiedział Richard Hudson, General Manager and Vice President Sales w regionie EMEA, ubiegły rok był wręcz fantastyczny. Z danych VDC Research wynika, że wartość całego rynku AutoID wzrosła podczas minionych dwunastu miesięcy do 200 mld dol., a Zebra wypracowała w nim znaczący udział. Zachowała pozycję lidera w skali globalnej, zajmując pierwsze miejsce w segmentach komputerów mobilnych i drukarek mobilnych. W dziedzinie skanowania producent pracuje nad utrzymaniem pozycji, kompletując portfolio produktów do skanowania 2D. Kontynuację sukcesów w 2019 r. ma zapewnić vendorowi podniesienie



RICHARD HUDSON, GENERAL MANAGER
AND VICE PRESIDENT SALES W REGIONIE EMEA

konkurencyjności rozwiązań, zacieśnienie współpracy z partnerami, jak też ekspansja przez rozwój e-rozwiązań.

Richard Hudson przypomniał, że za 95 proc. sprzedaży producenta w regionie EMEA odpowiadają partnerzy. Z kolei Fred Bismuth, Vice President Sales w regionie Eastern Europe, podkreślił, że w tej części Starego Kontynentu vendor w stu procentach polega na kanale partnerskim. Za cel Zebra stawia sobie zwiększenie udziałów w obszarze CEE w ciągu dwóch lat i jednocześnie dalszy rozwój współpracy z partnerami.

Dlatego producent nie przestaje inwestować w nowe urządzenia. Wchodzi też w kolejne obszary rynku przez akwizycje, czego przykładem jest Xplore – amerykański producent wzmocnionych tabletów Zebra. Fred Bismuth przypomniał, że sprzęt Zebry nabiera szczególnej wagi, jeśli myśli się o nim w kontekście nowoczesnych rozwiązań, np. z dziedziny automatyki czy IoT. Firma wprowadziła więc do portfolio usługi Signature Services, które mają pomóc partnerom w niełatwej integracji inteligentnych rozwiązań peryferyjnych z infrastrukturą klientów. Z kolei Lars Schmermbeck, Director Channel Sales w regionie EMEA, namawiał integratorów

do korzystania z usług oferowanych przez Zebra, bo pomogą im zachować atrakcyjne marże i generalnie mają na celu wsparcie partnerów w Europie Środkowo-Wschodniej. W utrzymaniu dobrej współpracy z integratorami mają służyć m.in. zmiany w programie partnerskim (przedstawiła je Marion Obergfell, EMEA Director Channel Strategy, Operations and Marketing), ochrona inwestycji (rejestracja projektów) i klarowny zestaw reguł zaangażowania producenta w kooperację z integratorami.

Według Rafała Leszczyńskiego, szefa kanału partnerskiego Zebry w Polsce, wzrost sprzedaży na naszym rynku mają wspomagać regularnie organizowane szkolenia produktowe. Partnerzy producenta powinni zwrócić baczną uwagę na komputery mobilne Zebry z systemem Android – w segmentach magazynowania i handlu większość komputerów mobilnych wciąż bazuje na Windows Mobile, którego wsparcie dobiega końca. Tu ważna jest świadomość integratorów odnośnie do rozwoju aplikacji androidowych. Menedżer zachęcał partnerów do organizowania spotkań z klientami, aby przekazywać im wiedzę na temat migracji do systemu Android. Na takie działania Zebra ma nie szczędzić środków.



JACEK ŻUROWSKI
dyrektor regionalny Zebra
Technologies w Europie Środkowej

*Chcemy wspólnie
z partnerami wspierać
klientów końcowych,*

*pomagać im generować wartość
dodaną, doradzać w sposób racjonalny
po to, aby mogli sprostać wyzwaniom,
jakie niesie ze sobą postępująca
digitalizacja. Są sektory „nietknięte”
jeszcze przez AutoID, ale są też miejsca,
gdzie proste, tradycyjne portfolio
produktowe już nie wystarcza, gdzie
odbiorcy chcą mieć dostęp do danych
w czasie rzeczywistym, aby szybko
podejmować decyzje.*

Blockchain i AI to już teraźniejszość

Podczas tegorocznej edycji konferencji Oracle OpenWorld przedstawiciele producenta przekonywali, że są gotowi do wdrażania własnych rozwiązań bazujących na mechanizmie blockchain oraz wykorzystujących sztuczną inteligencję. Swoimi uwagami na temat wykorzystania tych systemów dzielili się też klienci.

KRZYSZTOF JAKUBIK, SINGAPUR

Chmura na dobre zagościła w portfolio Oracle'a. Rajan Krishnan, wiceprezes koncernu odpowiedzialny za rozwój produktów, podczas spotkania z mediami podkreślał, że obecnie każde rozwiązanie producenta dostępne w modelu on-premise ma swój chmurowy odpowiednik. Dzięki usługom klienci mogą uzyskać dodatkowe funkcje i zapewnić sobie większą skalowalność przestrzeni na dane i wydajność, chociażby przez dołączenie do serwera procesorów lub pamięci, bez przerywania jego pracy.

Rajan Krishnan zaznaczył też, że wszystkie luki w zabezpieczeniach oprogramowania dostępnego w chmurze są łatanie natychmiast, gdy tylko pojawi się poprawka. Przy czym nie wiąże się to z koniecznością przerwy w pracy rozwiązań, więc eliminowana jest potrzeba budowania środowisk testowych i angażowania cennego czasu administratorów w weryfikację, czy nowa wersja oprogramowania działa poprawnie. Jest to ważne także dlatego, że – według statystyk – większość poważnych wycieków danych była możliwa, ponieważ oprogramowanie nie było załatanie, nawet jeśli od wielu miesięcy były dostępne jego aktualizacje.

OCHRONA TOWARÓW Z ŁAŃCUCHEM BŁOKÓW

Zdaniem menedżerów Oracle'a mechanizm blockchain, zapewniający uwierzytelnianie cyfrowych transakcji, jest już wystarczająco dojrzały, aby stosować go w najbardziej wymagających, produkcyjnych środowiskach IT. Podczas konferen-



cji OpenWorld kilku klientów koncernu zaprezentowało sposób, w jaki korzystają z blockchaina obecnego w rozwiązaniach chmurowych tej marki (m.in. Supply Chain Management i Enterprise Resource Planning). Wśród nich była brytyjska firma Everledger, która specjalizuje się w rozwiązywaniu różnego typu problemów oraz optymalizacji procesów biznesowych i operacyjnych z wykorzystaniem najnowszych rozwiązań dostępnych na rynku.

Blockchain pomaga w zapewnieniu klientom Everledger z różnych sektorów gospodarki (przetwórstwo kamieni szlachetnych, obrót dziełami sztuki lub ekskluzywnymi towarami, które często są podrabiane, takimi jak zegarki, torebki, odzież, perfumy) tego, że transakcje na każdym etapie realizacji projektu są bezpieczne, wiarygodne i nie istnieje ryzyko ingerencji w proces łańcucha dostaw osób z zewnątrz, np. w celu wprowadzenia do obrotu fałszywych produktów, manipulacji ceną, kradzieży itp. Bazująca na mechanizmie blockchain relacyjna baza danych ułatwia także prowadzenie analiz biznesowych zgromadzonych informacji. Szacunkowe oszczędności z wykorzystania

tego typu technik Everledger ocenia na miliony dolarów rocznie.

UCZENIE MASZYNOWE UŁATWIA ANALIZĘ DANYCH

Oracle stawia na sztuczną inteligencję we wszystkich swoich produktach. Mechanizm ten trafił ostatnio również do dostępnych w chmurze aplikacji Enterprise Resource Planning i Enterprise Performance Management, dzięki czemu zwiększono

wydajność i dokładność obsługiwanych przez nie procesów biznesowych.

Automatyczne uczenie wykorzystywane jest w wielu funkcjach tych aplikacji, m.in. asystentach do raportowania wydatków i zarządzania projektami oraz zaawansowanych mechanizmach kontroli finansowej (zapewniają ciągłą analizę transakcji, ustawień i konfiguracji w celu automatyzacji audytów oraz zapobiegania wyciekom finansowym). Usprawniono także narzędzia do zarządzania łańcuchem dostaw. Dzięki integracji z rozwiązaniem kupionej przez Oracle w 2018 r. firmy DataFox możliwe stało się wzbogacenie profili dostawców o wyszukiwane przez sztuczną inteligencję dane przedsiębiorstw, aby podnieść jakość ich oceny i klasyfikacji. Sztuczna inteligencja jest wykorzystywana też w innych produktach Oracle'a. Ułatwia budowanie środowisk IoT, usprawnia komunikację z użytkownikami (interfejs aplikacji dostarcza dane, których użytkownicy akurat potrzebują) oraz jest przydatna w pracy działów marketingu – zapewnia tworzenie ofert w czasie rzeczywistym, na bazie profili klientów i bazy danych dokonywanych przez nich zakupów.

» **Asseco Data Systems** stworzy rządowe centrum cyberbezpieczeństwa w Republice Togijskiej. Instytucja, pod nazwą Cyber Defense Africa, będzie pierwszą w Afryce, która połączy funkcję SOC-u oraz CERT-u. Współpraca polskiego integratora z rządem Togo przyjmie formę spółki joint venture. CDA ma rozpocząć funkcjonowanie na początku 2020 r., a koszt inwestycji wyniesie ok. 14 mln euro.

» **Sony** zamknie swoją chińską fabrykę smartfonów w ramach cięcia kosztów i w związku ze stratami na sprzedaży tych produktów (w mijającym właśnie roku fiskalnym straty japońskiego giganta z tego tytułu wyniosą grubo ponad 800 mln dol.). Koncernowi pozostała jeszcze jedna fabryka smartfonów z siedzibą w Tajlandii. Udział Sony w światowym rynku takich produktów nie przekracza 1 proc. (6,5 mln sprzedanych sztuk w ostatnich 12 miesiącach).

» **HP** opublikowało listę przedsiębiorstw z regionu EMEA, które w ocenie producenta są zamieszane w handel podróbkami albo w inny nieuprawniony sposób sprzedawały materiały eksploatacyjne. Zestawienie pod nazwą „Do Not Trade” obejmuje obecnie cztery firmy. Są to dwaj niemieccy sprzedawcy – Winterholt & Hering oraz Imcopes – jeden z Wielkiej Brytanii (Beta Distribution), a także firma z Burkina Faso. HP ostrzega partnerów, że zabroniony jest „bezpośredni i pośredni” handel z tymi przedsiębiorstwami. Naruszenie zakazu grozi „surowymi konsekwencjami”, takimi jak zwrot rabatów i wykluczenie z programu partnerskiego.

» **Laptopy Vaio** ponownie weszły na europejski rynek. Dystrybucją zajmuje się Trekstor, niemiecki producent elektroniki konsumenckiej. Na początek do sprzedaży w sześciu krajach zachodniej Europy wprowadzono dwa modele. Sony sprzedało swój biznes komputerowy w 2014 r. spółce Japan Industrial Partners. Wówczas marka Vaio zniknęła z Europy i była oferowana przez dłuższy czas tylko w Japonii. Należy obecnie do Vaio Corp., które zajmuje się projektowaniem, rozwojem i produkcją laptopów.

» **Dynabook** – pod taką marką będą oferowane laptopy dotychczas sprzedawane z logo Toshiba. Rebranding to skutek przejścia biznesu komputerowego weterana rynku PC przez Sharpa w ub.r. za 36 mln dol. Dynabook Inc. to spółka powołana po finalizacji transakcji 1 stycznia br., zajmie się produkcją laptopów bazujących na technologii Toshiba. W tym celu będzie korzystał z sieci dystrybucji Sharpa. Zapowiada inwestycje w rozwój biznesu PC na całym świecie.

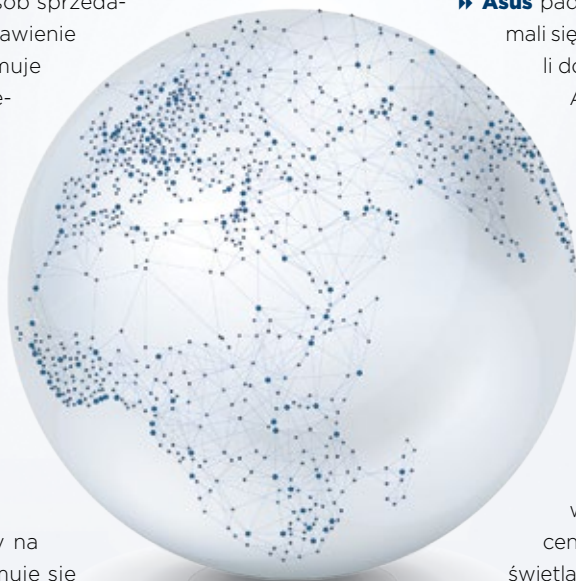
» **Niedobór procesorów Intel** zmniejszył światowe dostawy komputerów w I kw. br. O ile w II poł. 2018 r. niedostateczna podaż czipów spowolniła realizację zamówień na sprzęt średniej i wyższej klasy, o tyle w pierwszych trzech miesiącach tego roku problem objął też komputery z dolnej półki cenowej. Następstwem są opóźnienia we wprowadzaniu sprzętu na rynek, co odczuwają także firmy z kanału sprzedaży. Według badania Canalys w regionie EMEA 90 proc. resellerów i integratorów uważa, że w br. ich biznes odczuje skutki problemów związanych z mniejszą dostępnością procesorów do PC.

» **Apple** naruszył patent Qualcomm w wybranych modelach iPhone'ów – uznała sędzia amerykańskiej komisji handlu (ITC). W rezultacie wskazane przez nią urządzenia może objąć blokada importu z Chin, gdzie są produkowane. Dotyczy to nowych wersji z modemem Intel. ITC wszczęła postępowanie na wniosek Qualcomm. Domaga się on zakazu importu do USA iPhone'a 7 i 8 w różnych wersjach oraz modelu X.

» **Asus** padł ofiarą cyberataku. Przestępcy włamali się na serwery producenta i doprowadzili do sytuacji, w której użytkownicy usługi Asus Live Update ściągali na komputery i płyty główne trojana o nazwie ShadowHammer. Zagrożenie trwało od czerwca do listopada 2018 r. – ustalił Kaspersky Lab, odnotowując 57 tys. zarażonych urządzeń. Ale to tylko te, na których działa oprogramowanie rosyjskiej firmy. Liczbę wszystkich zagrożonych PC szacuje się na ok. 1 mln.

» **Samsung** w I kw. br. ucierpi z powodu nadspodziewanie dużego spadku cen pamięci i spowolnienia na rynku wyświetlaczy. W tym kwartale stawki za DRAM zmniejszyły się o 20 proc. wobec IV kw. 2018 r. – wynika z danych DRAMeXchange. Dodatkowo rentowność koncernu pogorszyła słaba sprzedaż iPhone'ów, gdyż Samsung dostarcza pamięci i ekrany do smartfonów Apple'a. Analitycy oceniają, że II połowa 2019 r. powinna być lepsza dla Samsunga, w związku z poprawą sytuacji w biznesie półprzewodnikowym oraz OLED.

» **Elon Musk** będzie się tłumaczył przed zarządkiem Tesli z incydentu, do którego doszło we wrześniu ub.r. Wizjoner podobno zachował się agresywnie wobec jednego ze starszych inżynierów, który wcześniej złożył rezygnację z pełnionej funkcji. Według świadków to nie pierwsze tego typu aroganckie zachowanie Muska wobec pracowników Tesli. Dotąd miała to być agresja słowna i zwalnianie z pracy za brak odpowiedzi na zadane pytanie. Tym razem człowiek uznawany za geniusza biznesu – według relacji kilku świadków – pchnął byłego pracownika i kierował pod jego adresem pogróżki, jeśli zaszkodzi interesom Tesli.



Rośnie presja na AWS

BATALIA O SUPREMACJĘ W SEGMENTCIE CHMURY DLA BIZNESU PRZYBIERA NA SILE. WCIAŻ NIE WIADOMO, KTO OSTATECZNIE UZYSKA PRYMAT W SEKTORZE INFRASTRUCTURE AS A SERVICE.

Według większości raportów branżowych Amazon, obecny niezaprzeczalny lider, właśnie zaczął tracić swoje udziały rynkowe w sektorze chmury dla biznesu. Oczywiście z wynikiem od 48 do 51 proc. – w zależności od firmy analitycznej – nadal jest kilka długości przed Microsoftem, największym obecnie konkurentem AWS. Niemniej obie korporacje są zdeterminowane, żeby przodować na rynku wartym już teraz 32 mld dol., a za trzy kolejne lata nawet 80 mld dol. Mniej oczywiste jest, czy IBM i Google zrobią absolutnie wszystko, żeby stać się czołowymi graczami w segmencie IaaS.

Na razie nie znamy strategii IBM-u, który wprawdzie wyłożył 34 mld dol. na Red Hata, ale nie wiadomo, jakie korzyści ma to konkretnie przynieść. Zwłaszcza że wciąż inwestuje w SoftLayer, a jednocześnie deklaruje, że Red Hat będzie działał niezależnie, co utrudnia odpowiedź na pytanie, jakie są priorytety IBM-u w sektorze chmury. Tymczasem z rynkowymi udziałami mniejszymi nawet niż skromne 3,3 proc. Google'a legendarny Big Blue ma ogromne pole do popisu. Szkoda, że żaden z jego przedstawicieli nie zdradził do tej pory konkretów odnośnie do chmurowej strategii. Natomiast Google zaczyna sygnalizować, że jego determinacja rośnie i należy się ze strony tego koncernu spodziewać – i to już niedługo – istotnych decyzji i anonsów.

W listopadzie Thomas Kurian, wcześniej jeden z dyrektorów w Oracle'u, wziął odpowiedzialność za dalszy rozwój platformy Google Cloud. Trzy miesiące później zaczął rozpuszczać wici, że poszukuje „talentów, które potrafią mówić tym samym językiem co klienci na rynkach wertykalnych”, do których Google chce dotrzeć z usługami chmurowymi. Czy to znaczy, że koncern chce zbudować kanał partnerski? Biorąc pod uwagę zawodowe doświadczenie Kuriana, musi on sobie zdawać sprawę, że równorzędną walkę z Amazonem i Microsoftem można nawiązać, tylko sięgając po klientów biznesowych.

To wszystko zaczyna przybierać postać scenariusza, który zasługuje na uwagę i w którym wygrana Amazona wcale nie jest przesądzona. W końcu dostawcę usług chmurowych można łatwo zmienić na innego. Ten, który zagwarantuje właściwy poziom bezpieczeństwa w dobrej cenie, może więc stosunkowo łatwo sięgnąć po duży kawał rynkowego tortu.

Co ważne, z punktu widzenia użytkownika nie jest aż tak istotne, kto jest dostawcą usług chmurowych. To trochę jak w przypadku dostawców benzyny. Kierowca nie wie, kto ją faktycznie dostarcza i w ogóle się nad tym nie zastanawia, kiedy wtyka końcówkę pistoletu do wlewu. Dla niego liczy się cena paliwa i dlatego walkę konkurencyjną wygrywa zwykle stacja, która sprzedaje najtaniej. Przy czym zmiana stacji nie sprawia przeciętnemu kierowcy żadnego problemu. Oczywiście zmiana dostawcy infrastruktury jest znacznie bardziej skomplikowana. Ale to też raczej kwestia dyskusji klienta ze swoim service providerem na temat tego, jak dokonać zmiany usług na tańsze w jak najkrótszym czasie i bez komplikacji.

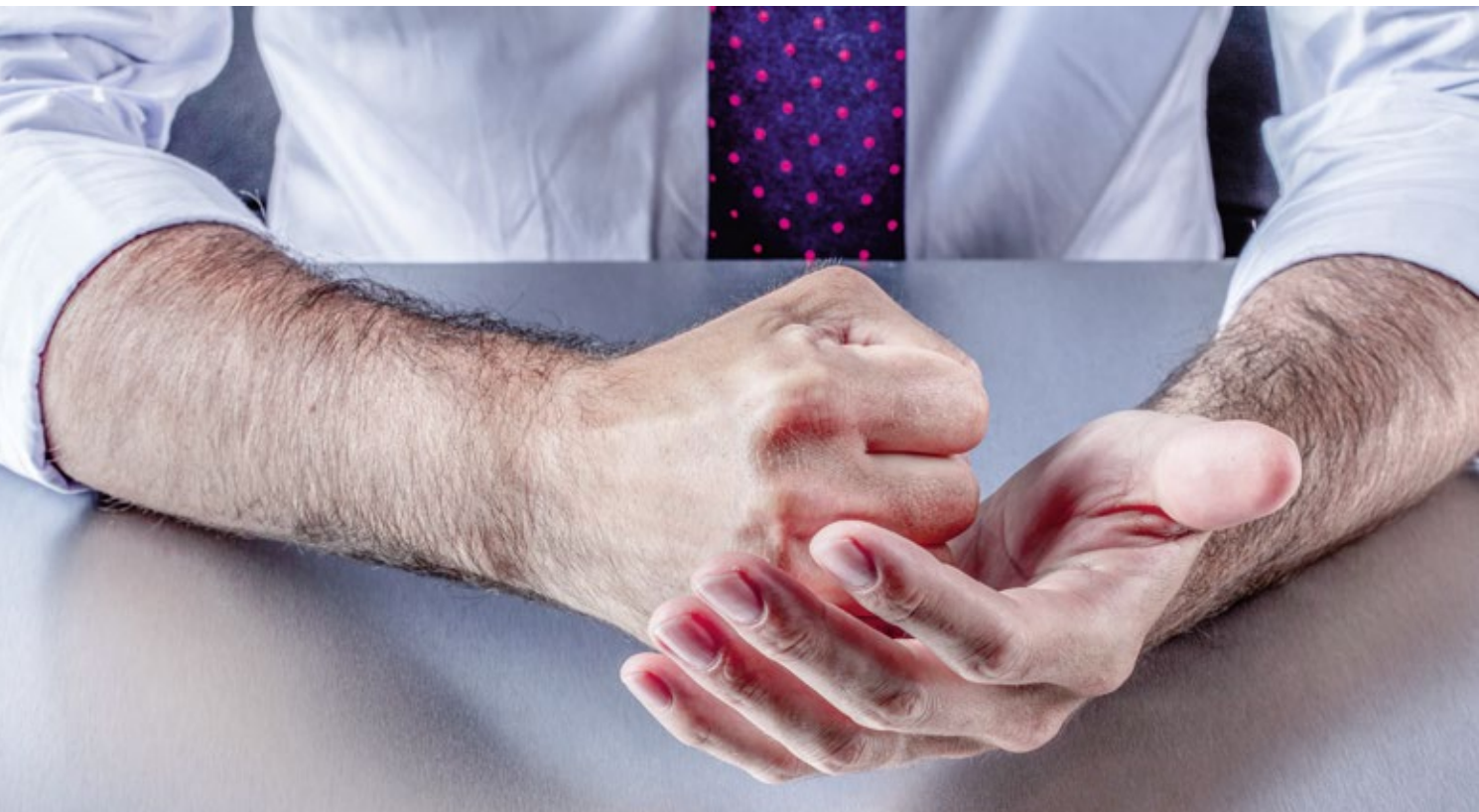
Podsumowując: rynek usług chmurowych wciąż jest daleki od dojrzałości, a zdobycie w nim udziałów zależy od dobrze przemyślanej strategii współpracy z kanałem partnerskim, a także woli i determinacji, żeby tego dokonać. Jeśli Thomas Kurian zdecyduje się na realizację racjonalnego planu i będzie umiał komunikować się z rynkiem, Google może okazać się w tym roku czarnym koniem w sektorze IaaS, a co najmniej wartym uwagi graczem.



Robert Faletta

Autor pełni rolę Executive Chairman w The Channel Company, wydawcy amerykańskiej edycji CRN.

**Google
może się
okazać
czarnym
koniem.**



Fibar Group na wojnie z resellerami

Właściciel marki Fibar postanowił zadbać o prawa autorskie do zdjęć, filmów i opisów swoich produktów. I nie byłoby w tym nic dziwnego, gdyby nie fakt, że w konsekwencji żąda 100 tys. zł zadośćuczynienia od każdego z resellerów, którzy korzystali z tychże materiałów, sprzedając produkty Fibar kupione od autoryzowanych dystrybutorów.

TOMASZ GOŁĘBIOWSKI

Tegoroczny prima aprilis okazał się najgorszym z dotychczasowych dla Rafała Pogorzelskiego, właściciela wyszkowskiego Deracomu, należącego do sieci Alsen. Tego dnia odebrał list polecony z kancelarii prawnej Hauszylid i Partnerzy. W pierwszej chwili jego treść wydała mu się kiepskim żartem, ale okazało się, że sprawa jest poważna. Adwokat Wojciech Grondys, działając w imieniu Fibar Group, zażądał 100 tys. zł odszkodowania od Deracomu za umieszczenie przy aukcji na Allegro zdjęć, filmów i opisów produktów Fibar. Wskazał, że Deracom nie uzyskał od producenta zgody

na wykorzystywanie tego typu materiałów, a jednocześnie oczekiwał natychmiastowego zakończenia aukcji. Ponadto szef Deracomu miał pisemnie zobowiązać się, że nie będzie już naruszał praw autorskich Fibar Group.

– Jeśli miałbym słabe serce i nerwy, to naprawdę mogło się skończyć tragedią. Mam certyfikat sprzedawcy Fibar, przeszedłem odpowiednie szkolenie, kupiłem towar od autoryzowanego dystrybutora i zacząłem sprzedawać w internecie. Prowadzę biznes 20 lat i nie spotkałem się z zarzutami, że łamię prawo autorskie producenta, korzystając ze zdjęć i opisów jego produktów, po-

chodzących przeciw z legalnej dystrybucji. Postanowiłem nagłośnić sprawę, bo chcę w ten sposób przestrzec moich kolegów z branży, którzy też taki szok mogą kiedyś przeżyć – mówi Rafał Pogorzelski.

Jego kłopoty zaczęły się w 2017 r., kiedy przedstawiciele AB skontaktowali się z Deracomem i zaproponowali sprzedaż oraz serwisowanie rozwiązań Fibar (wrocławski dystrybutor podpisał umowę z producentem jesienią 2017 r.). Rafał Pogorzelski uznał, że sprzedaż polsko-włoskich produktów to dobry pomysł. Odbył stosowne szkolenie zorganizowane przez AB, odebrał certyfikat i kupił

pierwszy, promocyjny pakiet produktów do dalszej odsprzedaży.

Jednocześnie przedstawiciele AB obiecali, że po przesłaniu przez Deracom określonych informacji i formularzy wyszkowski reseller zostanie wciągnięty na listę Partnerów Fibaro umieszczoną na oficjalnej stronie producenta. Ta sprawa zaczęła się jednak przeciągać, wywołując lekkie zniecierpliwienie Rafała Pogorzelskiego, któremu nie udało się jej załatwić za pośrednictwem AB mimo wcześniejszych zapewnień ze strony dystrybutora. Potraktował to jednak jako przejściowy problem.

– *Byłem tym nieco zirytowany, ale w końcu jestem zadowolonym partnerem AB od 2007 roku, a jednocześnie należę do sieci Alsen, więc zacząłem prowadzić sprzedaż produktów Fibaro w poczuciu legalności i bezpieczeństwa. Co ważne, do 1 kwietnia 2019 roku nikt z Fibar Group nie kontaktował się ze mną ani z moimi pracownikami, więc cała sprawa była dla nas jak grom z jasnego nieba. To taki biznesowy czarny labędz, którego się po prostu nie da przewidzieć* – mówi szef Deracomu.

Tym bardziej że produkty Fibaro Deracom mógł (i nadal może) wystawiać bezpośrednio z systemu AB z „modułu Allegro” wraz ze zdjęciami i opisami. Przy czym nigdzie, na żadnym etapie procesu wystawiania, nie ma informacji, że zdjęcia są objęte prawami autorskimi.

– *Zrobiłem sobie ostatnio taki test i wystawiłem dla „celów naukowych” na aukcję kolejny produkt Fibaro bezpośrednio z modułu Allegro z systemu AB online. Są tam te same zdjęcia, co na mojej aukcji, której zamknięcie nakazała mi Fibar Group* – dziwi się Rafał Pogorzelski.

W komunikacie przesłanym do redakcji przez Fibar Group przedstawiciele spółki wyjaśniają, że podjęte przez nich działania dotyczą wyłącznie transakcji w internecie i obejmują firmy „niebędące oficjalnymi dystrybutorami marki Fibaro”. Problem w tym, że dostawca na swojej stronie internetowej www.fibaro.com w zakładce „Gdzie kupić” na terenie Polski nie wskazuje ani jednego punktu handlowego pod hasłem „Reseller”, jak również „Sklep”. Umieszczono tam jedynie kilka sklepów własnej sieci Fiba-



PAWEŁ SAWICKI

Senior Counsel, Kancelaria Softyński, Kawecki & Szlęzak

Właściciel praw autorskich do zdjęć może sprzeciwić się bezumownemu korzystaniu z nich przez osobę trzecią. Zatem sprzedawca produktów Fibaro nie może korzystać ze zdjęć tychże produktów bez zgody właściciela praw autorskich do tych fotografii. Rozwiązaniem może być na przykład przygotowanie własnych zdjęć takich produktów – producent nie może się temu sprzeciwić.

Natomiast nieuzasadnione wydaje się żądanie zaprzestania sprzedaży produktów Fibaro z tego powodu, że w opisie aukcji znalazły się zdjęcia wykorzystane bez zgody producenta. Wystarczające byłoby usunięcie fotografii i opisów należących do producenta oraz umieszczenie w tym miejscu własnych zdjęć. Opis produktu, jeśli jest informacją handlową pochodzącą od producenta, mógłby zostać ten sam, natomiast należałoby wskazać źródło pochodzenia tego opisu.

Na podstawie samego wezwania trudno jest określić zasadność żądania zapłaty kwoty 100 tys. zł z tytułu odszkodowania i zadośćuczynienia za naruszenie praw własności intelektualnej. Podmiot domagający się takiej kwoty powinien wykazać podstawę jej wyliczenia i przedstawić dowody w tym zakresie. Przy czym ciężar dowodu spoczywa tutaj na żądającym.

ro pod nie do końca klarownym hasłem „Dystrybutor”. Nie jest też jasne, dlaczego resellerzy biorący udział w szkoleniu Fibaro, mimo że wysyłali stosowne formularze za pośrednictwem dystrybutorów, ostatecznie nie trafili na listę autoryzowanych sprzedawców polsko-włoskiej marki.

STRASZAK?

Z treści pisma, jakie otrzymaliśmy od producenta, można wysnuć wnioski, że cała akcja miała na celu jedynie zastraszenie resellerów i skłonienie ich do uregulowania kwestii praw autorskich. Jak czytamy: „Celem wystosowania pisma wzywającego do zapłaty jest zmobilizowanie firm wykorzystujących własność intelektualną pracowników i firmy Fibar Group do prawnego uporządkowania kwestii stosownych licencji lub zaprzestania bezprawnego wykorzystywania zdjęć należących do Fibar Group przez firmy nieposiadające stosownych zgód (...) Dlatego istotne jest, by skontaktowali się ze swoimi dystrybutorami”.

Być może więc Fibar Group finalnie wycofa się z kontrowersyjnego żądania zadośćuczynienia w kwocie 100 tys. zł, która ma wynikać „z wycen znaku towarowego”. Czytamy dalej, że „firma zain-

westowała duże środki w przygotowanie i wykonanie profesjonalnych sesji zdjęciowych produktów, których w portfolio Fibaro jest ponad 40. Nielegalne wykorzystanie zdjęć naraża Fibar Group nie tylko na straty wizerunkowe, ale i finansowe”. Producent podkreśla przy tym, że „zakup sprzętu Fibaro u autoryzowanych dystrybutorów gwarantuje stabilność systemu, sprawność urządzeń, montaż przez certyfikowanych instalatorów oraz kompleksową obsługę serwisową”.

Co ciekawe, Fibar Group twierdzi, że wcześniej podejmowało bezskuteczne próby kontaktu z resellerami, do których trafiło pismo z żądaniem zadośćuczynienia, czego z kolei nie potwierdzają rozmówcy CRN Polska.

Stroną powstałego konfliktu stało się, chcąc nie chcąc, wrocławskie AB. Dystrybutor poinformował redakcję CRN Polska, że zamierza lobbować w Fibar Group na rzecz swoich partnerów, których zachęcał do sprzedaży produktów tej marki. W mailu skierowanym do redakcji zapewnia, że podjął „natychmiastowe działania wyjaśniające”. Dystrybutor twierdzi, że jest w stałym kontakcie z właścicielem marki Fibaro, i podkreśla, że dotychczasową współpracę z nim ocenia pozytywnie. ■



RODO:

kolejne wyzwania, kolejne wdrożenia

Po pierwszych próbach dostosowania się do wymogów RODO, czynionych w dużej mierze pod presją czasu i w chaosie interpretacyjnym, nadchodzi pora na kolejne, bardziej przemyślane i zaawansowane wdrożenia. Będą one już jednak osadzone w szerszym kontekście cyberbezpieczeństwa i tzw. compliance'u, czyli zgodności z regulacjami. W ocenie uczestników debaty „RODO w praktyce biznesowej” zapotrzebowanie na nowe rozwiązania będzie również efektem postępującej cyfryzacji wszystkich dziedzin życia.

Uczestnicy debaty:

Szymon Dudek, dyrektor Działu Oprogramowania,
pełnomocnik zarządu, Infonet Projekt

Mariusz Kochański, członek zarządu,
dyrektor Działu Systemów Sieciowych, Veracomp

Marcin Serafin, szef Zespołu Ochrony Danych Osobowych
oraz Zespołu Kontraktów IT, partner w kancelarii prawnej Maruta Wachta

Tomasz Sobol, dyrektor marketingu, Beyond.pl

CRN Niedługo minie rok od wejścia w życie unijnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych. To dobry czas na podsumowanie pierwszych doświadczeń i analizę wniosków z dotychczasowego funkcjonowania nowych przepisów w praktyce. Jak wygląda sytuacja z perspektywy branży IT?

MARIUSZ KOCHAŃSKI Pozytywnym aspektem pojawienia się RODO było zwrócenie uwagi na kwestię ochrony danych osobowych. Wprawdzie obowiązywała już wcześniej ustawa o ochronie danych osobowych, ale wiedza o zawartych w niej regulacjach nie była powszechna. Dyskusje wokół RODO spowodowały olbrzymią zmianę w świadomości decydentów i obywateli. To przełożyło się również na zwiększone zainteresowanie narzędziami informatycznymi. Co nie zmienia faktu, że przed nami jeszcze dużo pracy. W przypadku tego rozporządzenia bowiem nie tylko treść jest ważna, ale i wykładnia. RODO można interpretować na różne sposoby i dojść do zupełnie różnych wniosków. Czekamy więc na doktrynę, na orzeczenia prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych. W dobrym skądinąd poradniku dla dyrektorów szkół pojawiają się sformułowania typu „wydaje się, że dobrym rozwiązaniem będzie”, a nie stwierdzenia „dobrym rozwiązaniem będzie”. To pokazuje, że sam regulator jest jeszcze na początku drogi.

MARCIN SERAFIN Od stycznia do października ubiegłego roku szefowie UODO zatrudnili 112 nowych pracowników, podczas gdy w grudniu 2017 roku pracowało w nim mniej niż 200 osób. Nastąpiła więc niemalże całkowita wymiana kadr. Tak samo jak wszystkie przedsiębiorstwa, również i ten urząd musiał się zmierzyć z trudnym problemem wdrożenia RODO. Największym wyzwaniem – zarówno po stronie administracyjnej, informatycznej, prawnej, jak i biznesowo-konsultingowej – jest obecnie brak dobrej kadry, która byłaby w stanie w sposób rzetelny i merytoryczny pomóc tym, którzy są zobligowani do przestrzegania przepisów.

CRN Dość powszechne są jednak oczekiwania, że UODO mogłoby być choć trochę bardziej aktywne, co by pomogło wszystkim zainteresowanym w dostosowywaniu się do wymogów RODO...

MARCIN SERAFIN Od 25 maja do 21 lutego UODO wszczęło 50 kontroli i jednocześnie 1379 postępowań w sprawie naruszenia przepisów – na podstawie różnego rodzaju skarg lub informacji własnych pozyskanych przez urząd. Spośród 50 kontroli 44 zostały zakończone. Ogłoszony został również plan kontroli sektorowych na rok 2019. Widać więc, że wiele rzeczy już działa. Problem leży jednak w czym innym. Przed wejściem rozporządzenia w życie każdy z nas – każda firma czy instytucja – robił wiele, żeby wywiązać się z nałożonych nowymi przepisami obowiązków. I każdy dotarł po swojemu do momentu, w którym sam uznał określony stan za zgodny z RODO. Kłopot w tym, że jest on tak naprawdę nieuchwytny, nie da się go jednoznacznie zidentyfikować ani umiejscowić w czasie. To proces i zmienna, którą trzeba bez przerwy śledzić i waloryzować.

CRN Jak w praktyce firmy i instytucje radziły sobie z tą niejednoznacznością czy otwartą formułą nowych przepisów? Czy po zgłaszanych przez klientów potrzebach widać było, czy i jak rozumieją RODO? Czy dały się zauważyć jakieś trendy, na przykład zwiększone zapotrzebowanie na określone rozwiązania?

SZYMON DUDEK Z naszych doświadczeń wynika, że przedsiębiorstwa i urzędy interpretowały przepisy po swojemu. Z samego rozporządzenia nie wynikało bowiem wprost, co trzeba zrobić, żeby być z nim zgodnym. Nasi klienci robili więc zazwyczaj maksymalnie dużo, wszystko, co było w ich mocy, na co było ich stać, żeby w razie czego móc wykazać, że zrobili jak najwięcej, żeby sprostać wymogom RODO, że postarali się jak najbardziej dostosować swoje procedury i technologie do nowych przepisów. Po części zainteresowanie rozwiązaniami służącymi zapewnieniu zgodności z regulacjami nadal daje się zaobserwować, ale jest już znacznie, znacznie słabsze niż przed majem ubiegłego roku.

TOMASZ SOBOL Mimo niejednoznaczności zapisów RODO mogliśmy jednak dokonać podziału, kto jest administratorem danych, a kto procesorem. Zarówno jako zleceniodawcy, jak i zleceniobiorcy zdaliśmy sobie sprawę z różnych zakresów odpowiedzialności. To było do tej pory bardzo niejasne. >

- W wielu przypadkach nadal zapewne takie pozostanie, ale istnieje już punkt odniesienia do określenia tych ról. W naszym przypadku to jest ogromne wyzwanie, by uświadomić klientom, co my – jako dostawca usług – im gwarantujemy, a za co oni sami są odpowiedzialni. Wiele rzeczy musimy razem z nimi wypracować. Przy czym zapewnienie zgodności z RODO to proces ciągły, ale nie można związanych z nim wymagań sprowadzać do absurdu, jak to się w niektórych miejscach działo czy dzieje. Działania nadmiarowe, wprowadzanie nieuzasadnionych obecnymi wyzwaniami rozwiązań nie przybliżą nas do ustalenia, co jest zgodne z RODO, a co nie, bo za chwilę wiele rzeczy może ulec zmianie.

CRN W jakim stopniu wprowadzenie nowych zasad ochrony danych osobowych wygenerowało zapotrzebowanie na nowe technologie i stało się faktycznie powodem nowych zamówień na rynku informatycznym?

MARCIN SERAFIN W drugiej połowie 2017 roku były wielkie plany, wszyscy wkoło opowiadali, jakich to systemów nie będą wdrażać albo jakie powinny zostać wdrożone. Kiedy na początku 2018 roku zaczęto uświadamiać sobie, że do terminu wejścia w życie rozporządzenia pozostało już naprawdę niewiele czasu, wydawało się, że wszyscy rzucą się do szerokiego informatyzowania zasobów, automatyzowania procesów, uruchamiania programów klasyfikacji danych. W ostateczności okazało się, że wiele rzeczy jest nadal robionych „ręcznie”. Nowych systemów informatycznych, które zostały wdrożone z powodu RODO – a muszę podkreślić, że pracowałem dla ponad 100 klientów, pomagając im wdrażać unijne rozporządzenie – widziałem dosłownie dwa i oba dotyczyły zarządzania zgodami. Tak naprawdę dopiero teraz nadchodzi moment, kiedy będziemy mieli do czynienia z pojawianiem się przemyślnych wdrożeń IT służących ochronie danych osobowych zgodnie z regułami RODO.

MARIUSZ KOCHAŃSKI Inwestycje w rozwiązania informatyczne wprawdzie się pojawiły, ale nie wszystkie były bezpośrednio efektem RODO. Instytucje, które zawsze cechował wysoki poziom ryzyka związany z cyberzagrożeniami – bankowość, przedsiębiorstwa użyteczności publicznej, telekomunikacja – musiały wykonać szereg prac związanych ze zmianą procedur czy procesów biznesowych. Nie zauważyłem tam jednak drastycznej zmiany architektur zabezpieczeń. Pojawiły się natomiast środki na narzędzia pozwalające zidentyfikować, kiedy i w jakich okolicznościach doszło do wycieku danych. Przyczynił

się do tego nie tylko wymóg zgłaszania incydentów w ciągu 72 godzin. To jest również pochodną wielkich strat firm na rynku amerykańskim wskutek wycieków danych w dużych korporacjach. Jeśli chodzi o polskie banki czy telekomunikację, to RODO wywołało rewolucję prawną, procesową, ale nie technologiczną. Natomiast w sektorze publicznym, który od dawna zmaga się z brakiem funduszy, RODO spowodowało, że decydenci lepiej zaczęli rozumieć problem. Pojawiło się przekonanie, że jednak pieniądze na bezpieczeństwo trzeba wydać i nie można dalej stosować zasady „jakoś to będzie”.

SZYMON DUDEK Nowe przepisy skłoniły wiele firm do optymalizacji procesów przetwarzania danych. Zaczęto się zastanawiać, jak sprawdzić, jakimi danymi dysponujemy, czy wszystkie są nam faktycznie potrzebne, z których możemy zrezygnować, co wymaga dodatkowej inwentaryzacji. Średnio połowa naszych klientów dysponowała już potrzebnymi do tego systemami i stosowną infrastrukturą. Pozostali dopiero szukali rozwiązań w tym zakresie, co wiązało się często z zamówieniami na nowe narzędzia czy produkty, na przykład dodatkowy storage, system do zarządzania uprawnieniami czy zabezpieczenie styku z internetem. W większości przypadków były to w zasadzie działania na ostatnią chwilę, tuż przed terminem wejścia w życie RODO.



Mariusz Kochański,
Veracom

CRN Jak z niejednoznacznymi zapisami unijnego rozporządzenia radziła sobie branża IT? Przedsiębiorstwa informatyczne chciały być postrzegane przez swoich klientów jako ich wybawcy z kłopotu. Z ja-

kimi wyzwaniami wiązało się przygotowanie oferty adekwatnej do wymogów RODO?

MARIUSZ KOCHAŃSKI Jako podmiot, który również przetwarza dane osobowe, zmagaliśmy się dokładnie z takim samym problemem jak kilkanaście lat temu, gdy wchodziło w życie rozporządzenie unijne dotyczące towarów podwójnego zastosowania. Wszyscy je znali w kontekście czołgów, broni, ale mało kto wiedział, że dotyczy to również produktów związanych z szyfrowaniem. Jako dystrybutor mozolnie edukowaliśmy resellerów odnośnie do konieczności wypełniania stosownych oświadczeń o przeznaczeniu końcowym produktu. Okres adaptacji do nowych warunków trwał około dwóch lat. W przypadku rozporządzenia o ochronie danych osobowych proces uświadamiania partnerów był już znacznie krótszy – zajął około dwóch, trzech miesięcy. Tyle czasu wymagało powszechne

zrozumienie w kanale sprzedaży wyzwań związanych z RODO. Teraz rozmowa z resellerami dotyczy już innych aspektów. Nie trzeba chociażby tłumaczyć różnic między rolą administratora a procesora.

CRN A w jaki sposób pojawienie się RODO wpłynęło na współpracę firm informatycznych z użytkownikami rozwiązań IT?

TOMASZ SOBOL Dla nas to była dobra okazja do wytłumaczenia, czym jest chmura obliczeniowa. RODO spowodowało, że klienci chcieli bardzo dokładnie poznać, zrozumieć, jak jest skonstruowany i jak logicznie działa cloud computing. To było potrzebne chociażby do precyzyjnego rozdzielenia odpowiedzialności za przetwarzanie danych – za co bierzemy odpowiedzialność my, a za co musi odpowiadać klient. Często bowiem kontrahenci wyobrażają sobie, że jak kupują usługę, to automatycznie uwalniają się od odpowiedzialności. A prawda jest taka, że odpowiedzialność musi być współdzielona. To spowodowało, że klienci zaczęli zwracać większą uwagę również na rozwiązania, które mają wdrożone w firmach. Uświadomili sobie, że mogą istnieć luki w zabezpieczeniach także po ich stronie, co w wielu przypadkach skutkowało na przykład inwestycjami w narzędzia do monitorowania przetwarzanych danych. Przedsiębiorstwa zaczęły wprowadzać szyfrowanie, wiele odkryło, że może mieć specjalne szyfrowane łącza między lokalizacjami, tj. VPN. Dzięki RODO biznes zyskał szansę na odrobienie lekcji z zakresu bezpieczeństwa: jak najlepiej zaprojektować i zbudować swoją infrastrukturę, żeby nie narażać się na niepotrzebne zagrożenia? Okazało się również, że czynnik ludzki też można trzymać w ryzach dzięki wprowadzonym procedurom.

MARCIN SERAFIN Pod adresem firm informatycznych pojawiły się jednak także nadmiarowe oczekiwania czy wymagania. Widać to na przykładzie umów powierzenia przetwarzania danych. Wielu klientów wychodziło z założenia, że gdy nie wiadomo, co zrobić, to lepiej na wszelki wypadek zawrzeć umowę, chociaż nie zawsze było to uzasadnione. W przypadku standardowych usług kolokacji umowa na powierzenie przetwarzania danych osobowych nie jest potrzebna, gdyż przy prostej kolokacji usługodawca nie ma w ogóle dostępu do danych osobowych. W wielu innych sytuacjach firmy chciały nakładać na swoich partnerów biznesowych różne wymogi i obowiązki, na

przykład narzucać stosowanie określonych rodzajów środków technicznych czy żądać kar umownych za niespełnienie tego rodzaju warunków. To ani nie miało uzasadnienia w samych przepisach, ani nie wynikało z istoty rozporządzenia czy faktycznej sytuacji firmy. Chodziło raczej o szukanie za wszelką cenę sposobów zabezpieczenia się przed ewentualnymi zarzutami niedopełnienia wymogów prawnych.

TOMASZ SOBOL W informatyce nie zawsze jednak mamy do czynienia z prostymi, jednoznacznymi sytuacjami. W usłudze kolokacji musimy uwzględniać czynnik, który wiąże się z zapewnieniem ciągłości dostępu do danych. Nawet jeśli usługodawca nie ma w ogóle dostępu do danych osobowych, to

w interesie klienta leży zadbanie o warunki, w których będzie miał stały dostęp do swoich danych. Także w sytuacji, gdy jest to tylko dostęp do ich fizycznego nośnika. I właśnie z tego powodu umowa powierzenia danych pomiędzy usługodawcą kolokacji a klientem powinna być zawarta. Dobrze jest określić wzajemne powinności i działania, chociażby po to, aby klient wiedział, co się dzieje z jego danymi, gdyby ewentualnie w konkretnym momencie nie mógł z nich skorzystać, i jak sam ma się na taką sytuację przygotować. RODO nakłada więc w pewien sposób na dostawcę usług chmurowych i kolokacyjnych obowiązek zapewnienia ciągłości dostępu do danych.

CRN Można powiedzieć, że rozporządzenie uruchomiło pewne procesy, które będą dalej trwać. Jak będą się one przekładały na dalsze wykorzystanie nowych technologii? Czego branża IT

może się w tym kontekście spodziewać? Czego w kolejnych latach obowiązywania RODO będą potrzebować przedsiębiorstwa przetwarzające dane osobowe?

MARCIN SERAFIN Jedną grupą niezbędnych produktów związana jest z całym obszarem bezpieczeństwa danych, niekoniecznie osobowych – zarówno w zakresie zapewnienia ich poufności, dostępności, jak i integralności. Rynek tych rozwiązań będzie się cały czas rozwijał, gdyż każdy klient będzie potrzebował innych, dostosowanych do swoich wymogów i możliwości narzędzi. Drugi obszar, który jest dotychczas najslabiej zagospodarowany, a do którego wielką wagę przykładają RODO, dotyczy skutecznego usuwania i anonimizowania danych. W większości firm odbywa się to w sposób „ręczny”, proceduralny, a nie na poziomie zautomatyzowanym. Nieliczne przedsiębiorstwa mają rozwiązania, które rzeczywiście >



Tomasz Sobol,
Beyond.pl

- ▶ potrafią zrealizować to wielostopniowe zadanie. W rzeczywistości nie chodzi bowiem o usuwanie danych fizycznie z nośnika, tylko o uniemożliwienie uzyskiwania dostępu do nich w określonych procesach biznesowych lub przez poszczególne działy czy pracowników.

CRN A co będzie w tym kontekście kluczową kwestią, na którą szczególnie warto zwrócić uwagę?

MARCIN SERAFIN Najważniejszą sprawą będzie możliwość skutecznego zarządzania dostępem do danych osobowych. Na jeden z portugalskich szpitali została nałożona kara za to, że nie odebrał uprawnień dostępu do danych osobom, które nie powinny ich mieć. To jest obszar, który będzie wymagał szczególnej uwagi i nadzoru, a z drugiej strony zapewniał olbrzymie możliwości wykorzystania rozwiązań informatycznych do wspomaganie i automatyzacji niezbędnych działań. Tym bardziej że w zdecydowanej większości przedsiębiorstw i instytucji rozwiązania informatyczne mają charakter rozproszony – nie ma jednego systemu, który by wszystkim zarządzał. Potrzebny więc będzie rodzaj nakładki, która dopilnuje, by z jednego systemu dane zniknęły, ale w drugim były nadal dostępne.

SZYMON DUDEK Zanim dojdzie do pełnej automatyzacji zarządzania uprawnieniami dostępu do danych, można wykorzystać również rozwiązania półautomatyczne. Decyduje się na to, jak widzimy, wiele firm przetwarzających duże ilości danych osobowych. Jeśli w jednym systemie, na przykład CRM, następuje „skasowanie” danych, do operatorów innych systemów zostaje wysłana informacja o konieczności zablokowania dostępu również u nich. Zanim w przedsiębiorstwie pojawi się rozwiązanie docelowe w postaci pełnej programowej integracji mechanizmów udostępniania danych, warto pomyśleć o mechanizmach pośrednich, które też znacznie wspomagają i ułatwiają spełnienie wymogów RODO. Mogą one dać firmom informatycznym szansę na współpracę z klientem, którego nie stać na wdrożenie zaawansowanych, w pełni zautomatyzowanych systemów lub u którego nie ma takiej potrzeby.

CRN Warto, jak widać, szukać wyzwań związanych z ochroną danych osobowych ze względu na nowe, obiecujące perspektywy rozwoju biznesu dla integratorów i resellerów...

MARIUSZ KOCHAŃSKI Wszystko, o czym rozmawiamy, trzeba wpisać w szerszy kontekst. Po pierwsze mamy do czynienia

z ogromnym deficytem specjalistów. Dotyczy to nie tylko sektora publicznego, lecz także firm prywatnych. Przedsiębiorstw nie będzie stać na utrzymywanie wszystkich potrzebnych specjalistów. Konsekwencją tego będzie rozwój outsourcingu. Jednym z obszarów w coraz większym zakresie powierzanych do obsługi na zewnątrz będzie ochrona firmowych danych i zasobów. Ten trend trzeba będzie zderzyć z wymogami RODO.

Ze względu na wielość i złożoność systemów informatycznych duże przedsiębiorstwo czy urząd dużego miasta nie będzie w stanie korzystać z usług jednego outsourcingera – może współpracować z kilkoma lub kilkunastoma. Potrzebne więc

będą zautomatyzowane rozwiązania umożliwiające zarządzanie dostępem do określonych systemów dla różnych partnerów. Tu pojawia się duża szansa dla resellerów i integratorów. Rosło będzie również zapotrzebowanie na wszelkiego rodzaju rozwiązania analityczne: narzędzia do analityki ruchu, zachowań użytkowników, sytuacji w centrum danych. Inny obszar, w którym firmy informatyczne znajdą miejsce dla siebie, to doradztwo w zakresie samej architektury – czyli jak zaprojektować i zbudować środowisko IT, żeby było zgodne z RODO, a do tego optymalne kosztowo i efektywne biznesowo. Resellerzy i integratorzy mogą też doradzać, jak postępować z oprogramowaniem, które jest coraz bardziej niedoskonałe, bo tworzone pod coraz większą presją czasu. Na przykład część tych niedoskonałości można niwelować na poziomie infrastruktury. Większą wagę będą mieć też kwestie doty-

czące zapewnienia odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa terminala użytkownika. Coraz więcej osób loguje się do aplikacji krytycznych w firmie ze smartfona lub laptopa. Same systemy w przedsiębiorstwie mogą być doskonale zabezpieczone, ale jak nie będzie kontroli nad urządzeniami dostępowymi, to zagrożenia pozostaną.

TOMASZ SOBOL W cyberświecie liczba zagrożeń będzie raczej rosła, niż malała. Chociażby dlatego, że informatyka bazuje na różnych technologiach, firmy korzystają z wielu różnych aplikacji i usług różnych dostawców – nie ma jednego uniwersalnego kodu, nie ma jednego dla wszystkich systemu. Z tego powodu tak istotne staje się zapewnienie odpowiedniej architektury zabezpieczeń. To jest dzisiaj pierwszoplanowe zadanie – żeby mieć świadomość, jak działają systemy i gdzie mogą się pojawić naprawdę poważne zagrożenia. RODO może nam w tym pomóc, bo nakłada na nas obowiązek zastanowienia się, jak ukształtować



Marcin Serafin,
kancelaria prawna Maruśta Wachta

środowisko funkcjonowania firmy, aby czuć się zabezpieczonym na różnych poziomach i etapach. Nie musimy dawać dostępu z telefonu komórkowego bezpośrednio do infrastruktury krytycznej, lecz na przykład do swoistej bramki zewnętrznej, gdzie będzie się pojawiał tylko obraz kokpitu z wywołanej aplikacji. Konieczność radzenia sobie z takimi wyzwaniem z całą pewnością przyczyni się do rozwoju informatyki i projektowania bezpiecznej architektury systemów czy aplikacji.

SZYMON DUDEK Wiele informacji potrzebnych do znalezienia odpowiednich rozwiązań może dostarczyć dobrze przeprowadzona analiza ryzyka. Ona jest kluczowa dla wdrożenia rozwiązań ochronnych zgodnych z unijnym rozporządzeniem. Pokaże nam, gdzie są największe zagrożenia dla bezpieczeństwa danych w firmie. Bardzo często okazuje się jednak, że jest to sam użytkownik i urządzenie, z którego korzysta. Pojawia się też jednocześnie coraz więcej narzędzi do przeciwdziałania tym zagrożeniom, jak na przykład konteneryzowanie danych osobowych na smartfonach pracowników. Zainteresowanie zabezpieczeniami urządzeń mobilnych będzie w najbliższym czasie rosło, bo znajduje się na nich coraz więcej informacji, które są warte przechwycenia.

MARCIN SERAFIN Dobrze, rzetelnie zrobiona analiza ryzyka jest sposobem poradzenia sobie z brakiem precyzyjności nowych przepisów o ochronie danych osobowych. Przy czym nie ma ucieczki od nieoznaczoności, bo taka jest istota RODO jako inteligentnego aktu prawnego. Gdy jednak uczciwie zdiagnozujemy, co nam może naprawdę zagrażać, co się faktycznie może wydarzyć, to będziemy wiedzieli, jakie środki zastosować. W informatyce to zresztą nic nowego – każdy projekt nowego wdrożenia, wprowadzenia nowych funkcji czy usług poprzedzony jest analizą ryzyka. A RODO dodatkowo mówi: zwróćcie uwagę na ryzyko nie tylko informatyczne, nie tylko z zakresu cyberbezpieczeństwa, ale również wynikające z tego, że ktoś utraci dostęp do swoich danych, przez co nie będzie mógł skorzystać z jakiejś bardzo ważnej dla niego funkcji lub przysługującego mu prawa. W kontekście unijnego rozporządzenia musimy pamiętać, że chronimy nie tyle przedsiębiorstwo jako organizację i jej zasoby, ale przede wszystkim osoby, które są z nią w ten czy inny sposób związane. I tu jest klucz do zrozumienia istoty wymogów RODO. Skupiamy się na tym, żeby było dobrze pojędynczemu Janowi Kowalskiemu, którego dane u siebie przetwarzamy. Jeśli to zrozumiemy, łatwiej nam będzie określić,

kiedy już osiągnęliśmy zgodność z nowymi przepisami, a kiedy jeszcze musimy zrobić coś więcej. Ważne jest, by mieć świadomość, że nie chodzi o samo bezpieczeństwo informacji, lecz zadbanie o komfort osoby, której dane mamy u siebie.

Czy w kontekście branży IT można mówić o czymś takim jak specjalizacja w RODO?

MARIUSZ KOCHAŃSKI Moim zdaniem jest to szeroko pojęty obszar bezpieczeństwa. Bo za chwilę pojawi się też nowe rozporządzenie e-privacy. Jeśli będzie traktowane równie poważnie jak RODO, to dotyczyć będzie kolejnych obszarów, w tym rozwią-

zań technologicznych, ale przede wszystkim procesów biznesowych. Poza tym mamy postępujący proces cyfryzacji, który obejmuje kompletnie wszystkie sfery naszego życia. Wycieki danych będą momentalnie nagłaśniane w sieciach społecznościowych i będą psuły reputację podmiotów, które padły ofiarą ataków. Zapewnienie bezpieczeństwa zasobów będzie się więc stawało coraz ważniejszym wyzwaniem na polu informatyki. Postępująca cyfryzacja życia spowoduje, że kompetencje w dziedzinie zabezpieczeń wśród resellerów staną się najważniejszym wyróżnikiem ich konkurencyjności.

MARCIN SERAFIN Według mnie istotniejsza będzie specjalizacja w ogólnie pojętym obszarze zgodności z regulacjami. RODO to tylko jeden z elementów procesu ustawicznego dostosowywania informatyki do zmian wynikających z prawa. Już niedługo wejdzie w życie ustawa o odpowiedzialności podmiotów zbiorowych, która

wymusi budowanie zaawansowanych systemów zarządzania zgodnością z regulacjami prawnymi. Z drugiej strony od wielu lat widzimy na Zachodzie coraz silniejszy trend polegający na tworzeniu wewnętrznych regulacji. Równolegle możemy powiedzieć o wyzwaniach związanych z przeciwdziałaniem praniu brudnych pieniędzy, o dyrektywie PSD2, która wpłynęła na działalność wielu firm w zakresie usług płatniczych. Warto pamiętać również o szeregu innych regulacji, które będą wymagały umiejętności szybkiego zidentyfikowania wyzwań i przełożenia nowych aktów prawnych na systemy informatyczne. Dlatego, poza bezpieczeństwem, obszar compliance będzie potrzebował coraz więcej ekspertów znających się na związanych z nim wyzwaniach.



Szymon Dudek,
Infonet Projekt

ROZMAWIAŁ

ANDRZEJ GONTARZ

MWT Solutions: *premia za rozwój*

Dystrybutor ManageEngine szybko zwiększa sprzedaż. Przewiduje, że zapotrzebowanie na narzędzia do zarządzania zasobami IT będzie rosnąć jeszcze długo. Przygotował ofertę i wsparcie dla partnerów, by również mogli skorzystać na tym trendzie.

Firma MWT Solutions, dystrybutor ManageEngine – w ciągu minionych pięciu lat osiągnął sześciokrotny wzrost przychodów i marży. W samym tylko 2018 r. sprzedaż zwiększyła się o 27 proc., licząc rok do roku. Umożliwiła to realizacja ponad 200 zamówień. Oprócz tego w zeszłym roku MWT zarejestrowało ponad 500 nowych projektów. W ciągu 10 lat dystrybutor wraz z partnerami wykonał przeszło 1,2 tys. projektów wdrożeniowych u ponad 1 tys. klientów. Już teraz więcej niż połowa ze 100 największych firm we wszystkich sektorach polskiego rynku korzysta z ManageEngine, a w bieżącym roku lista wydłuży się o kolejne przedsiębiorstwa.

Żeby utrzymać wysokie tempo rozwoju, MWT Solutions zdecydowało się na wzmocnienie kanału partnerskiego. W tym celu specjaliści dystrybutora kładą nacisk na poszerzanie wiedzy partnerów, czemu służą wymagania dotyczące certyfikacji i bonusy w programie partnerskim. W 2018 r. szkolenia z certyfikatami ukończyło 28 firm, a 92 integratorów podjęło współpracę z dystrybutorem.

– *Pozyskiwanie wiedzy jest dla nas kluczowe. Będziemy kładli na to jeszcze większy nacisk* – zapowiedział Oktawiusz Środa, Head of Channel Department, MWT Solutions, podczas konferencji partnerskiej, która odbyła się w marcu br. w Warszawie.

SPRZEDAŻOWE HITY MWT

Na polskim rynku największy wzrost – wynoszący aż 383 proc. rok do roku – dystrybutor wypracował w segmencie Active Directory, czyli rozwiązań przeznaczonych do usługi katalogowej Microsoftu. Odnotował także znacznie większy popyt na Desktop Central, który jest kompleksowym na-

rzędziem do zarządzania urządzeniami w firmie. Warto wspomnieć, że znajduje się na drugim miejscu w portfolio MWT pod względem generowanej marży i obrotów. Z kolei największy udział w sprzedaży poznańskiego VAD-a ma Service Desk.

– *Warto rozpoczynać rozmowę z klientami od Active Directory. Nie ma konkurencji dla tego rozwiązania* – radzi partnerom Oktawiusz Środa.

Jest ponad 30 obszarów, w których partnerzy mogą podnieść kwalifikacje

Do szybkiego wzrostu popularności produktu ManageEngine przyczynia się według dystrybutora również duża niezawodność rozwiązania, w przypadku którego parametr SLA sięga 98 proc. Dostawcą oprogramowania jest indyjska korporacja Zoho, trzecia największa firma software'owa na świecie. Nad tym produktem pracuje 1,4 tys. programistów. ManageEngine działa już w 180 tys. przedsiębiorstwach na całym świecie. Dwie trzecie firm z listy Fortune 500 korzysta z tej marki.

– *Te produkty sprawdziły się, są ciągle rozwijane i bezpieczne dla partnerów. Prawdopodobieństwo problemów jest niska* – tak Oktawiusz Środa wyjaśnia fenomen szybkiego wzrostu sprzedaży ManageEngine.

Dodaje przy tym, że wspomniane rozwiązania umożliwiają integratorom sprzedaż średniej wielkości firmom (50-100 pracowników), które mogą za niewygórowaną cenę pozyskać narzędzie odpowiadające potrzebom nawet największych przedsiębiorstw.

– *Z reguły jesteśmy sporo tańsi niż najwięksi producenci, a funkcjonalność naszych produktów jest podobna lub lepsza* – utrzymuje Oktawiusz Środa.

Co również istotne, ManageEngine jest szybko wdrażany – w czasie od dwóch tygodni do ponad miesiąca. Więc dla partnerów koszty pracy pozostają niskie, a marże – jak zapewnia MWT – są co najmniej przyzwoite.

W sumie w portfolio ManageEngine znajduje się ponad 90 produktów i mnóstwo dodatków. Dzięki temu jest o czym rozmawiać z klientami.

– *ManageEngine od razu zapewnia sporo możliwości poprzez wdrożenie jednego produktu. Klienci są zadowoleni, o czym świadczy duża liczba odnowień, przekraczająca 90 proc.* – podsumowuje przedstawiciel dystrybutora.

CZTERY SEGMENTY

Portfolio ManageEngine dzieli się na cztery segmenty: Active Directory Solutions, ITSM & Workspace, IT Monitoring oraz IT Security. Widoczne jest duże zainteresowanie narzędziami przeznaczonymi do rozwiązań Microsoftu. Spośród nich najczęściej wykorzystywany jest ADManager Plus, który pomaga w zarządzaniu usługą i jej użytkownikami za pośrednictwem przeglądarki internetowej oraz centralnej konsoli.

Specjaliści ManageEngine przewidują, że zapotrzebowanie nadal będzie się zwiększać, bo w wielu firmach brakuje odpowiedniego nadzoru nad oprogramowaniem, a ich zasoby rosną. Do tego ważne i chętnie wdrażane narzędzie – ADAudit Plus – zapewnia kontrolowanie MS Active Directory i szybkie wykrywanie incydentów bezpieczeństwa

(co jest ważne w kontekście wymagań RODO).

Z kolei w obszarze ITSM & Workspace popularnością cieszy się ServiceDesk Plus, czyli system wsparcia i zarządzania zasobami zgodny z biblioteką ITIL. Jest konfigurowalny (co wyróżnia go na rynku) i gotowy do działania „z pudełka” (zintegrowano w nim całą gamę produktów).

Popytowi na rozwiązania do zarządzania w ocenie dystrybutora będzie sprzyjać kończące się wsparcie dla Windows 7. Firmy szukają narzędzi, które pomogą im migrować dane. Dotyczy to m.in. Desktop Central, które automatyzuje np. wprowadzanie aktualizacji i poprawek, dystrybucję oprogramowania, zarządzanie licencjami, monitoruje wykorzystanie sprzętu itd. W tym obszarze nowością jest UEM (zintegrowane zarządzanie punktami końcowymi).

W segmencie monitoringu IT do najpopularniejszych narzędzi należy OpManager Plus – zintegrowany system monitorowania i konfigurowania infrastruktury. Odnotowano też liczne wdrożenia Applications Managera, który monitoruje aplikacje i usługi, w tym serwery.

Jeśli chodzi o rozwiązania zapewniające bezpieczeństwo IT, dystrybutor zachęca partnerów do oferowania Log360 – systemu SIEM, czyli zintegrowanego narzędzia do zarządzania logami. W tym roku wyraźnie rośnie zainteresowanie Password Manager Pro, które umożliwia kontrolę dostępu do haseł administracyjnych.

PROGRAM PARTNERSKI: DUŻE PROFITY DLA MAŁYCH FIRM

Program partnerski ManageEngine jest skonstruowany tak, żeby premiować partnerów, którzy się rozwijają. Nie koncentruje się na integratorach o największych obrotach, choć oczywiście wielkość sprzedaży również ma znaczenie. Idea jest taka, by również mniejsi integratorzy, którzy nie osiągają wielkich przychodów, mogli uzyskać warte grzechu profity.

Program przewiduje cztery statusy partnerskie: ManageEngine Partner (dla firm, które nie chcą angażować się w formalną współpracę), Solutions Advisor (dla partnerów, którzy potrafią sprzedać, doradzić, ale nie wdrożyć), Solutions Expert (dla firm ze specjalistami mającymi kompetencje techniczne, które część produk-

>>> Trzy pytania do...



Oktawiusza Środy
Head of Channel
Department
w MWT Solutions

Na rynku nie brakuje darmowych rozwiązań do zarządzania zasobami IT. Dlaczego firmy mają płacić za coś, co mogą mieć gratis?

Darmowe produkty mają zwykle ograniczoną funkcjonalność, różnie jest z ich jakością i niezawodnością, są trudne w utrzymaniu. Coraz częściej firmom to nie wystarcza i szukają alternatywy. Ułatwienie pracy administratora, bezpieczeństwo, niezawodność w zarządzaniu zasobami przekładają się również na korzyści i oszczędności. Coraz więcej przedsiębiorstw to rozumie.

Ale zdaje się, że nie wszystkich stać na taką inwestycję. Zwłaszcza MŚP.

Nie zawsze musi być drogo, a ManageEngine jest tego przykładem. Idea rozwiązania jest taka, by zapewniało ono funkcjonalność zbliżoną do produktów największych dostawców za niewielką część ich ceny. Obecnie nawet mniejsze firmy coraz częściej mają problem z zarządzaniem zasobami IT, ze względu na rosnące pensje specjalistów, szybsze niż kiedyś zmiany w infrastrukturze i coraz większe ryzyko zagrożeń. MŚP po-

trzebują nieskomplikowanych, łatwych w implementacji, a jednocześnie spójnych, niezawodnych i funkcjonalnych narzędzi. Szczególnie ważne jest dla nich fachowe wsparcie, stąd duży nacisk kładziemy na edukację partnerów. Jednocześnie rozwiązania ManageEngine są odpowiednie dla dużych przedsiębiorstw. Stwarzają więc partnerom wiele możliwości.

Gdzie jeszcze widzicie szanse na profity dla partnerów?

W 2019 r. chcemy się skupić na centrach usług wspólnych. W urzędach, w tym ministerstwach, temat już jest „na tapiecie” i tego nie wolno przespać. Jest sporo usług o dużej wartości. Te projekty w rozliczeniu generują sporo pieniędzy. Koncentrujemy się również na cross-sellingu. Partnerzy mają wiele możliwości w tej kwestii, ze względu na szerokie, komplementarne portfolio. Chcielibyśmy też pracować nad produktami chmurowymi. W Indiach ten obszar rośnie błyskawicznie, u nas nie bardzo. Ale może dlatego, że nie rozmawiamy o tym z klientami. Moim zdaniem ten trend należy wykorzystać.

tów mogą samodzielnie wdrożyć) oraz Elite Advisor (dla partnerów o najwyższych kompetencjach).

Najniższy poziom nie wiąże się z żadnymi wymaganiami. Na pozostałych trzech poziomach limit obrotów wynosi odpowiednio 50, 100 i 200 tys. zł rocznie. Spośród korzyści dla partnerów można wymienić: wysokie marże (zależą od statusu partnera), dostęp do bazy wiedzy i materiałów marketingowych, opiekę marketingową, współfinansowanie eventów, przekazywanie leadów oraz rejestrację projektów. Co istotne, każdy partner ma swojego opiekuna. Specjaliści MWT dzielą się wiedzą, pomagają we wdrożeniach i udzielają niezbędnych konsultacji.

Oktawiusz Środa podkreśla, że partnerzy powinni rozwijać kompetencje sprzedażowe (potwierdzone certyfikatami Sales Specialist i Sales Expert), by wiedzieć, czy

konkretne rozwiązanie jest odpowiednie dla klienta. Przykładowo na najwyższym poziomie współpracy (Elite Advisor) firma musi mieć dwie osoby z takimi certyfikatami i dwóch ekspertów technicznych.

Z kolei w zakresie certyfikacji technicznej (gdzie również są poziomy Specialist i Expert) partnerzy mogą poszerzać wiedzę w specjalizacji, w której czują się najlepiej, np. IT Monitoring, ITSM, bezpieczeństwo. Nie muszą wiedzieć wszystkiego. Partner ma wybór – w sumie jest ponad 30 obszarów, w których integratorzy mogą podnieść kwalifikacje. Jeszcze w tym półroczu ma się pojawić portal dla partnerów ze wszystkimi ważnymi informacjami. W ramach wsparcia działań marketingowych przedstawiciel MWT może występować na konferencjach partnerów przewidzianych dla klientów ManageEngine.



Smart home: *dla domu i.. hydraulika*

Choć technologie IT stanowią podstawę dla rozwiązań smart home, integratorom wcale nie jest łatwo wykroić z tego rynku swój kawałek tortu. A warto, bo można w ten sposób sięgnąć po zupełnie nowych klientów, czasem bardzo nieoczywistych.

KAROLINA MARSZAŁEK

Z rynku smart home, również jego polskiej części, płyną dobre informacje. Zaczniemy od komunikatu Fibaro z marca bieżącego roku. Producent donosi, że w zeszłym roku na polskim rynku zanotował 47-proc. wzrost wartości sprzedaży w porównaniu z rokiem 2017. Jeśli chodzi o wzrost ilościowy sprzedanych produktów – to miał on wynieść

28 proc. Według Fibaro systemy inteligentnego domu są najpopularniejsze na Śląsku, Mazowszu i w Małopolsce. Producent uważa, że na wyniki pozytywnie wpływa rosnąca świadomość Polaków odnośnie do korzyści związanych z konsumenckimi instalacjami typu smart. To z kolei wpisuje nas w światowe trendy – podnoszenia komfortu życia dzięki korzystaniu z inteli-

gentnych rozwiązań, które z jednej strony mają nas odciążać, automatyzując rutynowe czynności, a z drugiej zwiększać poczucie bezpieczeństwa.

Według prognozy IDC łączna liczba urządzeń sprzedawanych na światowym rynku smart home sięgnie do 2022 r. 940 mln sztuk (w 2017 r. było to 433,1 mln szt.), co oznacza średnioroczny

Fot. AdobeStock

wzrost o 18,5 proc. Optymistyczne są także dane IHS Markit, mówiące o podwojeniu się do 2020 r. globalnej wartości rynku smart home, która w 2017 r. miała wynieść ok. 27,5 mld dol. Warto także dodać, że niezmiennie największy dochód płynący ze sprzedaży tego typu rozwiązań wciąż generują klienci ze Stanów Zjednoczonych.

Z NASZEGO PODWÓRKA

Podejście Polaków do koncepcji smart home przybliży w ciekawy sposób raport Innogy – dostawcy energii. Wraz z Infuture Hatalska Foresight Institute firma przeprowadziła badanie ilościowe, w którym zapytano respondentów, z jakich rozwiązań smart home korzystają lub chcieliby korzystać w przyszłości. Okazuje się, że w pierwszej kolejności są to czujniki ruchu, dymu oraz kamery alarmujące o czyjeś obecności w domu. W drugiej badani wykazali zainteresowanie robotami domowymi (np. odkurzaczem typu Roomba). Na trzecim miejscu znalazły się termostaty sterujące temperaturą w pomieszczeniach.

Dla porównania: według danych IDC rozwiązania mające zapewnić bezpieczeństwo zajmują trzecią pozycję (16,8 proc.) pod względem udziałów w globalnym rynku smart home w 2019 r., termostaty szóste (z udziałem 2,8 proc. wśród sześciu wyróżnionych przez IDC kategorii), a roboty typu Roomba prawdopodobnie zostały zaliczone przez IDC do kategorii „inne”, której udział wynosi 13,7 proc.

W raporcie Innogy na uwagę zasługuje ciekawe zjawisko występujące na polskim rynku, a mianowicie dużo większa świadomość istnienia i przydatności rozwiązań smart home wśród właścicieli domów jednorodzinnych niż u mieszkańców bloków. Tymczasem mnóstwo produktów z tej kategorii może być przydatne zarówno w mieszkaniu, jak i na wolno stojącej prywatnej posesji.

INTELIENTNY ASYSTENT: BUDZI SYMPATIE

Jednym z głównych czynników, od których zależy wzrost na rynku smart ho-

Edukować siebie i klienta

Nie ulega wątpliwości, że same dobre chęci i doświadczenie integratora IT nie wystarczą do tego, aby działać na rynku smart home. Po prostu trzeba zbudować kolejną nogę dla swojego biznesu, m.in. korzystając z odpowiednich szkoleń (są oferowane również u dystrybutorów IT), i rozwinąć umiejętności związane z kodowaniem. Jednak trudno nie zauważyć, że smart home wymusza konsolidację branż, takich jak elektryczna, security czy właśnie IT, a tym samym przenikanie się wiedzy i kompetencji charakterystycznych dla każdej z nich.

Przy podjęciu decyzji o poświęceniu czasu, energii i pieniędzy na zdobycie nowych umiejętności powinna firmom IT towarzyszyć świadomość, że minie jeszcze sporo czasu, zanim koncepcja smart home naprawdę dojrzeje. Na razie domy, które są rzeczywiście inteligentne, przeważnie istnieją w salonach pokazowych producentów. Taki urządziło ostatnio na przykład LG w Hiszpanii, w willi położonej w madryckiej dzielnicy La Moraleja.

me, jest rozwój asystentów głosowych. To kategoria produktów, które najlepiej są przyjmowane przez klientów w krajach anglojęzycznych. Z raportu Innogy wynika, że 25 proc. pytanym internautów już korzysta lub w przyszłości ma zamiar korzystać z rozwiązań w rodzaju Alexy w celu sterowania domowymi urządzeniami typu smart. Z kolei z badania Accenture, które przeprowadzono w styczniu br. wśród 22,5 tys. internautów z kilku krajów, wynika, że ponad połowa z nich już używa asystentów głosowych. To oznacza wzrost o 8 proc. w zestawieniu z wynikami z 2018 r. W Polsce odsetek ten jest o połowę niższy (wynosi 27 proc.), ale wciąż się zwiększa. Accenture zwraca

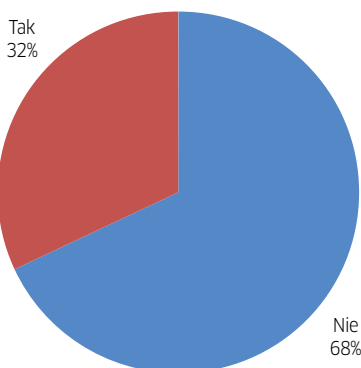
też uwagę na fakt, że asystenci głosowi to rozwiązanie, które ma rekordowo wysokie wskaźniki satysfakcji użytkowników, sięgające ponad 90 proc., co dobrze wróży mu na przyszłość.

Według Tomasza Grabowskiego, dyrektora zarządzającego Accenture w Polsce, sposób funkcjonowania najmłodszych i najbardziej „zdigitalizowanych” konsumentów nie odbiega znacząco od „way of life” ich zachodnioeuropejskich rówieśników. To globalne pokolenie, które wyznacza trendy i pokazuje dostawcom różnego rodzaju produktów i usług, w jakim kierunku powinny zmierzać ich działania. Z badania Accenture wynika, że 7 proc. konsumentów online zamierza kupić głosowego asystenta w ciągu najbliższych dwunastu miesięcy. Rosną też oczekiwania co do zakresu wykorzystania takich urządzeń.

– *Konsumenci, także w naszym kraju, oczekują, że dzięki nim będą mogli korzystać z usług, które obecnie są dla nich dostępne głównie za pośrednictwem komputera czy smartfona, a więc na przykład zakupów online, płatności czy sterowania inteligentnymi urządzeniami domowymi. Dlatego marki, które wykorzystają zaawansowane funkcje sztucznej inteligencji, będą w przyszłości miały większą szansę na osiągnięcie sukcesu* – mówi Tomasz Grabowski.

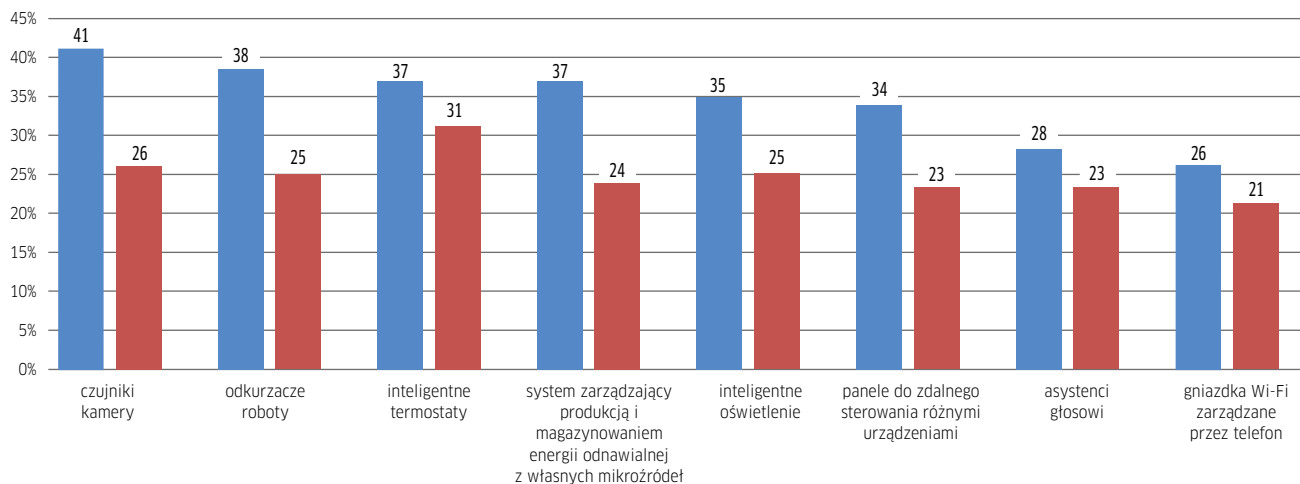
Zdaniem Macieja Jarminskiego, szefa działu Mobile w Tech Dacie, w odniesieniu do rozwiązań typu plug and play asystenci głosowi to podstawa >

CZY ZETKNĘLI SIĘ PAŃSTWO Z TERMINEM SMART LIVING?



Źródło: Mobile Institute, na zlecenie Infuture Hatalska Foresight Institute, wrzesień 2018 r.

ODSETEK INTERNAUTÓW, KTÓRZY ZADEKLAROWALI KORZYSTANIE BĄDŹ CHĘĆ SKORZYSTANIA Z WYBRANYCH ROZWIĄZAŃ SMART HOME W NAJBLIŻSZEJ PRZYSZŁOŚCI



■ mieszkańcy domów ■ mieszkańcy bloków

Źródło: Mobile Institute na zlecenie Infuture Hatalska Foresight Institute, wrzesień 2018 r.

➤ stworzenia w domu kompleksowego systemu smart. Dopóki jednak światowi gracze nie umożliwią swobodnego porozumiewania się z nimi po polsku, popularność takich urządzeń nie będzie u nas rosła w tak dużym tempie, jak ma to miejsce w Europie Zachodniej.

SMARTFON I APLIKACJA

Poziom wykorzystania przez polskie społeczeństwo inteligentnych asystentów nie przesądza o tym, czy konsumenci mogą wyposażać swoje domy i mieszkania w systemy smart home czy nie. Równie ważnym jak komfort aspektem rozwoju tego rynku w Polsce jest kontrola i bezpieczeństwo – rodziny oraz dobytek. Przypomnijmy, że respondenci badania Innogy są skłonni inwestować w pierwszym rzędzie właśnie w kamery i czujniki oferowane pod szyldem smart home. Jednym z ważnych argumentów przy sprzedaży tego typu urządzeń, a docelowo całych rozwiązań zapewniających bezpieczeństwo domu jest łatwość instalacji, a następnie użytkowania, ponieważ elementem spajającym cały system jest smartfon i zainstalowana na nim odpowiednia aplikacja.

Producenci zachęcają klientów końcowych do samodzielnego tworzenia systemu smart home, poczynając od tych jego elementów, które wydają im się koniecz-

ne (np. od kamery), a następnie dodając kolejne, na zasadzie uzupełniających się modułów. Cecha plug and play oraz możliwa pomoc producenta – za pośrednictwem infolinii, w trybie online czy w postaci filmów instruktażowych – powinny ułatwić rozwiązanie ewentualnych problemów z instalacją.

– Przykładamy dużą wagę do procesu instalacji naszych produktów. Każdy z nich został zaprojektowany tak, aby użytkownik mógł go zamontować samodzielnie. Nasze zespoły badawczo-rozwojowe poświęcają połowę swojego czasu, aby uczynić ten proces możliwie najprostszym. Filmy poradnikowe dotyczące wszystkich naszych produktów są dostępne na stronie internetowej oraz na kanale YouTube – mówi Michał Sroka, dyrektor sprzedaży Netatmo w regionie Europy Środkowej i Wschodniej.

Takie podejście producenta jest bardzo ważne nie tylko dla odbiorcy końcowego, ale i dla samego resellera, ponieważ przeważnie uwalnia go od zapytań tych użytkowników końcowych, którzy nie od razu radzą sobie z implementacją rozwiązań.

BRANŻA IT: KROPLA W KANAŁE SPRZEDAŻY

Warto zadać pytanie, gdzie jest tutaj miejsce dla integratorów, skoro przynajmniej smart

home dla Kowalskiego ma być tak łatwy we wdrożeniu i użytkowaniu. Wygląda na to, że na razie w grę wchodzi przede wszystkim typowa odsprzedaż – sklepy technologiczne to zresztą jeden z kanałów, przez który producenci chcą dotrzeć do klientów końcowych. Mówi o tym m.in. Fibaro, ale z komunikatu producenta wynika, że bierze on pod uwagę głównie hipermarkety lub duże sieci.

Poza tym dostawca mocno podkreśla znaczenie firm telekomunikacyjnych i dostawców energii – odpowiadają oni za niemal 25 proc. sprzedaży produktów tej marki w Polsce. Ważne są też dla niego firmy deweloperskie – rozwiązania Fibaro znajdują się w ofercie ośmiu przedsiębiorstw z rynku budowlanego.

Dywersyfikacja kanału sprzedaży jest jeszcze dalej posunięta w przypadku innych producentów, np. Somfy. Ten ostatni również współpracuje z deweloperami, a ostatnio został nawet partnerem strategicznym Kongresu Stolarki Polskiej, organizowanego przez Związek Polskie Okna i Drzwi. Tematem przewodnim tegorocznego spotkania będzie wpływ transformacji cyfrowej na różne obszary funkcjonowania przedsiębiorstw z branży stolarki. Z kolei specjaliści Netatmo podkreślają istnienie partnerskich programów kierowanych do takich fachowców jak hydraulicy i elektrycy.

Smart home częścią smart living

Integratorzy powinni wziąć pod uwagę, że smart home jest elementem szerokiej koncepcji smart living, na którą składają się inteligentne miasta, jak również inteligentne miejsca pracy.

W tych dwóch obszarach firmy IT już teraz mają zdecydowanie więcej do powiedzenia i zrobienia. Dlatego też na przykład NTT System obok regularnej dystrybucji konsumenckich rozwiązań smart home rozwija własne systemy do kontroli dostępu w budynkach, które mogą wdrażać integratorzy. Składa się na nie specjalizowane urządzenie i powiązana z nim aplikacja. System został stworzony głównie po to, aby użytkownicy mogli otwierać drzwi, furtki, bramy przy pomocy smartfona w miejsce tradycyjnych kart dostępowych. Jak tłumaczy Maciej Grabowski, specjalista działu BTLP w NTT System, wystarczy, że mieszkaniec, pracownik czy zaproszona osoba, mając w kieszeni smartfon z włączoną aplikacją, zbliży się do drzwi wejściowych lub podejździe do bramy garażu, a przejście zostanie otwarte.

Warto dodać, że za pomocą tego typu aplikacji można automatycznie i efektywnie zarządzać budynkiem i optymalizować jego wykorzystanie, dzięki integracji np. z systemem oświetlenia bądź klimatyzacji. Efekt? Wygoda dla użytkowników i oszczędności dla administratora posesji – a wygoda i szeroko pojęta oszczędność (m.in. prądu, mediów) to przecież kluczowe wyznaczniki smart living. Ważne, aby integrator w rozmowie z klientem umiał wykazać zalety i prostotę użytkowania inteligentnych rozwiązań, nie skupiając się tylko na opisie technologii. Przyda się umiejętność przytaczania argumentów związanych z TCO czy zwrotem z inwestycji.

Z kolei rosnąca świadomość odnośnie do zalet rozwiązań typowych dla smart city i smart work place może przełożyć się u konsumentów na myślenie o bardziej kompleksowym zastosowaniu adekwatnych rozwiązań w ich prywatnej przestrzeni.



SMART HOME: ELEMENT WIĘKSZEJ CAŁOŚCI

Wraz z rozwojem nowych technologii oddziaływanie świata IT na świat smart home jest coraz silniejsze, co będzie umożliwiało np. dostarczanie klientom końcowym rozwiązań software'owych ułatwiających korzystanie z dobrodziejstw inteligentnego domu.

– *Należy skupić się na zwiększaniu integracji inteligentnych domów z usługami chmurowymi. To jest kierunek dla firm VAR, które nie chcą się koncentrować na prostej odsprzedaży rozwiązań – mówi Maciej Jarmański.*

Specjalista Tech Daty podkreśla, że z kolei w przypadku bardziej zaawansowanych technicznie rozwiązań smart home, których doskonałym przykładem są systemy zarządzania domami oparte na standardzie KNX (tj. instalacji elektrycznej nowej generacji, umożliwiającej wspólną

komunikację pomiędzy wszystkimi odbiornikami energii w budynku), pole do popisu dla firm IT jest bardzo szerokie – od aplikacji do zarządzania po różnego rodzaju integrację urządzeń domowych i wspierających ją pluginów.

Również zdaniem Przemysława Tokarskiego, menedżera produktu Fibaro w Actionie, usługodawcy i firmy wdrażające systemy powinny myśleć o inteligentnych domach w szerszej perspektywie.

– *Dziś smart home to nie tylko otwieranie bramy czy odsłanianie żaluzji, ale też oferowanie komplementarnych instalacji i integracja wszystkich systemów, w tym również fotowoltaiki, pomp ciepła czy systemów ochrony budynków. To również zdalne monitorowanie i utrzymywanie sprawności całego systemu, a także zdalne reagowanie na usterki, co jest wygodne dla samego instalatora i klienta – podsumowuje Przemysław Tokarski.* ■

FIBARO® HOME INTELLIGENCE

- Szkolenia certyfikacyjne I stopnia
- Zaawansowane szkolenia specjalistyczne
- Rabaty i wyceny indywidualne
- Wsparcie projektowe

Najbliższe szkolenia
I stopnia:

26 kwietnia, 21 maja, 18 czerwca

Zapraszamy do zapisów:
<https://business-center.action.pl>





O smart home (raczej) optymistycznie

W ciągu kolejnych lat rozwiązania smart home staną się sprzedażowym hitem również na polskim rynku – uważają respondenci ankiety CRN.pl.

KAROLINA MARSZAŁEK

Tego zdania jest prawie 50 proc. osób, które zdecydowały się odpowiedzieć na pytanie o potencjał sprzedaży produktów zaliczanych do kategorii inteligentnego domu. Kolejna grupa – ok. 30 proc. – nie jest tego aż tak pewna, ale nie wyklucza, że takie urządzenia znajdą nabywców wśród polskich klientów. Pozostali respondenci, a więc co piąty uczestnik sondy, są przeciwnego zdania.

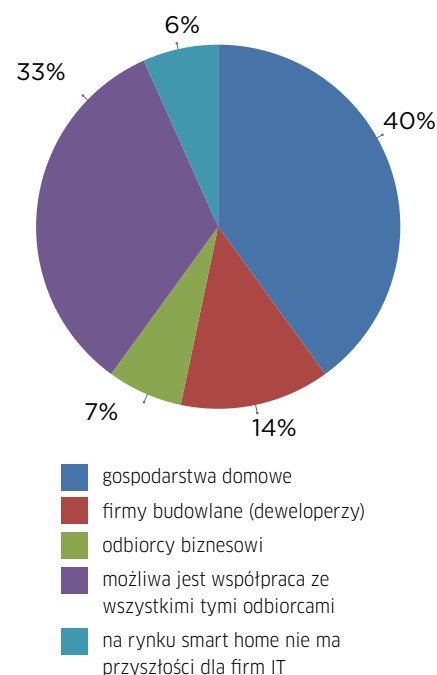
Co innego jednak wierzyć, że sprzedaż rozwiązań dla smart home będzie rosła, a co innego widzieć w tym rynku możliwości rozwoju dla własnej firmy. Uczestnicy badania również pod tym względem podchodzą do tematu inteligentnych domów z dużym optymizmem – aż 40 proc. potwierdziło, że taki potencjał rzeczywiście dostrzega, a 25 proc. zamierza dopiero się o tym przekonać. Natomiast 35 proc. respondentów przynajmniej na razie z rynkiem smart home w ogóle nie wiąże swojej przyszłości.

Warto przypomnieć, że identyczne pytanie zadaliśmy w ankiecie CRN.pl około roku temu. Wychodzi na to, że obecnie respondenci wykazują mini-

malnie większy optymizm w podejściu do opisywanego rynku. Wiosną 2018 r. 37,5 proc. odpowiadających dostrzegało możliwości rozwoju na rynku smart home, 20 proc. wyraziło nadzieję, że takie możliwości będą, 42,5 proc. natomiast nie było w ogóle zainteresowanych sprzedażą inteligentnych rozwiązań konsumentom.

Okazuje się, że na grupę odbiorców produktów z kategorii smart home można spojrzeć nieco szerszej niż tylko w kontekście użytkowników domowych. Co prawda, sporo naszych respondentów (40 proc.) jest zdania, że klientami w zakresie smart home są po prostu właściciele domów i mieszkań, ale są i tacy, którzy uważają, że warto o tym rynku pomyśleć też na przykład w kontekście obsługi SOHO, a nawet małych i średnich firm, zarządców nieruchomości (np. spółdzielni mieszkaniowych) czy deweloperów. Świadczą o tym głosy 33 proc. uczestników ankiety, którzy widzą możliwość zarobienia na rozwiązaniach smart home, dzięki współpracy z klientami z innych segmentów rynku, nie tylko konsumenckiego.

DLA RESELLERÓW I INTEGRATORÓW IT KLIENTAMI W ZAKRESIE SMART HOME BĘDĄ:



Źródło: CRN Polska, marzec 2019

Materiał przygotowany na podstawie wyników trzech ankiet zamieszczonych na CRN.pl. Wzięło w nich udział 66 respondentów

SSD: Szybko Się Dewaluują?

CIEKAWIE, CZY KLIENCI RÓWNIĘ CHĘTNIE WYBIERALIBY KOMPUTER WYPOSAŻONY W SSD LUB WYMIENIALI W POSIADANYCH KOMPUTERACH DYSK MAGNETYCZNY NA PÓLPRZEWODNIKOWY, GDYBY MIELI PEŁNĄ ŚWIADOMOŚĆ, ŻE TAKI NOŚNIK Z PEWNOŚCIĄ BĘDZIE WYMAGAŁ WYMIANY ZA KILKA LAT. A DO TEGO MOŻE SIĘ OKAZAĆ DUŻO BARDZIEJ AWARYJNY OD SWOJEGO TRADYCYJNEGO POPRZEDNIKA.

Do niedawna napędy półprzewodnikowe stanowiły niszę. Być może właśnie dlatego powszechnie nie interesowano się kwestią ich realnej żywotności. Jednak od zeszłego roku zaczęły być stosowane masowo jako standardowy nośnik danych w pecetach, nie tylko przenośnych, ale też stacjonarnych. Nie ulega już chyba najmniejszej wątpliwości, że w tym roku tradycyjne „kręciołki” będą stosowane tylko w dobrze uzasadnionych przypadkach, czyli tam, gdzie rzeczywiście potrzebny jest dysk o dużej pojemności.

Obserwowany od mniej więcej roku gigantyczny wzrost zainteresowania SSD wynika z równie gigantycznych spadków cen. Teoretycznie jedyne, co mogłoby powstrzymać ten trend, to radykalny wzrost wartości takich nośników, na co wprawdzie się nie zanosi, ale oczywiście pewności nie ma – zwłaszcza w rozchwianym segmencie pamięci, czy to flash, czy DRAM. Ale czy rzeczywiście jedynym, co mogłoby zatrzymać proces zmiany standardu typu nośników w komputerach, jest ewentualna nagła i duża podwyżka cenkości NAND? Kto wie, może niejeden klient zweryfikowałby swoją potrzebę wymiany HDD na SSD lub zakupu komputera z dyskiem półprzewodnikowym, gdyby wiedział, że będzie musiał go zastąpić nowym po kilku latach? Potrzeba wymiany będzie wynikała z pogorszenia się parametrów za sprawą zużycia lub najzwyczajniej, przewencyjnie, chęci uniknięcia niebezpieczeństwa utraty zawartości dysku wskutek awarii.

Skąd z kolei wiadomo, w jakiej kondycji znajduje się napęd? Informuje o tym program diagnostyczny, który cały czas monitoruje stan dysku – prawie każdy producent dysków dysponuje takim narzędziem. W razie czego można takie znaleźć w sieci. Kontrola jest również możliwa z poziomu systemu operacyjnego (np. Windows 10). Oczywiście nie trzeba tego uświadamiać resellerom ani klientom korporacyjnym, których zasoby sprzętowe znajdują się pod opieką administratorów. Ale z całą pewnością nie można powiedzieć, że wszyscy użytkownicy SSD mają pełną świadomość ograniczonej trwałości nośnika, która jest wręcz wpisana w jego specyfikę!

Trudno się dziwić, że producenci nie dbają o upowszechnienie tej wiedzy. Właściwie czemu miałyby im na tym zależeć? Po pierwsze, gdyby przy zakupie dokładnie uświadamiać klientowi ograniczoną żywotność komponentu, prawdopodobnie niejeden negatywnie zweryfikowałby konieczność posiadania nowego napędu. A po drugie, sprzedając dysk SSD, automatycznie zyskuje się klienta zgłaszającego się po następny za co najwyżej kilka lat... Jednak ograniczona trwałość to niewielki problem w porównaniu z innym zagrożeniem – ryzykiem dużej awaryjności SSD, jakiego zdaniem niektórych ekspertów jest całkiem realne, zwłaszcza w napędach półprzewodnikowych najnowszych i kolejnych generacji.

Z czego wynika możliwość awarii w SSD i jak duże jest prawdopodobieństwo jej wystąpienia? Dlaczego co kilka lat należy wymieniać dysk na nowy? Kto i w jaki sposób powinien uświadamiać użytkowników w sprawach niedoskonałości tych konstrukcji? Jakie dyski będą następcami SSD i kiedy należy się ich spodziewać w sprzedaży? Na te i inne pytania związane z przyszłością dysków, w których nośnikami pamięci są kości NAND, staramy się odpowiedzieć w artykule „(Nie)straszne niedoskonałości SSD (str. 52).



Artur Kostrzewa
dziennikarz

Cykl
wymiany
nośników
na nowe
przyspiesza
za sprawą
rosnącego
popytu
na dyski SSD.

Rośnie cena peceta

Krajowy segment PC składa się w 70 proc. z notebooków i w 30 proc. z desktopów. Rok 2018 zakończył się na tym rynku spadkiem o ponad 10 proc. w ujęciu ilościowym, ale kupowano coraz droższe

modele, co przełożyło się na niewielki, 2-proc. spadek wartościowy (do 1,7 mld dol.). Cykl wymiany komputerów wydłuża się, więc trudno spodziewać się wzrostów. W przypadku laptopów coraz chętniej sięgano po modele ultra-slim, które mają już 30 proc. udziału w rynku.

Warto zwrócić uwagę na nieznaczny wzrost sprzedaży oprogramowania (o 0,9 proc., do kwoty 1,8 mld dol.), co stanowi efekt rosnącej popularności zakupu aplikacji w modelu usługowym. Lepiej niż w 2017 r. rozwijał się też rynek usług IT, którego wartość zwiększyła się o 4,4 proc. – do 3,7 mld dol. W dwucyfrowym tempie rośnie poza tym sprzedaż usług hostingu.

Co ważne, rynek chmury rozwija się 5-krotnie szybciej niż rynek usług. IDC szacuje, że jego wartość wyniosła w ub.r. 312 mln dol. (do 2022 r. ma



Rynek IT w Polsce w 2018 r.

Kategoria produktów	Wzrost sprzedaży wobec 2017 r.
Serwery	34%
Telefony	24%
Chmura	21%
Pamięć masowa	12%
Tablety	4%
Drukarki	3%
Sieciówka	2%
Komputery	-2%

przekroczyć 0,5 mld dol.). Na razie rzadko chmura jest wykorzystywana do przenoszenia dużych, krytycznych aplikacji biznesowych. Największą część rynku stanowi SaaS – ok. 60 proc. Pochodną rozwoju chmury jest wzrost o 12 proc. (do 132 mln zł) sprzedaży pamięci masowych.

Nieznacznie, bo o 2,5 proc., wzrosła sprzedaż rozwiązań sieciowych, przy czym wciąż niewiele projektów jest opartych na sieciach SDN.

Źródło: IDC

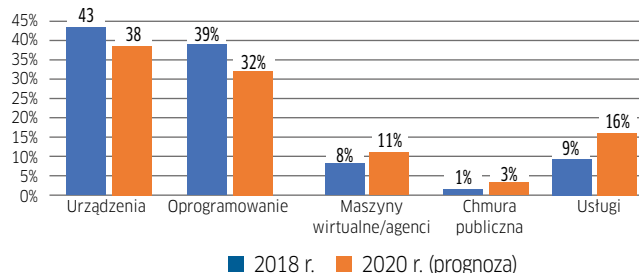
Bezpieczeństwo u progu transformacji

W ciągu najbliższych dwóch lat szybciej przebiegać będzie zmiana modelu wdrożeń rozwiązań z zakresu bezpieczeństwa cyfrowego – prognozuje Canalys. Mianowicie będzie zmniejszał się udział tradycyjnych systemów ba-

zujących na sprzęcie i oprogramowaniu (ma spaść poniżej 70 proc. w 2020 r.), za to klienci częściej będą inwestować w wirtualne instancje, rozwiązania chmurowe i usługi subskrypcyjne w celu zapewnienia bezpieczeństwa cyfrowego. Producentów zmusi to zatem do dopasowania swoich produktów do różnych sposobów ich wykorzystania. Zdaniem analityków głównym wyzwaniem dla dostawców jest stworzenie nowych modeli współpracy w kanale sprzedaży oraz ich integracja z programami partnerskimi. Dotyczy to zwłaszcza dystrybucji oprogramowania w chmurze.



WDROŻENIA ROZWIĄZAŃ BEZPIECZEŃSTWA CYFROWEGO



Według Canalys w 2018 r. globalne wydatki na bezpieczeństwo cyfrowe wyniosły 37 mld dol., o 9 proc. więcej niż w 2017 r. W 2020 r. powinny przekroczyć 42 mld dol. To wbrew pozorom skromna kwota – niecałe 2 proc. całkowitych nakładów na IT. Dane obejmują sprzęt, oprogramowanie i usługi w obszarze bezpieczeństwa sieci, ochrony punktów końcowych, ochrony danych, poczty elektronicznej oraz analitykę.

Źródło: Canalys

POSTAĆ RYNKU IT



Piotr Bieliński
prezes zarządu
Action



Piotr Dudek
Regional Director
Eastern Europe
Netgear



Tomasz Filipów
dyrektor zarządzający
Diskus



Przemysław Kania
dyrektor generalny
Cisco



Dariusz Kwieciński
Managing Director Poland, Czech,
Slovakia and Hungary
Fujitsu Technology Solutions



Marcin Olszewski
Managing Director
HP Inc.



Anna Piechocka
dyrektor zarządzająca
Dagma



Dariusz Piotrowski
prezes zarządu
Dell Technologies



Andrzej Przybyto
prezes zarządu
AB



Adam Rudowski
prezes zarządu
Veracomp



Ilona Weiss
prezes zarządu
ABC Data



Mariusz Ziółkowski
Country Manager
Tech Data Polska
& TD AS Poland

DYREKTOR SPRZEDAŻY U DYSTRYBUTORA



Tadeusz Alankiewicz
dyrektor handlowy
Impakt



Wojciech Czupryn
Team Leader Sales
Eptimo



Patrycja Gawarecka
dyrektor sprzedaży
i marketingu
AB



Radostaw Góralczyk
Key Sales Director
ABC Data



Paweł Jurek
wicedyrektor ds. rozwoju
Dagma



Paweł Kopycki
dyrektor działu handlowego
Action



Tomasz Paradowski
Sales & Business
Development Director
Veracomp



Jan Parkita
dyrektor handlowy
w Dziale Video Solutions
Kontel



Marcin Ruciński
dyrektor ds. sprzedaży
Tech Data



**Magdalena
Wirth-Czarcińska**
dyrektor działu handlowego
Incom Group



Marta Zborowska
Sales Director
Connect Distribution



Daniel Żukowski
dyrektor sprzedaży
Konsorcjum FEN

SZEF KANAŁU PARTNERSKIEGO U PRODUCENTA



Grzegorz Bielawski
Country Manager
QNAP



Radostaw Czubaszek
Channel Sales Manager
Fujitsu Technology
Solutions



Maciej Deka
dyrektor ds. współpracy
z partnerami
HP Inc.



Sławomir Franczak
UPS Business
Development Manager
Legrand



Dariusz Głowacki
Business Development
Manager
CyberPower Systems



Agnieszka Jabłońska
dyrektor organizacji
partnerskiej
Cisco



Maciej Kotowicz
Channel Account Executive
Sophos



Robert Kulasiński
Distribution Channel Manager
TP-Link



Krzysztof Modrzewski
National Sales Manager
Epson



Dariusz Okrasa
Senior Channel Sales
Manager Poland,
Dell EMC



Adrian Pecyna
zastępca dyrektora
ds. dystrybucji produktów PQ
Eaton



**Bartosz
Prauzner-Bechcicki**
dyrektor ds. sprzedaży
Kaspersky Lab



Agnieszka Szarek
szef kanału partnerskiego
Fortinet



Paweł Śmigielski
Channel Manager
Stormshield



Emilia Urbanek
IT Channel Reseller
Manager
APC by Schneider Electric

MŚP mają kłopoty

Najczęstsze problemy z IT w małych i średnich przedsiębiorstwach to awarie sprzętu, trudności z zarządzaniem infrastrukturą i przestarzałe oprogramowanie – wynika z badania Konica Minolta. Jak zauważano, biznes w MŚP rozwija się często znacznie szybciej niż infrastruktura i poziom usług IT, co sprawia, że firmy dochodzą do tzw. ściany technologicznej – bez zadbania o kwestie IT gorzej radzą sobie na rynku, a nie zawsze mają budżet na inwestycje.

Przedsiębiorcy pytani o wpływ problemów z IT na biznes wskazywali, że największą bolączką jest strata czasu poświęconego na ich rozwiązywanie (41 proc.). Inne znaczące konsekwencje to mniejsza

Najczęstsze problemy z IT w MŚP

Awarie sprzętu	27%
Problemy z zarządzaniem infrastrukturą	24%
Przestarzałe oprogramowanie	24%
Zagrożenia bezpieczeństwa	23%
Słaby dostęp do internetu	20%
Awarie serwerów	20%

wydajność pracowników (37 proc.), nieplanowane koszty (35 proc.) i niższa jakość pracy (35 proc.).

Źródło: Konica Minolta, raport SMB IT Pain-Point Survey 2018

Polski rynek IT ostoją tradycji

Wydatki na IT w Polsce wzrosły w 2018 r. o 7,4 proc., do 12 mld dol. (ok. 45 mld zł) – wynika z danych IDC. Zdaniem analityków to przede wszystkim efekt inwestycji, które były wstrzymywane przez ostatnie lata. Przy czym sprzedaż zwiększyła się niemal we wszystkich sektorach rynku.



W naszym kraju wciąż popytem cieszą się rozwiązania tradycyjne. Firmy często wolą odnawiać posiadaną infrastrukturę, niż inwestować w technologie tzw. trzeciej platformy (chmura, Big Data, mobilność, media społecznościowe). W najbliższych latach można spodziewać się wzrostu popytu

przede wszystkim w tych obszarach, które mają największe znaczenie dla budowania przewagi firm na rynku (m.in. bezpieczeństwo, chmura, sztuczna inteligencja i tworzenie aplikacji).

W 2018 r. największy udział w wydatkach na IT miał sprzęt (6,5 mld dol., co oznacza wzrost o 11,2 proc. rok do roku). Cyfrowa transformacja sprzyjała inwestycjom szczególnie w branży ubezpieczeniowej i bankowości. Część przedsiębiorstw wdrażała nowe rozwiązania z uwagi na projekty konsolidacji lub konieczność dostosowania się do wymagań takich jak RODO.

Źródło: IDC

Więcej on-premise niż chmury

W IV kw. 2018 r. sprzedaż tradycyjnej infrastruktury, tj. niezwiązanej z cloud computingiem, ponownie była większa niż dostawy sprzętu do budowy chmury – ustaliło IDC. Proporcje udziałów w skali światowej wyniosły 51,7 proc. do 48,3 proc. Dane obejmują serwery, pamięć masową i przełączniki. W ujęciu wartościowym obroty na infrastrukturze chmurowej wzrosły o 28 proc. rok do roku, ale spadły o prawie 7 proc. wobec III kw. 2018 r. W przypadku instalacji on-premise było to odpowiednio mniej niż 1 proc. oraz +11,1 proc.



W opinii analityków zmiana jest przejściowa. Wskazuje na to trwający cykl odświeżania infra-

struktury, który zakończy się ich zdaniem w 2019 r. Według prognozy trend jest oczywisty: rynek urządzeń przeznaczonych do usług chmurowych będzie wyraźnie rosł w kolejnych latach – w 2019 r. obroty mają zwiększyć się o 6 proc. rok do roku wobec 1,3 proc. w 2018 r. Zapotrzebowanie na sprzęt niezwiązany z cloud computingiem powinno natomiast maleć. Udział takich rozwiązań w rynku serwerów, pamięci masowych i przełączników w 2023 r. ma wynieść 40,5 proc. wobec 51,6 proc. w roku 2018. W ciągu najbliższych pięciu lat przewidywany jest poza tym znaczny wzrost liczby wdrożeń chmury prywatnej.

Źródło: IDC



Certyfikat niczym prawo jazdy

Wielu integratorów traktuje certyfikaty IT jako zło konieczne. Ich niechęć do uzyskiwania tego typu dyplomów znajduje uzasadnienie.

WOJCIECH URBANEK

Sytuacja w świecie nowych technologii zmienia się niczym w kalejdoskopie. W efekcie każdy przedsiębiorca IT musi zadawać sobie pytanie: jak i czy w ogóle można nadą-

żyć za szaleńczym tempem cyfrowej transformacji? W odpowiedzi eksperci i producenci nawołują do edukacji klientów oraz integratorów. Ci ostatni w miarę możliwości starają się uczestniczyć za-

równy w kameralnych spotkaniach, jak i dużych konferencjach branżowych.

Jednak producenci nieustannie podnoszą poprzeczkę partnerom biznesowym. Żądają od nich, żeby nie tylko

Zdaniem integratora

Magdalena Idzik-Fabiańska, Executive Director, Infonet Projekt

Wiedza uzyskana podczas certyfikacji przekłada się na jakość usług. Dlatego też certyfikacja naszych pracowników stanowi jeden z elementów strategii firmy. Oczywiście wielokrotnie spotykamy się z opinią, że dopuszczanie do przetargów oferentów legitymujących się odpowiednimi certyfikatami jest niepotrzebnym wymysłem. Trzeba jednak brać pod uwagę to, że instytucje ogłaszające przetargi chcą mieć pewność, iż powierzają realizację projektów fachowcom.

Tomasz Spyra, CEO Rafcomu

Najważniejsze są certyfikaty potwierdzające naszą wiedzę, kompetencje bądź status partnerski. Choć zgadzam się z tym, że nie wszyscy pracownicy z certyfikatami dysponują niezbędnym doświadczeniem czy umiejętnościami. Certyfikaty są też bronią używaną w przetargach, ponieważ ograniczają liczbę oferentów. Poza tym pozwalają się nam wyróżnić na tle innych integratorów i pokazać klientom, że świadczymy usługi na wysokim poziomie.

rozwijali swoje umiejętności, ale również potwierdzali kwalifikacje stosownymi certyfikatami. Stosują przy tym metodę kija i marchewki. Od liczby i jakości certyfikatów często zależy bowiem poziom autoryzacji osiągnęty przez integratora, a z tym zwykle wiąże się poziom upustów cenowych bądź wsparcie marketingowe. Siłą rzeczy posiadanie wykwalifikowanych pracowników lub umiejętność ich wynajęcia na czas trwania projektu wpływa na parametry późniejszych transakcji.

O wadze certyfikatów przekonało się m.in. netology. Integrator znajdował się w trójce największych partnerów EMC w Polsce. Niemniej fuzja lidera rynku pamięci masowych z Dellem zburzyła istniejącą hierarchię, doprowadzając do ostrej konkurencji pomiędzy partnerami obu tych koncernów. Wojciech Muras, CEO netology, nie ukrywa, że walka o zdobycie najwyższego statusu Dell EMC byłaby niemożliwa bez uzyskania odpowiednich certyfikatów.

– *Ceny certyfikatów nie stanowiły dla nas bariery. Problemem była ich liczba, wręcz zabójcza dla średniej wielkości firmy. Ich zdobywanie pochłania mnóstwo czasu, tym samym generując wysokie koszty wewnętrzne. W końcu zdobyliśmy odpowiednie świadectwa, ale wymagało to od nas właściwego oszacowania stosunku wydatków do korzyści. Wprawdzie*

Dell EMC oddaje część środków integratorom w postaci rabatów, ale dotyczy to wyłącznie firm osiągających wysokie obroty – mówi Wojciech Muras.

Większość integratorów wypowieda się w podobnym tonie, przyznając, że jedną z największych korzyści wynikających z posiadania certyfikatów jest dostęp do przywilejów i wyselekcjonowanych ofert. Dominik Wojciechowski, architekt systemowy w Integrity Partners, zwraca uwagę na jeszcze jeden aspekt certyfikacji, a mianowicie eliminowanie konkurentów.

– *Paradoksalnie, stosunkowo wysokie koszty certyfikacji stanowią zaletę dla integratora, ponieważ umożliwiają ograniczenie konkurencji ze strony podmiotów, które nie posiadają takowych dokumentów – wyjaśnia Dominik Wojciechowski.*

Ten ostatni czynnik odgrywa kluczową rolę podczas przetargów publicznych. Integratorzy bardzo często traktują certyfikaty wystawiane przez producentów jako papieriek skracający drogę do intratnych kontraktów z instytucjami państwowymi.

– *Z certyfikatami w przetargach publicznych jest tak jak z prawem jazdy. Jeśli chcesz jeździć, musisz je mieć. Sam egzamin sprawdza wiedzę teoretyczną oraz standardowe zachowania na drodze. Ale nikt nie uczy na kursie wymiany koła czy tankowania auta. Tak samo jest w przypadku certyfikatów – tłumaczy Marta Zborowska, dyrektor sprzedaży w Connect Distribution.*

ZMIANY, ZMIANY

Laicy patrzą na zmiany w świecie nowych technologii poprzez pryzmat rozwoju smartfonów i innych elektronicznych gadżetów. Jednakże gdzieś w cieniu spektakularnych premier kolejnych iPhone'ów czy Samsungów Galaxy zachodzą procesy związane z modernizacją infrastruktury teleinformatycznej. Niemal co chwilę pojawiają się >

REKLAMA



Qoltec®

ZASILACZE AWARYJNE UPS ON-LINE

SPRAWDZONE ROZWIĄZANIA

HOME | INDUSTRIAL
www.qoltec.pl

Zapraszamy do współpracy!

ntec
EXPAND NEW TECHNOLOGY

ul. Chorzowska 44B, 44-100 Gliwice
tel. +48 (32) 231 16 82
info@ntec.pl | www.ntec.pl

Dział handlowy:
Wojciech Kowalewski tel. 502 438 598
Wojciech Cydzik tel. 505 851 552

Autoryzowani dystrybutorzy:

AB
www.ab.pl

ABC DATA
www.abcddata.pl

INCOM
www.incom.pl

KOMPUTRONIK
www.komputronik.pl

ACTION
www.action.pl

- ▶ nowe inicjatywy zmierzające do poprawy jakości transmisji, przetwarzania i przechowywania danych. Część z nich wzbudza euforię klientów, po czym okazuje się, że nie sprawdzają się w środowisku pracy bądź znajdują niszowe zastosowania.

Dowodem na potwierdzenie tej tezy jest technologia Hadoop. Jeszcze do niedawna wywoływała ona powszechny zachwyt analityków i ekspertów. Hadoop miał być panaceum na większość bolączek związanych z Big Data. Jednak w międzyczasie pojawiły się alternatywne rozwiązania w postaci Sparka oraz hurtowni danych oferowanych w modelu chmurowym... i za oceanem głośno zaczęto mówić o zmierzchu Hadoopa. Segment, który miał w najbliższych latach rozkwitać, zaczyna bardzo szybko się kurczyć. Dwaj odwieczni konkurenci – Cloudera oraz Hortonworks – aby zachować rynkową egzystencję, musieli połączyć siły. Niewykluczone więc, że cenny „papierek” zapewniający legitymowanie się tytułem Hadoop Developer wkrótce będzie można schować głęboko do szuflady.

Nie jest to pojedynczy przypadek. Lansowana przed kilku laty infrastruktura konwergentna ustępuje miejsca systemom hiperkonwergentnym. W ostatnim czasie na znaczeniu zyskują również architektura komponowalna oraz niereleacyjne bazy danych. Z drugiej strony, choć technologie rzeczywiście ewoluują, zmiany nie zawsze są aż tak dyna-

Czynniki zachęcające do certyfikacji

- podniesienie statusu partnerskiego, co zazwyczaj wiąże się ze zwiększeniem rabatów,
- ułatwienie uczestnictwa w przetargach publicznych,
- wyróżnienie się na tle konkurencji,
- podnoszenie kwalifikacji pracowników.

miczne, jak niekiedy przedstawia się je w mediach.

– *Rynek serwerów nie zmienia się co roku o 180 stopni. Niemniej, aby móc nadążyć za wszystkimi nowościami w danym obszarze, niezbędna jest kompleksowa wiedza na temat dostępnych rozwiązań. W tym pomaga m.in. certyfikacja* – mówi Aneta Ambroż, CEE Channel Program Manager w Dell EMC.

Innym wyzwaniem dla integratorów są często zmieniające się oferty producentów. Postęp technologiczny odpowiada za to, że znacznie skraca się czas życia produktów, a tym samym przydatności

certyfikatów. Specjaliści zwracają uwagę, że stosunkowo częste modyfikacje wersji oprogramowania systemowego powodują, iż coraz częściej termin ważności danego certyfikatu jest krótszy niż rok, co w praktyce zmusza ich posiadaczy do nieustannej edukacji.

Mimo wszystko integratorzy nie kwapią się do kolekcjonowania kolejnych certyfikatów, ograniczając ich liczbę do niezbędnego minimum. Odmienną filozofię wyznają producenci. Ich zdaniem zdobywanie świadectw na zmieniającym

się rynku IT ma większe znaczenie niż kiedykolwiek wcześniej.

– *Pracodawcy często przyznają awanse i zatrudniają pracowników na podstawie certyfikatów. Niektóre specjalizacje, w tym cyberbezpieczeństwo i chmura, są w ogromnym stopniu kształtowane przez certyfikacje. Warto podkreślić, że pracownicy z odpowiednim świadectwem potwierdzającym umiejętności zarabiają średnio o 15 proc. więcej od osób nielegitymujących się takowymi dokumentami. Co więcej, uzyskują produktywność wyższą od nich o 20 procent* – przekonuje Jewgienij Woronin, Partner Programs and Strategy Lead na region CEE w Microsoftzie.

CERTYFIKATY NIE TAKIE DOBRE, JAK JE MALUJĄ

Integratorzy często sceptycznie podchodzą do specjalistów hurtowo gromadzących certyfikaty. Dominik Żochowski, przewodniczący rady nadzorczej Engave, przyznaje, że ma różne doświadczenia z tego typu pracownikami. Oprócz dobrych fachowców pojawiają się też osoby niekompetentne. Pod koniec ubiegłego roku Engave przyjęło do pracy inżyniera IT posiadającego certyfikaty poświadczające wiedzę z zakresu pamięci masowych. Ten świeżo upieczony pracownik musiał jednak korzystać z pomocy stażystów, gdyż nie był w stanie uruchomić macierzy dyskowej, pomimo że posiadał certyfikat jej producenta. Po miesiącu integrator rozwiązał umowę o pracę, aczkolwiek poniósł koszty związane z miesięcznym wynagrodzeniem, a także usługami agencji rekrutacyjnej.

– *Po tym incydencie zmieniliśmy strategię zatrudnienia. Z kandydatami spotykamy się w laboratorium, gdzie trzeba rozwiązać realny problem. Część osób,*

Postęp technologiczny znacznie skraca „termin przydatności” certyfikatów.

Zdaniem dystrybutora

□ Sławomir Karpiński, prezes Connect Distribution

Certyfikaty, pomimo swoich niedoskonałości, stanowią podstawowy wyznacznik dla klienta końcowego. Przedsiębiorcy poszukujący w danym regionie partnerów najpierw zwracają uwagę na ich status, a ten po części jest uzależniony od posiadanych certyfikatów. Dodatkowo są one ważną informacją dla producentów, którzy na podstawie danych o posiadanych świadectwach i uprawnieniach mogą ocenić integratorów bądź resellerów oraz powierzać im realizację odpowiednich projektów.

kiedy dowiaduje się o sposobie rekrutacji, w ogóle nie przychodzi na spotkanie... – mówi Dominik Żochowski.

Odosobniony przypadek? Niekoniecznie. Paweł Bociąga, prezes Symmetry, przyznaje, że spotkał się z podobnymi sytuacjami, aczkolwiek nie są one nagminne. Podkreśla, że z jego punktu widzenia kluczowe znaczenie ma wiedza praktyczna, a liczba certyfikatów to element drugoplanowy, choć mile widziany.

Wskutek złych doświadczeń firmy IT wychodzą często z założenia, że posiadanie certyfikatu nie zawsze idzie w parze z wiedzą praktyczną i umiejętnościami. To się nie zmienia, dopóki wszyscy producenci z branży informatycznej nie będą z większą powagą podchodzić do szkoleń i procesów certyfikacyjnych. Otrzymanie świadectwa po zaliczeniu testu wielokrotnego wyboru nie jest najszcześniejszym rozwiązaniem, tym bardziej że w internecie można bez trudu znaleźć arkusze z właściwymi odpowiedziami.

– Czasami egzaminy są zdawane przed specjalnymi komisjami, ale przeważnie dotyczy to wysokich stopni certyfikacyjnych, bardzo drogie, a przez to praktycznie niedostępnych na rynku pracowniczym – przyznaje Dominik Wojciechowski.

Producenci uczą się na błędach i dokonują mniejszych bądź większych korekt w procesach certyfikacji. Najczęściej dotyczą one weryfikacji umiejętności w zakresie rozwiązywania praktycznych problemów. Przykładowo osoba ubiegająca się o certyfikat Microsoft Azure musi wykonać od siedmiu do dziewięciu zadań w laboratoriach, które zostały specjalnie przystosowane do celów egzaminacyjnych. Również inni producenci starają się, aby egzaminy nie przybiera-

Czynniki zniechęcające do certyfikacji

- wysokie koszty,
- strata czasu na szkolenia i egzaminy,
- niewielka przydatność certyfikatu,
- niski poziom szkolenia,
- krótki cykl życia certyfikatu.

Zdaniem producenta

□ **Łukasz Bromirski**
dyrektor ds. technologii, Cisco

Do zdobywania certyfikatów zachęca integratorów nie tylko pewność, że osoba posiadająca taki dokument jest już przygotowana do konkretnej pracy. Oferują one korzyści wynikające z przywilejów dla autoryzowanych partnerów. Z drugiej strony, słuchając opinii partnerów i ich niekiedy negatywnych reakcji, dostrzegamy problem polegający na tworzeniu przez producentów certyfikatów, które nie mają długoterminowej wartości i często znikają w ciągu kilku miesięcy od pojawienia się na rynku. W tej sytuacji zainwestowanie pieniędzy i czasu oraz oddelegowanie pracownika wiąże się po prostu ze stratą dla integratora.

ly groteskowej formy. Dell Technologies zapewnia, że przestrzega rygorystycznych przepisów w zakresie certyfikacji – egzaminy są przeprowadzane w zewnętrznych specjalistycznych ośrodkach i nadzorowane przez wyznaczonych do tego celu ekspertów. Z kolei Cisco deklaruje, że uważnie monitoruje rynek certyfikacyjny oraz reaguje na wszelkiego rodzaju informacje na temat naruszeń własności intelektualnej lub integralności samego egzaminu.

CERTYFIKATY WARTY TYSIĄCE DOLARÓW

Na rynku dostępna jest szeroka gama certyfikatów: z języków programowania, testowania, obsługi narzędzi programistycznych, bezpieczeństwa, wirtualizacji, projektowania środowisk chmurowych i wielu innych dziedzin. Ich mnogość nie ułatwia wyboru. W Stanach Zjednoczonych pewnego rodzaju drogowskazem jest ranking Global Knowledge, prezentujący najbardziej wartościowe certyfikaty IT. W ostatnim zestawieniu aż trzy z sześciu najbardziej opłacalnych w USA certyfikatów związanych jest z rozwojem i architekturą środowisk chmurowych Google, AWS i Microsoft Azure. Na szczycie znajduje się Google Certified Professional Cloud Architect, który zadebiutował w 2017 r. Jego posiadacz inkasuje rocznie niemal 140 tys. dol.

Obok certyfikatów chmurowych w pierwszej piątce najliczniej reprezentowane są certyfikaty bezpieczeństwa. Specjaliści legitymujący się świadectwami plasującymi się w czo-

łówce klasyfikacji Global Knowledge nie mają problemów ze znalezieniem lukratywnych posad z rocznymi zarobkami powyżej 100 tys. dol. W Polsce nikt nie prowadzi tego typu obserwacji, niemniej dystrybutorzy oraz producenci dostrzegają wzrost zainteresowania niektórymi certyfikatami. W Tech Dacie od pewnego czasu zauważają zwiększony popyt ze strony partnerów na szkolenia związane z produktami i usługami Amazon Web Services, Microsoft Azure, VMware NSX czy VMware vSAN.

Z danych Microsoftu wynika, że reselery z naszej części Europy zaczynają poważnie myśleć o chmurze. W Europie Centralnej i Wschodniej liczba egzaminów certyfikacyjnych tego producenta wzrosła o 24 proc. Największa dynamika wzrostu miała miejsce w przypadku usług chmurowych Azure i Dynamics 365. Liczba egzaminów zdanych przez partnerów Microsoftu wzrosła odpowiednio o 96 proc. i 44 proc.

W Cisco z roku na rok nabierają znaczenia specjalizowane certyfikaty związane w szczególności z bezpieczeństwem (CCNA Cyber Ops) i centrami danych (CCNA Data Center i CCNP Data Center). W przyszłości ciekawym kierunkiem powinna być certyfikacja dla programistów sieciowych Cisco Dev Net, ale na razie jest ona na etapie tworzenia. Notabene integratorzy są na ogół zgodni, że właśnie specjalistyczne kursy umożliwiają zdobycie nowych, cennych kwalifikacji. Tego samego nie da się powiedzieć o ścieżkach certyfikacyjnych producentów, których głównym celem jest szybkie zwiększanie udziałów w rynku. ■

Certyfikacja

czyli win-win-win dla producentów, integratorów i klientów

Większość firm zdaje sobie sprawę ze znaczenia certyfikacji technicznych i sprzedażowych, jednak wiele z nich wciąż nie posiada ich w obszarach, którymi się zajmuje. Korzyści, które przynosi pozyskanie odpowiednich uprawnień, nie ograniczają się jedynie do poszerzenia wiedzy na temat rozwiązań. Integratorzy mogą liczyć na dodatkowe profity.

Idea certyfikacji jest prosta. Producenci określonych rozwiązań proponują integratorom programy szkoleń, które z reguły kończą się uzyskaniem certyfikatu. Zdobywanie podstawowych uprawnień zazwyczaj jest stosunkowo łatwe i nie wymaga dużych nakładów finansowych, a kluczową korzyścią jest pogłębienie wiedzy na temat produktów.

Większe wyzwanie stanowią wyższe poziomy szkoleń i specjalizacji, które zapewniają dodatkowe możliwości i profity. Wiąże się z nimi konieczność ciągłej edukacji, poświęcania czasu, a niekiedy również środków finansowych. Niemal każdy z dużych producentów rozwiązań IT ma własne programy szkoleniowe i egzaminy. Dlatego z perspektywy firmy istotne jest, aby wybrać te, które w przyszłości przyniosą oczekiwany zwrot. Profity wynikające z pozyskiwania certyfikatów producentów przez specjalistów są na tyle liczne i istotne, że z całą pewnością rekompensują koszty.

PRZEWAGA KONKURENCYJNA

Certyfikacja stanowi przede wszystkim potwierdzenie umiejętności. Inwestowanie w poszerzanie wiedzy specjalistów prowadzi wprost do uzyskiwania przewagi kompetencyjnej nad konkurencją. Każdy świadomy klient zwraca uwagę na to, jak i przez kogo jest obsługiwany. Dzięki takiemu zaświadczeniu może on w prosty i szybki sposób zweryfikować, czy firma,

z którą zamierza współpracować, ma odpowiednie kwalifikacje, czy zna produkty, które sprzedaje, i czy będzie w stanie zapewnić wysoki poziom obsługi.

Umiejętności poświadczone odpowiednimi dokumentami przekładają się nie tylko na łatwiejsze pozyskiwanie klientów, ale również na prowadzenie projektów. Bardziej kompetentny zespół sprawniej i szybciej poradzi sobie z wdrożeniem, a także rozwiązywaniem problemów. W efekcie użytkownik otrzymuje usługę wysokiej jakości.

WYŻSZY ZYSK

Programy certyfikacyjne wiążą się również z bardzo wymiernymi korzyściami finansowymi. Producentom opłaca się wspierać partnerów biznesowych, którzy specjalizują się w ich rozwiązaniach. Powód jest prosty – to oni odpowiadają za sprzedaż. Co więcej, to integratorzy mają bezpośredni kontakt z klientami, więc są także częściowo odpowiedzialni za wizerunek marki.

Najczęściej producenci nakłaniają integratorów do inwestowania w kompetencje z zakresu swoich rozwiązań, oferując rabaty lub inne korzyści. Dzięki temu firmy, które uzyskały certyfikację, mogą proponować klientom niższe ceny lub uzyskiwać wyższe marże ze sprzedaży. Gwarantuje to bezpośredni, finansowy zwrot z inwestycji w zdobywanie uprawnień i osiąganie kolejnych poziomów specjalizacji.

EFEKTYWNY MARKETING

Wsparcie dla certyfikowanych partnerów to jednak nie tylko rabaty. Wielu producentów rezerwuje dla integratorów osobne budżety marketingowe lub aktywnie wspiera ich projekty. Współpraca w tym zakresie umożliwia wykorzystanie mocnych stron obu podmiotów. Producent posiada duży budżet marketingowy, a integrator bezpośredni dostęp do rynku i jego znajomość. Dostawca razem z zaufanym i sprawdzonym partnerem może więc lepiej zagospodarować te fundusze i efektywniej dotrzeć do potencjalnych klientów.

WSPARCIE DYSTRYBUTORA

Ważną rolę w całym systemie odgrywają również dystrybutorzy rozwiązań, którzy aktywnie dzielą się wiedzą z partnerami. Veracomp za pomocą szkoleń wspiera integratorów i pomaga im w przygotowaniach do uzyskania uprawnień.

– Już niemal od 30 lat wspieramy naszych partnerów biznesowych. Przy certyfikacji dzielimy się z nimi naszymi doświadczeniami, przygotowujemy szkolenia: zarówno stacjonarne, jak i webinary, dostarczamy materiały marketingowe oraz zapewniamy bieżącą pomoc. Mamy świadomość tego, jak ważna jest dzisiaj wiedza, dlatego chętnie wspieramy integratorów w samokształceniu i zdobywaniu nowych kompetencji technicznych oraz sprzedażowych – podsumowuje Anna Styrylska, dyrektor Działu Marketingu w Veracompie.

Jak to działa?



Przedstawiamy przykładowe zasady współpracy z wybranymi producentami z oferty Veracomp.

EXTREME NETWORKS

Partnerzy Extreme Networks uzyskują dostęp do bezpłatnych szkoleń handlowych, dzięki którym mogą poznać tajniki sprzedaży i marketingowe producenta. Ponadto oferuje on płatne szkolenia z zakresu swoich rozwiązań. Udział w komplecie treningów zapewnia wejście na wyższy poziom certyfikacji, z którym wiąże się wymierne korzyści, m.in. widoczność na stronie producenta oraz możliwość korzystania z funduszy marketingowych i programu demo.

HUAWEI

„Certyfikacje firmy Huawei należą do najbardziej wszechstronnych i dostosowanych do potrzeb branży ICT na świecie. Pozwalają one specjalistom systematycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności w zakresie zarówno dotychczas stosowanych, jak i wschodzących technologii IT” – mówi Andrzej Wilkowski, Head of Huawei Team w Veracompie. Zdobywanie odpowiednich uprawnień wiąże się nie tylko z potwierdzeniem wiedzy i umiejętności w danym obszarze oraz korzyściami dla partnera, ale także z profitami dla samych specjalistów.

FORTINET

Program partnerski Fortinet składa się z czterech poziomów: Authorized, Silver, Gold i Platinum. Możliwość certyfikacji na wyższym poziomie wiąże się bezpośrednio z 8-stopniowym programem Fortinet Network Security Expert (NSE), przeznaczonym dla specjalistów w danej firmie. Przykładowo: aby uzyskać poziom Silver, integrator musi mieć przynajmniej jednego specjalistę z NSE1 i NSE2 oraz jednego z NSE4. Spełnienie wymogów w przypadku każdego z poziomów przekłada się średnio na zwiększenie obrotów o 42 proc. Ponadto wyższy status integratora potwierdza jego wiedzę i doświadczenie, któ-

re może przełożyć się na przychody z usług wsparcia lub dzierżawy sprzętu. Kolejne poziomy certyfikacji ułatwiają także pozyskanie wsparcia marketingowego.

VEEAM

Producent oferuje rozbudowany program partnerski dla integratorów systemów IT. Kolejne poziomy nie wynikają jedynie z wielkości zamówień, wiąże się także z koniecznością zdobywania przez pracowników firmy odpowiednich certyfikatów, potwierdzających ich kompetencje i umiejętności. Spośród najważniejszych korzyści dla partnerów wyróżnić należy rabaty na rozwiązania Veeam sięgające nawet 34 proc., dostęp do materiałów handlowych i marketingowych, a także szybsze zawieranie transakcji.

WATCHGUARD

Integratorzy, którzy chcą podnieść swój status partnerski, nie muszą spełniać żadnych wymogów co do wielkości obrotów – wystarczy mała inwestycja w sprzęt demo oraz darmowe szkolenia online zakończone egzaminem. Nowi partnerzy, którzy zainwestowali już czas i zasoby oraz posiadają certyfikację innego producenta rozwiązań security, mogą skorzystać z programu Status Match. Zostanie im zaproponowany taki sam poziom partnerstwa w WatchGuard na start i pół roku na uzupełnienie wiedzy. Wyższy status umożliwi również uzyskiwanie upustów, rabatów posprzedażnych i środków marketingowych oraz dopuszcza do udziału w programie MSSP, przeznaczonym dla dostawców zarządzanych usług bezpieczeństwa.

RED HAT

Certyfikowane szkolenia Red Hat należą do najbardziej poszukiwanych i zarazem wartościowych treningów technicznych

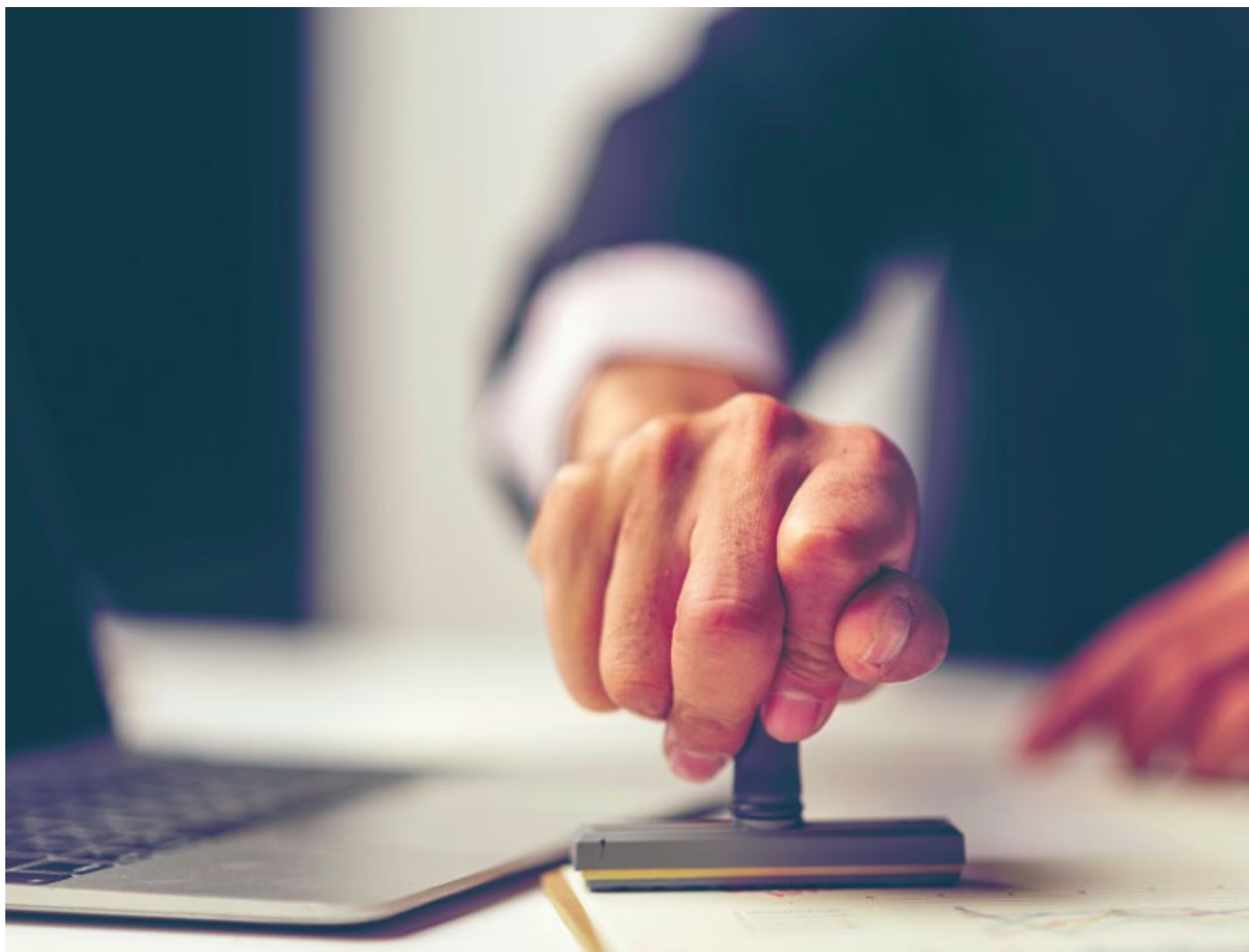
w obszarze IT. Kursy w dużej mierze skupione są na wiedzy praktycznej, a zdobycie odpowiednich kompetencji wiąże się z możliwością uzyskania wyższej marży ze sprzedaży, jak również ochrony projektu przez rejestrację. Zdobywanie certyfikatów zapewnia autoryzację, dzięki której integrator może otrzymać opiekuna z zespołu Red Hat w Polsce, a także wnioskować o środki marketingowe i wsparcie producenta.

POLY

Certyfikacja w przypadku firmy Poly dzieli się na kategorie, które uprawniają do sprzedaży poszczególnych grup rozwiązań. Udział w kolejnych szkoleniach wiąże się nie tylko z poszerzaniem wiedzy, ale także z prestiżem, jaki daje możliwość umieszczenia w materiałach marketingowych oraz handlowych logo Certyfikowanego Partnera Poly.

Veracomp, autoryzowany dystrybutor rozwiązań Poly, prowadzi też autorski program Partner PRO. Zapewnia on certyfikowanym partnerom udział w specjalistycznych szkoleniach, pierwszeństwo w wypożyczaniu sprzętu, jak również pomoc techniczną, materiały marketingowe i obecność na stronie polycom.veracomp.pl.

Jak podkreśla Marcin Derecki, Senior Account Manager w VisionCube: „Certyfikacja Poly to potwierdzenie posiadanych kompetencji i wiedzy. Nie chodzi o samą znajomość produktu, ale umiejętność projektowania rozwiązań szytych na miarę dla klientów i pomagania im w rozwiązywaniu problemów. Dzięki temu możemy stale się rozwijać w zakresie rozwiązań Poly. Jesteśmy nieustannie zaangażowani w produkt i jako jedni z pierwszych możemy zapoznawać się z nowościami oferowanymi przez producenta, co daje nam przewagę nad firmami, które nie zainwestowały w certyfikację”.



Certyfikacja: przede wszystkim bezpieczeństwo

Certyfikaty, jakimi dysponują centra danych, jak również dostawcy usług i infrastruktury, stają się ważnym narzędziem walki konkurencyjnej.

KRZYSZTOF PAŚLAWSKI

Jeszcze kilka lat temu certyfikaty ISO czy ANSI stanowiły rynkowy wyróżnik dla centrów danych i integratorów. W dobie chmury, spektakularnych cyberataków i coraz bardziej rygorystycznych zapisów prawnych nie można już ich pominąć. Zresztą sami klienci coraz częściej wymagają od kontrahentów formalnego potwier-

dzenia określonych standardów. Stały się one jednym z kryteriów wyboru dostawców. Poza tym w wielu przypadkach, np. w administracji, a także w firmach z różnych branż, stanowią konieczny warunek uzyskania zamówienia. Jak podaje Beyond.pl, obecnie już w 100 proc. zapytań ofertowych pojawiają się związane z tym wymogi.

Zdaniem operatora

■ Tomasz Sobol, dyrektor marketingu Beyond.pl

Certyfikacja to bardzo duża wartość dodana dla integratorów. Dzięki niej ich oferta staje się unikatowa. Umożliwia pozyskanie i utrzymanie klienta. Ze względu na rosnącą liczbę regulacji usług cyfrowych certyfikacje z każdym rokiem będą stanowić coraz ważniejszy wyróżnik. Wystarczy spojrzeć na polski rynek. W 2015 r. była tylko jedna serwerownia z certyfikatem. Dziś mamy już pięć takich obiektów: cztery ze standardem na poziomie 3 i Beyond.pl z klasą 4. Certyfikacje stały się szczególnie ważne ze względu na takie regulacje jak RODO i ustawę o cyberbezpieczeństwie. Na Zachodzie natomiast gwarantują niższe ceny ubezpieczeń dla biznesu, ponieważ zapewniają zmniejszenie ryzyka związanego z utratą lub niedostępnością danych, aplikacji oraz systemów.

■ Marcin Zmaczyński, dyrektor regionalny Aruba Cloud w Europie Środkowo-Wschodniej

Wraz ze wzrostem znaczenia danych coraz ważniejsza będzie gwarancja ich bezpieczeństwa i nieprzerwanego dostępu do firmowych zasobów. Dla wielu przedsiębiorstw, zwłaszcza działających na konkurencyjnych rynkach, przerwa w świadczeniu usług może oznaczać podkopanie zaufania klientów, a w konsekwencji ich odpływ do konkurencji. Dla małych i średnich firm, które zajmują się na przykład Big Data, dostępność mocy obliczeniowej za pośrednictwem chmury... to być albo nie być. Także kwestia ekologii będzie zyskiwała na znaczeniu. Wiele przedsiębiorstw będzie chciało pochwalić się, że korzystają z usług data center, które nie przyczynia się do zmian klimatycznych.

Zmiana oczekiwań nastąpiła bardzo szybko, zwłaszcza w minionych kilkunastu miesiącach, ze względu na regulacje RODO oraz NIS (ustawa o cyberbezpieczeństwie). Stąd bardzo ważną kwestią dla przedsiębiorstw stało się potwierdzenie bezpieczeństwa danych, dostępności usług oraz ciągłości działania.

– Dla firm przetwarzających strategiczne dane lub działających w branżach regulowanych posiadanie przez operatora data center takiego certyfikatu jak ISO/IEC 27 001:2013 lub ISO 9001:2015 jest warunkiem niezbędnym do tego, by w ogóle rozpocząć rozmowy. Dotyczy to nie tylko dużych firm – twierdzi Adam Dzielnicki, kierownik produktu w Atmanie.

Po ubiegłorocznym wejściu w życie nowych unijnych regulacji w zakresie przetwarzania danych certyfikat ISO 27001, dotyczący bezpieczeństwa informacji, staje się dla klientów bardzo ważnym kryterium wyboru dostawcy. Potwierdza spełnienie standardów m.in. w zakresie polityki bezpieczeństwa, zgodności z przepisami, zarządzania systemami i sieciami, kontrolą dostępu, rozwoju oraz utrzymania systemów informatycznych, a także zarządzania incydentami związanymi z bezpieczeństwem informacji. Przy czym standard zarządzania jakością ISO 9001, choć najbardziej rozpoznawalny wśród klientów z różnych branż, nie jest wcale najważniejszy.

– Na rynku data center liczą się dwie certyfikacje: ANSI/TIA i Uptime Institute. Ze względu na globalne uznanie i rozpoznawalność są bardzo dobrze przyjmowane przez międzynarodowe koncerny. Około 90 proc. zapytań ofertowych klientów dotyczy tych dwóch certyfikatów – mówi Tomasz Sobol, dyrektor marketingu Beyond.pl.

Warto przy tym wspomnieć, że w naszym regionie – pod naciskiem UE – pojawiają się również certyfikaty EN50600, które są europejską wersją ANSI. Niemniej według operatorów DC w najbliższym czasie mają zyskiwać na znaczeniu takie certyfikaty jak: Uptime Institute (dostępność infrastruktury data center), PCI DSS (bezpieczeństwo przetwarzania danych związanych z kartami płatniczymi), SOC (kontrola

systemu i organizacji) a także ISO 27001 i ISO27018 (bezpieczeństwo danych w chmurze). W tym kontekście wymienia się również CISPE (standard w zakresie udostępniania danych oraz jakości i ciągłości świadczenia usług). Ponadto może się okazać, że polscy użytkownicy będą coraz częściej szukać >

REKLAMA

Synology®

BEZPŁATNY BACKUP OZNACZA WIĘKSZY BUDŻET NA PRZYJEMNOŚCI!



- dostawców z logo Green Energy (potwierdzenie zasilania z odnawialnych źródeł).

W wyróżnieniu się na rynku ma pomóc też osiągnięcie unikalnych poziomów bezpieczeństwa lub dostępności, co oznacza spełnienie wysrubowanych wymagań. Przykładowo Exea podkreśla w rozmowach z klientami, że mając centrum danych z niezależnym certyfikatem Tier III (jedynym w Polsce), udało się jej stworzyć unikalną ofertę.

O wartości certyfikacji, która przekłada się na kolejne kontrakty, może świadczyć przykład nowego data center Aruba Cloud pod Mediolanem. Obiekt, który zbudowano zgodnie z certyfikatem ANSI/TIA-942:2014 Rating 4 (najwyższy poziom bezpieczeństwa danych zarówno ochrony przed ich utratą, jak i nieautoryzowanym dostępem do nich), jeszcze przed uruchomieniem miał zarezerwowane 50 proc. zasobów, a w ciągu roku od rozpoczęcia działalności – 100 proc. Jednakże, aby spełnić związane z tym wymagania, przygotowania do certyfikacji należy rozpocząć już na etapie projektowania budynku.

Tak czy inaczej, dostawcy usług IT, którzy planują rozwój w nowych segmentach rynku, prawdopodobnie nie unikną starań o kolejne certyfikaty. Według organizacji normalizacyjnej ISO można spodziewać się także nowych standardów. Klienci zainteresowani sztuczną inteligencją, edge computingiem czy biometrycznymi rozwiązaniami bezpieczeństwa będą szukać firm, które posiadają w tym zakresie odpowiednie świadectwa.

MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWA RÓWNIEŻ OCZEKUJĄ CERTYFIKATÓW

Co istotne, dotychczas oczekiwania dotyczące formalnych poświadczeń miały przede wszystkim duże przedsiębiorstwa. Od pewnego czasu także średni, a nawet mali klienci coraz częściej oczekują od dostawców odpowiednich papierów. Z obserwacji dostawców IT wynika, że zwłaszcza nowopowstałe firmy i startupy mają wysokie wymagania i poszukują rozwiązań, które umożliwią szybki rozwój biznesu bez obawy o ewentualne zawirowania związane chociażby z kwestiami cyberbezpieczeństwa oraz prawnymi. Generalnie jednak gwarancji bezpieczeństwa domagają się przede wszystkim instytucje publiczne, a także firmy z sektora finansowego i energetycznego.

Jak zauważali dostawcy, posiadanie certyfikatu nie jest jednak absolutnym gwarantem spełnienia określonych norm. Istotna jest weryfikacja za pomocą powtarzanych, zewnętrznych audytów, a z tym bywa różnie. Bez odpowiedniego nadzoru zdarzają się błędy w implementacji wymaganych certyfikacją rozwiązań albo nie są one właściwie rozwijane. Integratorzy powinni zwrócić uwagę na niezależność instytucji audytującej oraz charakter przyznanego certyfikatu.

Zdaniem integratora

❑ Jacek Węgrzyk, wiceprezes IT Punkt

Dla klientów bardzo ważne jest bezpieczeństwo danych. Zwłaszcza po wprowadzeniu RODO często słyszymy pytania dotyczące tej kwestii. Dlatego zdecydowaliśmy się uzyskać certyfikat ISO 27001, jako potwierdzenie przestrzegania procedur bezpieczeństwa. Gdy ktoś chce wiedzieć, jak chronione są dane, i słyszy, że firma ma ISO 27001, to zazwyczaj kończy dyskusję. Mamy już pozytywną opinię zewnętrznego audytora. Uzyskanie certyfikacji to oczywiście także koszt, ale w sumie opłaca się nie tylko z uwagi na oczekiwania klientów. Spełnienie jej wymagań umożliwiło nam uporządkowanie pewnych procesów, co i tak warto było zrobić nie tylko dla papieru. Mam tutaj na myśli między innymi regulacje dotyczące zabezpieczeń rozwiązań mobilnych. Poza tym po wstępnej analizie firmy zewnętrznej okazało się, że w zasadzie nie trzeba było niczego zmieniać. Nawet nie mając formalnego potwierdzenia, przestrzegaliśmy wysokich standardów, bo po prostu inaczej trudno z powodzeniem funkcjonować w biznesie data center czy jako integrator systemów.

Jeśli chodzi o certyfikację dużych centrów danych na poziomach typu Tier III czy IV, to dla ich klientów z pewnością ma to duże znaczenie. Niektóre przedsiębiorstwa wymagają najwyższego poziomu ochrony, a także odpowiednich procesów od dostawcy usług.

– Czasem sama deklaracja spełnienia norm może okazać się niewystarczająca. Warto zweryfikować, kto audytował dany ośrodek i w jaki sposób. Niestety, ostatnie doświadczenia z krajowego rynku pokazują, że nawet duże i uznane marki mają problemy z utrzymaniem ciągłości działania. Oznacza to, że odpowiednie

procedury są naprawdę istotne – podkreśla Łukasz Ozimek, dyrektor ds. operacyjnych w Exea Data Center. Przekonuje, że dla integratorów współpraca z certyfikowanym centrum danych jest dodatkowym atutem na rynku.

Adam Dzielnicki, kierownik produktu w Atmanie, zauważa, że integratorzy, którzy rozważają rozpoczęcie współpracy z centrum danych,

powinni postarać się też o dobre zrozumienie działania oferowanego produktu czy usługi, bo wiele z nich ma swoją specyfikę. Certyfikaty potwierdzają spełnienie kluczowych wymagań, ale nie uwzględniają wszystkich detali.

– Certyfikacja to ocena przez pryzmat pewnych zdefiniowanych kryteriów. To nie zawsze w pełni oddaje jakość wszystkich elementów konkretnego rozwiązania, szczególnie w przypadku gdy jest ono zbudowane od podstaw zgodnie z indywidualnymi wymaganiami klienta – podsumowuje przedstawiciel Atmana.

Dostawcy usług IT prawdopodobnie nie unikną starań o kolejne certyfikaty.

Dlaczego certyfikacje DC będą zyskiwać na znaczeniu?

Kompleksowe podejście do bezpieczeństwa, jakie cechuje specjalistów Beyond.pl, potwierdzone najbardziej wymagającymi certyfikatami, gwarantuje klientom centrum danych utrzymanie usług bez względu na okoliczności.

Postęp technologiczny przyczynia się do ogromnego wzrostu efektywności w firmach. Nowe rozwiązania nie tylko zapewniają optymalizację kosztów, analizę danych w czasie rzeczywistym, efektywniejsze zarządzanie zasobami ludzkimi, kontrolowanie produkcji, ale także ułatwiają zdobywanie nowych obszarów dla dystrybucji usług i produktów. Gdy możliwości stale rosną, kluczem do sukcesu staje się utrzymanie ciągłości działania. Nic więc dziwnego, że – jak pokazują wyniki piątej edycji badania „Cisco Benchmark Study 2019” – firmy zwiększają wydatki na analizę ryzyka związanego z obszarem cyberbezpieczeństwa i dostępnością usług.

ŁATWIEJ ZADBAĆ O COMPLIANCE

Na to, że przedsiębiorcy zaczęli bardziej troszczyć się o bezpieczeństwo i zgodność ze standardami, wpływ mają także nowe regulacje prawne, w tym RODO



WOJCIECH STEFANIAK
dyrektor Centrum Danych
w Beyond.pl

Certyfikat Rated 4
ANSI/TIA 942, mimo że

głównie dotyczy kwestii technicznych, jest jasnym sygnałem dla biznesu, że centrum danych zostało zaprojektowane, zbudowane i przetestowane zgodnie z tym standardem. Gwarantuje on najwyższy poziom dostępności danych, systemów oraz aplikacji. Tym samym ma dla klientów kluczowe znaczenie gdy mowa o planowaniu ciągłości działania firmy.

czy Ustawa o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa, które nakładają nowe obowiązki na firmy i administrację publiczną. W efekcie na rynku usług data center i cloud computingu mamy do czynienia z rosnącym zainteresowaniem usługami dostawców, którzy dysponują odpowiednimi certyfikatami branżowymi, takimi jak: Rated 4 ANSI/TIA 942, PCI DSS oraz ISO 27001.

– Wymienione certyfikacje w dużym stopniu gwarantują zapewnienie zgodności działania świadczonych usług z regulacjami prawnymi, normami bądź zestawami zaleceń potrzebnych naszym klientom – podkreśla Tomasz Sobol, dyrektor marketingu w Beyond.pl.

Beyond.pl to w naszej części Europy jedyny dostawca usług data center i cloud computingu, który może się pochwalić najwyższym standardem bezpieczeństwa, gwarantującym nieprzerwaną pracę nawet w przypadku wystąpienia awarii lub incydentu – Rated 4 ANSI/TIA 942.

GWARANCJA CIĄGŁOŚCI DZIAŁANIA I JAKOŚCI ŚWIADCZONYCH USŁUG

Wspomniana certyfikacja oznacza, że ani jakiegokolwiek prace związane z konserwacją oraz naprawami, ani pojedyncze błędy nie mają wpływu na działanie serwerowni. Gwarantuje to redundancja zastosowana we wszystkich kluczowych obszarach: mechaniki, zasilania i telekomunikacji. W klasie Rated 4 restrykcyjnie zdefiniowano także architekturę i lokalizację centrum przetwarzania danych. Żeby spełnić wyśrubowane wymagania, obiekt musi być zaprojektowany i zbudowany w taki sposób, aby uwzględnić minimum dwa różne podejścia zasilania energią elektryczną do budynku oraz



różne trasy podejścia operatorów telekomunikacyjnych. Z kolei w przypadku lokalizacji niedopuszczalna jest budowa centrum danych np. na terenach zalewowych, w sąsiedztwie aeroklubów czy też przedsiębiorstw wysokiego ryzyka, jak spalarnie śmieci czy zakłady chemiczne.

Co ważne, certyfikaty dotyczące warunkowań technicznych muszą mieć także wsparcie w sferze organizacyjnej. Wdrożony w Beyond.pl system zarządzania bezpieczeństwem informacji, zgodny z normą ISO 27001, gwarantuje, że w centrum danych stosuje się odpowiednie procedury wewnętrzne i dba o poufność, dostępność oraz integralność wszelkich informacji. Zresztą nie tylko tych, które dotyczą klientów, ale także związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa. Między innymi określone są konkretne działania, jakie pracownicy muszą podjąć, gdy dojdzie do incydentu związanego z bezpieczeństwem informacji.

Więcej informacji o centrum danych i świadczonych usługach:

PAULINA DURCZAK, BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER,
P.DURCZAK@BEYOND.PL, TEL. +48 782 649 149



Czy oprogramowanie zdobędzie centrum danych?

Odpowiedź na zadane w tytule pytanie brzmi: na pewno nie w najbliższym czasie, bo projektów w całości zgodnych z ideą Software Defined wciąż jest niewiele. Jeśli pierwsi klienci przekonają się do programowalnej, elastycznej i tańszej w eksploatacji infrastruktury, wdrożeń z każdym rokiem będzie przybywać. Przystawianie się na nowe tory nie będzie jednak łatwe ani dla użytkowników, ani integratorów.

TOMASZ JANÓŚ

Gdy pojawiła się koncepcja programowalnej infrastruktury, zapowiadająca nową erę w centrum danych, mogło się wydawać, że sprawy potoczą się w błyskawicznym tempie. Jednak klienci, choć od początku wykazywali spore zainteresowanie nowym

podejściem technologicznym, nie byli pewni bezpośrednich korzyści biznesowych i obawiali się zupełnie nowego sposobu wdrażania. Także integratorzy nie przejawiali wielkiego zapału do sprzedaży innego modelu infrastruktury. Niewątpliwym wpływem na konserwatywne

nastawienie użytkowników końcowych i resellerów mieli potentaci rynkowi dostarczający tradycyjną infrastrukturę, którzy w nowej koncepcji widzieli zagrożenie dla swoich interesów.

Wraz z Software Defined pojawiły się też obawy ze strony administratorów IT

Fot. AdobeStock

u klientów, związane z tym, że automatyzacja może ograniczać zapotrzebowanie na informatyków w firmach. Te zarzuty są przez integratorów odpiwane.

– *Dzisiaj na rynku brakuje inżynierów, a będzie brakować ich jeszcze bardziej. Automatyzacja nie odwróci tego trendu, a informatycy powinni zaznajamiać się z nowymi narzędziami bez względu, czy będzie to SDN, czy inne rozwiązanie* – twierdzi Marcel Guzenda, Business Solutions Architect w Sevenecie.

Dzisiaj wciąż trudno mówić o przełomie. O ile jednak SDN (Software Defined Networking), a także SDS (Software Defined Storage) czy całościowa koncepcja SDDC (Software Defined Data Center) nie zyskały jeszcze powszechnego uznania w przedsiębiorstwach, o tyle nowe technologie przyczyniły się do zmiany ukierunkowania branży IT – ze sprzętu na oprogramowanie. Warto dodać, że dwa lata temu Gartner radził, by przedsiębiorstwa koncentrowały się nie na wyborze i zakupie konkretnych rozwiązań SDN, ale na celach do osiągnięcia takich jak: zwiększona automatyzacja, większa elastyczność, niższe koszty i mniejsze uzależnienie od jednego dostawcy. I właśnie to integratorzy, którzy chcą oferować omawiane technologie, powinni mieć na uwadze.

SDN – CZYJA WIZJA ZWYCIEŻY?

Koncepcja SDN zapowiadała początek nowej ery w rozwoju sieci, z programowym, scentralizowanym kontrolerem oddzielnym od warstwy sprzętowej, protokołem sterowania OpenFlow, interfejsami API i niedrogimi urządzeniami sieciowymi. Rzeczywistość okazała się jednak bardziej skomplikowana, i to w momencie, gdy do akcji wkroczyli rynkowi potentaci branży IT.

Obecnie liderami rynku, walczącymi o pierwsze miejsce w sprzedaży SDN, są Cisco i VMware. Liczy się także Arista oraz dostawcy rozwiązań typu white box, a pierwszą piątkę zamyka Huawei.

SDN w wydaniu Cisco to oferta „sieci intuicyjnych” (Intent-Based Networking) z programową platformą Cisco DNA i narzędziem do centralnego zarządzania Cisco DNA Center. Jak twierdzi producent, dzie-

Trzy razy SDN

CISCO INTENT-BASED NETWORKING

Cisco dużo inwestuje we własną platformę sieci intuicyjnej, która ma przewidywać zdarzenia, blokować zagrożenia bezpieczeństwa oraz stale się rozwijać i uczyć. Wraz z nią wprowadza do podstawowego portfolio sieciowego model oparty na subskrypcji i tworzy bardziej otwartą, programowo definiowaną architekturę. Producent udostępnił DNA Center – platformę kontroli i zarządzania dla sieci intuicyjnej, która umożliwia partnerom opracowywanie niestandardowych aplikacji i oferowanie klientom większego wyboru rozwiązań SDN. Firmy uzyskują dostęp do możliwości oprogramowania DNA w ramach subskrypcji, gdy kupią sprzęt z nowej serii przełączników Catalyst 9000.

VMWARE NSX CLOUD

Nowa platforma NSX Cloud to część nowej strategii VMware’a. Rozwiązanie zapewnia spójne środowisko sieciowe i bezpieczeństwo aplikacjom działającym zarówno w prywatnych, bazujących na sprzęcie VMware centrach danych, jak i natywnie w chmurach publicznych (oferując funkcjonalności dla Microsoft Azure i AWS). Zadaniem NSX Cloud jest rozwiązanie problemów, które wynikają z wykorzystywania wielu chmur publicznych, takich jak niespójne reguły polityki, konieczność ręcznego ich tworzenia dla każdej chmury z osobną i używania specyficznych narzędzi w różnych chmurach publicznych.

DELL EMC OPEN NETWORKING

Inicjatywę Open Networking producent rozpoczął w 2014 r. Ma ona być sposobem na propagowanie idei oddzielenia sieciowego sprzętu przełączającego od oprogramowania. Dell EMC stworzył Open Network Install Environment wraz z firmą Cumulus Networks, a następnie nawiązał współpracę z większą liczbą partnerów dostarczających sieciowy system operacyjny, w tym Big Switch Networks, IP Infusion i Pluribus Networks. Nie tak dawno udostępnił też własny system (OS10), który dezagreguje oprogramowanie sieciowe, oferując większy wybór sposobów jego wykorzystania. W obszarze SDN firma współpracuje także z Microsoftem.



ki tej platformie każde urządzenie sieciowe – przewodowe, bezprzewodowe lub zero-kopasmowe – staje się częścią ujednoczonej architektury sieciowej (unified fabric), a działy IT w przedsiębiorstwach mogą łatwiej, bardziej ekonomicznie i skutecznie kontrolować infrastrukturę sieciową. Cisco zwraca uwagę na otwartość DNA Center, co ma ułatwiać klientom i partnerom firmy rozwijanie ekosystemu aplikacji.

Jak tłumaczy Marcel Guzenda z Sevenetu, jednego z partnerów Cisco, zapotrzebowanie na programowalną infrastrukturę pojawiło się najpierw w centrach danych, co wynikało z konieczności

automatyzacji, orkiestracji i szybszego tworzenia środowisk dla aplikacji, ale obecnie można mówić o Software Defined Everything. Wcześniej konfigurowanie serwerów, pamięci masowych, sieci i wirtualizacji to był długi proces. Obecnie trzeba wprowadzać zmiany z dnia na dzień, jeśli zażyczy sobie tego klient biznesowy.

– *Wyobraźmy sobie, że w sieci dużej korporacji czy banku trzeba dodać 100 nowych przełączników. Jeśli są one podłączone do SDN, to w systemie nadajemy im role, a wówczas automatycznie spłyną do nich konfiguracje, polityki i wszystko to, co* >

WYŁĄCZNIE DLA FIRM
Z BRANŻY IT



Załącz konto na stronie CRN.pl

wypełniając odpowiedni formularz

**Prenumerata jest aktualna
przez 12 miesięcy.**

Pod koniec tego okresu wysyłane
jest przypomnienie o możliwości
jej przedłużenia.



Więcej informacji:

tel.: 22 36 03 992,
prenumerata@crn.pl

**NAJLEPIEJ POINFORMOWANE
PISMO W BRANŻY IT!**

Zdaniem integratora

Maciej Kałużyński, prezes zarządu One System

Obecnie największe zainteresowanie naszą ofertą programowo definiowanego centrum danych i sieci wykazują międzynarodowe korporacje, w których decyzje o wyborze rozwiązania podejmowane są przez zagraniczne działy IT. Wśród małych i średnich firm widać zainteresowanie tematem, ale na razie nie przekłada się ono na liczbę finalnych transakcji. Rozwiązania Software Defined, które nie wymagają zakupu zaawansowanego sprzętu i mogą być instalowane na łatwo dostępnych komponentach – zarówno znanych producentów, jak i tańszych dostawców – z założenia powinny być atrakcyjniejsze cenowo od rozwiązań tradycyjnych. Tymczasem w praktyce wielokrotnie przekonał się, że koszty licencji na przykład na Software Defined Storage przekraczają koszty zakupu klasycznej macierzy dyskowej. Właśnie w tym upatrujemy przyczyny wciąż niewielkiego zainteresowania tą technologią wśród małych i średnich przedsiębiorstw. Rozwiązania Software Defined to niewątpliwie bardzo interesujący kierunek, któremu wnikliwie się przyglądamy, ale obecnie traktujemy go raczej w kategoriach alternatywy dla tradycyjnej oferty niż jako pierwszy rekomendowany wybór.

Marcel Guzenda, Business Solutions Architect, Sevenet

Jest zainteresowanie SDN wśród klientów i mamy już za sobą pierwszą implementację w branży finansowej. Prowadzimy też sporo projektów na poziomie PoC, które mogą się zmienić we wdrożenia. Są dzisiaj trzy drogi do nowej technologii. Po pierwsze, jeśli kończy się cykl życia posiadanej infrastruktury, to zastępują ją urządzenia sieciowe nowej generacji, które umożliwią budowanie środowiska w inny sposób. Wiele firm, wymieniając infrastrukturę, decyduje się na razie uruchomić ją w sposób tradycyjny, ale w przyszłości może zrobić to po nowemu. Drugie podejście to uruchomienie już dziś części funkcjonalności Software Defined – na przykład sieć zarządzana kontrolerem, ale funkcje bezpieczeństwa są realizowane w sposób tradycyjny. Wreszcie trzeci wariant, dotyczący zupełnie nowych projektów, a nie migracji – to stuprocentowe wejście w SDN.

➤ *wcześniej zdefiniowaliśmy. Co ważne, dochodzi do zniwelowania różnic pomiędzy połączeniami kablowymi a bezprzewodowymi – przede wszystkim na poziomie zabezpieczeń – mówi Marcel Guzenda.*

Klienci uzyskują dostęp do możliwości oprogramowania Cisco DNA w ramach subskrypcji, gdy kupią sprzęt tego producenta z nowej serii przełączników Catalyst 9000. Takie podejście do SDN, jedynie na własnej platformie sprzętowej, jest przedmiotem krytyki ze strony rywala Cisco. Przede wszystkim VMware'a, który podkreśla, że jego oprogramowanie do wirtualizacji i programowania sieci – NSX – można uruchamiać na dowolnym sprzęcie.

– Istotą działania sieci w modelu Software Defined jest wykorzystywanie oprogramowania, więc technologia ta jest niezależna od sprzętu. Jeśli mamy de-

finiowaną programowo sieć, związaną z układami ASIC, to znacznie trudniej ją wdrożyć i zoperacjonalizować. Okazuje się też znacznie droższa, ponieważ trzeba kupić odpowiednie przełączniki – mówi w wywiadzie dla amerykańskiego CRN-a Tom Gillis, wiceprezes i szef działu Networking and Security w VMware.

Wdrażający SDN amerykańscy partnerzy Cisco zwracają jednak uwagę na duży zwrot z inwestycji, jaki uzyskują klienci, którzy dotąd sporo zainwestowali w oparciu na układach ASIC architekturę sieciową Cisco. Do tego dochodzą tysiące wysoko wykwalifikowanych architektów sieciowych, zarówno w kanale sprzedaży, jak i po stronie klientów, mogących być ekspertami we wprowadzaniu bezpiecznej automatyzacji sieci. Bez porównania więcej integratorów dysponuje certyfikowanymi i przeszkolonymi inżynierami Cisco.

Tych, którzy mają specjalistów od NSX-a, jest bardzo mało.

SOFTWARE DEFINED MA SVOJE WYMAGANIA

Za to, co proponują zarówno Cisco, jak i VMware, trzeba sporo zapłacić. Obietnicą tanich sieci SDN kuszą producenci rozwiązań typu white box – przełączników bazujących na standardowych platformach sprzętowych, na których można wdrażać systemy operacyjne od niezależnych dostawców. I jak wykazują badania analityków rynkowych, taka oferta znajduje nabywców. Jednak dla klientów chcących wykorzystać w firmowych środowiskach produkcyjnych SDN jeszcze ważniejszą kwestię od samego rozwiązania stanowi wsparcie techniczne, o które w przypadku white box może być trudno.

Marcel Guzenda podkreśla, że w środowisku enterprise nie ma miejsca na eksperymenty. W przypadku wdrożenia SDN, gdy jest to np. platforma Cisco, producent bierze odpowiedzialność za ewentualne problemy i pomaga w ich rozwiązaniu.

– *Gdy natomiast poszczególne elementy składamy z rozwiązań różnych dostawców, zaczyna się przzrucanie odpowiedzialności, mogą być kłopoty na przykład z walidacją – zauważa przedstawiciel integratora.*

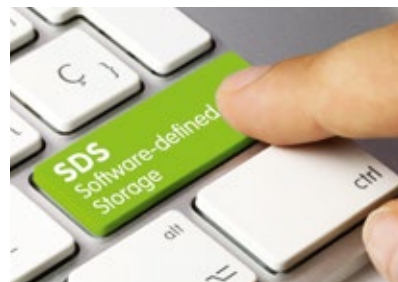
Połączyć z jednej strony ekonomiczność rozwiązania, z drugiej kwestie wsparcia, a z trzeciej możliwość instalowania jednego systemu operacyjnego dla SDN, wybranego spośród wielu różnych – próbuje Dell EMC. Tom Burns, wiceprezes i szef działu Networking and Solutions w tej firmie, zwraca uwagę, że tradycyjnie wdrażana sieć wymaga firmowych architektur, narzędzi do zarządzania, systemów operacyjnych i specjalizowanych układów scalonych (ASIC). W przypadku oferty Open Networking wykorzystuje się natomiast standardową architekturę i narzędzia do orkiestracji, opcjonalne kontrolery SDN/NVO, dowolny sieciowy system operacyjny oraz zgodny z otwartymi standardami sprzęt.

Przy takim podejściu SDN zapewnia wybór platform programowych, co ma

Trzy razy SDS

DATA CORE SANSYMPHONY

DataCore to producent, który nigdy nie posiadał własnej platformy sprzętowej i z ofertą SANsymphony jest jednym z pionierów w branży programowo definiowanej pamięci masowej. Rozwiązanie zapewnia typowy zestaw usług klasy enterprise świadczonych przez pamięć masową, która może się składać z wielu urządzeń rozproszonych w różnych lokalizacjach. SANsymphony umożliwia łączenie ich pojemności (wirtualizację) i zarządzanie nimi w sposób centralny i jednolity. Zapewnia także wysoką dostępność, asynchroniczną replikację przy odtwarzaniu po awarii oraz ciągłą ochronę danych.



NETAPP ONTAP SELECT

Rozwiązanie jest programowo definiowaną wersją platformy NetApp Ontap. Ontap Select można wdrażać na standardowym sprzęcie, przekształcając posiadane zasoby pamięciowe serwerów w platformę o funkcjonalności podobnej do tej, jaką zapewniają specjalistyczne macierze NetApp Ontap. Integruje się ona z oprogramowaniem do zarządzania w chmurze, takim jak OpenStack i VMware vSphere, i może być przeznaczona do wielu zastosowań – od rozwoju oprogramowania i testowania aplikacji po budowę centrum danych bazującego na pojedynczym serwerze.

VMWARE VSAN

VMware vSAN udostępnia programowo definiowaną technologię pamięci masowej przeznaczoną dla zwirtualizowanych i chmurowych środowisk VMware. Tworzy w nich pojedynczą pulę pamięci współużytkowaną przez wszystkie hosty w klastrze vSAN. Chociaż vSAN może być zakupiony jako samodzielne rozwiązanie, zwykle jest sprzedawany przez dostawców OEM w ramach gotowych sprzętowych platform Ready Nodes, jako komponent odpowiadający za pamięć masową w infrastrukturze hiperkonwergentnej Dell EMC VxRail lub jako część platformy programowo definiowanego centrum danych VMware.

umożliwiać wdrożenia bardziej zgodne z konkretnymi potrzebami. Jeden system może być najbardziej odpowiedni dla centrum danych, inny dla sieci kampusowych, a jeszcze inny ułatwi osiągnięcie największej wydajności sieci.

Według Arkadiusza Możdżenia, CTO i członka zarządu ds. rozwoju w S4E, oferta Dell EMC zyskuje uznanie mniejszych operatorów, którzy chcą otrzymać z jednej strony tanie rozwiązanie, z drugiej – wydajne. Zależy im na tym, by koszty utrzymania sieci w kolejnych latach były jak najniższe. Kupują więc sprzęt ze wsparciem i dokładają do tego wybrany sieciowy system operacyjny, którym potem zajmują się sami. Dlatego uwolnienie sprzętu od oprogramowania wymaga od klientów (albo integratorów, którzy będą

chcieli świadczyć usługi zarządzania siecią) większych kwalifikacji.

– *Klienci decydujący się na takie rozwiązanie mają swoich inżynierów, którzy potrafią później dostrajać tworzone w modelu SDN środowisko sieciowe. Tak jest w przypadku mniejszych ISP, kupujących dużo sprzętu i chcących robić to jak najtaniej – mówi CTO S4E.*

Kompetencje są istotne także z tego powodu, że SDN pod wieloma względami różni się od podejścia tradycyjnego. Mamy w tym przypadku do czynienia z nowymi protokołami oraz innymi spojrzeniami na architekturę sieci. Potrzeba wiedzy na poziomie inżynierskim, ale też umiejętności wytłumaczenia klientowi nowych rzeczy i pokazania z jednej strony korzyści na poziomie biznesowym, a z drugiej >

➤ ograniczeń. Jeśli chodzi o wdrożenie, to dużo łatwiej jest w przypadku projektu tworzonego od zera (green field).

– *Wyzwaniem pozostaje migracja posiadanej sieci z dotychczasowymi regułami polityki, listami dostępu itp. – wszystko trzeba ustawiać na nowo. Ale później, gdy mamy już za sobą wdrożenie, w codziennej administracji zyskujemy dużą oszczędność pracy i czasu* – wyjaśnia Marcel Guzenda.

SDS – ELASTYCZNIEJ, ALE CZY TANIEJ?

Macierz dyskowa to w sumie mniej lub bardziej standardowy serwer ze zintegrowanym systemem operacyjnym, skonfigurowanym specjalnie do świadczenia usług przechowywania i udostępniania danych. Obecnie można zrezygnować z takiej specjalizowanej platformy sprzętowej i zdać się na oprogramowanie, które w formie programowo definiowanej pamięci masowej (SDS – Software-Defined Storage) będzie można uruchomić na powszechnie dostępnych i kompatybilnych z nim serwerach. W rezultacie uzyskuje się funkcjonalność podobną do tej, jaką zapewnia specjalistyczna platforma sprzętowa. Po stronie plusów należy wymienić większą elastyczność i niższą cenę (choć nie jest to takie pewne), natomiast po stronie wad – konieczność integracji i potencjalnie gorszą optymalizację sprzętową.

Jak zauważa Sławomir Karpiński, prezes Connect Distribution, rozwiązanie wcale nie jest nowe. Zaczęło po prostu funkcjonować pod inną nazwą. Przykładowo oferowane przez warszawskiego dystrybutora oprogramowanie DataCore znajduje się na rynku od 15 lat. Wcześniej było sprzedawane jako wirtualizator pamięci masowej, a dopiero od kilku lat, gdy specjaliści od marketingu spopularyzowali pojęcie Software Defined Storage, Storage, oferowane jest w tej kategorii.

– *Bez względu na terminologię chodzi o oprogramowanie, którego zadaniem jest przededefiniowanie zwykłego serwera z dyskami w celu uzyskania elastycznego, konfigurowalnego, wysokofunkcjonalnego urządzenia pamięci masowej* – wyjaśnia Sławomir Karpiński.

Czy rzeczywiście SDS to rozwiązanie przyszłościowe, elastyczne i tańsze?

Zdaniem dystrybutora

❑ Sławomir Karpiński, prezes zarządu Connect Distribution

Klienci i integratorzy zainteresowani nowatorskimi rozwiązaniami, do jakich zalicza się SDS, są w zdecydowanej mniejszości. Mam jednak wrażenie, że w obu grupach jest coraz większa otwartość na takie tematy. Standardem wciąż pozostaje podejście oportunistyczne, w którym preferuje się zakup tradycyjnej macierzy jako bezpiecznej, obciążonej mniejszym ryzykiem od rozwiązań innowacyjnych, ale mniej popularnych. Wynika to też z polityki marketingowej wiodących dostawców, którzy chcą promować swoje tradycyjne produkty tak długo, jak rynek będzie w stanie je zaakceptować. Zwłaszcza gdy dany dostawca nie ma w swojej ofercie SDS albo rozwiązania tradycyjne generują wyższą marżę.

❑ Arkadiusz Możdżeń, CTO i członek zarządu ds. rozwoju S4E

Firmy interesują się programowalnymi sieciami, kiedy na przykład chcą ograniczyć koszty połączeń, które wcześniej wykorzystywały MPLS. Dzięki programowalności SD-WAN jesteśmy w stanie zapewnić podobne parametry komunikacji (niezawodność, opóźnienia itp.) przy wykorzystaniu internetu. I to się udaje. Z kolei w przypadku SDS atrakcyjna dla użytkowników końcowych jest możliwość stworzenia takiego środowiska pamięci masowej, w którym da się podłączać platformy sprzętowe od różnych producentów i wszystkim centralnie zarządzać. Nie można jednak mówić jeszcze o wyraźnym dążeniu partnerów i ich klientów do wdrażania rozwiązań, które działają w zupełnie nowy sposób. Jeśli tradycyjny model działa, sporo się w niego do tej pory zainwestowało (choćby w certyfikaty) i wszyscy na nim zarabiają, to nikt szczególnie nie pali się do zmiany.

W teorii tak być powinno. Przyszłościowe dlatego, że według założeń za wydajność i skalowalność rozwiązania odpowiada oprogramowanie, które decyduje o jego parametrach. Można w nim błyskawicznie wprowadzać nowe algorytmy i technologie, takie jak modne dziś uczenie maszynowe oraz elementy sztucznej inteligencji.

jest producentem danego komponentu, schodzi na dalszy plan.

– *A jeżeli dopuszczamy sprzęt różnych producentów, to zwiększa się konkurencja. Co za tym idzie spadają ceny komponentów, a w konsekwencji całego rozwiązania* – podkreśla Sławomir Karpiński.

Tradycyjne rozwiązania z zakresu pamięci masowej mają architekturę, której geneza sięga lat 70. Od tego czasu zwiększyła się pojemność i szybkość dysków, pojawiły się dyski flash, przyspieszyły procesory, ale w większości macierzy stosuje się wciąż tę samą architekturę bazującą na dwóch kontrolerach, pamięci cache oraz wykorzystujących strukturę RAID zabezpieczeniach przed utratą danych wskutek awarii. Dodatkowo macierze różnych producentów niechętnie się ze sobą komunikują, tworząc system silosowy, który z natury rzeczy jest drogi w zakupie, nie wspominając o braku elastyczności. Dlatego w porównaniu z tradycyjnym podejściem SDS daje nadzieję na niższe koszty, większą elastyczność, skalowalność, a przede wszystkim otwartość na przyszłe innowacje. ■

W środowisku enterprise nie ma miejsca na eksperymenty.

Powinno być także tańsze (choć z tym obecnie bywa różnie), bo platforma sprzętowa, która ma znacznie większe bariery rozwoju – z uwagi na fizyczne i technologiczne ograniczenia – jest w przypadku SDS mniej istotna. Oprogramowanie zwykle wymaga, aby były spełnione pewne warunki dotyczące architektury, natomiast kwestia tego, kto

PageWide Pro

Niższe łączne koszty zakupu i eksploatacyjne.
Po prostu większe oszczędności



HP PageWide Pro 477dw



Najniższy całkowity koszt posiadania

Wartość, na którą możesz liczyć. Urządzenia HP PageWide Pro zapewniają najniższy całkowity koszt posiadania w swojej klasie.



Stworzone z myślą o środowisku

Oszczędność energii sprzyja planecie i Twojej firmie.



Najlepsza w swojej klasie

Pomaga chronić Twoje dane, urządzenia i dokumenty dzięki najwyższemu w swojej klasie bezpieczeństwu.



keep reinventing

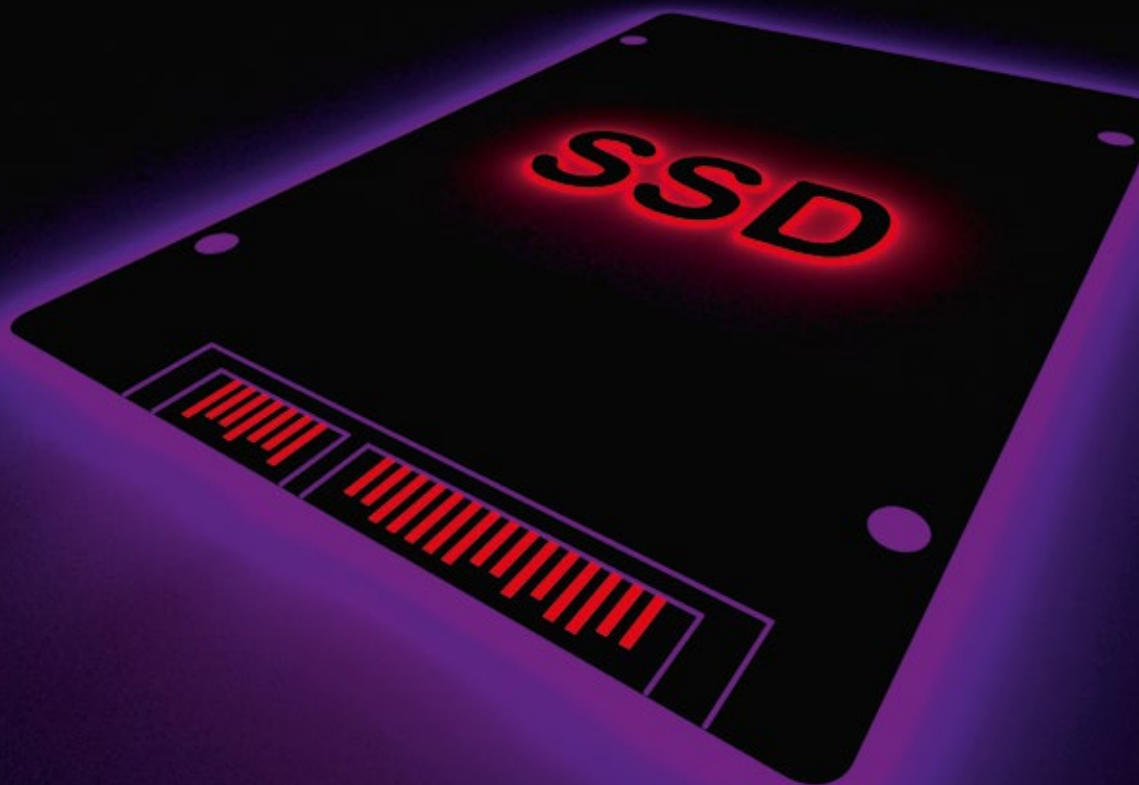
POLCAN

Szukaj nas w największych miastach!

Wejdź na stronę: esklep.polcan.pl

Tel.: 22 100 88 00

© Copyright 2017 HP Development Company, L.P. Informacje zawarte powyżej mogą ulec zmianie bez uprzedniego powiadomienia. **Najniższy koszt całkowity:** całkowity koszt posiadania - porównanie przedsiębiorstw w oparciu o 150 000 stron, opublikowane przez producentów specyfikacje dotyczące wydajności stron i zużycia energii, zalecanych przez producentów cen dla sprzętu i materiałów eksploatacyjnych firmy HP, średnie ceny w konkurencyjnych urządzeniach, koszt na stronę w oparciu o normę ISO wydajność z ciągłym drukowaniem w trybie domyślnym z kartami o najwyższej dostępnej pojemności oraz zużycie materiałów eksploatacyjnych wszystkich kolorowych urządzeń A4 w skali A4 od listopada 2015 r. do 1000 USD, z wyłączeniem produktów o 1% lub niższym udziale w rynku, z udziałem rynku, IDC w trzecim kwartale 2015. Więcej informacji na hp.com/go/pagewideclaims i hp.com/go/learnaboutsupplies. **Trwałość:** odporność na wodę, smar, blaknięcie i wysokoprzy lepność na podstawie testu ISO 11798. Aby uzyskać szczegółowe informacje, odwiedź hp.com/go/printpermanence. **Mniej zużycie energii niż w przypadku drukarki klasy biznesowej:** twierdzenie dotyczące energii w oparciu o porównania danych zgłoszonych na temat energystar.gov dla większości drukarek kolorowych w kolorze klasy 300-800 USD i urządzeń wielofunkcyjnych 400-000 USD od listopada 2015 r.; udziału w rynku zgłoszonych przez IDC od III kwartału 2015. Rzeczywiste wyniki mogą się różnić. Dowiedz się więcej na stronie hp.com/go/pagewideclaims. **Najlepsze w swojej klasie bezpieczeństwo:** najlepsza w swojej klasie rola zabezpieczeń oparta na przeglądzie HP opublikowanych wbudowanych funkcji zabezpieczeń konkurencyjnych drukarek klasy Pro od stycznia 2016 r. Więcej informacji na ten temat można znaleźć na stronie hp.com/go/printersecurityclaims.



(Nie)straszne *niedoskonałości SSD*

Komórki kości pamięci NAND najnowszych generacji mieszczą więcej danych na mniejszej powierzchni niż w konstrukcjach sprzed lat. Trudniej jest odprowadzać z nich ciepło z powodu warstwowej budowy. Dlatego mają coraz krótszą żywotność i większą awaryjność. Potencjalne ryzyko można zredukować, kupując sprzęt markowy i monitorując jego kondycję.

ARTUR KOSTRZEWA

Systematyczna i zakrojona na szeroką skalę redukcja cen dysków SSD trwa od ponad roku. Produkty te tanieją ze względu na nadwyżkę podaży nad popytem oraz za sprawą modernizacji układów, w przypadku których główny nacisk kładzie się na zmniejszanie kosztów wytwa-

rzania kości pamięci flash. Na to, że dyski SSD zamiast być coraz lepsze, są coraz tańsze kosztem jakości, fachowcy zwracali uwagę już kilka lat temu, gdy wysiłki konstruktorów nie koncentrowały się na ulepszaniu produktu, ale na redukowaniu ich ceny. Aby zmniejszyć cenę produktu,

stosowano pamięci gorszej jakości i bardziej czuły kontroler korygujący błędy. Aby zwiększyć transfer, dokładano więcej pamięci podręcznej. Niestety, klienci najczęściej patrzyli najpierw na cenę, a potem na parametry. Zwykle też nie wiedzieli, które cechy są ważne i co w praktyce oznaczają.

Fot. AdobeStock



(przechowywały tylko jeden bit w komórce pamięci) i ich żywotność rozpatrywana pod kątem liczby cykli zapisu była niemal nieskończona, bo wynosiła 100 tys., natomiast wraz z kolejnymi generacjami pamięci NAND parametry kości – takie jak żywotność, czas dostępu czy transfer – ulegały pogorszeniu. Działo się tak za sprawą zmniejszania rozmiaru tranzystorów. Producenci nieustannie prowadzą prace nad wdrażaniem coraz cieńszej litografii, bo dzięki temu koszty wytworzenia produktu są mniejsze i pobiera on mniej energii. Ma to znaczenie zarówno w przypadku kości pamięci, jak i procesorów – być może problemy dotyczą również tych drugich, bo jak wiadomo, Intel w ostatnich czasach nie dostarcza na rynek pożądanej liczby układów.

– Komórka pamięci SLC mieściła około 3 tys. elektronów w stanie naładowanym oraz prawie żadnego w rozładowanym i mogła występować tylko w dwóch stanach: naładowanym lub rozładowanym. Dzięki temu układy bazujące na takich komórkach były bardzo szybkie i niezawodne, bo kontrolery dobrze sobie radziły z odczytaniem stanu – mówi Paweł Kaczmarzyk, właściciel Kaleronu, firmy specjalizującej się w odzyskiwaniu danych z dysków.

Choć opisana tendencja przybiera na sile, producenci twierdzą, że nie ma problemu. Wprawdzie przyparci do muru konkretnymi argumentami przyznają, że rzeczywiście dysk SSD nie może służyć przez długie lata, ale uważają, że nie ma takiej potrzeby, bo użytkownicy co kilka lat wymieniają komputer, więc siłą rzeczy wymieniają też dysk. Dość często, a całkiem od siebie niezależnie, producenci posiłkują się przykładem z rynku motoryzacyjnego i twierdzą, że nikt dziś nie oczekuje od silnika, że będzie pracował bezawaryjnie przez 20 lat i wystarczy na milion kilometrów.

NOWSZE, ALE NIE LEPSZE

Na czym dokładnie polegają problemy z dyskami SSD? Przede wszystkim trzeba wiedzieć, że komórki NAND mają określoną żywotność, która ulega skróceniu wraz z każdą operacją zapisu. Przez to nie można oczekiwać, że SSD będzie służyć w nieskończoność, jak się zwykło myśleć o HDD (zresztą też niesłusznie!). Pionierskie konstrukcje bazowały na kościach typu SLC

Dodaje, że najnowsze układy nie dość, że mieszczą ładunek elektryczny na dużo mniejszej powierzchni, to jeszcze zawierają aż trzy bity, czyli osiem kombinacji poziomów naładowania, co wpływa negatywnie na transfer danych i sprzyja częstszemu występowaniu błędów. To oznacza też, że kontrolery współpracujące z takimi układami muszą być coraz bardziej precyzyjne, aby móc poprawnie odczytywać poziom naładowania tranzystora. Przy dzisiejszych konstrukcjach różnica w odczycie rzędu 100 elektronów może być przyczyną błędu. Drugim problemem jest odprowadzanie ciepła w przypadku układów o kilku warstwach.

Bardzo duże wymagania względem kontrolerów oraz kłopoty z odprowadzaniem ciepła w praktyce mogą prowadzić do skrócenia żywotności układów, a nawet do awarii. Specyfika konstrukcji NAND powoduje wyłączenie bloku z eksploatacji, gdy liczba bitowych błędów przekracza możliwości ich korekcji kodami ECC. Gorzej, gdy kontroler nie poradzi sobie z awarią bloku i odetnie dostęp

do wszystkich układów NAND. Wtedy dochodzi do awarii nośnika, a ponieważ dane nie są poukładane w kolejności lecz rozproszone, odzyskanie ich nawet w warunkach laboratoryjnych jest utrudnione.

PLASTRY NA DZIURY

W dużym uproszczeniu i skrócie typowy schemat postępu w rozwoju układów NAND wygląda tak, że producenci kości skupiają się na tworzeniu coraz cieńszych układów, a projektanci kontrolerów muszą za nimi nadążyć i produkować coraz bardziej efektywnie pracujące urządzenia. To tak, jakbyśmy mieli coraz większe plastry na coraz większe dziury. Ale czy rzeczywiście jest to problem? W zamierzchłej przeszłości, gdy powstały magnetofony kasetowe, mało kto wróżył im przyszłość. Taśma w nich nie dość, że była o połowę mniejsza, to jeszcze przesuwiała się dwu- lub czterokrotnie wolniej niż w urządzeniach szpulowych. Fachowcy uważali, że dużo mniejsza ilość domen ferromagnetycznych w taśmie kasetowej uniemożliwi nagrywanie muzyki w wysokiej jakości.

Jednak odtwarzacze kasetowe były coraz lepsze, bo ich mankament stał się bodźcem dla producentów – stosowano coraz bardziej udane nośniki w taśmach (jak chromowe czy metalowe), opracowano systemy poprawiające jakość dzięki redukcji szumu, np. Dolby w kilku generacjach czy DBX. W efekcie osiągnięto bardzo wysoką jakość nagrań. Zdaniem producentów podobną sytuację mamy w przypadku NAND.

– Rzeczywiście litografia jest coraz mniejsza, ale to nie jest problemem, bo równoległe powstają coraz lepsze kontrolery. Mamy do czynienia ze zwyczajnym postępem technologicznym, który będzie trwał aż do wyczerpania możliwości konstrukcji NAND – mówi Mirosław Fryzeł, kierownik działu sprzedaży w Wilk Elektronik.

Oczywiście należy pamiętać, że zawsze, zanim nowa konstrukcja ukaże się na rynku, jest bardzo gruntownie testowana i nie trafia do sprzedaży, dopóki nie ma pewności, że będzie działała, jak należy. Przykładem są układy QLC, już dostępne, z tym że nieprędko znajdują się one w dyskach SSD przeznaczonych do pecetów. >



Paweł
Kaczmarzyk
właściciel
Kaleron



Mirosław Fryzeł
kierownik działu
sprzedaży,
Wilk Elektronik



Mariusz
Piórkowski
Billing Domain
Architect,
T-Mobile

Zdaniem specjalisty

PAWEŁ KACZMARZYK Przyszłość nośników danych może należeć do rozwiązań magneto-rezystywnych, które powstały jeszcze w latach 70. i cały czas są udoskonalane pod kątem zastosowania ich w dyskach. Komórki pamięci magneto-rezystywnych są małe, bardzo trwałe i odporne na uszkodzenia mechaniczne. Ponieważ zapewniają czas dostępu liczony w setkach pikosekund, mogą też być stosowane jako pamięć operacyjna czy wręcz cache. Obecnie jedynym minusem takich konstrukcji jest wysoka cena, ale trwają prace nad rozwiązaniem tego problemu.

MIROSŁAW FRYZEŁ Użytkownicy zdecydują o tym, jak będzie wyglądał dysk przyszłości. Dlatego, szukając odpowiedzi na pytanie o kolejny etap ewolucji tego komponentu, należałoby raczej zrobić analizę zmian społecznych, zmian w sposobie używania sprzętu komputerowego. Świat idzie w stronę mobilności, więc raczej nie będzie tu miejsca na dyski magnetyczne. Kości bazujące na komórkach NAND są stale rozwijane, dopracowywane i jeszcze długie lata mogą być standardowym nośnikiem danych w sprzęcie, który dziś ciągle, choć bardziej symbolicznie, nazywamy dyskiem.

MARIUSZ PIÓRKOWSKI W przyszłości znaczenie dysku twardego, jaki znamy od kilkunastu lat, może ulec zmianie. Być może w następnym etapie rozwoju sprzętu komputerowego desktopy czy nawet notebooki przestaną być standardem. Jeśli przyszłość będzie należała do sprzętu ultramobilnego (a na to się zanosi), to pamięci przyszłości będą przede wszystkim bardzo szybkie i energooszczędne, nawet jeśli miałyby się to odbywać kosztem niskiej trwałości i niezawodności, bo w takim przypadku dane, które dziś mamy na dyskach, byłyby przechowywane na serwerach, w szeroko pojętej chmurze.

- Komórki QLC mogą pomieścić aż 4 bity informacji, co oznacza 16 poziomów naładowania tranzystora. Na obecnym etapie rozwoju kości i kontrolerów dyski zbudowane na bazie NAND QLC cechuje bardzo niski transfer, porównywany z tym w tradycyjnych HDD, więc należy poczekać na elektronikę, która podoła wyzwaniu, jakie stawiają kości następnej generacji. Kiedy to nastąpi, nie wiadomo – może za kilka miesięcy, może za kilka lat, a może nigdy. Jak mówi Harry Shen, dyrektor Działu Menedżerów Produktu w firmie Transcend: „nie planujemy wdrożenia dysków z kośćmi QLC w najbliższej przyszłości”.

NIEDOSKONAŁOŚCI NAND – ZNANE CZY NIE?

W przypadku zastosowań korporacyjnych czy serwerowych niedoskonałości SSD, takie jak upływność czy ograniczona liczba cykli, są bardzo dobrze znane administratorom oraz inżynierom, którzy są odpowiedzialni za odpowiednie wykorzystanie sprzętu. Dla nich pytanie nie brzmi, czy

wymieniać SSD, ale kiedy to robić. Okazuje się, że wymiana dysków półprzewodnikowych w trybie prewencyjnym, niezależnie od ich kondycji, jest... opłacalna.

– Dyski SSD są wielokrotnie szybsze od HDD, pobierają znacznie mniej prądu, generują mniej ciepła i hałasu. Korzyści ich stosowania są tak duże, że wymiana sprzętu co kilka lat jest opłacalna ze względu na rachunek ekonomiczny, a do tego SSD są bezkonkurencyjne w porównaniu z HDD pod względem parametrów takich jak transfer i liczba operacji wejścia-wyjścia na sekundę – przekonuje Mariusz Piórkowski, Billing Domain Architect w T-Mobile.

W przypadku zastosowań serwerowych kwestie związane z bezpieczeństwem danych mają priorytet. Wymiana po określonym czasie jest integralnym etapem stosowania SSD. Ponadto systemy pamięci dyskowych w serwerach bazujące na SSD są zabezpieczone pod każdym względem (m.in. przez strukturę RAID), więc również ich awarie nie są groźne.

Co innego w przypadku odbiorców indywidualnych – z rozmów z dystrybu-

torami czy sprzedawcami wynika, że raczej nikt nie dba o to, by użytkownicy mieli pełną świadomość niedogodności bądź potencjalnego zagrożenia związanego z wykorzystywaniem dysków półprzewodnikowych. Z kolei producenci twierdzą, że dokładają starań, by zadbać o bezpieczeństwo.

– Wszystkie uszkodzenia, których wczesnym symptomem jest na przykład przyrost błędnych bitów danych, są wykrywane i sygnalizowane za pomocą atrybutów SMART. W naszych produktach stosujemy oprogramowanie monitorujące stan SSD. Przykładem jest Goodram Optimum SDD tool, który informuje użytkownika o wystąpieniu takich błędów, dzięki czemu może on podjąć właściwe działania – podkreśla Mirosław Fryzeł.

Również inni producenci dysponują oprogramowaniem monitorującym stan dysku.

– W trosce o optymalne używanie nośnika SSD udostępniamy użytkownikom bezpłatną, autorską aplikację SSD Scope. Zawiera ona wiele pomocnych narzędzi, takich jak status SMART, skanowanie diagnostyczne czy wskaźnik kondycji dysku. Program

umożliwia również bezpieczne usuwanie i czyszczenie ze zbędnych danych, co zapobiega obniżeniu wydajności (tzw. TRIM). Łatwość korzystania z SSD Scope zachęca do częstego monitorowania stanu dysku. Dzięki temu użytkownik będzie bardziej świadomy nadchodzącej potrzeby jego wymiany – twierdzi Harry Shen.

MILCZENIE PRODUCENTÓW

Jednak rzecz nie tylko w tym, by oferować odpowiednie narzędzia, ale by w sposób systemowy dotrzeć do użytkowników z odpowiednią informacją. Dlaczego producenci nie przykładają należytej wagi do kwestii uświadamiania użytkownikom niedoskonałości układów NAND? Zdaniem szefa Kaleronu czasami ich postawa może wynikać... z niewiedzy.

– Podczas rozmów z przedstawicielami producentów można odnieść wrażenie, że sami nie wiedzą dużo. Twierdzą, że problemy nie istnieją i są przekonujący, bo sami wierzą w to, co mówią. Zwłaszcza marketingowcy – jeśli zadać im pytanie, to najczęściej je zapisują i obiecują wrócić z odpowiedzią, ale nie wracają. Ci bardziej świadomi odpowiadają wprost, żeby się raczej nie interesować takimi kwestiami – mówi Paweł Kaczmarzyk.

Być może problem dotyczy też samego przepływu informacji? Inżynierom wyznacza się określone zadanie zaprojektowania układu spełniającego pożądane kryteria. Zwykle kości i kontrolery są projektowane i produkowane w zupełnie różnych firmach, więc specjaliści od technologii raczej nie kontaktują się ze sobą.

Przedstawiciele producentów generalnie nie kwapią się do rozmów na tematy związane z niedoskonałościami SSD. Przy zbieraniu materiałów do niniejszego artykułu, gdy zadawaliśmy bardzo konkretne pytania, spotykaliśmy się z różnymi reakcjami. Przedstawiciel jednej z bardzo dobrze znanych w Polsce marek odpowiedział, że w krajowym zespole nie ma osoby, która byłaby w stanie wyczerpująco omówić te zagadnienia. Nie powiodła się też próba zasugerowania rozwiązania, czyli skierowania pytań do centrali, gdyż tam na pewno jest ktoś kompetentny. Odpowiedź brzmiała: „oczywiście tak, ale pytania trzeba by przetłumaczyć, po-

Równanie z niewiadomymi

Kiedy nastąpi wyczerpanie potencjału rozwoju kości NAND? Czy będzie to oznaczało koniec rozwoju produktu zwanego w przypadku SSD już całkiem niesłusznie dyskiem twardym czy napędem (bo nie ma w nim przecież żadnych twardych ani wirujących elementów)? A może wręcz przeciwnie – okaże się, że problem był okazją w przebraniu...

Tak naprawdę nie wiadomo. Co nie powinno dziwić resellerów z wieloletnim stażem, którzy z pewnością pamiętają intelowskie układy Pentium 4, do których świat pecetów miał należeć przez bardzo długi czas. W pierwotnych zamierzeniach twórców układu potencjał jego rozwoju miał być wprost nieskończony, bo twierdzono, że konstrukcja umożliwi zwiększanie taktowania zegara procesora aż do 10 GHz. Gdyby rzeczywiście tak było, to może co rok układy byłyby przyspieszane o 1 GHz i do dziś używalibyśmy komputerów z jednordzeniowymi procesorami...

tem przetłumaczyć odpowiedzi, uzyskać ich autoryzację, co byłoby problematyczne, a na pewno długotrwałe, bo trzeba być pewnym, że i pytania, i odpowiedzi zostały dobrze zrozumiane i zinterpretowane, tak przez interlokutora, jak przez tłumaczy”.

Z kolei inny, również bardzo dobrze znany producent nie mógł ustosunkować się do poruszanych kwestii ze względu na wąskie kompetencje fachowców – trzeba by ich zebrać kilku w celu udzielenia pełnych odpowiedzi. Potem potrzeba kogoś, kto zbierze materiał w całość i autoryzuje, natomiast w okresie restrukturyzacji firmy i zmian organizacyjnych to nie jest możliwe... Następny producent powiedział wprost, że zgadza się w sprawie problemów związanych z układami najnowszych generacji, ale nie chce się pod tym podpisać, bo istnieje prawdopodobieństwo, że rynek odebrałby jego opinię jako kłopoty tej właśnie marki, a nie ogólnie rozwiązań NAND.

Jedynie Wilk Elektronik zdecydował się wziąć udział w naszej rozmowie i przedstawił dwie główne przyczyny awarii SSD. Pierwszą stanowią błędy oprogramowania, drugą zaś uszkodzenia flash. Jak zaznaczają przedstawiciele producenta, niezawodność dysków SSD jest bardzo wysoka – w przypadku produktów dobrej jakości nie przekracza ona 1 proc., natomiast w przypadku produktów niskiej jakości jest wielokrotnie większa. Opinię taką potwierdzają producenci komputerów.

– Awaryjność SSD wynosi od niespełna jednego do ponad trzech procent i zwykle zależy od marki. Wprawdzie różnica w cenie pomiędzy urządzeniami od sprawdzonych dostawców, którzy dysponują odpowiednim zapleczem technicznym i innymi zwykle nie przekracza 20 zł, ale w przypadku tanich komputerów będących przedmiotem przetargu zastosowanie kilku tańszych komponentów może oznaczać zmniejszenie ceny decydujące o wyborze sprzętu – mówi Tadeusz Kurek, prezes NTT System.

Wygląda na to, że za spokojną pracę użytkowników komputerów, bez narażania ich na stres związany z potencjalną utratą danych, odpowiedzialni powinni być resellerzy – i to na różnych etapach obsługi klienta. Już na początku winni go poinformować o tym, że każda ope-

racja zapisu zużywa komórki kości NAND, czego ostatecznym efektem może być utrata dostępu do danych. Jeżeli dysk znajdu-

Awaryjność w przypadku znanych marek jest minimalna.

je się we własnie sprzedawanym nowym komputerze, powinna zostać zainstalowana na nim także aplikacja do weryfikacji stopnia zużycia dysku. Jeśli zaś klient kupuje sam nośnik, należy poinformować go o możliwości pobrania takiej aplikacji z witryny producenta. Również przy każdej interwencji serwisowej (także niezwiązanej z nośnikami danych) resellerzy powinni sprawdzać stopień ich zużycia i w razie potrzeby ostrzegać klientów. ■

Sekrety Windows

pod lupą Polaków

„Nasz zespół jako pierwszy na świecie stworzył kompletny zestaw narzędzi wykorzystujących potencjał opracowanego przez Microsoft interfejsu Data Protection API i umożliwiających ujawnienie różnych sekretów znajdujących się w systemie Windows” – **MÓWI PAULA JANUSZKIEWICZ, ZAŁOŻYCIELKA FIRMY CQURE.**

CRN Jest Pani jedyną Polką, która otrzymała dostęp do kodu źródłowego systemu Windows. W jaki sposób dochodzi się do takiego wyróżnienia?

PAULA JANUSZKIEWICZ Zajęło to trochę czasu, chociaż historia jest dość prosta. Już jako dziecko miałam dostęp do komputera i interesowały mnie zagadnienia, które – wiem to dziś – miały bardzo duży związek z bezpieczeństwem danych. Jako uczeń szkoły podstawowej byłam... administratorem sieci. Z kolei w liceum uczęszczałam do klasy o profilu matematyczno-informatycznym. Trafiłam wtedy na wspaniałego nauczyciela informatyki, który obdarzył mnie dużym zaufaniem, więc administrowałam siecią, jak też spędzałam wiele czasu po zajęciach lekcyjnych, aby rozwiązywać różne problemy. Na studiach – oczywiście informatycznych – wybrałam dwa kierunki: bezpieczeństwo sieci oraz zarządzanie bezpieczeństwem informacji. Później pracowałam w firmie konsultingowej, ale finalnie zrealizowałam jedno ze swoich marzeń, czyli założyłam własny biznes w sektorze bezpieczeństwa IT. Microsoft darzy nas bardzo dużym zaufaniem, a mnie, jako osobie z tytułem Most Valuable Professional oraz Microsoft Regional Director, przyznany został dostęp do kodu źródłowego Windows. Zyskana dzięki temu wiedza ułatwia nam prowadzenie wielu badań.

No właśnie, prowadzi Pani własną działalność, ale jednocześnie publicznie przedstawia się jako Microsoft Regional Director. Jak daje się pogodzić pracę w korporacji z prowadzeniem własnej firmy?

Ten tytuł ma trochę mylącą nazwę. Nie jestem i nigdy nie byłam pracownikiem Microsoftu. Jest to honorowy tytuł, który firma przyznaje za wkład w innowacyjność – w każdym kraju tego szczytu dostępuje tylko jedna lub dwie osoby. Bardzo blisko współpracujemy z Microsoftem, dostarczamy im wiele usług oraz występujemy na ich konferencjach. Konsekwentnie stosujemy też przyjęte w tej branży zasady etyki: jeśli wykryjemy jakiś problem, to najpierw informujemy zainteresowanego klienta, czekamy, aż niebezpieczeństwo zostanie zażegnane, a dopiero później mówimy o tym na konferencjach. Dzięki tak zbudowanym relacjom cieszymy się bardzo dużym zaufaniem Microsoftu.

Wśród naszych klientów znajdują się organizacje rządowe z całego świata.

Skąd pomysł na założenie własnej firmy? Mając tak ogromne kwalifikacje, nie łatwiej było zostać pracownikiem korporacji na wysokim szczeblu?

Firmę Cqure założyłam trochę z przekory, w listopadzie 2008 r., bo dość często słyszałam, że „bezpieczeństwo się nie sprzedaje”. Ja natomiast uważałam, że jest zdecydowanie odwrotnie, tylko trzeba zaoferować wysokiej jakości usługę, która umożliwi kompleksowe zadbanie o bezpieczeństwo przedsiębiorstwa. Od zawsze byłam osobą, której ogromną satysfakcję sprawiało dochodzenie do

założonego celu. Jeśli czegoś nie dało się zrobić, to szukałam innej ścieżki, aby to było możliwe. Stąd moje motto: nie ma rzeczy niemożliwych, wszystko jest kwestią czasu albo wyboru innej drogi. Czasami jednak okazuje się, że poświęcenie tego czasu jest nieopłacalne.

Czym zatem zajmuje się Cqure?

Działamy w kilku obszarach. Podstawą są szeroko rozumiane usługi konsultacyjne w dziedzinie cyberbezpieczeństwa. U naszych klientów prowadzimy także testy penetracyjne, wszelkiego rodzaju badania związane z bezpieczeństwem, a także szkolenia. Pomagamy im też w przypadku poważnych ataków. Stworzyliśmy własną metodologię testowania oraz ponad 40 autorskich programów szkoleniowych.

Czy z racji tak bliskiej współpracy z Microsoftem specjalizujecie się tylko w systemie Windows?

Nie, zajmujemy się wszystkim, co dotyczy bezpieczeństwa IT. W zespole jest tylko pięć osób odpowiedzialnych za badania i testy w systemie Windows, natomiast większość z nas zajmuje się Linuxem. Są także osoby odpowiedzialne za aplikacje mobilne i webowe.

Jak duże jest zainteresowanie tego typu usługami w Polsce?

Umiarkowane, ale jest coraz lepiej. Bardzo mi miło widzieć, jak polskie firmy zaczynają z nami współpracować. Usługi związane z bezpieczeństwem generalnie nie były w Polsce popularne, bo klient nic nie „dostaje do ręki”, widzimy natomiast,

że to się zmienia. Między innymi dlatego od początku zakładałam, że moja firma będzie miała zasięg międzynarodowy. Natomiast okazało się, że nie jest to takie proste. Nasi klienci z Bliskiego Wschodu byli zdziwieni, że będzie ich obsługiwać firma z Polski. Dlatego powstał oddział w Dubaju. Podobnie było z Amerykanami i Szwajcarami. Kto wie, może konieczne będzie otwieranie kolejnych oddziałów – mam już parę miejsc na oku. Dzięki takiemu podejściu wśród naszych klientów znajdują się organizacje rządowe z całego świata.

Spotykamy się w Singapurze podczas azjatyckiej edycji konferencji Black Hat. Pokazała Pani publiczności m.in. zestaw autorskich narzędzi opracowanych przez Cqure do wydobywania ukrytych i zaszyfrowanych haseł z systemu Windows. A następnie umożliwiła... pobranie tych narzędzi za darmo. Gdzie tu biznes?

Rzeczywiście, nasze narzędzia ułatwiają nam działania przy prowadzeniu chociażby testów penetracyjnych, ale biznes Cqure polega przede wszystkim na tym, że wiemy, jak efektywnie z nich korzystać. Firmowy zespół jako pierwszy na świecie stworzył kompletny zestaw narzędzi wykorzystujących możliwości opracowanego przez Microsoft interfejsu Data Protection API i umożliwiających ujawnienie różnych sekretów znajdujących się w systemie Windows. Wychodzę z założenia, że powinniśmy dzielić się z innymi ekspertami wiedzą i doświadczeniem, bo tylko w ten sposób będziemy popularyzować wiedzę o tym, jak skuteczniej się zabezpieczać.

Co na to Microsoft, który wam tak ufa?

Gdy uda nam się złamać jakieś zabezpieczenia lub dojść do jakiejś informacji, która mogłaby skompromitować system, zawsze kontaktujemy się z daną firmą. Etyka to podstawa działania w dziedzinie bezpieczeństwa.

Czy może zaistnieć taka sytuacja, że Microsoft – wiedząc, że publicznie są już dostępne narzędzia umożliwiające wydobywanie tego, co powinno być ukryte – utrudni to zadanie i wprowadzi dodatkowe zabezpieczenia? Cała wasza praca pójdzie wtedy na marne...



To bardzo dobrze, jeśli tak się stanie. Dla nas będzie trudniej, ale dla użytkowników będzie jeszcze bezpieczniej. My natomiast na brak pracy i tak nie będziemy narzekać.

W ubiegłej dekadzie połączenie słów „Windows” i „bezpieczeństwo” u wielu osób wywoływało uśmiech politowania na twarzy. Microsoft jednak broni się, że przez ostatnie 10 lat włożył ogromny wysiłek w poprawę zabezpieczeń. Czy rzeczywiście jest to prawda?

Jak najbardziej tak, Microsoft ma obecnie całą gamę rozwiązań, które chronią system Windows oraz aplikacje. W przypadku Windows 10 mieliśmy do czynienia z ogromnym skokiem w dziedzinie poprawy bezpieczeństwa. Przeprowadzenie wielu ataków, które były popularne wcześniej, dziś jest po prostu niemożliwe. Oczywiście nadal oprogramowanie jest tworzone przez ludzi i błędy się zdarzają, jak chociażby możliwość dokonania ataku Pass-The-Hash, występująca w różnych wersjach Windows. Cieszy natomiast, jak poważnie Microsoft reaguje w tego typu sytuacjach. Poza tym bezpieczeństwo systemu operacyjnego najczęściej wystawiane jest na szwank przez nieświadomych administratorów, wprowadzających niepoprawne ustawienia konfiguracyjne.

Podczas konferencji Black Hat zaprezentowała Pani także narzędzie do wydobywania haseł z oprogramowania

KeePass. Czy to oznacza, że korzystanie z menedżerów haseł właśnie traci sens?

Zademonstrowane przeze mnie narzędzie umożliwia dostanie się do bazy haseł i odszyfrowanie jej tylko w jednej sytuacji – gdy użytkownik ma zintegrowane logowanie do KeePass z systemem Windows. Atak, który pokazałam, polega na skopiowaniu bazy danych użytkownika i na podstawie danych DPAPI uzyskanie dostępu do tej bazy. To jest fragment tego, nad czym nasz zespół pracował od ponad dwóch lat. Natomiast gdy użytkownik nie dopuści do integracji menedżera haseł z systemem operacyjnym, korzystanie z tego typu oprogramowania jest bezpieczne.

Ostatnie lata przyniosły kilka przełomów, jeśli chodzi o bezpieczeństwo IT. Odkryto poważne luki w procesorach, mówi się o tym, że łamanie skomplikowanych haseł będzie trwało nie tysiące lat, a minuty dzięki przetwarzaniu kwantowemu, rządy państw zaś oskarżają duże prywatne firmy o działania szpiegowskie. Czy to oznacza, że wkrótce będziemy mieli do czynienia z pełnym przeobrażeniem branży bezpieczeństwa IT, a zasady ochrony będą pisane od nowa?

Z pewnością któregoś dnia taki przełom nastąpi. Ale to będzie zauważalny, rozciągnięty w czasie proces, dzięki czemu będziemy mieli trochę czasu na wdrożenie nowych rodzajów zabezpieczeń. Na szczęście wiele rodzajów ataku nie wychodzi spoza fazy proof of concept. Natomiast musimy pamiętać, że zawsze z eliminowaniem błędów, opracowywaniem nowych sposobów ochrony, jak też łamaniem ich wiążą się duże koszty – finansowe, organizacyjne i czasowe. To determinuje, kto będzie atakującym i atakowanym. Tam, gdzie te koszty są największe, będziemy mieli do czynienia z walką między dużymi organizacjami. Tam, gdzie są mniejsze, ofiarą może okazać się każdy z nas, dzięki automatyzacji procesów ataku. Ja jednak nie wierzę w ataki, które są nie do wykrycia. Walczy się jedynie z czasem.

ROZMAWIĄŁ

KRZYSZTOF JAKUBIK



Biznes *w mgnieniu oka*

Droga do wydobycia cennych informacji z danych porzrzucanych w różnych miejscach coraz bardziej się wydłuża. Młode firmy z Doliny Krzemowej pracują nad rozwiązaniami ułatwiającymi dostęp do cyfrowych zasobów.

WOJCIECH URBANEK, SAN FRANCISCO

Liczba danych w cyfrowym świecie przyrasta w bardzo szybkim tempie. IDC szacuje, że na koniec przyszłego roku będzie ich 45 zetabajtów. Ale to nie jedyny problem, któremu muszą stawić czoła przedsiębiorcy. Niepokojącym zjawiskiem jest tempo rozprzestrzeniania się software'u. Według IDC w latach 2018–2022 na rynku pojawi się 500 mln nowych aplikacji, czyli tyle samo, ile utworzono w ciągu ostatnich czterdziestu lat (1978–2018). Zbyt duża

ilość narzędzi oraz danych, a także złożoność kodu sprawiają, że informacje są trudne do odnalezienia, niezrozumiałe i niezawierające.

Jak się okazuje, problemy z opanowaniem cyfrowego chaosu mają nawet osoby na stanowisku data scientist, które ponad 80 proc. swojego czasu poświęcają na żmudne czynności związane z wynajdowaniem, zrozumieniem czy przygotowaniem danych. To ociera się o absurd, tym bardziej że płace we wspomnianej gru-

pie zawodowej wzrosły w Stanach Zjednoczonych o 78 proc., a według serwisu rekrutacyjnego Indeed przeciętna roczna pensja wynosi ok. 131 tys. dol. Specjaliści uważają, że bez zastosowania odpowiednich narzędzi część wysiłków data scientist idzie na marne. Przykład z rynku amerykańskiego pokazuje, że firmy próbują czerpać profity z posiadanych danych, ale nie do końca wiedzą, jak do tego się zabrać. Zresztą potwierdzają to badania New Vantage Partners („2019 Big Data



& AI Exec Survey”). Wynika z nich, że aż 72 proc. przedsiębiorstw nie ma kultury pracy z danymi.

GOOGLE MAPS DOBRYM WZOREM

A zatem żyjemy w erze, w której żądamy coraz szybszego dostępu do informacji, a jednocześnie zróżnicowanie i ilość danych sprawiają, że spełnienie tych oczekiwań graniczy z cudem. Kaycee Lai, CEO i założyciel Promethium, uważa, że w dużej mierze to wina żmudnych procesów ekstrakcji i analizy danych. Cały cykl zazwyczaj składa się z kilku etapów: ustalenia źródła występowania danych, przydzielenia dostępu, integracji, wydzielenia odpowiednich podzbiorów, a następnie zgromadzenia i udostępnienia zasobów.

– *Cała operacja może trwać kilka miesięcy, przy czym niestety tak naprawdę nie wiemy, co się dzieje i czy postępujemy prawidłowo. Dopiero po uruchomieniu zapytań możemy zweryfikować wartość danych* – mówi Kaycee Lai.

Promethium rozpoczął swoją działalność na początku ubiegłego roku. Jego

założyciele mają bogate doświadczenie związane z zarządzaniem danymi, gdyż wcześniej pracowali dla EMC, VMware’a, Electronic Arts, Waterline Data, Huawei i Google’a. Notabene twórcy startupu wzorują swój produkt na jednym z najbardziej popularnych rozwiązań ostatniej z wymienionych firm.

– *Google Maps bardzo ułatwiło życie kierowcom. My chcemy uprościć pracę przedsiębiorcom w zakresie analityki, skracając proces do dwóch etapów. Pierwszy polega na kierowaniu zapytań do systemu, w drugim zaś Promethium wskazuje użytkownikowi drogę. Nie trzeba już szukać igły w stogu siana, a operacja trwa kilka minut* – wyjaśnia Kaycee Lai.

Jak w praktyce działa system Promethium? Pierwszy krok to zadanie pytania, które może przybierać różne formy. Jaki produkt sprzedaje się najlepiej? Jakie przychody osiągnęliśmy w EMEA? Jakie rodzaje leków znajdują się w drugiej fazie testów? Następnie system, bazując na mechanizmach uczenia maszynowego, wybiera z dostępnych źródeł odpowiednie informacje. Promethium jest przystosowany do współpracy z bazami MySQL, Oracle, Terradata i systemem Aurora. Startup rekomenduje swoje oprogramowanie do analityki wstępnej oraz do zarządzania projektami. System może być instalowany w środowisku lokalnym lub w chmurze i jest oferowany w modelu subskrypcyjnym. Pomimo krótkiego stażu rynkowego Promethium otrzymało od funduszy venture capital zastrzyk finansowy w wysokości 2,5 mln dol.

DUŻE PIENIĄDZE Z WIELKICH ZBIORÓW DANYCH

Usługami Google zafascynowani są również założyciele Alation. Startup opracował platformę do katalogowania danych umożliwiającą wyszukiwanie informacji pochodzących z wielu różnych źródeł.

– *Alation, podobnie jak Google, automatycznie indeksuje wszystkie dane należące do danej firmy, analizuje sposób ich wykorzystania, w tym postępowanie użytkowników. Wyróżnia nas to, że dokładnie przyglądamy się temu, w jaki sposób pracownicy korzystają z informacji. Wzorujemy się na algorytmie Page Rank Google, który mierzy popularność*

witryny na podstawie liczby prowadzących do niej odsyłaczy – wyjaśnia Satyen Sangani, założyciel i CEO Alation.

Pulpit nawigacyjny platformy umożliwia menedżerom śledzenie poziomu wykorzystania poszczególnych zasobów cyfrowych, rankingów popularności, adnotacji i komentarzy innych użytkowników. Samo rozwiązanie bazuje na trzech elementach: analizie behawioralnej, przetwarzaniu języka naturalnego (NLP) oraz uczeniu maszynowym. Platforma Alation jest przystosowana do współpracy z szeroką gamą produktów i usług: systemami Oracle i SAP, Hadoop, Microsoft Azure, AWS, oprogramowaniem BI (Cognos, Tableau), hurtownią danych Snowflake, bazami danych Terradata czy programami ETL (Trifacta, Informatica).

Alation działa na rynku od 2012 r., a na liście referencyjnej startupu znajdują się m.in. BMW, General Electric, GoDaddy, MunichRE, Pfizer, Tesco, Tesla, eBay i Allegro. Ostatni kwartał ubiegłego roku był szczególnie owocny dla startupu z Redwood City – pozyskał 20 nowych klientów, w tym Farm Credit Service of America, Finnair czy Liberty Mutual Insurance. Warto zaznaczyć, że jest to lukratywny biznes. Alation oferuje swój produkt w modelu subskrypcyjnym, a roczne opłaty w przypadku bardzo dużych przedsiębiorstw dochodzą nawet do miliona dolarów. Gartner szacuje wartość rynku zarządzania danymi na około 42 mln dol. To dopiero rodząca się branża, ale biorąc pod uwagę fakt, że przedsiębiorstwa przechowują coraz więcej danych w różnych systemach i środowiskach, należy sądzić, iż takie firmy jak Alation, Waterline Data, Datum czy Informatica, nie powinny narzekać w najbliższych latach na brak pracy. Znaczenie tego segmentu rynku doceniają inwestorzy – Alation otrzymał od nich już w sumie 82 mln dol.

CHAOS W DZIALE MARKETINGU

Marketingowcy są jedną z nielicznych grup zawodowych, która garściami czerpie z nowych technologii. Niestety, lwią część aplikacji dział marketingu kupują bez konsultacji z informatykami. W ten sposób rozkwita „shadow IT”. Nic nie wskazuje na to, że w najbliższych latach cokolwiek >

▶ zatrzyma ten trend. Jak wynika z danych DataGrail, przeciętna firma z listy Fortune 500 używa średnio 100 systemów marketingowych. Co istotne, liczba aplikacji adresowanych do marketingowców rośnie w niesłychanym tempie – w 2011 było ich 150, a w ubiegłym roku aż 7 tysięcy. Sytuację komplikuje to, że firmy zbierają rozmaite dane o swoich klientach.

Niegdyś wystarczył e-mail oraz numer telefonu klienta. W cyfrowej erze marketingowcy gromadzą informacje o preferencjach, historii zakupów, zachowaniu na stronach internetowych oraz adresy IP. Taki stan rzeczy staje się kłopotliwy dla właścicieli firm oraz instytucji, zwłaszcza w kontekście RODO, a także różnych rozporządzeń w innych częściach globu (przykładowo władze Kalifornii pracują właśnie nad California Consumer Privacy Act).

– *Znamienny jest przykład Lufthansy. Niemieckie linie lotnicze korzystają z pięciu różnych aplikacji marketingowych do komunikacji e-mailowej z klientami. Jedna przeznaczona jest do rezerwacji, inne służą do wysyłania informacji o atrakcyjnych ofertach oraz badania satysfakcji klientów. Jeśli więc, dajmy na to, usunie się dane pasażera z tej ostatniej listy, to nie znikną z czterech pozostałych* – tłumaczy Daniel Barber, CEO i założyciel DataGrail.

Działający od roku startup znalazł dla siebie ciekawą niszę – integrację aplikacji adresowanych do działów marketingu. DataGrail współpracuje z ponad setką systemów, w tym Salesforce, Zendesk i Marketo. Oprogramowanie gromadzi, przetwarza i spełnia żądania klientów dotyczące usuwania danych. Zgodnie z wytycznymi RODO wnioski muszą być rozpatrzone, a żądania spełnione w ciągu 30 dni od daty złożenia dokumentu. Dla dużych przedsiębiorstw jest to wyzwanie, zwłaszcza gdy dane klientów porzucane są po różnych systemach. DataGrail spodziewa się, że do końca bieżącego roku zdobędzie kilkudziesięciu klientów. Wysokość opłaty za usługę uzależniona jest od liczby zintegrowanych systemów.

BAZA DANYCH NA DOPALACZACH

O ile Alation czy Prometheus przywiązują ogromną wagę do wyszukiwania infor-

macji, o tyle dla Hazelcast liczy się przede wszystkim szybkość operacji. W świecie baz danych jedną z najbardziej palących kwestii jest przyspieszenie czasu odpowiedzi na zapytania. Tylko w ten sposób można nadążyć za zmianami zachodzącymi w handlu online czy chociażby w branży mediów i rozrywki. Nie bez przyczyny firmy zaczynają rozglądać się za rozwiązaniami umożliwiającymi „podrasowanie baz danych”. Hazelcast stawia na technologię In Memory Data Grid, bazującą na połączonych magazynach. W tym modelu dane są przekształcane w obiekty i wrzucane do pamięci operacyjnej komputera, co znacznie skraca czas dostępu do informacji. Rozwiązanie zapewnia też dużą skalowalność, łatwe wykonywanie operacji oraz funkcje replikacji, a także współpracę z aplikacjami tworzonymi w różnych językach programowania.

Problemy z opanowaniem cyfrowego chaosu mają nawet osoby na stanowisku data scientist.

– *Nie jesteśmy bazą danych, my ją przyspieszamy. Czas staje się kluczową wartością. Pojedyncze bicie serca trwa sekundę, mrugnięcie to tysiąc milisekund. Natomiast w przypadku naszego rozwiązania opóźnienie liczy się w mikrosekundach* – tłumaczy Kelly Herrell, CEO Hazelcast.

Kierowana przez niego firma, dysponując produktem open source, od 13 lat zarabia na komercyjnych wdrożeniach, oferując specjalne wersje systemu. British Gas, Capital One, Chicago Board Options Exchange, Deutsche Bank, Ellie Mae czy Mizuho Securities USA – to tylko kilku przykładowych klientów Hazelcast, których jest już znacznie więcej. Co ciekawe, 40 proc. przychodów amerykańska firma generuje w Europie.

– *Jeśli masz dużo czasu, możesz skorzystać z tradycyjnej bazy danych, ale gdy szybkość staje się kluczowym elementem, np. podczas Black Friday, przyspieszenie wykonania operacji jest nieodzowne* – podsumowuje Kelly Herrell.

BAZA DANYCH NA PRZYSZŁOŚĆ

W segmencie baz danych już od dłuższego czasu Oracle rywalizuje z grupą mniejszych firm. Gigant na razie dzielnie odpiera ofensywę młodych graczy. Z jednej strony migracja z Oracle'a do konkurencyjnych systemów wymaga sporego nakładu pracy, z drugiej zaś część klientów nie darzy zaufaniem nowicjuszy oferujących bazy NoSQL. IDC przewiduje, że w 2020 r. rynek relacyjnych baz danych osiągnie wartość ok. 60 mld dol., z kolei według 451 Research przychody ze sprzedaży systemów NoSQL w 2021 r. wyniosą 5,7 mld dol. Nierelacyjne bazy danych Redis, Cassandra czy Mongo DB mają niezaprzeczalne atuty, takie jak skalowalność horyzontalna i rozproszone przetwarzanie dużych zbiorów danych w klastrach.

– *Do nowej fali baz danych należy około 10 proc. rynku, aczkolwiek ten segment rozwija się zdecydowanie szybciej niż rozwiązania tradycyjne. Rośniemy w tempie 60 proc. rocznie i możemy utrzymać taki poziom przez następnych kilka lat* – mówi Manish Gupta, CMO w Redis Labs.

Baza danych Redis cieszy się szczególnie dużą popularnością wśród programistów tworzących mikroserwisy. To dobrze wróży Redis Labs, które oferuje komercyjną wersję Redis Enterprise. IDC prognozuje, że w 2022 r. aż 90 proc. aplikacji będzie bazować na architekturze mikroserwisów. Szanse startupu, który powstał w 2011 r., wysoko oceniają też inwestorzy. Do tej pory wpompowali w Redis Labs 146,6 mln dol.

Wśród klientów firmy znajdują się trzej spośród czterech największych wydawców kart płatniczych. Z płatnej wersji bazy Redis korzystają poza tym takie tuzy, jak Walmart, Dreamworks i United Health.

– *Czasy odpowiedzi tradycyjnych baz danych nie zdołają sprostać najnowszym wyzwaniom. Nasz produkt zapewnia uzyskanie wyniku poniżej milisekundy przy dowolnym obciążeniu transakcjami* – zapewnia Manish Gupta.

Kolejnym krokiem w rozwoju Redis Labs mają być wielomodelowe bazy, umożliwiające elastyczną obsługę różnych formatów danych i modeli. Niewykluczone, że tego typu systemy już wkrótce zająć rynek. ■

Czy social media są realnym zagrożeniem dla tajemnicy przedsiębiorstwa?

Chętnie chwalimy się sukcesami. I to nie tylko osobistymi. Sfinalizowanie ważnej transakcji z kontrahentem, zakończenie prac nad nowym produktem są często powodem do dumy. Chętnie też „tagujemy się” w nowych miejscach, niezależnie, czy przebywamy tam prywatnie, czy służbowo. Czy jednak w kontekście zawodowym wszystkie zachowania są w social media dozwolone?

PAWEŁ WORONOWICZ

Zuwagi na to, że nowoczesna gospodarka oparta jest na informacji, nie trzeba szczególnie przekonywać przedsiębiorców, jak dużą wartość mają poufne informacje handlowe ich firm. Temat ochrony tajemnicy przedsiębiorstwa nie jest już dziś nikomu obcy. Przedsiębiorcy mają do dyspozycji rozbudowane środki techniczne, które wdrażają w firmie, by fizycznie chronić poufne, ze względu na znaczenie dla biznesu, informacje. Mogą na przykład zastrzec w umowach o zachowaniu poufności z kontrahentami czy współpracownikami kary za ujawnienie poufnych danych i informacji. Jednak niezależnie od wysokości takich kar i złożoności zabezpieczeń, jakimi dysponuje firma, najsłabszym ogniwem całego systemu ciągle pozostaje człowiek. Pracownik może nieświadomie ujawnić informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa przez zamieszczenie zdjęcia, tagowanie w biurze lub wpis na Facebooku, Instagramie, Tweeterze czy LinkedInie.

ROZPOWSZECHNIONA INFORMACJA PRZESTAJE BYĆ POUFNA

Oczywiście bez podjęcia przez przedsiębiorcę działań fizycznych i prawnych w celu zachowania określonych informacji w tajemnicy nie uzyskałyby one statusu tajemnicy firmy, a w konsekwencji nie byłyby też chronione prawnie na podstawie ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Niemniej jednak dziś, w dobie social media, możliwość świadomego czy przypadkowego ujawnienia poufnych informacji przedsiębiorstwa stała się realnym zagrożeniem dla interesów firm. A należy pamiętać, że zamieszczenie informacji poufnej w mediach społecznościowych jest równoznaczne z podaniem jej do wiadomości publicznej. Informacja taka traci zatem z miejsca status tajemnicy przedsiębiorstwa, gdyż staje się jawna, niezależnie od tego, jakie inne techniczne czy prawne kroki spółka podjęła lub podejmie w przyszłości w celu jej zabezpieczenia. ➤

> PRZYPADK 1: NOWY PRODUKT

Firma pracuje nad zupełnie nowym produktem, na co przeznacza spore środki. Jeszcze przed wprowadzeniem nowości na rynek, a po ostatecznym jego opracowaniu pracownik X robi sobie z nim zdjęcie i umieszcza na swoim profilu facebookowym. Na fotografii pracownik pokazuje produkt, a w treści mówi o nim i chwali się efektami ciężkiej pracy zespołu.

Pracownik X właśnie podał do wiadomości publicznej, z jakim produktem jego firma zamierza wejść na rynek. Dało to konkurentom dodatkowe dni, a może nawet tygodnie (przed rozpoczęciem sprzedaży lub konferencją prasową, na której produkt zostanie zaprezentowany) na przygotowanie konkurencyjnej oferty oraz dostosowanie swoich towarów.

PRZYPADK 2: NOWE RYNKI

Pracownik Y jedzie w podróż służbową, aby negocjować umowę, pozyskać nowego klienta lub rozpoznać nowy rynek zbytu czy zaopatrzenia. Z takiej podróży zamieszcza zdjęcie na Instagramie, oznaczając go hashtagiem #nowyrynek, a w treści pisząc „będzie sprzedawane” albo „zobaczymy, jakich tam mają sadowników”.

Pracownik Y właśnie podpowiedział konkurencji, jakie nowe rynki spółka eksploruje, czyli jakie są jej planowane kierunki ekspansji, lub z jakich rejonów poszukuje nowych klientów. Zwróćmy uwagę, że taka informacja sama w sobie nie musi mieć wielkiej wartości, gdyż może się okazać, że nowy rynek nie jest dochodowy albo firmie nie udało się pozyskać określonego kontrahenta. Może się jednak okazać, że podana przez pracownika Y informacja była dla konkurencji brakującą częścią układanki dotyczącej planowanych działań firmy. Dzięki temu konkurencja zdołała się odpowiednio wcześniej przygotować lub od razu wysłać tam przedstawiciela z własną ofertą.

Ryzyko nie jest czysto teoretyczne.

PRZYPADK 3: PODRÓŻ SŁUĐBOWA

Pracownik Z jedzie w podróż służbową do potencjalnego lub najnowszego klienta. Zamieszcza w portalu społecznościowym zupełnie neutralne zdjęcie z miejscowości, w której ma spotkanie, dodając jedynie informację o lokalizacji.

Pracownik Z właśnie podał do wiadomości publicznej dane o lokalizacji, którą konkurencja z pewnością sprawdzi. Na podstawie tej informacji łatwo odgadnie, że w danym mieście siedzibę ma tylko jeden potencjalny dostawca czy klient, a wtedy oczywiste stanie się, w jakim celu pojechał tam np. dyrektor sprzedaży firmy. Przedstawiciel konkurencji pewnie umawia już spotkanie...

PRZYPADK 4: ZDJĘCIE Z SALI KONFERENCYJNEJ LUB ZAKŁADU

Pracownik W publikuje w swoim profilu społecznościowym pozornie przypadkowe selfie zespołu w sali konferencyjnej lub

zdjęcie z zakładu produkcyjnego. Fotografia z zakładu produkcyjnego może stanowić źródło informacji o sposobie organizacji linii produkcyjnej, używanych do produkcji maszynach (ich producencie czy systemie, w jakim pracują), częściowo także o metodzie produkcji, ewentualnie o dostawcach, których logo może być umieszczone na skrzyniach bądź kontenerach na półprodukty. Umieszczając natomiast zdjęcie z sali konferencyjnej, pracownik W ryzykuje, że na ekranie telewizora, powierzchni ściany, na którą pada rzutnik, lub na flipcharcie są widoczne poufne dane.

Slajd z prezentacji przedstawiający dane finansowe spółki, lista klientów lub kontrahentów albo plany rozwoju na kolejny rok? Konkurencja będzie zachwycona.

CASE STUDY

Ryzyko w opisanych wyżej sytuacjach nie jest czysto teoretyczne – naprawdę mają one miejsce i zdarzają się największym. Dobry przykład stanowi historia amerykańskiej drużyny NBA. Na początku roku 2017 agent koszykarza Patricio Garino zamieścił na Tweeterze zdjęcie uwieczniające moment podpisa-

nia przez sportowca umowy z zespołem Orlando Magic. Nie byłoby w tym niczego nadzwyczajnego, gdyby nie fakt, że w tle dobrze widoczna była tablica z listą nazwisk różnych koszykarzy. Na świecie ruszyły spekulacje, czy jest to lista koszykarzy, których właściciele Orlando Magic chcieliby kupić w najbliższym sezonie

koszykarskim. Problem był poważny, a przedstawiciele drużyny z Orlando musieli tłumaczyć się publicznie. Przekonywali wówczas, że lista nie stanowiła spisu potencjalnych transferów na nadchodzący sezon. To niepozorne zdjęcie mogło bardzo skutecznie pokrzyżować plany zespołu i negatywnie wpłynąć na skład oraz wyniki.

SZKODA DLA FIRMY

I KONSEKWENCJE DLA PRACOWNIKA

Większość opisanych tutaj przypadków ujawnienia informacji poufnych jest zapewne wynikiem niefrasobliwości czy niedopatrzania. Jednak skutki takiego zachowania mogą być dla firmy bardzo bolesne finansowo. Sam pracownik także może ponieść konsekwencje swojej nieostrożności. Zgodnie z art. 100 par. 2 pkt 4 Kodeksu pracy pracownik jest zobowiązany dbać o dobro zakładu pracy, chronić jego mienie oraz zachować w tajemnicy informacje, których ujawnienie mogłoby narazić pracodawcę na szkodę.

Już na podstawie tego przepisu ujawnienie przez zatrudnionego informacji poufnych poprzez zamieszczenie zdjęć lub innych treści w portalach społecznościowych może stanowić powód do rozwiązania stosunku pracy z jego winy. Z kolei jeśli ujawnienie jest zawinione (intencjonalne), może to skutkować nawet zwolnieniem dyscyplinarnym. Pamiętajmy, że jeżeli ujawniona w mediach społecznościowych informacja

stanowi tajemnicę firmy pracodawcy lub zleceniodawcy, pracownik albo współpracownik (osoba współpracująca ze spółką na podstawie umowy innej niż umowa o pracę) może ponieść odpowiedzialność także na podstawie przepisów ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (co wynika również z treści art. 100 par. 2 pkt 5 Kodeksu pracy).

ODSZKODOWANIE DLA FIRMY

W przypadku ujawnienia danych poufnych, które niesie konsekwencje dla firmy, pracodawca czy zleceniodawca może wystąpić z roszczeniem odszkodowawczym przeciwko pracownikowi/współpracownikowi, który ujawnił tajemnicę przedsiębiorstwa. Uprawnionemu przysługuje też m.in. roszczenie o usunięcie skutków niedozwolonych działań, a zatem w omawianych przypadkach roszczenie o usunięcie określonego zdjęcia czy informacji z mediów społecznościowych, w których zostały one umieszczone. Jednak, jak wiadomo, w sieci nie ginie, dlatego w żadnym wypadku nie będzie to efektywny środek prawny. Należy podkreślić, że dla powstania odpowiedzialności pracownika lub współpracownika z tytułu ujawnienia tajemnicy firmy nie ma znaczenia, czy działanie takie ma charakter zawiniony czy niezawiniony (z wyjątkiem odpowiedzialności odszkodowawczej, która oparta jest na zasadzie winy). Ta

okoliczność ma znaczenie dla potencjalnej odpowiedzialności karnej za naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa, która wchodzi w grę w wypadku zawinionego naruszenia.

LEPIEJ ZAPOBIEGAĆ, NIŻ LECZYĆ

Z punktu widzenia pracodawcy od skutecznego dochodzenia swoich praw już po ujawnieniu lub naruszeniu tajemnicy jego przedsiębiorstwa istotniejsze są działania prewencyjne. Z kolei dla pracownika lub współpracownika w kontekście potencjalnej odpowiedzialności za naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa istotna jest wiedza na temat tego, co jest, a co nie jest tajemnicą przedsiębiorstwa oraz jakie informacje dotyczące spółki mogą być zamieszczane w social media. W związku z tym użytecznym narzędziem okazuje się wprowadzony w firmie zbiór zasad korzystania przez pracowników z mediów społecznościowych, mogący stanowić element lub załącznik do polityki ochrony informacji firmy.

AUTOR JEST ADWOKATEM W DELOITTE LEGAL. SPECJALIZUJE SIĘ W PRAWIE WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ ORAZ PRAWIE KONTRAKTÓW HANDLOWYCH.

ARTYKUŁ UKAZAŁ SIĘ PIERWOTNIE W DIGITAL MARKETING NEWSLETTER: WWW2.DELOITTE.COM/PL/PL/PAGES/DELOITTE-DIGITAL/DIGITAL-MARKETING-NEWSLETTER-DELOITTE/CZY-SOCIAL-MEDIA-SA-REALNYM-ZAGROZENIEM-DLA-TAJEMNICY-PRZEDSIEBIORSTWA.HTML.

ZAPISZ SIĘ NA BEZPŁATNY NEWSLETTER CRN POLSKA

OTRZYMASZ 3 RAZY W TYGODNIU:

- najświeższe informacje o trendach w kanale sprzedaży rozwiązań IT w Polsce i na świecie
- zapowiedzi najważniejszych konferencji i wydarzeń dla resellerów i integratorów IT
- wiedzę dotyczącą biznesu, wspomagającą rozwój Twojej firmy



JEŚLI NIE PAMIĘTASZ HASŁA DO SWOJEGO KONTA...

- możesz je odzyskać na stronie: www.crn.pl/reset
- możesz wysłać mail na adres prenumerata@crn.pl z prośbą o włączenie newslettera

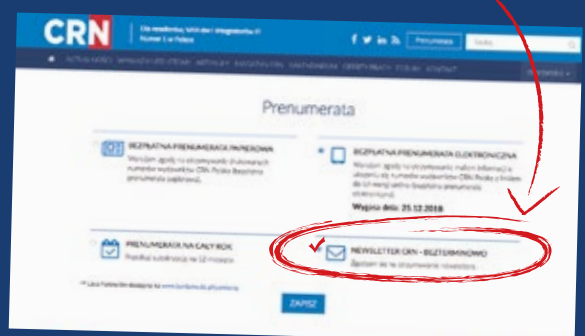
Z otrzymywania newslettera można w każdej chwili zrezygnować, edytując profil swojego konta na CRN.pl lub wysyłając mail na adres prenumerata@crn.pl

* Jeśli jeszcze nie masz konta na crn.pl możesz je założyć na stronie www.crn.pl/login

Jak to zrobić?

To proste. Mając konto* na CRN.PL:

1. zaloguj się
2. kliknij Prenumerata
3. kliknij ikonę NEWSLETTER CRN
4. i zapisz wprowadzone zmiany





Zalety i wady perfekcjonizmu

Co jest twoją największą słabością? Jedną z najczęstszych odpowiedzi, jakie można usłyszeć podczas rozmów kwalifikacyjnych, brzmi: „Jestem perfekcjonistą”. Czy perfekcjonizm jest jednak słabością? Czy cechy tej nie postrzega się raczej jako zalety?

BRIAN SWIDER, DANA HARARI, AMY P. BREIDENTHAL, LAURENS BUJOLD STEED

Z szeroko zakrojonych badań wynika, że psychologia perfekcjonizmu ma dość złożony charakter. Owszem, perfekcjoniści dążą do osiągnięcia doskonałych wyników i wykazują wyższy poziom motywacji oraz sumienności niż osoby niebędące tak skrupulatnymi. Jednocześnie częściej wyznaczają sobie sztywne, wygórowane standardy działania, zbyt krytycznie podchodzą do swojego zachowania lub też wykazują zero-jedynkowe podejście do własnych wyników („albo robię coś świetnie, albo zupełnie do niczego”), a ich samoocena zależy od wykonania pracy. Badania wykazują również,

że perfekcjoniści częściej są zestresowani, odczuwają niepokój i dopada ich wypalenie.

Aby odpowiedzieć na podstawowe pytanie: „Czy perfekcjoniści lepiej radzą sobie w pracy?”, przeanalizowaliśmy 95 badań przeprowadzonych od lat 80. XX w. do dziś, które wykazują zależności pomiędzy perfekcjonizmem a czynnikami wpływającymi na skuteczność pracowników. Objęły one niemalże 25 tys. osób w wieku produkcyjnym. Na ich podstawie ustaliliśmy, że perfekcjonizm jest znacznie większą słabością, niż wydaje się kandydatom do pracy oraz osobom prowadzącym rozmowy kwalifikacyjne.

WIĘCEJ NA TEMAT POMIARU PERFEKcjonIZMU

W większości spośród przeanalizowanych przez nas badań korzystano z trzech ogólnie przyjętych skal perfekcjonizmu. W niektórych badaniach stosowano inne mierniki. W każdym natomiast mierzono perfekcjonizm na podstawie deklarowanych przez pracowników skłonności. Choć istnieją różne jego skale, nie ma jednej definicji. Niemniej większość zgadza się co do pewnych cech, które charakteryzują to zjawisko, np. sztywnych, wyśrubowanych standardów działania lub zero-jedynkowego podejścia do otoczenia.

Nasze badania potwierdziły, że perfekcjonizm w istotny i spójny sposób przyczynia się do wystąpienia kilku korzystnych efektów w miejscu pracy. Dla przykładu perfekcjoniści mają większą motywację do pracy, dłużej pracują i potrafią wykazywać większe zaangażowanie. Pokazały one również, że perfekcjonizm pociąga za sobą wiele szkodliwych konsekwencji wykraczających poza sferę wykonywanej pracy. Perfekcjoniści są bardziej podatni na wypalenie zawodowe, stres, pracoholizm oraz depresję.

Choć wspomniane skutki dotyczyły wszystkich perfekcjonistów, po bliższym zbadaniu okazało się, że istnieją między nimi zasadnicze różnice pod względem stopnia intensywności objawów tej cechy. Wyodrębniliśmy dwa różne, choć powiązane ze sobą, podwymiary perfekcjonizmu. Pierwszy, który nazywamy „perfekcjonizmem dążącym do doskonałości”, obejmuje skłonność do skupiania się na nadmiernie wyśrubowanych standardach działania oraz ich oczekiwania od innych. Perfekcjoniści dążący do doskonałości nie tylko surowo oceniają wyniki własnych działań, ale również mają duże oczekiwania wobec innych osób. Drugi podwymiar, który nazywamy „perfekcjonizmem unikającym niepowodzenia”, obejmuje obsesyjną dbałość i obawę przed nieosiągnięciem najwyższych standardów efektywności. Perfekcjoniści unikający niepowodzenia nieustannie martwią się, że nie wykonują pracy w odpowiedni lub dobry sposób, i obawiają się utraty szacunku innych, jeśli nie osiągną doskonałości.

Rezultaty naszych badań pokazują, że skłonność do perfekcjonizmu może obejmować jeden wymiar lub obydwa, oraz że przekłada się to na nieznacznie odmienne wyniki. Korzystne efekty perfekcjonizmu były bardziej wyraźne u osób, u których dominował perfekcjonizm dążący do doskonałości niż u osób wykazujących się perfekcjonizmem unikającym niepowodzenia. Z drugiej strony szkodliwe konsekwencje perfekcjonizmu w większym stopniu dotyczyły osób, u których silniej uwidocznił się perfekcjonizm unikający niepowodzenia, choć były one nadal widoczne u osób charakteryzujących się większym perfekcjonizmem dążącym do doskonałości.

Co istotne, nasze wyniki pokazały, że nie zachodzi związek pomiędzy rezultatami a perfekcjonizmem – perfekcjoniści nie osiągają lepszych ani gorszych wyników niż nieperfekcjoniści. Nawet osoby, które cechował wysoki perfekcjonizm dążący do doskonałości, nie miały lepszych wyników. Nie udało nam się jednak ustalić powodu braku tego związku. Być może perfek-

cjoniści poświęcają za dużo czasu na doskonalenie pewnych aspektów pracy, jednocześnie lekceważąc inne kwestie. Możliwe też, że zalety związane z perfekcjonistycznymi skłonnościami pracowników niwelują szkodliwe konsekwencje tych samych skłonności. Ustalenie ostatecznych przyczyn wymaga dalszych badań.

Nasze wyniki sugerują, że perfekcjonizm nie ma wpływu na pracę. Udało się nam jednak znaleźć spójną, dającą się zauważyć relację pomiędzy perfekcjonizmem a zmiennymi, które powszechnie uważa się za korzystne dla pracowników i przedsiębiorstwa (np. motywacja i sumienność). Niemniej – co istotne – nie ustaliliśmy zależności pomiędzy perfekcjonizmem a wynikami. To, w połączeniu z silnym wpływem perfekcjonizmu na wypalenie i samopoczucie psychiczne, sugeruje, że perfekcjonizm ma ogólnie szkodliwy wpływ na pracowników i organizacje. Innymi słowy, jeśli perfekcjonizm rzutuje na wyniki pracownika za sprawą większego zaangażowania oraz motywacji, ten wpływ jest niwelowany przez siły działające w przeciwnym kierunku, takie jak większa skłonność do depresji czy uczucie niepokoju, które mają poważne konsekwencje wykraczające poza sferę pracy.

Nie zachodzi związek pomiędzy wynikami pracy a perfekcjonizmem.

Nie oznacza to, że menedżerowie powinni negatywnie oceniać kandydatów lub pracowników wykazujących silną skłonność do perfekcjonizmu. Muszą natomiast dążyć do wykorzystania ich zalet przy jednoczesnym uświadomieniu sobie oraz ograniczeniu wpływu potencjalnych negatywnych konsekwencji tej cechy.

Na przykład, zamiast stale przypominać perfekcjonistom cele w zakresie efektywności (czego zapewne nie muszą robić, bo perfekcjoniści zwykle sami wyznaczają sobie najwyższe możliwe standardy efektywności), menedżerowie mogliby skoncentrować się na zachęcaniu ich do wyznaczania celów dotyczących regeneracji sił poza pracą. Przyczyniłoby się to do zmniejszenia ich stresu i wypalenia zawodowego. Szefowie powinni również wyraźnie określać oczekiwania i komunikować tolerancję dla niektórych błędów.

Podejmowanie działań mających na celu lepsze zarządzanie perfekcjonistami okazuje się jednym z priorytetów w zakresie zarządzania. Z badania obejmującego prawie 42 tys. młodych osób na całym świecie wynika, że w ciągu ostatnich 27 lat wzrósł poziom perfekcjonizmu. Dążenie do perfekcji pociąga za sobą znaczne koszty – i dla pracowników, i dla firm. Zamiast więc zachęcać swoich ludzi do perfekcji, zaakceptujmy to, że są „wystarczająco dobrzy”, a wówczas osiągniemy lepsze wyniki.

BRIAN SWIDER JEST PROFESOREM W WARRINGTON COLLEGE OF BUSINESS W UNIVERSITY OF FLORIDA, A PROF. LAURENS BUJOLD STEED PRACUJE W FARMER SCHOOL OF BUSINESS NA UNIWERSYTECIE W MIAMI. Z KOLEI DANA HARARI ORAZ AMY P. BREIDENTHAL SĄ DOKTORANTKAMI W SCHELLER COLLEGE OF BUSINESS W GEORGIA INSTITUTE OF TECHNOLOGY. ARTYKUŁ UKAZAŁ SIĘ PIERWOTNIE W PORTALU HARVARD BUSINESS REVIEW POLSKA WWW.HBRP.PL.

Wybór rozwiązania zależy od struktury kosztów

„Coraz wyższe koszty pozyskania specjalistów znających się na złożonej infrastrukturze teleinformatycznej oraz rosnące wymagania odnośnie do jej stabilności w połączeniu z oczekiwaniami biznesu skłaniają do nowego spojrzenia na architekturę teleinformatyczną. Uproszczenie jej staje się koniecznością. Dlatego w coraz większym zakresie stawiamy na wykorzystanie rozwiązań hiperkonwergentnych” – mówi Arkadiusz Drzewiecki, kierownik Biura Informatyki Krajowej Spółki Cukrowej „Polski Cukier”.

CRN W skład Krajowej Spółki Cukrowej wchodzi siedem cukrowni zlokalizowanych w pięciu województwach oraz zakład przetwórstwa owocowo-warzywnego. Do tego dochodzi jeszcze kilka innych spółek zależnych, jak fabryka cukierków, zakład przetwórstwa ziemniaczanego oraz kilka jednostek nieprodukcyjnych w różnych województwach. Jak taka struktura firmy wpływa na zarządzanie informatyką?

ARKADIUSZ DRZEWIECKI Działamy na wielu różnych płaszczyznach. Zapewniamy wsparcie informatyczne dla managementu i w obszarze back office, obsługujemy systemy ERP używane przez fabryki, utrzymujemy system SFA, który wspiera pracę działu handlowego i marketingu. Przez system MES (Manufacturing Execution System) wspomagamy również realizację produkcji.

Jak mocno IT wchodzi w sferę rozwiązań produkcyjnych? W jakim stopniu systemy informatyczne są obecnie zintegrowane z automatyką przemysłową, która podlega przecież coraz większej cyfryzacji?

IT i OT (Operational Technology) to na razie dwa osobne światy. Służby utrzymania ruchu odpowiadają za rozwiązania służące do produkcji (OT), a domeną służb informatycznych jest obsługa korporacyjnej części technologii cyfrowych. Kontakt następuje na poziomie serwerów OPC, przez które odbywa się wymiana danych. Dzieje się tak głównie ze względów bezpieczeństwa. Sterowniki PLC używane na liniach produkcyjnych były projektowane przede wszystkim z myślą o ich funkcjonalności, nie zaś bezpieczeństwie. Są bardziej podatne na ataki niż rozwiązania stricte informatyczne. Nikt więc dzisiaj nie podejmie decyzji o pełnej integracji tych dwóch obszarów.

Czy w takiej sytuacji możliwa jest w ogóle realizacja koncepcji Przemysłu 4.0?

To się może odbywać na różne sposoby. Aktualnie dane pozyskiwane są poprzez serwery OPC, a następnie poddawane obróbce analitycznej w celu wykorzystania przez komórki biznesowe. Kolejnym etapem będzie przejście do predykcji awarii urządzeń przez m.in. zastosowanie autonomicznych rozwiązań – na przykład na pompie montuje się czujnik wyposażony w kartę SIM. Wyniki pomiarów mogą być wysyłane do chmury, gdzie następuje ich analiza. Z czasem, gdy będzie postępować optymalizacja systemów produkcyjnych pod kątem cyberbezpieczeństwa, integracja IT i OT będzie prawdopodobnie coraz większa.

Co jeszcze może jej sprzyjać?

Wprowadzenie na większą skalę Internetu rzeczy wpłynie zapewne na przyspieszenie procesu konsolidacji. Duże znaczenie będzie miało też upowszechnianie się rozwiązań hiperkonwergentnych, umożliwiających umieszczenie wszystkiego w jednym miejscu, czy to w infrastrukturze on-premise, czy w chmurze. Ponadto zauważalne jest rosnące zapotrzebowanie ze strony środowisk biznesowych na dostęp do zdecydowanie większej ilości informacji, w tym również pochodzących z produkcji.

Co w takim razie dzisiaj stanowi dla Pana największe wyzwanie w zakresie utrzymania i rozwoju środowiska informatycznego w spółce? Czego dotyczą najważniejsze plany inwestycyjne w obszarze infrastruktury IT?

Dużym zmianom ulega architektura sieciowa. Stawiamy na rozwój sieci w standardzie SD-WAN (Software-Defined Wide

Area Network). Pozwoli nam to na zwiększenie elastyczności w dostarczaniu usług naszym wewnętrznym klientom biznesowym, dzięki możliwości zoptymalizowania schematów trasowania w zależności od priorytetów aplikacji biznesowych i zapotrzebowania na przepustowość. Wiele firm dostarcza niezbędne do tego rozwiązania. To moim zdaniem jest właściwy wybór dla przedsiębiorstw, które mają infrastrukturę wielooddziałową.

Dlaczego Pan tak uważa?

W dużym uproszczeniu: jedną z istotnych wartości takiego podejścia do budowy sieci WAN jest to, że urządzenia zainstalowane w różnych miejscach mogą łączyć się ze sobą za pomocą różnych mediów transmisyjnych, a wybór optymalnego połączenia może być dokonywany np. na podstawie analizy dostępu do aplikacji biznesowych z zapewnieniem właściwego poziomu bezpieczeństwa.

Zauważalny jest również narastający problem (oraz koszty) z pozyskaniem specjalistów znających się na obsłudze coraz bardziej zaawansowanych rozwiązań, w szczególności poza dużymi aglomeracjami. Uproszczenie architektury sieciowej, jej konsolidacja oraz zapewnienie wysokiej skalowalności bardzo często staje się koniecznością. Takie podejście umożliwia stworzenie wysoko skalowalnej infrastruktury, która będzie solidną podstawą do budowania narzędzi wspomagających biznes (klienta wewnętrznego), takich jak systemy ERP czy Business Intelligence.

Czy stawiacie na rozwój własnego centrum danych, czy raczej myślicie o korzystaniu z usług w chmurze?

Inwestujemy w rozwój własnego data center. W nim też będziemy wykorzystywać rozwiązania hiperkonwergentne. To kolejne uproszczenie w zarządzaniu infrastrukturą informatyczną. Stawiamy na środowiska bardziej skuteczne i wydajne, które są możliwe do stworzenia właśnie dzięki hiperkonwergencji. Do chmury przeniesiemy być może część backupu, w celu jego replikacji.

Co wpłynęło na decyzję o rozwoju własnego centrum danych?

Dokonałiśmy już wcześniej sporych inwestycji w jego budowę, łącznie z zaawansowaną infrastrukturą i zabezpieczeniami, w tym przeciwpożarowymi. Trudno teraz byłoby się z tego wycofać. Poniesione koszty muszą się amortyzować.

Czy rozważacie przejście do chmury w przyszłości?

Tego typu decyzja zależy w dużej mierze od struktury kosztów. Jeżeli firma chce rozliczać koszty operacyjne, to będzie kupować w chmurze. To w dużym stopniu kwestia polityki fi-

**Cena nie musi
odgrywać
pierwszorzędnej
roli.**



nansowej. Do tego dochodzą uwarunkowania technologiczne. Ważne są też zasady licencjonowania systemów dostępnych w chmurze. Należy to przeanalizować przed podjęciem ostatecznej decyzji, bo może się okazać, że w niektórych przypadkach jest to rozwiązanie droższe.

Jakie oprogramowanie robicie własnymi siłami, a co kupujecie na rynku?

Nie mamy własnego zespołu deweloperskiego. Większość rzeczy kupujemy więc od dostawców. Jeśli coś robimy sami, to tylko ewentualnie małe narzędzia wspomagające.

W jakim stopniu gotowe, standardowe systemy spełniają wasze oczekiwania i zaspokajają potrzeby wynikające ze specyfiki spółki?

Standardowy system ERP z pudełka nie jest dla nas. Można jednak skorzystać z systemu ERP jako zbioru procesów. Wtedy procesy występujące w przedsiębiorstwie odzwierciedlane są w systemie. Wdrożenie musi być poprzedzone odpowiednimi analizami i ustaleniami. Dobrze też jest dokonać optymalizacji procesów. Małe firmy mogą skorzystać ze standardowych rozwiązań, my potrzebujemy oprogramowania, które można dopasować do naszej organizacji, a nie na odwrót. To dla nas jedno z podstawowych kryteriów oceny oferty rynkowej. ➤

➤ **A co ma decydujące znaczenie przy wyborze partnera technologicznego? Według jakich kryteriów doбира Pan do współpracy resellerów czy integratorów?**

Sam produkt jest dla każdego taki sam. Ważne, co kto potrafi z nim zrobić, co jest w stanie z niego wydobyć. Mamy grono stałych, sprawdzonych partnerów – resellerów, integratorów – z którymi współpracujemy od lat. Czasami też pełnią dla nas funkcję doradców. Podczas kontaktów z nowymi firmami zwracamy uwagę na ich potencjał wdrożeniowy – co robili dotychczas, czy skupiają się na czymś konkretnym, czy raczej zajmują się wszystkim, co uda się sprzedać, czy mają wystarczające doświadczenie technologiczne, ale też czy potrafią podejść do wdrożenia od strony biznesowej...

Czy często spotyka się Pan ze sprzedawcami, którzy próbują za wszelką cenę przekonać Pana do zakupu czegoś, co akurat mają w ofercie, nie zwracając uwagi na Pana faktyczne potrzeby i oczekiwania?

Nie, firm, które próbują coś nam koniecznie wcisnąć, jest już coraz mniej. Większość próbuje wchodzić w rolę naszych doradców, pokazywać korzyści z oferowanych rozwiązań, wskazywać, co można za ich pomocą osiągnąć. Starają się też pokazywać swoje doświadczenie związane z wdrożeniami oferowanych produktów. Poza tym przekonują już często o swojej stałej dostępności dla użytkownika ich rozwiązań. Najgorzej, jeśli firma jest zainteresowana współpracą i wsparciem dla klienta tylko do momentu podpisania kontraktu. Gdy program zostanie wdrożony lub urządzenie zainstalowane, zapomina ona o wszelkich wcześniejszych obietnicach, ustaleniach i zobowiązaniach. A dla nas bardzo istotne jest, żeby zainteresowanie ze strony dostawcy było widoczne przez cały czas.

Coraz więcej produktów informatycznych oferowanych jest w formie usługi bądź wynajmu. W jakim stopniu interesująca jest z Pana punktu widzenia taka formuła korzystania z rozwiązań IT?

Producenci często wycofują z rynku dobrze funkcjonujący produkt np. po 2–3 latach. Trzeba na to bardzo uważać, bo może się okazać, że w takiej sytuacji klient nie ma już zapewnionego wsparcia dla użytkowanego oprogramowania lub urządzenia. Warto się więc zastanowić również nad wynajmem długoterminowym czy usługą. Wtedy mogę korzystać z produktu tylko tyle, ile będę potrzebował. Opłaty zostaną wówczas zaliczone do kosztów operacyjnych. To niejednokrotnie bardziej się opłaca niż zakup.

Jak dokonywany jest w Pana firmie wybór odpowiednich rozwiązań informatycznych?

Mamy własną procedurę przetargową. Jej przebieg zależy od wartości potencjalnego zamówienia. Przed podjęciem ostatecznej decyzji podejmujemy szereg działań związanych z wyszukaniem i oceną interesujących nas rozwiązań. Patrzymy

na dostępne na rynku oferty pod kątem parametrów technicznych, funkcjonalności, kosztów utrzymania oraz ostatecznego kosztu zakupu.

Jakie miejsce w hierarchii stosowanych kryteriów wyboru zajmuje cena?

Cena nie musi odgrywać pierwszorzędnej roli. Jest jednym z elementów systemu oceny. Bierzymy pod uwagę wiele różnych czynników: wartość merytoryczną, doświadczenie oferenta, mechanizmy wsparcia powdrożeniowego, strukturę licencji, termin dostarczenia lub realizacji wdrożenia i tym podobne. Cena jest na końcu, chociaż nie można powiedzieć, że nie ma znaczenia. Tak naprawdę jednak liczy się cała struktura kosztów, w tym ważne miejsce zajmują koszty utrzymania.

Czy zarządzanie informatyką, w tym podejmowanie decyzji zakupowych, odbywa się w sposób scentralizowany?

Tak, zarządzanie całym środowiskiem IT, odpowiedzialność za zakupy i rozwój infrastruktury, opracowywanie i wdrażanie standardów jest umiejscowione w toruńskim biurze informatyki. To pozwala na zapewnienie synergii działań. Mamy narzędzia, które umożliwiają nam zarządzanie całością, na przykład cały obieg dokumentów jest już w formie elektronicznej. Wiele rzeczy robimy zdalnie. W sumie pod opieką działu IT jest na przykład 1100 stacji roboczych. Ważne miejsce w naszych działaniach zajmują kwestie zabezpieczeń – od polityki bezpieczeństwa po reagowanie na incydenty.

Jak sobie radzicie z tymi wszystkimi wyzwaniami?

Po pierwsze mamy dobry zespół, ale również pomaga nam w tym stosowanie takich metodyk jak ITIL czy Lean IT, która bardzo dobrze sprawdza się w zakresie optymalizacji środowiska informatycznego. Pomaga też w zarządzaniu usługami informatycznymi. W sposób sformalizowany zarządzamy również projektami, stosując metodyki prowadzenia projektów (PRINCE2 czy Agile PM). Rozkładamy zadania na czynniki pierwsze, żeby zobaczyć, co jest naprawdę do zrobienia i jak możemy się do tego zabrać. Taki ogląd sytuacji pokazuje prawdziwą skalę wyzwań, z którymi trzeba się zmierzyć. W konsekwencji łatwiej zaplanować potrzebne działania i zarządzać ich realizacją.

Czy stosowanie metodyki zarządzania projektami jest przez Pana również brane pod uwagę przy wyborze integratora?

Tak, to jedno z kryteriów wyboru. Patrę, jaką metodykę stosuje integrator, jakie ma w tym zakresie doświadczenie, jakich project managerów zatrudnia. Dobre zarządzanie projektami podnosi w moich oczach wartość oferty firmy informatycznej. To jedna z gwarancji rzetelnego podejścia do wykonania wdrożenia.

Inwestujemy w rozwój własnego data center.

ROZMAWIAŁ

ANDRZEJ GONTARZ

Od fake newsów do fact-checkingu

WŁAŚCICIEL PORTALU PRZYŁAPANEGO PRZEZ DZIENNIKARZY ŚLEDZĄCYCH NA MASOWEJ PRODUKCJI FAKE NEWSÓW ZAPOWIEDZIAŁ, ŻE STWORZY SERWIS FACT-CHECKINGOWY. UWIERZĄ PAŃSTWO W RZETELNOŚĆ TAKIEJ PLATFORMY?

Piszę felieton w prima aprilis, który to dzień moglibyśmy śmiało nazwać Międzynarodowym Dniem Fake Newsa. Telewizja TVN24 właśnie pokazała reportaż opowiadający o serwisie Newsweb działającym pod skrzydłami polskiej firmy HGA Media. Z informacji i nagrań autorstwa Bertolda Kittela i Anny Sobolewskiej wynika, że autorzy witryny w pełni świadomie publikowali fałszywe wiadomości, okraszając je obficie memami. Fikcyjne newsy i grafiki portal rozpowszechniał za pomocą licznych grup facebookowych oraz anonimowych kont. Po emisji reportażu okazało się, że Newsweb już nie istnieje – został zamknięty przez szefa HGA Media Alberta Wójcika. Tenże w reakcji na kryzys zapowiedział, że zamierza teraz... „zainwestować w platformę, która będzie prostować tego typu fake newsy, jakie pojawiały się na Newswebie”.

Ciągle młody termin „fake news” może odpowiadać za powszechne mniemanie, że mamy do czynienia z nowym zjawiskiem. Ale to byłaby nieprawda. Przekazywanie nieprawdziwych informacji – niezamierzone, wynikające z ludzkich bądź technicznych ułomności, albo celowe, obliczone na osiągnięcie wpływu – jest dosłownie stare jak świat, kultura i cywilizacja. Czymże bowiem innym były w średniowieczu dworskie plotki, które umiejętnie rozpuszczane miały osłabić lub wzmocnić pozycję konkretnych osób? Albo niepokojące wieści rozsyłane na terenach, które zamierzał podbić najeźdźca? A już w „medialnych czasach”, po II Wojnie Światowej, przez państwa komunistyczne przetoczyła się informacyjna kampania na temat rzekomych zrzutów stonki ziemniaczanej dokonywanych przez Amerykanów.

Fake newsy istnieją od zawsze, dziś tylko (lub aż) dysponujemy skuteczniejszymi narzędziami do ich rozpowszechniania – z różnych zresztą pobudek. Do najgorszych należą te, które bazują na prostym przepisie: zakorzenienie w faktach, rozwinięcie trafnie nawiązujące do emocji, oczekiwań i lęków odbiorcy, zręczne naśladowanie formatu newsa (wplatanie statystyk, wypowiedzi komentatorów, anonimowych źródeł i zwykłych internautów). Z tej metody korzystał Newsweb, o którym przed wybuchem afery nigdy nie słyszałem. Ale identycznej techniki, jak sądzę, z pełnym cynizmem używają w Polsce także niektóre bardziej znane i znacznie większe media.

Coraz bardziej powszechne rozmycie zasad warsztatowych spowodowało, że na rynku medialnym zagościły szlachetne redakcje określane jako fact-checkingowe. W gruncie rzeczy można by pomyśleć, że to świetnie, iż są w branży ludzie, którzy chcą wracać do korzeni. Warto ich podziwiać, bo dobre dziennikarstwo, nastawione na jakość, nie na liczbę publikacji i jak najszybsze ich pokazanie, jest trudne, drogie i wymaga prawdziwego zaangażowania. Ale właśnie za sprawą dyskusji wokół firmy HGA Media zdałem sobie sprawę, że doszliśmy do granic absurdu. Fact-checking – czyli sprawdzanie faktów, a więc tego, jak naprawdę wygląda kwestia, którą opisujemy, potwierdzanie podawanych informacji, szukanie ich pierwotnych źródeł, nie przekazańników – zaczęliśmy nazywać jakby osobnym gatunkiem. A przecież takie postępowanie powinno być w dziennikarstwie elementarne i oczywiste. Świat, jak zwykle, po raz kolejny stanął na głowie.



Damian Kwiek

szef informacji i komunikacji
portalu CHIP

Oczywista
oczywistość?
Niby tak...

Fortinet: nowa seria FortiGate



Nowe firewallo FortiGate następnej generacji (NGFW - Next Generation Firewall) to modele 3600E, 3400E, 600E oraz 400E. Umożliwiają przedsiębiorstwom wdrożenie zintegrowanej polityki bezpieczeństwa zarówno w środowiskach fizycznych, jak i w chmurze. Zautomatyzowaną ochronę przed zaawansowanymi zagrożeniami ma zapewnić tzw. segmentacja sieci oraz procesory zabezpieczeń (SPU - Security Processor Unit), co według producenta gwarantuje przejrzystość i kontrolę dostępu do sieci użytkowników o różnych poziomach dostępu. Nowe firewallo do integracji z zewnętrznymi systemami wykorzystują konektory Fabric Connector, co umożliwia szybkie udostępnianie informacji na temat zagrożeń oraz automatyczną reakcję. Funkcje ochronne nie mają negatywnego wpływu na wydajność urządzeń. Najbardziej zaawansowany model 3600E zapewnia ochronę przed zagrożeniami, charakteryzuje się przepustowością 30 Gb/s oraz wydajnością inspekcji ruchu SSL na poziomie 34 Gb/s. Urządzenie wyposażono w interfejsy 10G, 40G i 100G.

Cena: zależy od projektu. **Gwarancja:** 1 rok.

- **ARROW ECS**, www.arrowecs.pl
- **VERACOMP**, www.veracomp.pl

Panasonic: przenośne lasery



Seria przenośnych projektorów laserowych VMZ60 i VMZ50 to według producenta najmniejsze i najlżejsze urządzenia o jasności od 4500 do 6000 lumenów. Są przeznaczone do małych klas, sal konferencyjnych i innych niewielkich pomieszczeń. Według producenta mogą działać

do 20 tys. godz. bez konieczności obsługi serwisowej. Seria obejmuje trzy modele, które wyświetlają obraz o rozdzielczości WUXGA (PT-VMZ60, PT-VMZ50, PT-VMZ40) oraz dwa WXGA (PT-VMW60, PT-VMW50). Projektory mają obiektyw z zoomem 1,6x. Cztery z nich są kompatybilne z rozwiązaniem Digital Link, które umożliwia jednoczesną transmisję sygnałów wideo i audio oraz sterowanie za pośrednictwem kabla LAN na odległość do 150 m. Użytkownicy mogą połączyć się z projektorem za pomocą aplikacji i udostępniać informacje i dokumenty. Urządzenie zapewni wyświetlanie materiałów nawet z czterech urządzeń jednocześnie. Obraz jest wówczas dzielony na osobne pola. Wszystkie nowe modele obsługują sygnał wejściowy 4K/30p.

Cena: od 9339 do 14 781 zł. **Gwarancja:** 3 lata na urządzenie, 20 tys. godzin na działanie lasera.

- **ABC DATA**, www.abcddata.com.pl
- **INTER-CONSULT**, www.interconsult.pl



QNAP: NAS dla sztucznej inteligencji

Model TS-2888X AI-Ready został zaprojektowany do rozwiązań wykorzystujących AI i uczenie maszynowe. Wyposażono go w oprogramowanie umożliwiające tworzenie aplikacji AI i zarządzanie nimi oraz narzędzia do backupu danych i ich ochrony z wykorzystaniem migawek. Komponenty są dostosowane do zadań wymagających dużej mocy obliczeniowej i szybkiego transferu danych. Urządzenie zaopatrzone w procesor Intel Xeon W, do 512 GB DDR4 ECC 2666 MHz RAM. W sumie ma 28 zatok na dyski: osiem na HDD 3,5-cala SATA 6 Gb/s, szesnaście 2,5-calowych SATA 6 Gb/s na SSD oraz cztery 2,5-calowe na moduły U.2 PCIe Gen 3 x4 NVMe SSD. Dostępne są funkcje SSD caching oraz auto-tiering. NAS ma także dwa porty 10 GBASE-T LAN, cztery porty gigabitowe LAN, sześć USB 3.1 Gen1 oraz cztery USB 2.0.

Cena: TS-2888X-W2123-32G - 31 tys. zł brutto. **Gwarancja:** 3 lata.

- **AB**, www.ab.pl
- **ABC DATA**, www.abcddata.com.pl
- **EPA SYSTEMY**, www.epasystemy.pl
- **KONSORCJUM FEN**, www.fen.pl

Zyxel: sieciowe „dwa w jednym”



W przełącznikach z serii GS1920v2 i XGS1930 można zmieniać tryb pracy bez instalowania dodatkowego oprogramowania. Domyślnie działają w trybie autonomicznym, natomiast po rejestracji na stronie platformy Nebula można zarządzać nimi zdalnie. Do konfiguracji wystarczy podanie numeru produktu i jego adresu MAC lub zeskanowanie kodu QR. Użytkownicy wymagający bardziej zaawansowanych funkcji mają do wyboru opcję wykupienia licencji na pakiet profesjonalny. GS1920v2 jest wyposażony w od 8 do 44 portów 100/1000 Mb, a także dwa lub cztery gigabitowe porty combo, a w największym modelu dwa gigabitowe SFP. Urządzenia z serii XGS1930 mają 24 lub 48 portów gigabitowych oraz cztery SFP 10 Gb.

Ceny: XGS1930 - od 221 do 803 euro (od ok. 950 zł do ok. 3,5 tys. zł), GS1920v2 - od 148 do 541 euro (od ok. 635 zł do ok. 2,3 tys. zł) w zależności od modelu. **Gwarancja:** ograniczona dożywotnia (do 5 lat po zakończeniu produkcji urządzeń).

- **AB**, www.ab.pl
- **ABC DATA**, www.abcddata.com.pl
- **ACTION**, www.action.pl
- **INGRAM MICRO**, pl.ingrammicro.eu
- **VERACOMP**, www.veracomp.pl

Chieftronic: obudowa nowej marki



Obudowa gamingowa G1 (GR-01B-OP) to pierwszy produkt nowej marki Chieftronic, którą wprowadził na rynek Chieftec. Z jej logo będą oferowane obudowy i zasilacze z segmentu premium, przeznaczone dla graczy i innych użytkowników domowych. G1 to model ATX z umieszczoną z przodu listwą świetlną. Boczny panel wykonano z hartowanego szkła. Urządzenie ma hub RGB. Z tyłu znajduje się fabrycznie montowany wentylator o średnicy 120 mm. Z przodu i na dole można zainstalować dodatkowe wiatraki (u dołu nawet 360-mm radiator). Konstrukcja mieści karty graficzne o długości do 400 mm oraz dwa dyski 3,5-calowe i cztery 2,5-calowe albo jeden 3,5 cala oraz pięć 2,5-calowych. Z przodu są złącza USB 2.0 i 3.0 oraz audio.

Cena resellerska netto: 72 dol. (ok. 275 zł). **Gwarancja:** 2 lata.

- **AB**, www.ab.pl
- **ABC DATA**, www.abcddata.com.pl
- **ACTION**, www.action.pl
- **KOMPUTRONIK**, www.komputronik.pl

Optoma z przeglądarką dokumentów



Projektor EH512 wyświetla obraz Full HD o jasności 5000 ANSI lumenów. Ma wbudowany czytnik plików Word, Excel, PowerPoint, PDF, JPG. Dokumenty i grafiki można wyświetlać bezpośrednio z nośnika USB. Transmisja bezprzewodowa jest możliwa z opcjonalnymi przystawkami do urządzeń z wyjściem HDMI albo do smartfonów i tabletów z systemem Android lub iOS. Przekątna obrazu wyświetlanego przez projektor wynosi od 26,2 do 301,1 cala (0,67-7,65 m). Dostępna jest opcja pionowej i poziomej korekcji trapezowej oraz regulacja narożników obrazu. Żywotność lampy w trybie eco+ wynosi 7 tys. godz.

Cena: 10 999 zł. **Gwarancja:** 3 lata na urządzenie, 1 rok (lub 1 tys. godzin pracy) na źródło światła.

- **AB**, www.ab.pl
- **ABC DATA**, www.abcddata.com.pl
- **VERACOMP**, www.veracomp.pl

NEC: E jak Digital Signage



Monitory NEC do Digital Signage z nowej serii E to modele o rozdzielczości UHD z ekranami o przekątnych od 43 do 65 cali. Jest też jeden panel Full HD (32 cale). Urządzenia wyposażono w system plug and play i zaprojektowano także dla mniejszych

przedsiębiorstw. Są przeznaczone do instalacji wewnątrz budynków. Mają zintegrowany MediaPlayer do odtwarzania natywnych treści UHD, interfejs USB 10 W do zasilania urządzeń zewnętrznych, takich jak komputer Raspberry Pi, a także funkcję harmonogramu odtwarzania, która umożliwia programowanie automatycznego odtwarzania kontentu. Każde urządzenie może być monitorowane i sterowane za pomocą oprogramowania firmowego.

Cena: od 469 do 1949 euro netto (ok. 2 tys.–8,3 tys. zł). **Gwarancja:** 3 lata.

- **AB**, www.ab.pl
- **ABC DATA**, www.abcddata.com.pl
- **TECH DATA**, pl.techdata.com
- **VERACOMP**, www.veracomp.pl

Aten zarządza z serią KN



Seria przełączników KN udostępnia zaawansowane funkcje zarządzania infrastrukturą, jednocześnie ułatwiając pracę administratorom. Umożliwia

zdalne logowanie przez IP nawet ośmiu użytkownikom. Mogą oni pracować niezależnie od siebie, wykorzystując różne porty KVM. Urządzenia wyposażono w takie funkcje jak Panel Array (do jednoczesnego monitorowania wielu serwerów) i Virtual Media (zapewnia możliwość zdalnej instalacji dowolnego oprogramowania). Bezpieczeństwo poprawia redundancje zasilanie i połączenie IP. Dodatkowo do całej serii KN producent oferuje oprogramowanie CC2000 wraz z modulem CCVSR. Pomaga ono w zarządzaniu infrastrukturą bazującą na urządzeniach Aten, a także rozwiązaniami innych firm, takimi jak procesory serwisowe lub listwy PDU. Moduł CCVSR jest natomiast narzędziem, które rejestruje sesje logowania w porcie KVM i umożliwia ich późniejsze odtworzenie.

Cena: od 1515 euro (ok. 6,5 tys. zł). **Gwarancja:** 3 lata.

- **ABC DATA**, www.abcddata.com.pl
- **EPA SYSTEMY**, www.epasystemy.pl
- **GRUPA ROMI**, gruparomi.pl

PROMOCJA



Ireneusz Dąbrowski

**Najlepsza
drużyna
to nie jest zbiór
11 gwiazd.**

Dobrze poinformowany optymista

OD KILKU TYGODNI SŁYSZĘ GŁOSY WIERNYCH CZYTELNIKÓW MOICH FELIETONÓW, ŻE MAJĄ DOŚĆ TYCH WSZYSTKICH ZAWIŁOŚCI BRANŻY DYSTRYBUCYJNEJ, PORÓWNAŃ DO TRANSATLANTYKÓW, PRZEŚLADOWANIA FIRM VAT-EM. PYTAJĄ: DLACZEGO NIE PISZESZ O PIŁCE? NO TO BARDZO PROSZĘ...

Nie wiem, kto i jak pracuje z reprezentacją naszego kraju od strony psychologicznej, ale wynik tej pracy jest absolutnie negatywny, czyli obniża wartość zespołu. Jak i czym wytłumaczyć fakt, że 11 piłkarzy grających na co dzień w najlepszych i najmocniejszych ligach europejskich i w większości odgrywających w swoich drużynach klubowych niepoślednie role, wychodząc na boiska w Wiedniu i Warszawie, zachowuje się, jakby z tego pola gry chciało jak najszybciej uciec? Nie są w stanie drżącymi ze strachu nogami przyjąć piłki, nie są w stanie jej podać do najbliższego kolegi, nie są w stanie utrzymać się na nogach, permanentnie się ślizgając i przewracając przy byle dotknięciu przeciwnika.

Nic dziwnego, że w takiej sytuacji podstawową taktyką reprezentacji jest gra „na afere”, czyli kopanie do przodu i liczenie na to, że któryś z naszych „pistoleros” coś z tym podaniem będzie potrafił zrobić. Inną metodą na budowanie przewagi jest nieustająca wymiana podań między obrońcami na własnej połowie boiska. Tego typu gra dobrze wygląda w statystykach, ale nie sprzyja realizacji podstawowego celu, czyli zdobywaniu bramek. Poświadczeniem tego stanu niech będzie statystyka z pierwszej połowy meczu Polska – Łotwa: posiadanie piłki 69:31 proc. na korzyść Polski. Wykonane podania Polaków – 293, w tym podania celne 247, w stosunku do 102 podań, w tym 61 celnych wykonanych przez Łotyszy. Ta „przewaga” w polu przełożyła się na 2 strzały celne i 4 niecelne, a dla Łotyszy na 3 celne i 5 niecelnych. Jaką więc mamy efektywność? Nie sięgając do kalkulatora: 3 do 1 na rzecz naszych konkurentów. Zatem nic dziwnego, że nasz zespół zaczyna odczuwać zmęczenie wcześniej niż przeciwnicy i sprawia wrażenie pozbawionego kondycji już pod koniec pierwszych 45 minut gry.

Jeśli do tego dodamy bezsilność techniczną i ogromną presję oczekiwań, to mamy na boisku 11 wkurzonych i sfrustrowanych facetów myślących o sobie w kategoriach mistrzów grających przeciwko 11 „średniakom”, którym na niczym nie zależy poza tym, aby dobrze się bawić, grając bez presji i ośmieszając jednocześnie tych „mieszczów” reprezentujących 38-milionowy naród. Będzie tak, dopóki nasi kadrowicze nie nauczą się radzić sobie z presją i dopóki na ich twarzach w przeważającym czasie nie zobaczymy uśmiechu i przyjemności z gry i przebywania na boisku.

Teraz o budowaniu zespołu. Chyba dla wszystkich od zawsze jest jasne, że najlepsza drużyna to nie jest zbiór 11 gwiazd! Piłka nożna to nie lekka atletyka, gdzie liczy się suma wyników jednostek. To sport, w którym nie prosta suma umiejętności poszczególnych graczy decyduje o jakości i końcowym wyniku. Ważna jest integracja pomiędzy graczami, ich wzajemne zrozumienie, zgranie, porozumiewanie się bez słów, intuicja oraz wypracowane i wyćwiczone odruchy. Mamy w reprezentacji Polski 11 zawodników na boisku reprezentujących 11 klubów z 7 różnych lig. A jak to wygląda u innych? Linia obrony reprezentacji Włoch to w 75 proc. zawodnicy Juventusu Turyn. Reprezentacja Hiszpanii w ponad 50 proc. opiera się na graczach trzech klubów: Realu i Atletico Madryt, a także FC Barcelona. I żeby nie było, że dotyczy to samych najlepszych. Weźmy przykładowo taką Ukrainę: prawie połowę jej kadry stanowią gracze Dynamo Kijów i Szachtaru Doneck. W klubie zawodnicy trenują i grają ze sobą przez ponad 200 dni w roku, a w repre-

zestawienia kraju może 40? Nie na darmo dobrzy trenerzy reprezentacji krajowych szukają większych „prefabrykatów” – klubowych par bądź trójek, z których buduje się drużynę. Z 11 indywidualistów jest to o wiele trudniejsze.

Może więc nasza reprezentacja byłaby silniejsza, gdyby w linii ofensywnej występował kwartet: Milik, Piątek, Linetty i Zieliński? Może wówczas nie byłoby sytuacji, wręcz nagminnych w meczu z Łotwą, że skrzydłowy biegnie do środka, a podanie pomocnika skierowane jest wzdłuż linii, lub odwrotnie. Oczywiście tego typu myślenie sprawdza się w przypadku reprezentacji posiadających silniejsze ligi krajowe i zespoły odgrywające w klubowej piłce rolę o niebo większą niż udział w pucharach zakończonych na pierwszym czy drugim poziomie eliminacji.

A teraz coś o technice użytkowej naszych gwiazd. Nasza duma RL9 nie miała w trakcie obu ostatnich meczów ani jednego przyjęcia bez odskoczenia piłki od jego nóg na kilkadziesiąt centymetrów. Trzyma się na nogach stabilnie, jest odporny na fizyczną presję, ale bez poprawy przyjęcia nie spełni pokładanej w nim nadziei na grę i rozgrywanie tyłem do bramki. Dodatkowo miał szansę na wykonanie trzech rzutów wolnych poprzez bezpośredni strzał na bramkę z odległości 16–20 metrów. Wszystkie zmarnował, ale ani jednego nie oddał żadnemu koledze. A może byłoby warto choćby w ten sposób na boisku udowodnić często deklarowaną przez pana Roberta tezę, że liczy się przede wszystkim drużyna?

O linii pomocy mogę napisać tyle, że mimo wielu wysiłków nie mamy reżysera czy dyrygenta gry, który by dyktował tempo gry zespołu oraz decydował o bieżącej taktyce. Brak ten widać w sytuacji zakładania tzw. wysokiego pressingu: 2–3 piłkarzy wyłamuje się z systemu i cały koncept bierze w łeb, bo ma on sens tylko wtedy, gdy 100 proc. zawodników kryje i utrudnia życie swoim przeciwnikom, nie pozwalając im na proste i łatwe przyjęcie podania. Nie wiem dlaczego, ale w przypadku dwójki defensywnych pomocników odnośnie wrażenie, że poruszają się po boisku w taki sposób, że ich nogi nie nadążają za resztą ciała, co powoduje wiele upadków i niecelnych podań. Spróbujcie kopnąć do przodu piłkę, która jest pół metra z tyłu poza ośią waszego ciała, a zrozumiecie, o co mi chodzi.

Obrona dokonała minimalnego postępu w porównaniu z poprzednimi występami i tylko nieco brakuje jej do stabilności z Euro 2016. Dwa minusy to mniej pewna i stabilna niż dwa, trzy lata temu gra Glika, co wiąże się bezpośrednio z sytuacją jego klubu AS Monaco (po latach świetności musi aktualnie bronić się przed spadkiem z francuskiej ekstraklasy), oraz permanentny brak lewego obrońcy z prawdziwego zdarzenia, bo to, co się dzieje z obsadą tej pozycji, to łapanie się lewą ręką za prawe ucho. Zawsze kończy się tym samym: przestawianiem prawonożnego prawego obrońcy na lewą flankę.

Na koniec bramkarz, i tu pozytyw: Wojtek Szczęsny. Dokonał dużego postępu w ostatnim czasie, grając w Juventusie. Stał się skoncentrowany, wykazuje się znacznie mniejszą dezynwolturą i stanowi prawdziwą „instancję ostateczną”. Obserwując mecze ligi włoskiej, za proces dojrzwiania Szczęsnego „obarczam” dwóch tuzów-mentorów Juventus i reprezentacji Włoch: Chielliniego i Bonucciego. Widocznie ci „dziadkowie” wzięli się za wychowanie Wojtka i mamy tego skutki. A swoją drogą może warto w jakiejś mierze i na jakichś warunkach ten eksperyment wychowawczy powtórzyć – znaleźć dla kilku reprezentacyjnych młodzieńców starych repów, którzy mogliby stanowić dla nich wzór osobowości?

Rodzi się pytanie: co dalej z tą reprezentacją? Ano nic, wedle mnie. Do finałów Euro 2020 zapewne awansujemy, może nawet z pierwszego miejsca w grupie, jeśli nie zanotujemy wpadki z Izraelem lub Macedonią Północną. Tylko że na tym się skończy. Skąd taki pesymizm? Bo, nawiązując do tytułu felietonu, staram się być dobrze poinformowany. A z zebranych informacji i doświadczeń lat minionych wynika, że awansując, zrealizujemy cel PZPN i nasi piłkarze spoczną na laurach (co przychodzi im zazwyczaj dość łatwo). Na koniec muszę zaznaczyć, że prezentowany zbiór uwag jest moim własnym i nieinspirowanym lekturą materiałów dziennikarzy sportowych ani tzw. analityków, publikowanych po zakończonych meczach. Wykorzystanie tych uwag w swojej pracy menedżerskiej przez czytelników, którzy uznają je za ważne i możliwe do przeniesienia w sferę biznesu, jest wolne od opłat licencyjnych oraz praw autorskich i będzie przeze mnie traktowane jako największy sukces. Bo nie sztuka mieć rację, sztuka namówić innych do tych racji.

Mimo wielu
wysiłków
nie mamy
reżysera czy
dyrygenta
gry.



Wojciech Urbanek

zastępca redaktora naczelnego

Polska to...
ciekawy
kraj.

Chwalone czy ganione?

NIEKTÓRZY UWAŻAJĄ, ŻE POLSKA JEST MOTOREM NAPEŁDOWYM INNOWACJI W EUROPIE ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ. ILE W TYM PRAWDY, A ILE CZYSTEJ KURTUAZJI?

Ważni goście odwiedzający Polskę z reguły wyrażają się o naszym kraju w superlatywach. Owszem, bywają wyjątki, jak np. Mike Pompeo czy Benjamin Netanjahu, ale one jedynie potwierdzają regułę. Niedawno uczestniczyłem w warszawskim spotkaniu z przedstawicielem zagranicznej agencji, który prezentował wyniki badań dotyczących tempa cyfryzacji w Europie Środkowo-Wschodniej. Polska została przedstawiona w nich jako prymus. Urosłem, bo miło, kiedy obcokrajowcy ciepło wyrażają się o moim kraju. Dobry humor popsowała mi żona, która – kiedy wróciłem do domu – oglądała właśnie Fakty TVN. Dyktatura, ciemnogród, gospodarka leci na łeb na szyję... Zabrałem jej pilota i przełączyłem na Wiadomości TVP. Od razu zrobiło mi się lepiej. Ekspert z firmy badawczej jednak nie kłamał: Polska to kraj miodem i mlekiem płynący...

Niestety, dobry nastrój mija, kiedy wyjeżdżam za granicę. Wcale nie dlatego, że jestem domatorem, przykutym do komputera i niechętnie opuszczającym domowe pielesze. Wręcz przeciwnie. Problem polega na tym, że inne nacje nie zawsze postrzegają nas tak, jakbyśmy chcieli. Odnoszę też dziwne wrażenie, że u siebie w domu są w stosunku do nas bardziej krytyczni, a czasami wręcz aroganccy. Bardzo ciekawy przykład stanowią Stany Zjednoczone. Wprawdzie jankesi przestali nas już kojarzyć głównie z furmankami i wiecznym mrozem, ale ich niektóre pytania mogą irytować. Na początku marca w San Francisco brałem udział w spotkaniu ze średniej wielkości amerykańską firmą IT. Poza mną na sali znajdowali się dziennikarze z Niemiec, Holandii, Wielkiej Brytanii i Francji. Prelegent popatrzył na mnie i zapytał: ciekawe, ile czasu potrzeba, żeby dostać się z Polski do Stanów Zjednoczonych? To zależy, takim na przykład transatlantykiem około 7-8 dni – odpowiedziałem.

Tak się składa, że kilka razy w roku odwiedzam startupy z Doliny Krzemowej. Są to kameralne spotkania, w których udział bierze m.in. kilku żurnalistów z Europy Zachodniej. Przedsiębiorcy zza oceanu chwalą się rozwiązaniami i zazwyczaj pokazują przykłady swoich wdrożeń na Starym Kontynencie. Jak się łatwo domyślić, na mapkach wyświetlanych przez startupowców przeważają Niemcy, Wielka Brytania, Francja czy kraje Beneluksu. Polska pojawia się w tych zestawieniach bardzo rzadko. W ostatnim czasie zanotowałem dwa takie przypadki: Alation, startup oferujący platformę do katalogowania danych, wśród swoich klientów wymienił Allegro, a z kolei szef marketingu RedisLabs przyznał, że ich baza danych cieszy się dużą popularnością wśród polskich deweloperów.

Przedstawianie strategii startupów w zakresie podboju Europy to żelazny punkt tego typu mityngów. Firmy informują o planach związanych z otwarciem biur regionalnych w Londynie, Paryżu czy Monachium. Wówczas nieśmiało pytam: a co z Polską? „Polska to bardzo interesujący kraj” – to najczęstsza odpowiedź udzielana przez przedsiębiorców z Kalifornii. Ale co to właściwie znaczy? Wszak Wenezuela jest nie mniej interesującym krajem, czyż nie? Czasami chciałbym zapytać, jak jeden z mieszkańców wsi Taplary w kultowej „Konopielce”: „czy my tu są chwalone, czy ganione?”

MIT SMRP Congress
Digital Leadership & Technology

13 czerwca 2019 roku
Stadion Legii Warszawa

WYKORZYSTAJ SZANSE, BY WYPRZEDZIĆ JUTRO!

Odkryj kluczowe trendy w świecie biznesu i technologii
wprost od najlepszych ekspertów




PATTY MCCORD, Netflix
rewolucjonistka
Doliny Krzemowej



HORACE DEDIU, Asymco
pionier mikromobilności,
„King of Apple Analysts”



JASON PONTIN,
MIT Technology Review
uznany wizjoner przyszłości

 **KUP BILET** na najważniejsze wydarzenie biznesowo-technologiczne
w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej

[MITSLOAN.PL/KONGRES](https://mitsloan.pl/kongres)



JESZCZE LEPSZY

INTERCEPT

TERAZ Z EDR

Sophos Intercept X

Teraz z EDR - Endpoint Detection and Response,
czyli z funkcją wykrywania i reagowania na incydenty bezpieczeństwa

Ochrona urządzeń końcowych za pomocą najbardziej zaawansowanej funkcji do wykrywania i reagowania na incydenty bezpieczeństwa, jaką można obecnie znaleźć na rynku!

- Zwiększa produktywność dzięki zintegrowanemu uczeniu maszynowemu
- Zapewnia błyskawiczną reakcję na incydenty bezpieczeństwa
- Umożliwia zapewnienie zgodności z regulacjami prawnymi

Więcej informacji na:
www.sophos.pl/intercept-x



Najwyższe wyróżnienie „Best+++”
dla Sophos Intercept X od AVLab



Najwyższe wyróżnienie “Best+++ Cryptominers”
dla Endpoint Protection od AVLab



Najwyższe wyróżnienie “Best+++ Bashware”
dla Endpoint Protection od AVLab