28 luty 2018, nr 2 **www.crn.pl**
ISSN 1429-8945

20 LAT

CRN

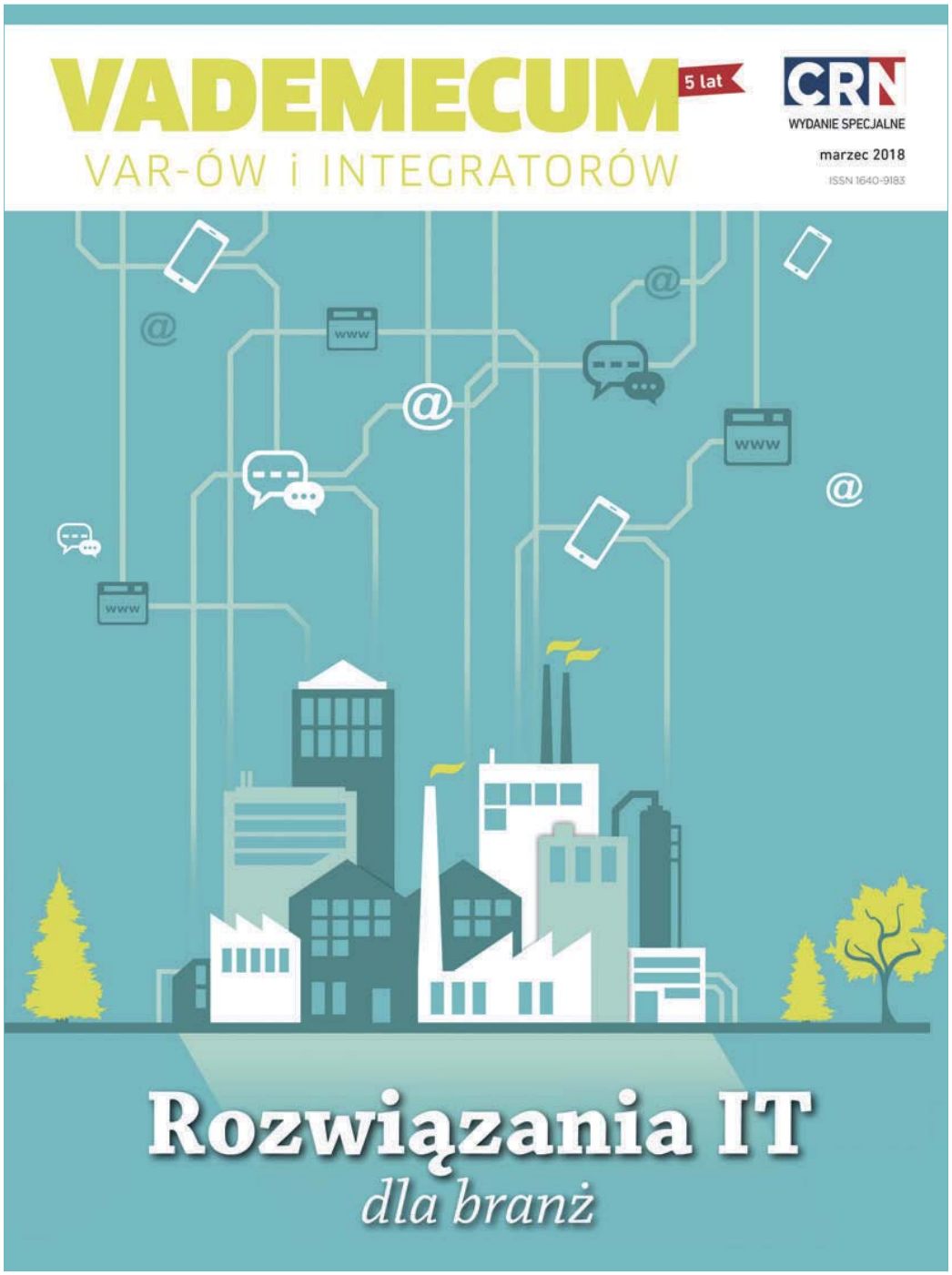
NOMINACJE
TECH TRENDY biznes

„Nasi klienci wciąż będą potrzebować integratorów”
– Tomasz Starzec i Tomasz Stachlewski o strategii AWS na naszym rynku.

AMAZON WEB SERVICES TERAZ POLSKA

RODO: last minute | Kalifornijscy pogromcy danych | MPS oczami resellerów

JUŻ W MARCU
NA TWOIM BIURKU



ZAPRASZAMY DO LEKTURY!

Zespół redakcyjny Vademecum:
Andrzej Gontarz, Krzysztof Jakubik, Tomasz Janoś, Rafał Janus, Dorota Smusz, Wojciech Urbanek
Kierownik projektu Vademecum: Jacek Goszczycki

12 **Targowisko (p)różności**
Nowe, ciekawe i nietypowe produkty na Distree EMEA

14 **Co kupią klienci, czyli gra warta świeczki**
Dystrybutorzy wskazują produkty, których sprzedaż będzie rosła

16 **Rynek chmury będzie wart tryliony dolarów**
Rozmowa z Tomaszem Starcem, account managerem, oraz Tomaszem Stachlewskim, senior solutions architectem w Amazon Web Services

22 **MPS: trzeba patrzeć szeroko**
Jak wziąć na siebie obsługę i nadzór nad środowiskiem druku u klienta

28 **Druk w modelu usługowym**
Wyzwania dla kanału sprzedaży

30 **Partnerzy muszą rozumieć zmiany**
Rozmowa z Dariuszem Kwiecińskim, dyrektorem zarządzającym Fujitsu w regionie Europy Wschodniej

32 **RODO: wciąż wiele do zrobienia**
Brak oficjalnych rekomendacji to okazja dla branży IT

39 **Trzy filary bezpieczeństwa**
Barracuda Networks zwiększa aktywność na polskim rynku IT

40 **Chmura z Holandii do Polski**
Rozmowa z Jarosławem Świeradem, współwłaścicielem firmy Contrust

42 **WLAN na kilka sposobów**
Małe i średnie firmy muszą dostosowywać sieci bezprzewodowe do nowych warunków

Centra danych sięgają po integratorów

50 **Puls branży IT**

56 **Symbioza chmury i serwerów NAS jest możliwa**
Rozmowa z Derrenem Lu, chief technology officerem w Synology

58 **Centra danych szukają oszczędności**
Inwestycje w celu ograniczenia kosztów zużycia energii dotyczą głównie systemów zasilania i chłodzenia

63 **Nowości produktowe**

64 **Szukamy systemów, które dają możliwość rozwoju**
Rozmowa z cyklu „Okiem użytkownika" z Jackiem Badowskim, kierownikiem Działu IT w firmie Dr Irena Eris

67 **Nowi pogromcy danych**
Beneficjentami przeobrażeń na rynku pamięci masowych mogą być również integratorzy

70 **Gęste sito fiskusa**
Pełna kontrola nad danymi dotyczącymi poczynań podatników

74 **Capgemini: innowacyjność to wyzwanie**
Centrum Wiedzy Menedżera

76 **Crowdsourcing w biznesie: najpierw strategia, potem platforma**
Centrum Wiedzy Menedżera pod patronatem HBR Polska

80 **Eppur si muove!**
Felieton Ireneusza Dąbrowskiego

82 **Ciekawy przypadek Michaela Della**
Felieton Wojciecha Urbanka

Fot. AdobeStock

Tomasz Gołębiowski
Redaktor naczelny

Alibaba i jego rozboje

Tegoroczne Distree EMEA upłynęło nie tylko pod znakiem tysięcy spotkań, rozmów i wymian wizytówek. Podczas paneli dyskusyjnych z troską pochylano się nad przyszłością broadlinerów i retailerów w dobie e-commerce. A jest się czym martwić, bo kleszcze wokół europejskich dystrybutorów i sieci handlowych zaciskają się coraz szybciej i z coraz większą siłą. Z Zachodu napiera na nich Amazon, a ze Wschodu Alibaba. Obaj giganci równie skutecznie, co brutalnie rozrywają tradycyjny łańcuch sprzedaży prowadzący od producenta poprzez dystrybutora i retailera do użytkownika końcowego. Nieskrępowani zaś kanałowymi pętami działają nie tylko szybko, ale i z rozmachem.

Efekt? Blisko połowę ubiegłorocznej świątecznej sprzedaży online w Stanach Zjednoczonych zrealizował Amazon. Co ważne, amerykański kolos w niczym nie przypomina przy tym ociężałej korporacji. Czego dowodem są chociażby trwające właśnie testy zupełnie bezobsługowego sklepu w Seattle.

Grozą wieje także ze Wschodu. W Chinach Alibaba do końca br. chce otworzyć kilkadziesiąt marketów Hema (na razie spożywczych), w których nie trzeba pchać przed sobą coraz cięższego wózka. Zakupy polegają na skierowaniu smartfona na żądany produkt i potwierdzeniu, że klient chce go kupić. Po „wyklikaniu" wszystkich żądanych produktów płatność następuje automatycznie za pomocą telefonu. Zakupów nie pakuje się do własnego samochodu, bo przywozi je do domu klienta obsługa Hema. Tak, tak: teraz drobna Chinka będzie mogła przyjechać do marketu na skuterze i bez wysiłku zrobić zakupy dla 5-osobowej rodziny na cały tydzień.

Co więcej, Alibaba od pewnego czasu mocno wspiera projekt szybkiego połączenia kolejowego z Chin do Europy Zachodniej. Nowe magazyny chińskiej firmy mają powstawać właśnie wzdłuż tego nowego Jedwabnego Szlaku. Tylko kwestią czasu jest, kiedy elektronika i inne produkty z portfolio Alibaba.com będą pokonywać tę trasę w czasie krótszym niż tydzień. A wtedy chiński „rozbójnik" będzie miał w ręku zabójcze dla konkurentów, niezwykle elastyczne narzędzie logistyczne do handlowego podbicia Starego Kontynentu. Będzie wówczas posiadał nie tylko potężną bazę wiedzy o tutejszych klientach, ale też możliwość szybkiej reakcji na ich potrzeby.

Podsumowując: jeśli miałbym wybrać jedno główne przesłanie tegorocznego Distree EMEA do broadlinerów i retailerów, to brzmiałoby ono: cokolwiek robicie, nie spuszczajcie z oka Alibaby. Zresztą z Amazona też nie. Z obu tych kierunków wieje teraz wiatr historii w segmencie elektroniki użytkowej. A my, Europejczycy, znajdujemy się na granicy tych frontów. Mówi wam coś określenie „perfect storm"?

Retailerzy,
lepiej miejcie
na sobie
kapoki.

CRN COMPUTER RESELLER NEWS POLSKA
Rok 20, numer 2 (425) 28 lutego 2018
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 Janos **tj**, tomasz.janos@crn.pl
Andrzej Gontarz **ag**, andrzej.gontarz@crn.pl
Rafał Janus **rj**, rafal.janus@crn.pl
Dariusz Hałas **dh**, dariusz.halas@crn.pl

FELIETONY: Ireneusz Dąbrowski, Damian Kwiek, Agnieszka Węglarz
ŁAMANIE I GRAFIKA: Aneta Mikulska, Zbigniew Korzański, Marcin Górski
FOTOGRAFIA NA OKŁADCE: alexlmx – AdobeStock
FOTOGRAFIE: PhotobyMysluk.pl, Piotr Syndoman, archiwum
KOREKTA: Katarzyna Winsztal

DYREKTOR PRODUKCJI: Tomasz Gajda, tomasz.gajda@burdamedia.pl
KOORDYNATOR PRODUKCJI: Jan Kutyna, jan.kutyna@burdamedia.pl
PRENUMERATA: Andrzej Janikowski, andrzej.janikowski@crn.pl, prenumerata@crn.pl

WYDAWCA:
Burda Publishing Polska Sp. z o.o.
02-674 Warszawa, Marynarska 15

ZARZĄD:
Chief Executive Officer:
Alexander Sorg
General Director
Burda International Poland:
Justyna Namięta

Chief Commercial Officer:
Michał Helman
Strategy&Sales Support Director:
Małgorzata Teodorowicz
Sales Director:
Małgorzata Nocuń-Zygmuntowicz
Deputy Sales Director:
Katarzyna Nowakowska
Director of Monetization Digital Burda Media:
Katarzyna Cieślik
Chief Digital Officer:
Anna Podkowińska-Tretyn

Brand Manager CRN Polska:
Ewa Korzańska
ewa.korzanska@burdamedia.pl

REKLAMA:
Sekretariat Biura Reklamy
22 360 36 03, fax 22 360 39 80
biuro.reklamy@burdamedia.pl

Sales Team Manager:
Agata Myśluk
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 Publishing 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.

Burda Publishing Polska należy do: Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Wydawców i Izby Wydawców Prasy

MIESIĄC NA PLUSIE, MIESIĄC NA MINUSIE

+ Grupa Veracomp wypracowała w 2017 r. o 16 proc. większe przychody (872 mln zł) w porównaniu z rezultatami rok wcześniej. Dane obejmują wyniki z 17 krajów Europy Środkowo-Wschodniej. W Polsce w 2017 r. przychody Veracompu były wyższe o 9 proc. i przekroczyły 670 mln zł (w 2016 r. – 616 mln. zł). Firma zapewnia, że w każdym kraju poszczególne, lokalne spółki grupy odnotowały wzrost obrotów ze sprzedaży rozwiązań IT, największe w: Bułgarii – 69 proc., Czechach i na Słowacji – 65 proc. oraz w Rumunii – 61 proc.

+ ALSO Holding w 2017 r. zanotowało 92,5 mln euro zysku, co oznacza wzrost rok do roku na poziomie 11,2 proc. Z kolei przychody zwiększyły się o 11,4 proc., do 8,9 mld euro. Do poprawy bilansu przyczyniły się przejęcia. ALSO kupiło w ub.r. kilku dystrybutorów, m.in. francuskie BeIP, fińskie Internet Smartsec i holenderskie Five 4U. Pełne, ostateczne wyniki szwajcarskiego koncernu zostaną zaprezentowane 23 lutego.

+ Grupa ABC Data wypracowała w styczniu 2018 r. przychody na poziomie 374 mln zł. To więcej niż w styczniu 2017 r. (365 mln zł). Największy – łącznie 49 proc. – wzrost rok do roku polski dystrybutor osiągnął w krajach bałtyckich: na Litwie, Łotwie i w Estonii. W dużej skali zwiększyła się także sprzedaż w Rumunii (+31 proc.) oraz na Słowacji (+22 proc.). W całym 2017 r. ABC Data uzyskała ponad 4,6 mld zł przychodów ze sprzedaży.

+ Grupa Action w styczniu br. osiągnęła 136 mln zł obrotów, a więc o ok. 3 mln zł więcej niż w tym samym okresie ub.r. W poprzednich kwartałach Action notował spadki obrotów w ujęciu rok do roku. Szacunkowa wartość skonsolidowanej marży w styczniu br. wyniosła 6,8 proc. Zarząd podkreśla, że marża grupy utrzymuje się stale na wysokim poziomie. W grudniu ub.r. wyniosła 7,1 proc. (przy szacunkowych obrotach 161,5 mln zł), a w listopadzie ub.r. – 6,6 proc. (obroty 177 mln zł).

+ Icod.pl okazał się liderem pod względem liczby wygranych przetargów w branży IT w IV kwartale ub.r. Firma z Bielska-Białej może się pochwalić aż 155 zwycięskimi postępowaniami, czyli średnio więcej niż jednym dziennie. Jednak pod względem łącznej wartości wygranych postępowań numerem jeden okazał się Comarch (wygrał przetargi o łącznej wartości 129 mln zł). Kolejne miejsca należały do Atende (59 mln zł) oraz Integrated Solutions (55 mln zł).

– Apple padł ofiarą hakerów, którzy wykradli część kodu źródłowego systemu iOS 9, związaną z bezpieczeństwem urządzeń. Producent zbagatelizował sprawę, twierdząc, że w urządzeniach jest wiele zabezpieczeń programowych i sprzętowych. Jednocześnie zachęca użytkowników, by używali tylko najnowszej wersji oprogramowania. Ostatnio doszło również do przedwczesnego ujawnienia w sieci wersji iOS 11 oraz firmware'u do głośników HomePod, które były przechowywane na serwerach Apple'a.

– Lenovo wycofuje z rynku wadliwe modele laptopów sprzedanych w 2016 i 2017 r. Notebooki ThinkPad X1 Carbon zawierają akumulatory, które mogą się przegrzać i uszkodzić urządzenie, a nawet zapalić. Usterka nie jest związana z baterią, lecz błędem konstrukcyjnym. Przyczyną uszkodzeń jest luźny wkręt, który może zaklinować się między baterią a obudową, powodując fizyczne uszkodzenia akumulatora.

– Samsung wciąż musi borykać się z wizerunkowymi problemami związanymi z działalnością Lee Kun-hee, prezesa koncernu, który krótko po wyjściu z więzienia został oskarżony w kolejnej sprawie. Tym razem chodzi o rzekome uchylanie się od opodatkowania na kwotę 7,5 mln dol. Według koreańskiej policji Lee Kun-hee i jeden z dyrektorów Samsunga zarządzali środkami na 260 rachunkach bankowych zarejestrowanych na 72 pracowników, aby uniknąć płacenia podatków.

– Morgan Stanley skrytykował koncepcję „odwróconej fuzji", którą przedstawił Michael Dell jako sposób na zmniejszenie zadłużenia Dell Technologies. Operacja miałaby polegać na sprzedaży koncernu firmie VMware, w której ma on 80 proc. udziałów. Dell, będąc przejętym przez notowane na giełdzie VMware, wróciłby tym samym na publiczny rynek. Według analityków Morgan Stanley „odwrócona fuzja" może obniżyć wartość VMware'a nawet o 28 mld dol.

– Grupa Black Point w zeszłym roku zanotowała blisko 2 mln zł straty netto, ale sama spółka w IV kw. odzyskała rentowność (na poziomie 0,4 mln zł). Według zarządu to pozytywny efekt wprowadzanych zmian. Skonsolidowany przychód grupy wyniósł 12,53 mln zł, co oznacza spadek o 2 proc. rok do roku. Niekorzystny wpływ na wyniki miała światowa dekoniunktura na rynku, a także zmiany organizacyjne w grupie oraz koszty inwestycji obu spółek (Black Point oraz Eco Service) w nowe projekty rozwojowe (nowe produkty i usługi, komunikacja z klientem, projekty recyklingowe). Na bilans wpłynęły także spadki sprzedaży urządzeń drukujących, zmiany w strukturze sprzedaży (maleje popyt na produkty do drukarek atramentowych, rośnie w przypadku drukarek laserowych), silna konkurencja ze strony producentów OEM i dostawców tanich materiałów.

POWIEDZIELI

– Pieniądze nie są dla mnie celem. Już je zarobiłem
– Roman Kluska, przedsiębiorca.

– To, w jaki sposób potraktowano całą ekipę ministerstwa, było niegodne i szalenie niesprawiedliwe
– Anna Streżyńska, była minister cyfryzacji.

– Chmura rządzi się swoimi prawami. W wielu miejscach czają się potworki, o których nikt głośno nie mówi
– Jarosław Świerad, współwłaściciel Contrust.

Xerox zostanie przejęty

Fujifilm przejmie Xerox. Amerykański producent urządzeń drukujących zostanie w całości włączony do istniejącej już wspólnej spółki Fuji Xerox. W ramach transakcji udziałowcy Xerox otrzymają 2,5 mld dol. w gotówce oraz 49,9 proc. akcji w „nowym" Fuji Xerox. Transakcja ma zostać sfinalizowana w II poł. 2018 r. Niezbędna jest zgoda regulatorów rynku.
Nastąpi całkowita integracja amerykańskiej organizacji we wspólnej spółce, która ma zostać liderem w takich sektorach, jak szybki druk atramentowy, druk przemysłowy i rozwiązania obejmujące miejsce pracy (do których należy zarządzanie dokumentami). Wśród perspektywicznych biznesów wymieniono sztuczną inteligencję, uczenie maszynowe, Internet rzeczy i rozszerzoną rzeczywistość. Marka Xerox pozostanie na rynku. Firma istnieje od 1906 r.
W związku z połączeniem zapowiadana jest restrukturyzacja Fuji Xerox, która powinna przynieść co najmniej 1,7 mld dol. oszczędności do 2022

Axis otworzył nowe biuro w Polsce

Nowa siedziba Axis Communications mieści się w Warszawie, ma ok. 300 mkw. Biuro zatrudnia ośmiu pracowników. Będzie pełnić m.in. funkcję ośrodka szkoleniowego dla partnerów i klientów firmy.
W otwarciu wziął udział Ray Mauritsson, CEO Axis Communications (na zdj. pierwszy z prawej), który odwiedził Polskę po raz pierwszy.
– *Jesteśmy pod ogromnym wrażeniem dynamiki rozwoju rynku sieciowych systemów wizyjnych w Polsce i w tej części Europy* – stwierdził szef korporacji.
Według niego rynek kamer będzie rósł ok. 5 proc. rocznie. Axis chce utrzymać wzrost sprzedaży powyżej rynkowej średniej, dlatego poszerza ofertę (np. o systemy kontroli dostępu, systemy audio). Jednak, jak zaznaczył CEO, kamery pozostaną w centrum zainteresowania firmy.

Nelro Data w restrukturyzacji

Postanowieniem Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy z dnia 30 stycznia br. Nelro Data została objęta postępowaniem sanacyjnym. Powodem złożenia wniosku była decyzja zabezpieczająca urzędu skarbowego, który w opinii spółki „bezpodstawnie zajął część jej należności". Firma nie ujawnia żadnych szczegółów, podobnie jak resort finansów, który wyjaśnia, że sprawa jest objęta tajemnicą skarbową.
Otwarcie postępowania sanacyjnego chroni spółkę przed egzekucją wierzytelności. Nelro Data zapowiada, że nadal będzie prowadzić działalność dystrybucyjną i regulować bieżące zobowiązania.
– *Firma zapewnia o intencji kontynuowania wszystkich obowiązujących umów handlowych, których realizacja umożliwi zachowanie płynności finansowej. Utrzymanie się firmy w obrocie gospodarczym to cel, jaki powinien w tym szczególnym momencie przyświecać wszystkim podmiotom, które dotychczas współpracowały z nią handlowo* – komentuje Łukasz Pacholski, wiceprezes zarządu Nelro Daty.
Spółka informuje, że ewentualne postępowanie układowe jest możliwe jedynie w odniesieniu do zobowiązań powstałych przed 30 stycznia 2018 r. Wszelkie roszczenia zaistniałe po tej dacie będą regulowane terminowo, co jest warunkiem koniecznym trwania trybu sanacyjnego.
W ostatnich latach Nelro Data podkreślała szybki rozwój biznesu. W 2016 r. dystrybutor uzyskał ponad 1 mld zł przychodów. Wypracował 1,111 mld zł skonsolidowanego przychodu netto oraz 23,922 mln zł zysku netto.
Rok wcześniej – od stycznia do listopada 2015 r. – przychody Nelro Daty ze sprzedaży (jeszcze jako spółki komandytowej) wyniosły 907,43 mln zł, a zysk netto – 19,31 mln zł. Jeszcze w końcu 2017 r. Nelro Data informowała o zamiarach ekspansji w 2018 r. Kapitał zakładowy wzrósł wówczas o ponad 6,5 mln zł. Spółka przeznaczyła również 1,9 mln zł na kapitał zapasowy. Zapowiadała duży wzrost importu i rozbudowę portfolio w tym roku.

Cenny nabytek Red Hata

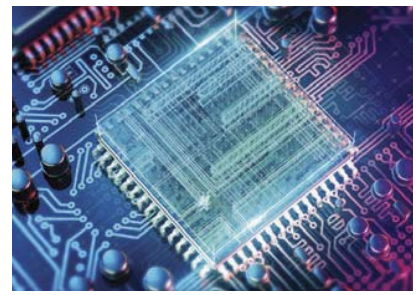
Red Hat podpisał umowę w sprawie nabycia CoreOS. Wartość transakcji to 250 mln dol. Przejęcie CoreOS przybliży firmę do realizacji wizji, którą jest umożliwienie klientom budowania dowolnych aplikacji i wdrażania ich w każdym środowisku. Red Hat zamierza połączyć komplementarne funkcje CoreOS z istniejącą ofertą rozwiązań opartych na Kubernetesie i kontenerach, w tym z Red Hat OpenShift. CoreOS jest twórcą CoreOS Tectonic, platformy Kubernetesa, która automatyzuje operacje, zapewnia przenośność aplikacji między dostawcami chmury prywatnej i publicznej.

Dell na sprzedaż?

Zanosi się na niezwykłą transakcję. Dell Technologies planuje sprzedaż swoich udziałów należącej do niego spółce VMware, którą kupił w 2016 r. Tak zwana odwrócona fuzja ma umożliwić emisję akcji przez VMware dla Michaela Della i funduszu Silver Lake (obecnie kontrolują Della), którzy następnie będą mogli sprzedać papiery inwestorom giełdowym. To ma być sposób na spłatę długów Dell Technologies bez ponownego wprowadzania na parkiet głównej korporacji. Została wycofana z giełdy w 2013 r., by – jak argumentował jej właściciel – mieć większą swobodę działania i kreowania strategii.
Dell przejął większość udziałów w VMware w ramach transakcji zakupu EMC i jego spółek zależnych, co kosztowało w sumie 67 mld dol. Większość tej kwoty sfinansowano z kredytów. Mimo wdrożenia harmonogramu szybkiej spłaty i cięć kosztów (m.in. przez zwolnienia) hamulcem rozwoju Della wciąż jest duże zadłużenie pozostałe po tej transakcji. Obecnie sięga 46 mld dol. Do radykalnych kroków zmusiła kierownictwo Della reforma podatkowa w USA. W przyszłości tylko niewielką część spłacanych odsetek od długu będzie można odliczyć od podatku, co uderzy w finanse Dell Technologies.

Nowe zagrożenie zmorą działów IT

W Polsce indeks zagrożeń w jeden miesiąc skoczył o 37 proc. Rozprzestrzenia się nowy niebezpieczny szkodnik, a lokalne firmy są coraz bardziej narażone na ataki – ostrzega Check Point. Odnotowano wyraźny wzrost aktywności cyberprzestępców w naszym kraju.
Na całym świecie gwałtownie zwiększyła się liczba ataków typu crypto-miner malware. Jest to złośliwe oprogramowanie, które wykorzystuje moc obliczeniową CPU lub GPU komputera ofiary do generowania kryptowalut. Tym samym znacznie obciąża system. To obecnie nowa zmora działów IT w firmach. Według ekspertów nawet 55 proc. przedsiębiorstw na świecie zostało zainfekowanych tego rodzaju oprogramowaniem. Na początku br. złośliwe „koparki kryptowalut" wyprzedziły w rankingu zagrożeń nawet ransomware.



CBA zatrzymało „twórców" antywirusa

Prezes Laboratorium MSF i były prezes zarządu tej spółki zostali zatrzymani przez agentów z krakowskiej delegatury CBA. Mężczyźni uzyskali od Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (na podstawie umów o dofinansowanie) środki na stworzenie programu antywirusowego.
W trakcie śledztwa funkcjonariusze ustalili, że zatrzymane osoby od samego początku nie zamierzały tworzyć antywirusa. Do PARP trafiały nierzetelne wnioski o dofinansowanie projektu. Jak się okazało większość dokumentów zawierała nieprawdziwe informacje, które miały świadczyć m.in. o zakończeniu prac nad oprogramowaniem. Pisemne oświadczenia miały dokumentować koszty wyszczególniane we wnioskach o płatności związane z realizacją projektów objętych dofinansowaniem. Tak przedstawiana dokumentacja wprowadzała w błąd instytucje finansujące. Zatrzymani prezesi wyłudzili z PARP ponad 2 mln zł dofinansowania do informatycznego projektu.
Na stronie internetowej Laboratorium MSF można było znaleźć szereg interesujących informacji, ale zdecydowanie najciekawszy wydaje się fragment opisujący działalność spółki. „LabMSF oferuje również usługę virtual office (biuro wirtualne), która daje możliwość korzystania z prestiżowego adresu biznesowego oraz innych korzyści płynących z wynajmu tradycyjnego biura bez konieczności ponoszenia wysokich kosztów. W ramach tego, w zależności od potrzeb danej firmy – oferuje także usługi uzupełniające profesjonalne prowadzenie administracji, począwszy od odbierania telefonów w imieniu danej firmy i świadczenia usług sekretarskich przez profesjonalny zespół recepcyjny, możliwość korzystania z sali konferencyjnej, usług biura rachunkowego, po w pełni wyposażone data center, umożliwiające kolokację i utrzymanie serwerów.

INDEKS IT.Channel 20

Wartość indeksu IT.Channel 20 w porównaniu ze styczniem br. obniżyła się o prawie 5 proc., do poziomu 952 punktów. Odzwierciedla to przeciętną sytuację naszych giełdowych firm IT. Akcje zdecydowanej większości przedsiębiorstw zanotowały spadek wartości. Wzrostów było niewiele – wśród spółek dystrybucyjnych kapitalizację zwiększył Asbis, a pośród integratorskich Comp. Walory tej drugiej firmy podrożały w ciągu miesiąca o ponad 10 proc.
Są to jednak nieliczne dobre informacje. Cieniem na segmencie IT kładzie się sytuacja Actionu. Firma cały czas negocjuje z wierzycielami spłatę należności, a jej akcje ciągle tanieją. Niemniej dobrą informacją jest ta dotycząca obrotów spółki z Zamienia za styczeń 2018 r., które były wyższe niż w analogicznym okresie ub.r. Trudno powiedzieć, czy korzystny trend utrzyma się w następnych miesiącach – dotychczas obroty Actionu spadały z kwartału na kwartał. Niejako na marginesie warto wspomnieć, że głęboka restrukturyzacja jest też udziałem kilku dużych firm IT nienotowanych na GPW. Przyczynami problemów są najczęściej zaległości podatkowe lub niespłacone należności.

Przetargi ciągną w dół

Według danych Barometru PIIT liczba ogłoszeń o zamówienia publiczne w sektorze ICT w 2017 r. wyniosła 9413 i była o 31,39 proc. wyższa niż w 2016 r. Jednak integratorzy wciąż odczuwają skutki marazmu w administracji publicznej, który przekłada się na niewielką liczbę wdrożeń. W sumie walory spółek z naszego sektora nie należały w ostatnim miesiącu do tych lubianych przez inwestorów. Daje też do myślenia to, że wskaźnik IT.Channel 20 zanotował większy spadek, niż miało to miejsce w przypadku WIG-u, czyli głównego indeksu naszej giełdy, który w ciągu miesiąca spadł nieco ponad 3 proc.

Wartość indeksu na dzień 12 lutego br.

952

Ricoh: nowa szefowa sprzedaży pośredniej

Monika Gzieło objęła funkcję indirect sales directora w polskim oddziale Ricoha. Będzie odpowiedzialna za współpracę z partnerami (integratorami AV oraz integratorami systemów), rozwój rozwiązań Office Automation oraz nadzór nad kanałami sprzedaży ITDC i Pentax.
Nowa dyrektor ma ponad 16-letnie doświadczenie w pracy na stanowiskach kierowniczych i sprzedażowych. Z koncernem Ricoh jest związana od 2009 r. Od kilku lat zarządza zespołem sprzedażowym zajmującym się współpracą z partnerami handlowymi i serwisowymi. Wcześniej przez osiem lat była specjalistką ds. dystrybucji w Ata-Int.
Monika Gzieło ukończyła Akademię Leona Koźmińskiego na kierunku finanse i rachunkowość.

ZMIANY ⇄ na stanowiskach

ViDiS: nowy wiceprezes

W styczniu br. funkcję wiceprezesa zarządu ViDiS-u objął Szymon Staruchowicz, od 2003 r. związany ze spółką Projekcja (jako współwłaściciel i członek zarządu). Od grudnia 2004 r. jako prezes tej spółki zarządzał całą strukturą firmy.
Szymon Staruchowicz jest absolwentem informatyki na Uniwersytecie Wrocławskim.
Termin jego kadencji w zarządzie ViDiS-u upływa 1 stycznia 2020 r.
W końcu grudnia 2017 r. doszło także do zmian w radzie nadzorczej ViDiS-u. Zostali odwołani Hubert Schwarz i Bogusław Szpytma.
Powołanie otrzymał natomiast Łukasz Łuć, specjalista z zakresu prawa gospodarczego i finansowego, a także Grzegorz Lont, inżynier sprzedaży w Schneider Electric, związany z tą firmą od 2013 r.

Action: duża zmiana w Activejet

Action w ramach restrukturyzacji połączył dział Activejet z działem Non-Food. W efekcie zmieniło się kierownictwo nad markami Activejet i Actis.
Dotychczasowe obowiązki Rafała Ornowskiego, wieloletniego pełnomocnika zarządu ds. marki, który zajmował się rozwojem Activejet od 2002 r., przejęła Dominika Kopycka, pełnomocnik zarządu ds. rozwoju sprzedaży w Actionie.
Dominika Kopycka jest związana z firmą od 1999 r. Jej zadaniem jest wzmocnienie pozycji Activejet na rynku tuszów i tonerów do drukarek. Podstawy strategii marki nie zmieniają się.
Dotychczas, od 2010 r., Dominika Kopycka jako pełnomocnik zarządu ds. rozwoju sprzedaży kierowała działem zakupów, obejmującym produkty Activejet i Actis, przeznaczone do oświetlenia i zasilania (nadal pełni tą funkcję). W latach 2009–2015, jako zastępca dyrektora działu sieci handlowych, odpowiadała za budowę pozycji Activejet w sklepach wielkopowierzchniowych. Koordynowała pracę regionalnych doradców handlowych. Do 2008 r. była kierownikiem handlowym we wrocławskim oddziale spółki, gdzie zaczęła zajmować się produktami marki własnej Action.

Citrix: Polak szefem regionu

Piotr Fąderski objął funkcję dyrektora Citrix Systems na region Europy Wschodniej, Adriatyk, Turcję i Izrael. Podległy mu obszar obejmuje: Polskę, Czechy, Słowację, Węgry, Grecję, Cypr, kraje Półwyspu Bałkańskiego oraz Turcję i Izrael.
Piotr Fąderski dołączył do Citrixa we wrześniu 2016 r., jako Senior Manager, odpowiedzialny za kanał partnerski w Szwajcarii, Austrii, Europie Wschodniej i Rosji. Ma 15 lat doświadczenia na stanowiskach kierowniczych w działach sprzedaży oraz w strukturach odpowiedzialnych za współpracę z partnerami i rozwój biznesu.
Przez 8 lat (2008 – 2016) był związany z VMware, pełniąc m.in. funkcje country managera w Polsce oraz menedżera organizacji partnerskiej w regionie Europy Wschodniej.
Pracował także dla CA i HP.

NEC kupił dostawcę LED-ów

NEC kupił Squadrat, niemiecką firmę, która jest dostawcą zaawansowanych systemów LED. Przejęcie ma na celu poszerzenie portfolio oraz oferty systemów wizualnych bazujących na LED-ach. Według prognoz rynkowych sprzedaż tego rodzaju rozwiązań będzie wyraźnie rosnąć w najbliższych latach.
W przypadku LED-ów z rozstawem pikseli wielkości 2,5 mm lub mniejszym wzrost w skali światowej powinien wynieść ok. 50 proc. rocznie do 2020 r. NEC, przejmując Squadrat, zamierza rozszerzać także kompetencje doradcze. Chce proponować swoim klientom kompletne usługi w dziedzinie wyświetlania obrazu.
Firma pozytywnie ocenia perspektywy rozwoju rynku wielkoformatowych powierzchni do wyświetlania obrazu. Szacuje, że popyt na nie będzie rósł w wielu branżach, m.in. transportowej (wyświetlacze z informacjami dla pasażerów), marketingowej i handlowej (tablice reklamowe) czy biurowej (wyposażenie sal konferencyjnych).

Nuvias Roadshow

CRN PATRONAT

W dniach 6–14 marca 2018 r. Nuvias organizuje roadshow w pięciu polskich miastach. Spotkania będą okazją do zapoznania się z rozwiązaniami z obszaru współpracy, bezpieczeństwa i centrów danych. Podczas sesji tematycznych zostaną zaprezentowane rozwiązania takich producentów jak: A10 Networks, Aerohive Networks, KEMP Technologies, Juniper Networks, Riverbed, Smartoptics i innych. Będzie mowa m.in. o sieci w roli inteligentnego firewalla, budowie sieci SD-WAN, inspekcji ruchu szyfrowanego i bezpiecznym Wi-Fi. Poruszony zostanie także temat finansowania inwestycji IT.
Spotkania odbędą się w następujących miastach: Gdańsk (6.03), Poznań (7.03), Warszawa (8.03), Kraków (13.03) i Wrocław (14.03).
Więcej informacji oraz formularz rejestracyjny znajduje się na stronie www.nuvias.com/events/nuvias-roadshow-poland/.

MGM: sąd uchylił decyzję skarbówki

Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie 30 stycznia br. uchylił decyzję Izby Administracji Skarbowej w Warszawie, w której określono zobowiązanie podatkowe VAT MGM na 23,5 mln zł – poinformowała spółka. Jej przedstawiciele dodają, że organy skarbowe od kilkunastu miesięcy przetrzymują środki w tej wysokości należące do firmy. Według MGM wyrok WSA oznacza, że organy skarbowe muszą zwrócić przetrzymywane środki, a sąd stwierdził, że spółka prawidłowo zastosowała zerową stawkę VAT w transakcjach z krajami UE.
Dyrektor Izby Administracji Skarbowej w Warszawie zaprzecza. „Sąd nie przyznał racji MGM. Nie nakazał zwrotu kwot zabezpieczonych na poczet podatku. Nie orzekł o prawidłowości zastosowania przez spółkę MGM zerowej stawki VAT. Uchylił jedynie decyzję drugiej instancji, pozostawiając w mocy decyzję organu pierwszej instancji określającą kwotę należnego podatku na ponad 16 mln zł" – informuje Robert Antoszkiewicz, szef warszawskiej IAS. Według niego organy skarbowe najprawdopodobniej złożą skargę kasacyjną. WSA przyznał MGM zwrot kosztów postępowania w wysokości 107 tys. zł.
Organy skarbowe twierdzą, że w przypadku niektórych transakcji z 2012 r. towar sprzedany przez spółkę nie dotarł do odbiorców za granicą, więc nie można zastosować w tym przypadku zerowego VAT-u. Zażądały uregulowania 23 proc. VAT z tego tytułu. MGM od dawna dowodzi, że przypuszczenia kontrolerów nie mają pokrycia w faktach. Ostatni wyrok to już czwarta wygrana spółki w sądzie z organami skarbowymi. Obecnie MGM wskutek decyzji skarbówki znajduje się w procesie restrukturyzacji.

Przetargi IT: w końcu odbicie

W końcu ub.r. wyraźnie wzrosła wartość rozstrzygniętych postępowań publicznych w sektorze ICT. W IV kw. 2017 r. zakończono 5430 przetargów i zleceń na usługi, wykonanie i dostawy związane z branżą IT. Z tej puli 4704 wyniki dotyczyły tylko sektora IT, czyli nie były powiązane z innymi branżami. Łączna wartość rozstrzygniętych postępowań wyniosła 1,812 mld zł. To dużo więcej niż w III kw. 2017 r. (2183 przetargi o wartości ponad 970,4 mln zł) – według Pressinfo.pl.
Według danych Barometru PIIT liczba ogłoszeń o zamówienia publiczne w sektorze ICT w 2017 r. wyniosła 9413 i była o 31,39 proc. wyższa niż w 2016 r. (7164). To jednak nadal mniej niż w 2015 r. Wartość zawartych kontraktów w 2017 r. wyniosła w ciągu całego roku 6,811 mld zł, czyli o 19,2 proc. więcej (prawie 1,1 mld zł) niż w 2016 r. W porównaniu z 2015 r. spadek wartości zawartych kontraktów był jednak bliski 25-proc., co oznacza, że rynek zamówień publicznych ICT w 2017 r. zubożał aż o 2,235 mld zł wobec dobrego 2015 r.

Apple: nowy pomysł dla firm

Producent pracuje nad nową inicjatywą, by zwiększyć sprzedaż do przedsiębiorstw. Nazwano ją „Apple at Work". Ma umożliwiać klientom biznesowym szybsze nabywanie lub dzierżawę produktów tej marki, a także ułatwiać konfigurację urządzeń i usprawniać pracę w firmie – poinformował dyrektor finansowy koncernu Luca Maestri. Program na początek wprowadzono w USA. W bieżącym roku ma być rozszerzany na kolejne kraje. Będą oferować go partnerzy firmy.
„Apple at Work" to kolejna próba zwiększenia sprzedaży w sektorze enterprise. W ostatnich latach w tym celu zawarto partnerstwa z IBM, Cisco i SAP. W ramach aliansów producenci przygotowują rozwiązania korporacyjne i usługi na system iOS. To oferta głównie dla dużych przesiębiorstw.
O inicjatywie poinformowano, gdy popyt na iPhone'y, które są najważniejszym produktem Apple'a, okazał się niższy od oczekiwań.

Netgear dzieli się

Dział dostarczający kamery bezpieczeństwa Arlo zostanie oddzielony od Netgeara – poinformował producent. Powstanie osobna spółka pod nazwą Arlo Technologies. Według szefa firmy ten rosnący biznes musi „agresywnie pozyskiwać nowych użytkowników". Usamodzielnienie się powinno umożliwić Arlo koncentrację na rozwoju w segmencie rozwiązań wizyjnych.
Sprzedaż Arlo ostatnio osiągnęła spektakularny wzrost – w ub.r. zwiększyła się dwukrotnie (wartościowo) do 378 mln dol. Tymczasem cały Netgear odnotował spadek przychodów o 10 proc., do 1,03 mld dol. Producent w II poł. 2018 r. zamierza w ofercie publicznej sprzedać 20 proc. udziałów w nowej spółce, a reszta przejdzie w ręce obecnych akcjonariuszy Netgeara.

Odwołanie w sprawie megaprzetargu odrzucone

Krajowa Izba Odwoławcza w styczniu oddaliła odwołania Asseco i Comarchu od wyników przetargu na utrzymanie Kompleksowego Systemu Informatycznego ZUS. W listopadzie ub.r. ZUS jako wykonawcę wybrał Comarch, który złożył ofertę o wartości 242 mln zł. Asseco proponowało 374 mln zł, a Atos – 463 mln zł. Tym samym wynik pozostaje bez zmian, strony mogą jednak zaskarżyć decyzję KIO do sądu.
W ocenie Asseco Comarch m.in. zaoferował rażąco niską cenę. Z kolei krakowska spółka kwestionowała punktację Asseco za wykonanie zadań praktycznych. Przez minione lata utrzymaniem systemu zajmowało się Asseco, uzyskując z tego tytułu gigantyczne kontrakty. Ostatni, zawarty na cztery lata w 2013 r., opiewał na 595 mln zł.

Plaga wadliwych interpretacji fiskusa

W ciągu minionych pięciu lat organy podatkowe wydały 3,5 tys. wadliwych interpretacji podatkowych, które nie są wiążące dla fiskusa – ostrzega Grant Thornton. Firma doradcza zauważa, że dotyczą one głównie spraw związanych z VAT. Organy podatkowe na wniosek przedsiębiorców mają nierzadko rozwiać wątpliwości dotyczące ustalenia właściwej stawki podatku dla różnych produktów i usług. Do tego potrzebne jest jednak przypisanie im odpowiedniego PKWiU. Skarbówka często nie ma zamiaru się nad tym głowić, oczekując, że przedsiębiorca sam się tym zajmie. A jeśli nie chce tego zrobić, organ podatkowy nierzadko odmawia wydania interpretacji. Jeżeli zaś przedsiębiorca wskaże PKWiU, to skarbówka wydaje interpretacje warunkowe, wiążące wtedy, jeśli podatnik właściwie określił kategorię statystyczną produktu lub usługi. A jeżeli nie – to już jego problem.
W efekcie wydano kilka tysięcy interpretacji, które nie dają podatnikom pełnej ochrony przed karami skarbówki (grozi odpowiedzialność karnoskarbowa oraz naliczenie odsetek), mimo że właśnie po to przedsiębiorca się o nie stara, aby mieć pewność, iż rozlicza się zgodnie z prawem.
Firma doradcza podpowiada podatnikom, którzy otrzymali wadliwą interpretację, by złożyli skargę do sądu administracyjnego, wnioskując o jej zmianę. Jeżeli minął już termin złożenia skargi, należy zwrócić się o ponowną interpretację wraz z kompleksową wykładnią przepisów. Gdy podatnik jej nie uzyska, trzeba skarżyć się do sądu administracyjnego.

Państwo pomoże firmom

Weszły w życie korzystne dla przedsiębiorców zmiany w prawie restrukturyzacyjnym. Umożliwiają uzyskanie pomocy finansowej państwa (np. rozłożenia na raty spłaty zaległych podatków i ZUS-u) jeszcze przed rozpoczęciem postępowania restrukturyzacyjnego.
Dotychczas pomocy publicznej dla firm można było udzielać tylko w wyjątkowych sytuacjach, po uzyskaniu zgody Komisji Europejskiej. Dzięki nowym przepisom nie będzie ona konieczna.
Pomoc na ratowanie lub tymczasowe wsparcie może być udzielona tylko w formie pożyczki. Będą mogli ubiegać się o nią jedynie przedsiębiorcy, wobec których nie toczy się postępowanie restrukturyzacyjne. Wsparcie ma im pomóc w odzyskaniu płynności finansowej i dać czas na opracowanie planu naprawczego. Inna forma pomocy jest przeznaczona na zrealizowanie planu restrukturyzacji. Takie wsparcie może mieć formę pożyczki, ale także dopłaty, objęcia akcji, obligacji lub udziałów. O pomoc będą mogli się ubiegać zarówno przedsiębiorcy objęci postępowaniem restrukturyzacyjnym, jak i ci, wobec których nie jest ono prowadzone.
Według PMR Restrukturyzacje to oczekiwana przez biznes zmiana – dotychczas wierzyciele państwowi nie chcieli rozkładać zadłużenia na raty.

Sprzęt z odpadów bez kontroli

Urządzenia pochodzące z elektrośmieci mogą po cichu wracać na rynek. Czas to zmienić – apeluje ZIPSEE. Uchwalona w 2015 r. ustawa o zużytym sprzęcie elektrycznym i elektronicznym dopuszcza przygotowanie do ponownego użycia sprzętu, który trafił do zakładów przetwarzania elektroodpadów.
Jednak obecnie nie ma obowiązku informowania nabywców, skąd taki sprzęt pochodzi. W rezultacie klienci nie wiedzą, co kupują.
Związek „Cyfrowa Polska" wspólnie z Federacją Konsumentów zwrócili się do ministra środowiska o uregulowanie kwestii związanych z tzw. re-use. Apelują o wprowadzenie obowiązku informowania konsumentów przez podmioty przetwarzające zużyty sprzęt i wprowadzające go do ponownego użytku, że produkty nie są nowe i zostały przetworzone, np. przez właściwe oznakowanie i informacje od sprzedawcy.
Zgodnie z ustawą tylko zakłady przetwarzania wpisane do rejestru Głównego Inspektoratu Ochrony Środowiska mogą przygotować zużyte urządzenia do ponownego wprowadzenia do obiegu. Ale realny nadzór nad takimi działaniami jest nikły. W żaden sposób nie nadzorują, ile i jaki typ przetworzonego sprzętu trafia ponownie na rynek oraz czy spełnia on normy bezpieczeństwa. Producenci nie mają kontroli nad „elektroniką z odzysku" własnej marki i w przypadku awarii nie wiadomo, kto odpowiada za takie urządzenia.

Zasoby HTC już w rękach Google'a

Google i HTC sfinalizowały transakcję przejęcia przez amerykańskiego giganta liczącego ponad 2 tys. osób zespołu inżynierów tajwańskiej firmy, jak również patentów. Wartość transakcji to 1,1 mld dol. Jak się zatem okazuje – fachowcy są najcenniejszym zasobem, jaki warto przejąć.
Dzięki zakupowi, Google zamierza przyspieszyć ekspansję na rynku urządzeń i rozwój produktów. Inżynierowie dotychczas zatrudnieni w HTC oraz przejęte centrum badań i rozwoju na Tajwanie mają zająć się nie tylko pracą nad nowymi smartfonami, lecz także nad innymi produktami – zapowiedział Rick Osterloh, który kieruje działem sprzętowym Google'a (to były szef Motoroli Mobility, kupionej w 2014 r. przez Lenovo). Inżynierowie HTC już wcześniej pracowali nad rozwojem urządzeń zamawianych przez Google'a w tej firmie.
Zgodnie z porozumieniem obu firm HTC nadal może produkować urządzenia pod własną marką.

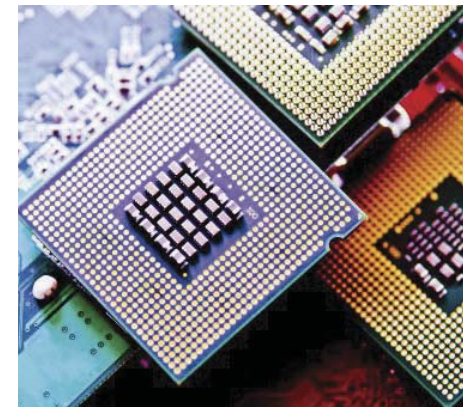
Kłopoty właściciela Ingrama

HNA, chińska grupa, która przejęła Ingram Micro w 2016 r., może mieć problem ze spłatą 2,4 mld dol. należności w I kw. br. – informuje Bloomberg. Będzie dążyć do sprzedaży aktywów wartych 16 mld dol. w I poł. br., aby uniknąć kłopotów z płynnością. Problemy z zadłużeniem HNA przyczyniły się na początku br. do spekulacji, że chiński koncern chce sprzedać Ingram Micro. Jednak zarówno dystrybutor, jak i jego główny udziałowiec – jeden z funduszy HNA – zaprzeczają temu. Tym niemniej nie jest wykluczone, że kłopoty finansowe właściciela mogą zahamować ekspansję Ingrama, który w minionych kwartałach dokonał kilku przejęć. Ostatnio kupił m.in. Cloud Harmonics oraz grupę Phoenix. HNA nie komentuje tej sytuacji.
Chińska grupa przeprowadziła w minionych latach sporo znaczących inwestycji, finansowanych głównie długiem. Ma m.in. udziały w bankach, hotelach i liniach lotniczych.

Polskie firmy IT pod presją

Rosnące koszty pracy wpłyną na działalność firm IT w Polsce – według analityków Haitong Banku. Ich zdaniem jest to związane z presją płacową i zmianami w pobieraniu składek ZUS od 2019 r., które podniosą koszty pracy najlepszych fachowców. W ocenie analityków w tej sytuacji kluczowa dla firm IT w najbliższych latach będzie wydajność pracowników.
Haitong Bank podaje trzy przykłady ilustrujące problem: pracownik Comarchu generuje miesięcznie średnio ok. 15 tys. zł przychodów i ok. 2,3 tys. zł EBITDA, w Asseco (główna spółka) – odpowiednio ok. 27 tys. zł i blisko 7 tys. zł, a w Live Chat – ok. 90 tys. zł oraz ponad 60 tys. zł. Wniosek: zdaniem analityków model biznesowy tej trzeciej spółki, oparty na SaaS i chmurze, pokazuje swoją wyższość nad tradycyjnym modelem IT.
Innym znaczącym czynnikiem, jaki wpłynie na sytuację branży, jest ożywienie na rynku przetargów. Wskutek kumulacji zamówień ze wsparciem nowego budżetu UE, kończącego się w 2020 r., zanosi się na ostrą rywalizację o kontrakty. Będą to przede wszystkim średnie i duże projekty w administracji, sektorze zdrowia i wojskowym.
Według PMR rynek IT w Polsce w najbliższych latach będzie rósł w średnim tempie ok. 3 proc.

Intel zapowiada bezpieczny sprzęt



W 2018 r. na rynek zostaną wprowadzone nowe procesory, pozbawione groźnych luk Meltdown i Spectre – zapowiada CEO Intela Brian Krzanich. Powinien więc pojawić się także nowy sprzęt, w którym będą wykorzystywane nowe układy.
Jak się okazało w mijających tygodniach, wielu serii dotychczas projektowanych CPU, które wprowadzono od 2008 r., nie udawało się zabezpieczyć bez niepożądanych skutków ubocznych.
Szef firmy nie określił terminu, kiedy bezpieczne procesory będą gotowe. Zapewnia, że pracują nad tym „najlepsze głowy" w Intelu, a wyjściem z sytuacji powinno być rozwiązanie „bazujące na krzemie". Z czego wynikałoby, że konieczna jest zmiana w procesorach na poziomie hardware'u – prawdopodobnie trzeba przebudować architekturę półprzewodników, aby całkowicie pozbyć się błędów, z którymi od początku roku zmaga się niemal cały świat IT.

Fiskus ostrzega sprzedawców elektroniki

Ministerstwo Finansów ostrzega, że za stosowanie procedury VAT-marża (gdzie marża jest podstawą opodatkowania) w obrocie sprzętem elektronicznym grożą sankcje. Twierdzi, że podczas monitoringu platform aukcyjnych stwierdziło powszechną praktykę tego rodzaju.
Nie ujawnia jednak skali zjawiska. Resort podkreśla, że procedurę VAT-marża w handlu elektroniką można stosować tylko wówczas, gdy kupiono towar używany, a zakup nie był opodatkowany VAT-em przez dostawcę (zazwyczaj chodzi więc o produkty nabywane od osób fizycznych).
Ministerstwo ostrzega, że VAT-marża w przypadku nowych urządzeń jest niezgodna z ustawą o podatku od towarów i usług. W ocenie resortu taka praktyka może wskazywać na chęć zaniżenia należności dla fiskusa, co naraża przedsiębiorcę na kary.
Firmie grożą sankcje także za posługiwanie się tą procedurą przy jednoczesnym odjęciu podatku naliczonego od zakupu towarów. Nie można również kupić np. telefonów komórkowych, rozliczyć tę transakcję w ramach odwróconego obciążenia, a następnie sprzedać sprzęt w procedurze VAT-marża.

Fot. Distree Events

TARGOWISKO (p)różności

Monako – to tutaj co roku producenci elektroniki użytkowej z całego świata szukają dystrybutorów i retailerów, którzy potrzebują nowych, ciekawych, nietypowych produktów. Ewentualnie jak najbardziej typowych, ale w lepszych cenach, niż sprowadza je z zagranicy konkurencja.

Tomasz Gołębiowski, Monako

Na Distree EMEA nie spotkamy największych światowych marek z branży IT. Monakijska impreza nie ma też rozmachu CES czy Computexu, bo jest kierowana jedynie do menedżerów i handlowców z kanału sprzedaży, nie zaś użytkowników końcowych. Dystrybutorzy i retailerzy mogą tu zapoznać się z ofertą kilkudziesięciu niszowych producentów elektroniki użytkowej z kilku kontynentów. Przede wszystkim z Azji, ale nie tylko z „kierunku chińskiego", bo w 2018 r. na Distree EMEA nie zabrakło dostawców z Singapuru, Japonii czy Korei Południowej. W przypadku producentów europejskich silnie reprezentowana jest Francja, ale są też wystawcy m.in. z Niemiec, Austrii, Portugalii, Szwajcarii i Polski.

Jeśli chodzi o produkty, to na tegorocznej monakijskiej wystawie królowały akcesoria do smartfonów, sprzęt gamingowy, urządzenia audio i drony. Znalazło się też kilka innowacyjnych rozwiązań i trochę gadżetów. Warto zwrócić uwagę chociażby na stosunkowo nową kategorię sprzętowych portfeli bitcoin, które na Distree EMEA prezentował m.in. francuski Ledger (Nano S) i szwajcarski

Nagrody dla polskich firm

Dwie polskie firmy mogą być zadowolone z tegorocznego Distree EMEA niezależnie od tego, czy udało im się pozyskać nowych kontrahentów, czy też nie. Pierwszą z nich jest ABC Data, która po raz kolejny w ramach EMEA Channel Academy 2018 otrzymała nagrodę dla najlepszego dystrybutora elektroniki użytkowej w Europie Środkowo-Wschodniej (na zdj. Ilona Weiss, prezes zarządu). Z kolei producent folii ochronnych MyScreen dostał Diamond Award za najlepsze akcesoria mobilne. Dodatkowo uczestnicy Distree EMEA uznali folie MyScreenProtector za najlepszy produkt w konkursie „60 seconds to convince".

Najlepsza innowacja i design

W tym roku za najlepszą innowację uczestnicy Distree EMEA uznali kamerkę Roader (roader.com). Urządzenie, wisząc na szyi użytkownika, nieustannie nagrywa to, co dzieje się wokół, ale buforuje w pamięci jedynie 10 ostatnich sekund. Kiedy więc użytkownik zorientuje się, że jest świadkiem ciekawego lub ważnego wydarzenia, i po kilku sekundach naciśnie nagrywanie, ma pewność, że zdążył zapisać to, co później będzie mógł pokazywać na Facebooku czy YouTube, ewentualnie jako filmowy dowód dla policji. Z kolei w kategorii Best Design wygrały głośniki Eupho E3 (ub-plus.com).

Shift Devices (BitBox). Z kolei austriacka firma Nuki zaoferowała elektroniczne zamki do drzwi sterowane za pomocą smartfona. Kilka stoisk dalej singapurskie Aico Technologies szukało sprzedawców dla Smart Egg, małego urządzenia, które służy do sterowania całą domową elektroniką.

Generalnie największe marki były na Distree nieobecne, bo trudno uznać za takie Blaupunkta z kabelkami, minidronami i powerbankami, czy też Duracella z akcesoriami do smartfonów. Z polskich wystawców nie zabrakło m.in. gorzowskiego producenta folii ochronnych MyScreen. Firma sprzedaje swoje produkty w kilkunastu europejskich krajach i szuka nowych zagranicznych partnerów m.in. w Hiszpanii. Eksport to już ok. 70 proc. przychodów polskiego dostawcy, który część modeli folii produkuje w lokalnej fabryce w Gorzowie Wielkopolskim. Nowych kontraktów szukał też GoClever, który w epoce „post tablet" stawia na kilkanaście różnych kategorii produktowych, jak: smart home, sprzęt audio, kamerki, drony, elektryczne hulajnogi. Podobnie jak w przypadku MyScreen, poznański producent większość przychodów generuje poza Polską.

Warto też zwrócić uwagę na nową markę routerów w ofercie Impaktu – Lanberg. Trzy modele tajwańskiego producenta mają odpowiadać potrzebom małych i średnich Internet Service Providerów. Poza tym poznański dystrybutor przedstawił nową, własną markę audio – Audictus, należącą do spółki Nordest, założonej przez szefów Impaktu.

Pod względem asortymentu na Distree wyróżniał się Assmann, który koncentruje się na ofercie okablowania i szeroko pojętej sieciówki. Na tle produktów z kategorii „elektronika użytkowa" dla retailerów produkty Assmanna to IT z innej, bo integratorskiej bajki (z wyjątkiem rozwiązań smart home marki Ednet). W Monako prezentowali je przedstawiciele dystrybutora z niemieckiej centrali, a także z polskiego i rumuńskiego oddziału. Polscy menedżerowie koncentrowali się na szukaniu partnerów w krajach bałtyckich, a także Czechach i Słowacji.

Na tegorocznym Distree EMEA obecni byli również reprezentanci kilkunastu innych polskich firm (nie wszyscy w charakterze wystawców), w tym ABC Daty, Komputronika, NTT System, Veracompu i Yamo, a ponadto przedstawiciele polskich oddziałów międzynarodowych koncernów (m.in. Also i Orange).

Podczas Distree EMEA odbywa się szereg prezentacji agencji analitycznych i organizacji branżowych, m.in. GfK, Contextu i GTDC. W marcowym wydaniu CRN Polska opublikujemy artykuł na temat wniosków, jakie płyną z danych prezentowanych na tegorocznym Distree EMEA. Dotyczą one trendów w sektorze retailowym, w tym zagrożeń i szans, jakie stoją przed europejskimi sprzedawcami elektroniki.

Co kupią klienci, czyli gra warta świeczki

Gaming, smart home i „elektronika lifestyle'owa" to trzy kategorie produktów, których sprzedaż według dystrybutorów z regionu EMEA będzie w tym roku rosła najszybciej.

TOMASZ GOŁĘBIOWSKI, MONAKO

Badanie na temat najbardziej obiecujących produktów z zakresu elektroniki użytkowej przeprowadzili organizatorzy Distree EMEA 2018. Wzięło w nim udział ponad 100 dystrybutorów, którzy na pytania odpowiadali w okresie od 4 grudnia 2017 do 9 stycznia br. Okazuje się, że szczególnie duże nadzieje broadlinerzy wiążą z produktami dla graczy. W sumie 54 proc. z nich uważa, że sprzedaż właśnie tego typu asortymentu będzie rosła wyjątkowo szybko w całym 2018 r. Jak podkreślają autorzy badania, rozwiązania dla graczy nie tylko cieszą się rosnącym popytem, ale mogą też służyć do poprawy rentowności, bo gracze podchodzą do produktów i gier emocjonalnie.

– *Wielu z nich przywiązuje dużą wagę do określonych marek i zaawansowanych funkcjonalności* – podkreśla Liam McSherry, dyrektor marketingu w Distree Events.

Smart home to kolejna kategoria rozwiązań postrzeganych jako pewna inwestycja na bieżący rok. Tak widzi to 50 proc. dystrybutorów, którzy wzięli udział w ankiecie Distree Events. Tym samym sprzęt i akcesoria do inteligentnych domów poprzedzają trzecią grupę konsumenckich pewniaków, czyli kategorię Lifestyle Tech (43 proc. wskazań).

Niemal wszyscy, bo 94 proc. dystrybutorów z regionu EMEA, oczekują, że w I półroczu 2018 generalnie wzrośnie im sprzedaż produktów z kategorii elektronika konsumencka. Ma to dotyczyć zwłaszcza produktów i akcesoriów „lifestyle'owych", które korzystnie wpływają na wizerunek użytkownika. Jednocześnie 54 proc. uważa, że ich średnie marże zwiększą się w tym okresie, podczas gdy 46 proc. przewiduje raczej spadek rentowności.

Fot. Distree Events

GAMING PO RAZ DRUGI...

Ciekawie jest zestawić te dane z wynikami ankiety przeprowadzonej przez organizację European Hardware Association wśród ponad 8 tys. domowych użytkowników sprzętu IT w Europie (styczeń – luty 2018). Rezultaty zaprezentowano podczas Distree EMEA 2018. Okazuje się, że wśród technologii, które obecnie najbardziej interesują mieszkańców naszego kontynentu, na dwóch pierwszych miejscach wymieniano najczęściej sprzęt dla graczy i... sieć 5G.

Do interesujących wniosków doprowadziło autorów badania pytanie o aktualnie używaną markę smartfonów. Numerem jeden – i tu nie ma zaskoczenia – okazał się Samsung, który wyraźnie wyprzedził Apple'a. Natomiast w pierwszej piątce, szybko nadrabiając straty do pierwszej dwójki, znalazły się takie marki jak: Xiaomi, Huawei i OnePlus. Co oznacza, że za sprawą odpowiedniego marketingu, a także dobrego stosunku ceny do możliwości można w ciągu kilku miesięcy zdobyć serca użytkowników smartfonów na Starym Kontynencie.

W przypadku notebooków zaskoczenia nie ma – europejscy konsumenci najczęściej korzystają z maszyn Lenovo, a następnie Asusa, HP, Acera i Della. Marka Apple w tym rankingu zajmuje szóste miejsce. Przy okazji zapytano, jakie są kluczowe cechy brane pod uwagę przy wyborze laptopa.

Wychodzi na to, że od ceny urządzenia ważniejsze są parametry podzespołów (wydajność), długość pracy na baterii i rozdzielczość ekranu. Gdy zaś mowa o smartfonach, kluczową rolę pełni szybkość działania, długość pracy na baterii, system operacyjny, jakość obrazu i – podobnie jak w przypadku notebooków – dopiero potem cena.

IBM wytoczył proces swojej byłej dyrektor działu HR, która została zatrudniona w Microsofcie na stanowisku Chief Diversity Officer. Władze „Big Blue" twierdzą, że Lindsay-Rae McIntyre łamie tym samym roczny zakaz pracy w konkurencyjnych firmach. Podkreślają dużą wiedzę byłej dyrektor na temat technologii, innowacji i planów rozwoju IBM. Sąd do czasu zakończenia sporu zabronił Lindsay-Rae McIntyre podejmowania pracy w koncernie z Redmond. Z kolei przedstawiciele Microsoftu twierdzą, że żadne poufne informacje pochodzące z IBM-u ich nie interesują i żadnych takich ani nie pozyskali od McIntyre, ani nie mają takich zamiarów.

Tomasz Czajka to polski programista, który pracował nad systemami sterowania SpaceX i tym samym przyczynił się do niedawnego sukcesu firmy Elona Muska, czyli wysłania w kosmos rakiety nośnej Falcon Heavy. Rakieta mknie teraz w kierunku orbity Marsa, mając na pokładzie Teslę Roadster. Tomasz Czajka jest absolwentem Uniwersytetu Warszawskiego i amerykańskiego Purdue University. W 2003 r. wygrał wraz z kolegami z UW, pod przewodnictwem prof. Jana Madeya, Akademickie Mistrzostwa Świata w Programowaniu Zespołowym (ACM International Collegiate Programming Contest). W latach 2003–2004 i w roku 2008 był najlepszy w konkursie TopCoder Open, a w 2004 r. wraz z drużyną wygrał TopCoder Collegiate Challenge. Od 2007 r. pracował jako inżynier oprogramowania w głównej kwaterze Google, skąd w 2014 r. przeniósł się do SpaceX.

Netia kontynuuje rozwój swojej sieci poza granicami Polski. Do istniejącego od wielu lat punktu dostępowego w Niemczech i uruchomionego w ubiegłym roku węzła w stolicy Czech dołączył kolejny we Lwowie. Otwiera to przed polskim operatorem nowe możliwości świadczenia usług na terenie Ukrainy oraz zapewnia lokalnym operatorom dostęp na atrakcyjnych warunkach do globalnego rynku. Światłowodowa sieć szkieletowa, którą dysponuje Grupa Netia, ma blisko 20 tys. km i łączy sieci metropolitalne grupy w ponad 50 miastach oraz zapewnia kilkanaście niezależnych połączeń międzynarodowych.

Analitycy OnePoll, w badaniu na zlecenie Agilitas, stwierdzili, że ponad 60 proc. firm IT z brytyjskiego kanału sprzedaży deklaruje, iż w ciągu najbliższych trzech lat będzie chciało podjąć współpracę z innymi resellerami i integratorami. Prawie połowa liczy, że w ten sposób poprawi efektywność kosztową, a 30 proc. chce uzupełnić braki umiejętności w czasach, gdy klienci oczekują zindywidualizowanej oferty i szerokiego spektrum rozwiązań. Nawiązują więc kooperację, by spełnić oczekiwania użytkowników (ponad 30 proc. odpowiedzi). Szacunkowo firmy z kanału sprzedaży już około jednej czwartej swoich przychodów osiągają dzięki partnerstwu z innymi podmiotami.

Dell Technologies sprzedaje Mozy, jednostkę specjalizującą się w backupie, przejętą wraz z EMC w 2016 r. Nabywcą jest dotychczasowy konkurent Mozy na tym rynku, Carbonite. Uzgodniona cena to 145,8 mln dol. Transakcja powinna zostać sfinalizowana jeszcze w I kw. 2018 r. Mozy oferuje backup w chmurze i usługi synchronizacji dla konsumentów i firm. Jak sama twierdzi, zabezpiecza dane 100 tys. przedsiębiorstw. W sumie ma 6 mln klientów.

Rosyjski Roskomnadzor, a więc urząd federacyjny ds. kontroli komunikacji, informacji, technologii i mass mediów, zapowiedział przeprowadzenie kompleksowej kontroli w tamtejszym oddziale Facebooka. Urzędnicy chcą sprawdzić sposób ochrony danych rosyjskich użytkowników portalu społecznościowego. Skontrolują, jak i gdzie Facebook te dane przechowuje i przetwarza. Jeśli okaże się, że niezgodnie z obowiązującymi od września 2015 r. przepisami o ochronie danych osobowych, Roskomnadzor planuje blokadę serwisu. Regulacje obowiązują wszystkie firmy działające na terenie Federacji Rosyjskiej – zarówno lokalne, jak i zagraniczne.

WatchGuard Technologies przejął Percipient Networks, twórcę zautomatyzowanych rozwiązań z zakresu bezpieczeństwa dla małych i średnich firm. Główny produkt Percipient powstrzymuje ataki typu phishing i złośliwego oprogramowania, oferuje usługę zabezpieczającą działania na poziomie DNS (Domain Name System). Rozwiązanie zostało zintegrowane z platformą bezpieczeństwa WatchGuard. Dodano zabezpieczenia na poziomie DNS do firmowej platformy chroniącej klientów w MŚP.

ABC Data została wybrana dystrybutorem roku w regionie Europy Środkowej i Wschodniej. Tytuł „Central & Eastern Europe Consumer Tech Distributor of the Year" polska spółka zdobyła głosami resellerów i producentów w plebiscycie organizowanym w ramach konferencji Distree EMEA, która corocznie odbywa się w Monako. W bieżącym roku wzięło w niej udział ponad 250 dyrektorów z firm dystrybucyjnych i retailowych. Za działalność prowadzoną w innych częściach regionu EMEA wyróżniono: ALSO, CMS Distribution, Exertis, Ingram Micro, Merlion i Tech Datę.

Oracle nie będzie sprzedawał swoich produktów rosyjskim koncernom energetycznym (Gazprom, Rosneft, Łukoil i Surgutnieftiegaz) ani ich spółkom córkom czy spółkom zależnym. Producent poinformował, że w ten sposób rozpoczyna przestrzeganie nowych sankcji USA wobec Rosji. Chodzi o zakaz udostępniania towarów, usług i technologii związanych z pracami na dużych głębokościach na szelfie arktycznym oraz z projektami łupkowymi. Również rosyjscy dystrybutorzy Microsoftu wprowadzili zakaz sprzedaży oprogramowania dla ponad 200 tamtejszych firm.

Ilustracja: © rszarvas – Fotolia.com

Rynek chmury będzie wart tryliony dolarów

CRN Polska rozmawia z **Tomaszem Starcem, account managerem**, oraz **Tomaszem Stachlewskim, senior solutions architectem w Amazon Web Services**, na temat rozwoju usług, które mają łączyć w sobie zalety chmury publicznej i środowiska lokalnego. Ma to stworzyć przestrzeń do działania dla integratorów.

CRN Mówiąc o chmurze, najpierw powinniśmy zejść na ziemię i zauważyć, że polski rynek jest niezwykle zachowawczy. Badania wykazują, że polskich przedsiębiorstw wykorzystujących chmurę wciąż jest mniej niż 10 proc. Dlaczego tak jest i czy macie sposób, by to zmienić?

Tomasz Starzec To może wynikać ze stosunkowo nowoczesnej infrastruktury IT w naszym kraju. Poza tym być może dojrzałe polskie firmy nie czują jeszcze tak dużej presji ze strony startupów korzystających z chmury, ale to się zmienia. Nie chcę jednak zgadywać, bo nawet jeśli polski rynek jest o krok za innymi, to już zauważamy, jak szybko rośnie tutaj nasz biznes. Przybywa partnerów – bardzo wielu klientów korporacyjnych interesuje się naszą ofertą, nie mówiąc o startupach. Dlatego perspektywy rynkowe są bardzo dobre, a my zwiększamy możliwości rozwoju przede wszystkim przez edukację – konferencje, szkolenia i webinaria, które cieszą się dużym powodzeniem. A świadomość chmury rośnie, nawet w sektorach regulowanych. W październiku 2017 roku KNF wydał komunikat przedstawiający przejrzystą drogę do chmury dla instytucji nadzorowanych.

CRN Zgoda, chmura jest nie do pobicia, gdy chodzi o szybkość wprowadzania usług, z czego korzystają startupy. Jednak korporacyjni klienci niezmiennie bardzo dużą wagę przywiązują do kosztów, a pod tym względem cloud nie zawsze jest atrakcyjniejszy...

Tomasz Stachlewski Jeżeli poprawnie porównamy TCO, czyli całkowity koszt posiadania infrastruktury, to w zdecydowanej większości przypadków jesteśmy w stanie obniżyć naszym klientom koszty IT. Szczególnie widać to, kiedy skalujemy zasoby, dostosowując je do aktualnych potrzeb. Jeśli, dajmy na to, w dzień wystarczą dwa serwery, a jedynie we wczesnych godzinach wieczornych potrzebnych ich będzie dwadzieścia, trudno sobie wyobrazić, że kupujemy dwadzieścia serwerów tylko po to, by wszystkie wykorzystywać przez dwie godziny dziennie albo wyłącznie na koniec miesiąca.

Tomasz Starzec Typowe wykorzystanie własnych serwerów jest na poziomie 20–30 proc. Jeśli w chmurze po migracji aplikacji dany serwer okaże się zdecydowanie za duży, w ciągu kilku minut możemy ograniczyć instancję do wymaganego poziomu. Natomiast gdy trzeba więcej mocy, system może automatycznie dołączyć kolejne instancje. I nawet jeśli nie będziemy korzystać ze wszystkich usług w chmurze, i potraktujemy ją jako zwykły hosting, to nie można zapominać, jak wiele daje ona możliwości optymalizacji kosztów.

CRN Kolejną kwestią budzącą wątpliwości użytkowników chmury jest jej dostępność. Zadają więc sobie pytania: Jakiego łącza będę potrzebować, by moje usługi działały bez zarzutu? Czy nie grożą mi przestoje?

Tomasz Stachlewski AWS ma obecnie w Europie swoje regiony w Londynie, Paryżu, Frankfurcie i Irlandii. Są dwie możliwości łączenia się z nimi. Po pierwsze Internet – i wybiera go zdecydowana większość polskich klientów. Onet, jeden z największych portali internetowych, wykorzystuje AWS do disaster recovery i skalowalności, robi to przez Internet i nie ma z tym problemu. Jeśli jednak firma chce mieć zagwarantowaną bardzo dużą przepustowość albo ruch ma przepływać określonymi ścieżkami, to jest w Warszawie punkt dostępowy, w którym połączy się z serwerowniami AWS przy pomocy łączy dzierżawionych. Nie można zapominać, że dane w chmurze nie trafiają do pojedynczej serwerowni, ale są replikowane do kilku stref – Availability Zones – w obrębie jednego regionu, które są połączone przez różnych operatorów telekomunikacyjnych i zasilane przez różnych dostawców energii. Bez wątpienia trudno jest zapewnić taką samą dostępność i trwałość danych własnymi siłami.

CRN Ta zapewniająca dostępność replikacja, a także sama chmura mogą wywoływać obawy klientów o to, gdzie znajdują się ich dane. Tym bardziej że wraz z wejściem w życie RODO zaostrzą się przepisy dotyczące ochrony danych osobowych... ›

Fot. photobyMysluk.pl

Tomasz Starzec Wielu naszych polskich klientów przetwarza w chmurze dane osobowe. Mamy dla nich specjalną umowę, szczegółowo określającą nasze obowiązki i odpowiedzialność w tym zakresie. W pełni spełniamy wymogi zawarte w regulacjach zarówno polskich, jak i europejskich dotyczące danych osobowych, jesteśmy też przygotowani na RODO. Do maja, kiedy rozporządzenie wejdzie w życie, wszystkie nasze usługi będą zgodne z jego wymaganiami. Co ważne, jeśli klient umieszcza swoje dane w jednym z naszych regionów, one tam zostają. Nie ma usługi, która automatycznie replikowałaby je do innego regionu, bo tylko klient może o tym zdecydować. Część odpowiedzialności za bezpieczeństwo danych leży po stronie klienta. To klient kontroluje dostęp do swoich danych. Czy je szyfruje, komu daje do nich dostęp, które z nich upublicznia – to wszystko zależy od niego.

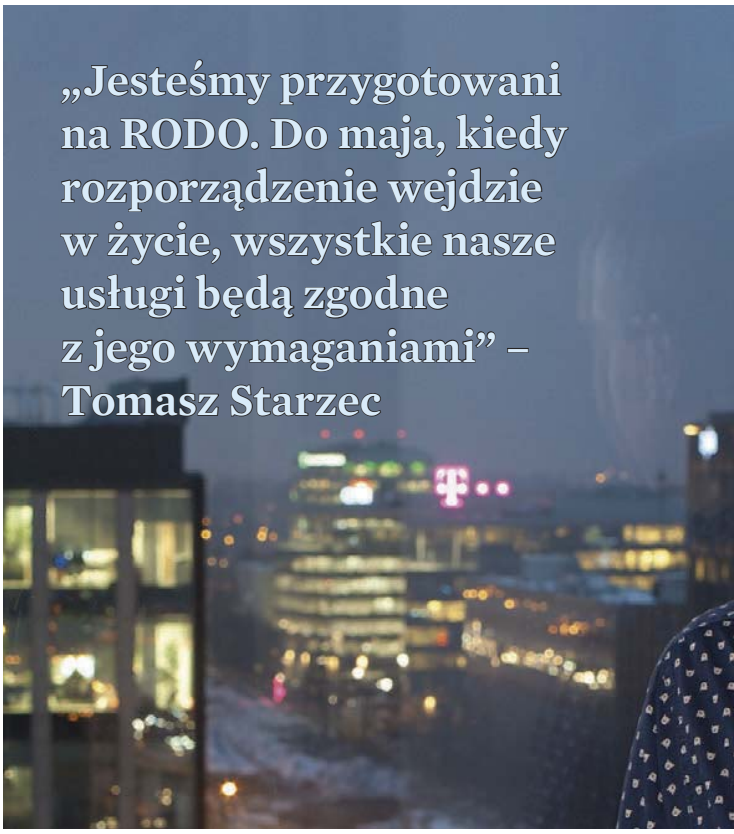
CRN Chmurę hybrydową, a więc łączenie własnych zasobów z publicznymi, przedstawia się jako najbardziej optymalne środowisko dla przedsiębiorstw. Czy podzielacie ten pogląd?

Tomasz Stachlewski Klient może wybrać taki model, który da mu najwięcej korzyści. Jedna firma przeniesie się w całości do chmury, druga postanowi umieścić w niej tylko środowisko deweloperskо-testowe, jeszcze inna stwierdzi, że uruchomi tam analitykę, wykorzystując sztuczną inteligencję. Dla wielu chmura będzie zabezpieczeniem przed awarią, bo tego typu zapasowy ośrodek jest dużo tańszy od własnego – serwery nie są uruchomione, więc nie płaci się za nie. Ważne, by klient miał wybór, czy chce uruchomić nową aplikację u siebie czy w chmurze. Wierzymy, że z czasem zdecydowana większość zasobów IT będzie serwowana z chmury.

CRN Czy kompetencje, jakie integrator posiadł, wdrażając fizyczną infrastrukturę u klienta, wystarczą mu do oferowania chmury?

Tomasz Stachlewski Chmura rzeczywiście zmienia punkt widzenia, bo nie mamy już do czynienia z hardware'em. Jeśli więc czyjeś kompetencje ograniczały się tylko do niego, to będzie musiał się nauczyć czegoś nowego. Jednak zdecydowana większość partnerów posiada umiejętność integrowania obu obszarów – oprogramowania i sprzętu – i to zostaje w chmurze. A jeśli oferuje ona poszczególne usługi, choćby wirtualne serwery czy analitykę, to i tak potrzebny będzie ktoś, kto wszystkie klocki połączy. Nasi klienci wciąż będą potrzebować kogoś z kompetencjami integratorskimi, wiedzą dotyczącą systemów SAP, Microsoftu albo Salesforce'a. Partnerzy zdają sobie z tego sprawę i o ile jeszcze parę lat temu nie było wielu integratorów chmurowych, to teraz przybywa firm specjalizujących się w cloudzie.

CRN Gdy integrator zacznie oferować chmurę, to z jego dotychczasowego biznesu, polegającego na sprzedaży, wdrażaniu, integrowaniu, utrzymaniu itp. fizycznej infrastruktury, ubędzie mu sporo pozycji przynoszących konkretne pieniądze. Czy to oznacza, że musi się liczyć z mniejszym zyskiem?



Tomasz Starzec Podstawą zarobków naszych partnerów są usługi konsultingowe podczas projektowania, budowania, wdrażania, a później utrzymania aplikacji. Ta rzecz pozostaje niezmienna, bo bez względu na to, czy usługi są uruchamiane w jakiejś serwerowni czy w chmurze, zakres pracy i zarobki będą bardzo podobne. Sytuacja zmienia się dla partnera, który dotąd zarabiał przede wszystkim na sprzedaży i utrzymaniu sprzętu. Wciąż jednak może on liczyć na marże z odsprzedaży usług AWS. A przy tym doskonale wie, że zyski w sprzętowym kanale sprzedaży już od dawna ulegają erozji.

CRN Chcąc więc odsprzedawać usługi AWS i zarabiać na marży, do kogo powinien się zwrócić?

Tomasz Starzec Stawiamy na dystrybucję, którą na polskim rynku zajmuje się Tech Data. Warto, by każdy reseller i integrator zainteresowany oferowaniem usług Amazona skontaktował się z naszym dystrybutorem i podpisał z nim umowę. On zapewni szkolenia, pomoc techniczną i finansowanie. Gdy reseller stworzy u niego swoje konto, będzie dostawał stały procent od sprzedaży usług AWS. Co prawda, utrzymujemy także bezpośrednie relacje z integratorami, ale ograniczamy je tylko do najbardziej doświadczonych partnerów, którzy współpracują z nami od długiego czasu.

CRN W Polsce kluczowy wpływ na klientów z sektora MŚP mają integratorzy i resellerzy. To oni doradzają, jakie rozwiązania wdrażać. Użytkownicy zadowoleni ze współpracy obdarzają swoich lokalnych dostawców niemal bezgra-

nicznym zaufaniem. Czy zgadzacie się z tym, że przyszłość usług chmurowych w naszym kraju jest w dużym stopniu uzależniona od mniejszych firm IT?

Tomasz Stachlewski Usługi samoobsługowe dostarczane przez Amazon Web Services nie są adresowane do wszystkich klientów. Zdajemy sobie sprawę, że relacje międzyludzkie odgrywają istotną rolę w biznesie. Dlatego tak ważna jest dla nas współpraca z partnerami. Chociażby po to, aby dotrzeć do przedsiębiorców, którzy mają konserwatywne podejście do nowych usług. Ich mentalności nikt nie zmieni w krótkim czasie. Niemniej zauważamy na podstawie rozmów przeprowadzanych z integratorami, że chcą oni zdobywać kompetencje w zakresie technologii chmurowych. Najczęściej skłaniają ich do tego pytania klientów, wykazujących rosnące zainteresowanie cloud computingiem.

Tomasz Starzec Warto dodać, że MŚP w Polsce zaczną dostrzegać to, co już widzą większe firmy z całego świata. Mam tutaj na myśli chociażby skalowalność aplikacji. Owszem, lokalny partner może zaproponować swojemu klientowi tradycyjne rozwiązanie sprzętowe, które sprosta szczytowej wydajności. Jednak kiedy użytkownik policzy, ile zapłaciłby za usługę chmurową (a więc płatność tylko za bieżące wykorzystanie systemu), dostrzeże ogromną różnicę. Inny przykład wiąże się z presją czasu, coraz częściej wywieraną również na małe i średnie firmy. U jednego z naszych klientów proces zakupu serwerów i uruchomienia środowisk testowych SAP zajmował około 8 tygodni – natomiast w chmurze AWS cały ten proces zajął 80 minut. Wiele MŚP rzeczywiście kupuje serwery, a rola działów IT sprowadza się do opieki nad sprzętem. Ale są też inne firmy, gdzie informatycy dzięki automatyzacji IT mają więcej czasu na projekty innowacyjne i wspieranie działów biznesowych w przedsiębiorstwie. Należy mieć też na uwadze, że nie każdy projekt kończy się sukcesem. To typowe przy wdrażaniu innowacji. W przypadku tradycyjnych rozwiązań użytkownik zostaje ze swoimi serwerami, z usług chmurowych zaś można łatwo zrezygnować.

CRN Czy administratorzy IT nie patrzą czasami na was jak na wrogów, którzy przychodząc ze swoją ofertą, zabierają im miejsca pracy?

Tomasz Stachlewski Dobrym przykładem jest jeden z naszych klientów – Airbnb. Firma założona w 2008 roku dysponuje już bazą milionów pokoi – to więcej niż największe sieci hotelowe na świecie. Tymczasem ich dział utrzymania i infrastruktury IT zatrudnia pięć osób. Cały dział IT jest bardzo duży i większość wykonywanych przez nich zadań wiąże się z rozwojem aplikacji. W 99 proc. przypadków spotykamy informatyków zdających sobie sprawę, że świat technologii idzie do przodu, bo nie można udawać, że nic się nie dzieje. Nie zauważamy, żeby działy IT przedsiębiorstw z zachodniej części Europy zwalniały pracowników. Jest wręcz odwrotnie, chmura bowiem niesie ze sobą nowe możliwości.

Tomasz Starzec W latach 90. głównym zajęciem handlowców było przepisywanie zamówień do systemu. Później procesy się zautomatyzowały, ale czy nastąpiły masowe zwolnienia handlowców? Nie. Pracownicy weszli na wyższy poziom, wykonując inne czynności: utrzymywanie relacji z klientami, doradztwo, szkolenia itp. Rola IT się zmienia, najprostsze prace wykonują automaty, pracownicy zaś zajmują się bardziej odpowiedzialnymi zadaniami.

CRN Ale przekonanie klientów oraz resellerów to początek drogi. O ile na światowym rynku cloud computingu jesteście niekwestionowanym liderem, o tyle w Polsce prymat należy do Microsoftu. Czy jesteście w stanie ich dogonić?

Tomasz Starzec Rynek chmury jest niezwykle perspektywiczny i to naturalne, że przyciąga dużych graczy. W przyszłości jego wartość liczyć będziemy w trylionach dolarów. AWS wystartowało z usługami chmurowymi w 2006 roku i byliśmy zdziwieni, że żaden z dostawców nie pojawił się w tym segmencie przez kilka kolejnych lat. Po długim czasie do gry weszły wielkie koncerny, w tym Microsoft. W rezultacie jesteśmy kilka lat przed konkurencją.

Tomasz Stachlewski AWS zaczynał od oferowania prostych usług, takich jak przechowywanie danych. Obecnie nasza oferta jest bardzo rozbudowana. Gros nowych usług powstaje na życzenie klientów. Świadczymy ponad 100 usług, z których można budować rozmaite aplikacje. To więcej, aniżeli zapewniają inni dostawcy. Na platformie Amazon Marketplace znajdują się tysiące programów dostarczanych przez firmy trzecie. Nasi odbiorcy są bardzo zróżnicowani. Obsługujemy zarówno takie przedsiębiorstwa, jak General Electric, LOT, Netflix czy Airbnb, jak i tysiące małych startupów, w tym polskie Codewise, Brainly, UXPin, Applica, eDrone i wiele innych. ›

„Onet, jeden z największych portali internetowych, wykorzystuje AWS do disaster recovery i skalowalności, robi to przez Internet i nie ma z tym problemu” – Tomasz Stachlewski

CRN Koncerny IT, zamiast walczyć z AWS, często wybierają kooperację – takim przykładem jest VMware. Czy to oznacza, że najbliższa przyszłość należeć będzie do chmury hybrydowej?

Tomasz Stachlewski Są tacy klienci, którzy od razu migrują do chmury. Ale wielu przedsiębiorców ma własne serwerownie i nie zamknie ich z dnia na dzień. Dlatego część klientów używa rozwiązań chmurowych jedynie do wybranych zastosowań, przynoszących profity, na przykład przechowywania danych. Staramy się ułatwiać budowanie środowiska chmury hybrydowej, stąd nasze porozumienie z VMware'em. Jeśli ktoś korzysta z produktów tej firmy, nie musi się uczyć AWS. W konsoli vSphere'a widzi nową pozycję w postaci serwerowni Amazon Web Services.

Tomasz Starzec Mamy wiele usług, które umożliwiają połączenie zalet chmury publicznej i środowiska lokalnego. Dużą popularnością cieszą się bramki umożliwiające przenoszenie kopii zapasowych pomiędzy naszą chmurą a własną serwerownią. Inny ciekawy przykład to AWS Database Migration Service, usługa adresowana do użytkowników dokonujących migracji baz danych między różnymi środowiskami. Z kolei AWS Snowball to specjalna skrzynka, do której klient może zgrać, a następnie zaszyfrować do 100 TB danych i odesłać do naszej serwerowni. Chmura hybrydowa jest naturalnym krokiem, ale niektóre firmy, tak jak zrobił to Netflix, pewnego dnia pozbędą się własnych serwerów i przerzucą zasoby do zewnętrznego usługodawcy.

CRN Czy w bieżącym roku planujecie zwiększyć aktywność na polskim rynku? W jaki sposób chcecie zachęcić do współpracy nowych partnerów?

Tomasz Starzec W Polsce działa zespół odpowiedzialny za relacje z partnerami. Cały czas pozyskujemy nowe firmy do współpracy. Organizujemy też konferencje adresowane do resellerów oraz integratorów. Na ostatnim tego typu spotkaniu w Warszawie pojawiło się 400 osób. Niemniej resellerzy patrzą przede wszystkim na preferencje klientów. Dlatego wzrost liczby partnerów zależy głównie od popularności chmury publicznej wśród odbiorców końcowych. Oczywiście mamy kilkustopniowy program partnerski, rozpoczynający się od poziomów Registered i Standard.

Tomasz Stachlewski Należy dodać, że AWS stworzył własne certyfikaty dla architektów chmurowych, specjalistów od Big Data, sieci itd. Chcemy, żeby nasz partner miał określoną liczbę pracowników z odpowiednimi certyfikatami. To dla nas gwarancja – taką firmę z całą odpowiedzialnością możemy polecić potencjalnemu klientowi.

CRN W ostatnim czasie wielu dystrybutorów działających na polskim rynku uruchomiło platformy chmurowe. W jaki sposób podchodzicie do tego typu projektów?

Tomasz Starzec Najważniejsze, żeby klienci mieli wybór. Słuchamy użytkowników i ok. 90–95 proc. naszych nowych usług powstaje niejako na ich zamówienie. Jeśli dystrybutorzy dostrzegają, że ich klienci zgłaszają popyt na usługi chmurowe, jest to dobry trend. Czujemy się doskonale na konkurencyjnym rynku.

Rozmawiali
Tomasz Janoś, Wojciech Urbanek

WSPANIAŁE KOLORY I OSZCZĘDNY DRUK MONO

Darmowe drukowanie w czerni nawet przez rok*

Kolorowe drukarki LED wyróżnią każdą firmę

Używając kolorowych drukarek LED firmy OKI można drukować faktury, korespondencję do Klientów, wizytówki, ulotki czy plakaty na profesjonalnym poziomie i w ilości jaka w danym momencie jest potrzebna.

Dodatkowo, kupując jedną z poniższych drukarek kolorowych lub wielofunkcyjnych, do 31 marca 2018 r., Twój Klient końcowy zyskuje druk w czerni nawet przez rok za darmo – wystarczy wypełnić formularz i odebrać darmowe tonery.

Kolorowe **drukarki LED objęte promocją:**

C332dn

Seria C500

Seria C800

MC363dn

Seria MC500

Seria MC800

*Obliczone w oparciu o typowe miesięczne ilości wydruków. Oferta dotyczy wybranych modeli drukarek kolorowych zakupionych pomiędzy 1 października 2017 r. a 31 marca 2018 r., (do wyczerpania zapasów). By zgłosić się po darmowy toner, należy wysłać odpowiedni wniosek drogą elektroniczną. Obowiązuje regulamin. © 2017 OKI Europe Ltd

ALIVE WITH COLOUR

MPS: *trzeba patrzeć szeroko*

Pojęcie istoty MPS-u jest ważne nawet dla firm, które świadczą bądź zamierzają świadczyć te usługi na podstawowym poziomie.

KAROLINA MARSZAŁEK

W polskich przedsiębiorstwach i instytucjach wciąż utrzymuje się tendencja do tworzenia własnych działów IT ewentualnie zatrudniania konsultantów w celu realizacji konkretnych zleceń. Co prawda, klienci otwierają się na niektóre formy outsourcingu, jak Body and Team Leasing, jednak usługi zarządzane nadal pozostają w niszy. Wynika to m.in. ze specyfiki tego modelu współpracy – wymaga on wyższego poziomu zaufania pomiędzy podmiotami. Aby taka relacja zaistniała, potrzeba czasu i obopólnie dobrych doświadczeń.

Według Transition Technologies – Managed Services popyt na usługi zarządzane na polskim rynku będzie wzrastać.

Fot. AdobeStock

Przede wszystkim ze względu na upowszechniające się wzorce prowadzenia biznesu napływające z bardziej doświadczonych rynków. Jak argumentują specjaliści TTMS, trwa ekspansja firm z obcym kapitałem, w których stosowanie tego typu rozwiązań jest wręcz standardem. Chociażby dlatego, że ułatwia utrzymanie stabilnych systemów informatycznych.

Zdaniem ekspertów przedsiębiorstwa, które akceptują model współpracy, jakim są usługi zarządzane, odnoszą bardzo konkretne korzyści – od zmniejszania ryzyka operacyjnego po przeniesienie odpowiedzialności za często krytyczny obszar rozwiązań IT na dostawcę. Model Managed Services pozwala zachować dosyć dużą elastyczność form kooperacji. Ułatwia też budżetowanie, dzięki przewidywalności kosztów, również tych związanych z kwestiami kadrowymi. W końcu poszukiwanie pracowników i ich szkolenie kosztuje, a klienci nie zawsze o tym myślą, kierując się w swoich działaniach przyzwyczajeniami. Rosnące koszty pracy będą sprzyjały popytowi na MPS.

Holistyczne podejście

Na rynku, jak wskazują specjaliści, ciągle powszechne jest przekonanie, że Managed Printing Services to sieć urządzeń drukujących „spiętych" oprogramowaniem do zarządzania. Tymczasem o MPS można mówić wtedy, gdy dostawca oprócz udostępniania sprzętu i software'u bierze na siebie obsługę i nadzór nad środowiskiem druku u klienta – w sposób możliwie najmniej angażujący tego ostatniego. Wykazanie klientowi, że dobrze przygotowana i profesjonalnie świadczona usługa MPS ma pozytywny wpływ na dużo większy obszar jego działalności niż tylko na redukcję kosztów drukarek i materiałów eksploatacyjnych, jest kluczowe.

Dlatego ważnym elementem rozmowy z potencjalnym usługobiorcą jest zrozumienie roli, jaką pełni firmowy wydruk w jego firmie. To daje podstawy do stworzenia odpowiedniego projektu. Istotne będzie ustalenie liczby urządzeń, dostępnych funkcji i rozmieszczenia maszyn w przedsiębiorstwie. Równie ważny stanie się dobór oprogramowania i ustalenie procesów obsługi. To tylko kilka kroków z długiej listy. Wiele zależy od specyfiki odbiorcy końcowego i jego biznesowych priorytetów. Oprócz wymienionych aspektów trzeba wziąć pod uwagę optymalne obciążenia urządzeń w kontekście ich możliwości technicznych oraz kosztów, jakie będą generować. Ważna jest poza tym minimalizacja lub eliminacja zaangażowania pracowników klienta w procesy związane z funkcjonowaniem infrastruktury drukującej i informatycznej. Bardzo istotna jest automatyzacja części procesów obsługi oraz bezpieczeństwo danych (cyfrowych i analogowych). Przy projektowaniu MPS-owej usługi nie należy zapominać o zużyciu prądu, papieru, ilości generowanych odpadów i sposobie ich utylizacji. Do tego dochodzi zarządzanie uprawnieniami użytkowników, cyklem życia maszyn, rozliczeniami za wydruki. Na barki integratora-usługodawcy spadają też formalności związane z finansowaniem urządzeń (w każdym razie powinien być na to przygotowany).

Całościowe, bardzo skrupulatne podejście do tego, co ostatecznie zaproponuje się klientowi, jest niezbędne. Jak ostrzegają specjaliści – koncentracja na pojedynczych, nawet najlepiej oddziałujących na klienta aspektach (np. kosztach) musi odbić się negatywnie na innych ważnych obszarach, chociażby bezpieczeństwie danych. Dlatego rolą dostawcy MPS na etapie projektu jest wykazanie różnych zależności.

Warto też pamiętać, że w segmencie podstawowych usług zarządzania drukiem, opartych na cenie za klik (które nie wymagają aż takiego holistycznego podejścia), prędzej czy później dojdzie do mocnego spadku marż. Cenę za klik można łatwo porównać z tym, co oferują inni dostawcy – i klienci już to robią. Dlatego robiąc krok w nieznane, a tym właśnie dla wielu firm IT jest świat usług, trzeba myśleć już, jak się rozwijać dalej.

Jaki mamy klimat?

Dostawcy rozwiązań drukujących coraz częściej chcą rozwijać z partnerami usługi MPS-owe, co ma stanowić remedium na malejącą sprzedaż transakcyjną urządzeń. Ale to tylko jedna strona medalu. MPS i jego wyższe formy, jak MPDS czy MDS, mają być odpowiedzią na proces cyfrowej transformacji, który ›

Co daje MPS firmom?

- porządkuje fizyczną infrastrukturę druku i dostęp do funkcji,
- racjonalizuje procesy obsługi (uwalnia zasoby),
- racjonalizuje i porządkuje sposób pracy z dokumentem (zwiększa efektywność pracowników),
- pomaga zarządzać przepływem informacji: od cyfrowej do analogowej i odwrotnie,
- zapewnia kontrolę kosztów, łatwość budżetowania i często spore oszczędności,
- zwiększa bezpieczeństwo danych,
- wspomaga ochronę środowiska.

Warto zapamiętać

Dojrzałość przedsiębiorstw do MPS jest różna i nie każdy potrzebuje tych samych rozwiązań.

Począwszy od najprostszych elementów, MPS może zawierać:

- kontrakt z rozliczeniem za stronę,
- zdalne liczniki i wgląd,
- konsolidację i automatyzację rozliczeń,
- automatyzację podstawowych procesów obsługi (zamawianie materiałów, monitorowanie usterek, wezwanie serwisu),
- raportowanie kluczowych wskaźników serwisowych i finansowych,
- optymalizację floty w kontekście specyfiki pracy klienta,
- projektowanie i zarządzanie uprawnieniami użytkowników.

raz wolniej, raz szybciej, z większym lub mniejszym powodzeniem, ale zachodzi w przedsiębiorstwach i administracji. Choć, jak mówią integratorzy, chęć bezpośredniej obsługi klientów jest u niektórych producentów ciągle silna – to właśnie konieczność pokrycia MPS-em coraz większej części rynku będzie ich zmuszać do ulepszania oferty współpracy z szeroką grupą integratorów.

Argumentem, który przemawia za tym, żeby dowartościować kanał sprzedaży MPS, jest również ten związany z oryginalnymi materiałami eksploatacyjnymi. Usługi MPS zwiększają ich zbyt. A o to przecież producenci walczyli od lat i w końcu przyszedł moment, kiedy zaczynają tę walkę wygrywać. Jednak umocnienie tego trendu zależy w ogromnym stopniu od partnerów: czy włożą odpowiednio dużo trudu i czasu w przekonanie klientów do przejścia na „oryginały". Aby tak się stało, muszą dostać od producentów naprawdę dobre warunki cenowe.

Jest jeszcze jedna rzecz ważna dla firm z rynku druku, które do tej pory nie nastawiały się na sprzedaż usług zarządzanych, a teraz widzą taką konieczność lub uważają, że warto spróbować. Od około trzech lat mamy do czynienia z rozwijaniem działalności w zakresie MPS przez kolejnych producentów (np. Brothera), a także dystrybutorów (ABC Data). To przykłady dużych graczy, którzy – sami będąc jeszcze jakiś czas temu nowicjuszami na tym rynku – nastawili się na stworzenie maksymalnie bezpiecznych warunków, w jakich resellerzy mogą spróbować swych sił. Na MPS-owych partnerów otwiera się Epson – ujmuje go w swoim raporcie Quocirca, zaliczając do vendorów, którzy są na początku tej drogi, inwestując w zasoby i infrastrukturę w celu rozwoju kanału partnerskiego w ramach MPS. Z zapowiedzi wynika, że bardziej niż do tej pory chce pomagać swoim resellerom lider w tej dziedzinie – Xerox. Choć więc we współpracy producentów z partnerami ciągle jest sporo do poprawienia, o czym wspominają cytowani przez nas integratorzy, to klimat staje się coraz bardziej sprzyjający dla rozwoju MPS.

Pełną wersję artykułu publikujemy na CRN.pl.

Zdaniem integratorów

Jakie cechy urządzeń ułatwiałyby MPS-owy biznes partnerom producentów?

Marek Zbarachewicz, dyrektor handlowy, Proxer Oferując MPS, dostarczamy równolegle oprogramowanie, dzięki któremu działa cały system. Myślę tu o oprogramowaniu umożliwiającym wydruk podążający, zliczanie, raportowanie itp. Skazani jesteśmy w tym kontekście na współpracę z firmami trzecimi, co w pewnych sytuacjach nie jest komfortowe. Producenci dostrzegają ten problem i uzupełniają ofertę o profesjonalne i stabilne narzędzia, jednak nie spełniają one jeszcze w stu procentach naszych oczekiwań.

Cyprian Klimkiewicz, specjalista ds. handlowych, Olprint Potrzebujemy lepszych i ujednoliconych przez wszystkich producentów narzędzi do raportowania kosztów danego projektu. Chodzi o to, aby można było łatwiej świadczyć usługę MPS klientom, którzy mają flotę drukarkową złożoną z urządzeń różnych marek.

Mariusz Kostrubiec, specjalista ds. audytów i wdrożeń, Printoscope Im nowocześniejsze pod względem funkcjonalnym urządzenia, tym lepiej. Ale i wiele elementów technicznych mogłoby być poprawionych. Na przykład dyski twarde w maszynach drukujących. To technologiczna zaszłość, która ciągle pokutuje w zamówieniach publicznych. W praktyce dyski te nie są wykorzystywane, ponieważ zgodnie z ideą zarządzania drukiem wszystkie wydruki są przechowywane na serwerze. Po eliminacji HDD rozwiązania drukujące mogłyby być tańsze o kilkaset złotych. Generalnie do poprawy jest też żywotność podzespołów. Wbrew temu, co mówią vendorzy, ciągle jeszcze są mocno nastawieni na sprzedaż pudełek, a nie usług. Dlatego hermetyzują swoją ofertę.

Jakie podejście producentów do partnerów ułatwia lub ułatwiałoby MPS-owy biznes?

Marek Zbarachewicz Liczymy na promowanie partnerów, którzy bazując na maszynach danej marki, budują ofertę MPS. Sprzedaż transakcyjna nie daje gwarancji na utrzymanie klienta. Atencja producentów wobec partnerów reprezentujących taką wizję handlu zauważalnie maleje. Przez promowanie rozumiem dostęp do lepszych cen, oprogramowania i szkoleń.

Cyprian Klimkiewicz Normą powinno być unikanie sytuacji, w których producenci sprzedają usługi MPS bezpośrednio klientom końcowym. W takich, jak również innych przypadkach dotyczących relacji z klientem końcowym sytuacja, w której vendor prowadzi samodzielną sprzedaż, bywa dla nas problematyczna.

Mariusz Kostrubiec W naszej opinii tzw. brandowe systemy zarządzania drukiem (czyli oferowane przez producentów) są, ogólnie rzecz ujmując, bardzo hermetyczne, zamknięte dla danej marki. Producenci niewystarczająco otwierają się na szerszą gamę produktów software'owych od zewnętrznych dostawców. Warto to zmieniać, ponieważ wspólnie z zewnętrznymi deweloperami oprogramowania można zaproponować klientom końcowym sporo nowego. Producenci powinni w większym stopniu udostępnić swoje urządzenia pod względem programistycznym, żeby można było pisać przeznaczone dla nich aplikacje. Powinno się dążyć do tego, aby aplikacje dla maszyn drukujących można było tworzyć i pobierać tak samo łatwo jak te dla smartfonów. Mentalne otwarcie na pomysły z zewnątrz jest bardzo potrzebne. Przejawiają je już tacy dostawcy, jak Kyocera, Ricoh, Xerox, którzy dają szerokie możliwości współpracy.

Jaki argument najczęściej przemawia do klientów, którzy decydują się na usługi MPS Basic lub klasyczny MPS?

Cyprian Klimkiewicz Obniżenie całkowitych kosztów obsługi i utrzymania floty drukującej w firmie.

Marek Zbarachewicz Obniżenie kosztów nie jest jedynym argumentem, choć ciągle aktualnym. Równie wysoko świadomi klienci cenią uwolnienie zasobów zajmujących się dotychczas obsługą urządzeń, minimalizację kosztów magazynowania i uproszczenie procesów związanych z systemami druku.

Mariusz Kostrubiec Outsourcing jest w powijakach (choć sytuacja już się zaczyna zmieniać), ponieważ klientom wciąż wydaje się, że jeśli coś oddadzą pod zewnętrzną opiekę, to będzie mniej bezpiecznie. Dlatego, odnosząc się raczej do przyszłości, uważam, że wraz z rosnącą świadomością użytkowników zadziała argument, iż MPS oznacza zwiększenie niezawodności i bezpieczeństwa infrastruktury. Do klientów przemówią też argumenty związane z optymalizacją sprzętową i docelowo ograniczeniem kosztów, np. zatrudnienia.

Czy doświadczenia klientów związane z carsharingiem przełożą się prędzej czy później na pozytywne podejście do outsource'owania procesów, m.in. druku?

Marek Zbarachewicz Myślę, że jest to nieco naciągane, ale da się znaleźć wspólny mianownik. Niewykluczone, że carsharing i oswojenie go wpływa pozytywnie także na nasz biznes. Ciekawym zjawiskiem jest trend polegający na tym, że klienci z sektora public skłaniają się ku użytkowaniu urządzeń na zasadzie najmu. Nie będąc właścicielem, eliminują szereg nieprzyjemności, przesuwając je na stronę dostawcy.

Cyprian Klimkiewicz Porównanie z carsharingiem jest trafne, ale zjawisko to spowoduje marginalizację mniejszych lokalnych partnerów i zwiększy sprzedaż tych usług w Internecie. Taka sytuacja już występuje w przypadku realizacji gwarancji na urządzenia typu Advanced Unit Replacement.

Mariusz Kostrubiec Musimy uściślić, czy mówimy o leasingowaniu aut dla firmy, czy o wynajmie samochodu na godziny – typowy carsharing. Leasing i MPS rzeczywiście można porównać, bo to będą usługi wysokiej dostępności. Z carsharingiem można zestawić printsharing – takie usługi już są świadczone, na przykład wspólne dla wielu firm drukarki w biurowcach czy na stacjach benzynowych. Jednak nie rozwiną się one masowo.

Czy świadcząc MPS, warto od razu myśleć o MPDS?

Marek Zbarachewicz Oczywiście, te dwa światy zbliżają się do siebie i ich integrację należy brać za pewnik. Mamy jednak jeszcze trochę czasu i z pewnością firmy, które nie zdecydują się na oferowanie usług w zakresie elektronicznego obiegu dokumentów, nie znikną z książki telefonicznej w najbliższej dekadzie.

Cyprian Klimkiewicz Odpowiednie narzędzia do realizacji takich usług już są dostępne i mogą zapewnić sporo korzyści przedsiębiorcom. Pozostaje pytanie, czy firmy zechcą zwiększać efektywność pracy pracowników i czy rozwój wiążą tylko z obniżaniem kosztów. Warto zwrócić uwagę na stały roózwój rozwiązań do zarządzania i przechowywania dokumentacji cyfrowej. Tego rodzaju systemy już teraz przejmują usługi typu Document Services i zapewniają integrację z rozwiązaniami do zarządzania drukiem.

Mariusz Kostrubiec MPS to pierwszy krok do pójścia dalej. Warto zakładać, że jak się teraz wdraża MPS, to za jakiś czas rozszerzy się portfolio usług o MPDS, który daje nam szersze możliwości zarządzania dokumentem. Trzeba myśleć perspektywicznie – orientować się, jakie są możliwości pójścia dalej, nawet ponad to, co teraz jest dla nas nowością, i przygotowywać się na zdobywanie nowych kompetencji.

Epson: biurowe wydruki pod nadzorem

W poszukiwaniu narzędzi do zarządzania infrastrukturą druku u klientów końcowych warto skupić się na ofercie producentów, którzy rozwijają spójny ekosystem usług Managed Print Services. W ten sposób umożliwiają bowiem optymalne dopasowanie go do potrzeb użytkowników.

Popularność usług MPS rośnie w ostatnich latach bardzo szybko. Z danych IDC wynika, że już teraz korzysta z nich co piąta firma. Nic dziwnego – odpowiednio wdrożone narzędzia do monitoringu, kontroli i analizy zadań drukowania przynoszą przedsiębiorstwom wiele korzyści, m.in. wyeliminowanie zbędnych wydruków i ograniczenie możliwości ujawnienia poufnych dokumentów.

Epson do kwestii usług zarządzania drukiem podchodzi kompleksowo. Firma oferuje zestaw komplementarnych rozwiązań, ułatwiających użytkownikom zapanowanie nad wszelkimi operacjami związanymi ze skanowaniem, drukowaniem oraz obiegiem dokumentów. Na przykład Epson Device Admin to oprogramowanie do centralnego zarządzania sprzętem za pomocą jednego, wygodnego w obsłudze interfejsu. Jest kompatybilne z wieloma modelami drukarek oraz skanerów sieciowych i zapewnia kontrolę wszystkich aspektów ich pracy. Administrator może je zdalnie instalować i konfigurować, monitorować ich działanie, wykrywać i rozwiązywać problemy, a także zabezpieczać sprzęt. Przynosi to konkretne korzyści, chociażby w postaci efektywnego wykorzystania infrastruktury drukarek i skanerów oraz materiałów eksploatacyjnych. Ogranicza też ryzyko przestojów.

Za pomocą Epson Device Admin można uporządkować nadzorowane drukarki według rodzaju lub lokalizacji. Na przykład głównej grupie drukarek nadać nazwę miasta, a określone podgrupy przydzielić do konkretnych budynków albo biur, te z kolei podzielić na piętra lub działy. Administrator bez trudu może też stworzyć szablon konfiguracji dla jednego urządzenia, a następnie skopiować go celem wykorzystania w innych maszynach w dużej flocie.

Inne aplikacje

Przydatne funkcje zapewnia też aplikacja Epson Print Admin, służąca do zarządzania i monitorowania zadań wydruku bądź skanowania. Realizuje m.in. zadania związane z wydrukiem podążającym (po zalogowaniu się), umożliwia precyzyjne definiowanie tego, kto i co może drukować – minimalizuje się w ten sposób ryzyko przypadkowego lub intencjonalnego wycieku informacji, a także ogranicza liczbę zadrukowywanych zbędnie kartek. Aplikację można wykorzystać do analizowania zadań wydruku w firmie, co bardzo przyda się np. podczas szukania oszczędności.

Doskonałym rozwiązaniem z dziedziny zarządzania sprzętem marki Epson jest także aplikacja Document Capture Pro. To zaawansowane narzędzie do nadzoru nad zadaniami skanowania. Służy do obsługi wielu typów dokumentów, materiałów źródłowych różnej wielkości i rodzaju. Zapewnia bezpośrednie przekazywanie digitalizowanych treści do wskazanych użytkowników, katalogów, folderów w chmurze i zewnętrznych aplikacji.

Open Platform

Sprzęt japońskiego producenta wykorzystuje oprogramowanie Epson Open Platform, dzięki któremu możliwe jest łatwe integrowanie produktów firmy z rozwiązaniami, usługami i sprzętem innych producentów.

Użytkowników biznesowych może też zainteresować program Print & Save – profesjonalny, zarządzany pakiet usług drukowania. Dzięki niemu można znacząco obniżyć (nawet o 40 proc.) koszty druku – nie trzeba bowiem kupować osobno materiałów eksploatacyjnych i pakietów serwisowych. Po oszacowaniu miesięcznego zapotrzebowania na usługi wydruku u danego klienta końcowego, ustalana jest stała miesięczna opłata za druk. W ramach tej kwoty firma otrzymuje dobrane do potrzeb urządzenia drukujące i materiały eksploatacyjne oraz pełne wsparcie techniczne.

Większość rozwiązań MPS Epsona dla małych i średnich firm jest darmowa. Bez opłat partnerzy mogą je oferować klientom, których flota składa się tylko ze sprzętu japońskiego producenta.

Więcej informacji: Szymon Kaczorowski,
szymon.kaczorowski@epson.eu
www.epson.pl/zarzadzaniedrukiem

ZAPISZ SIĘ NA
BEZPŁATNY NEWSLETTER CRN POLSKA

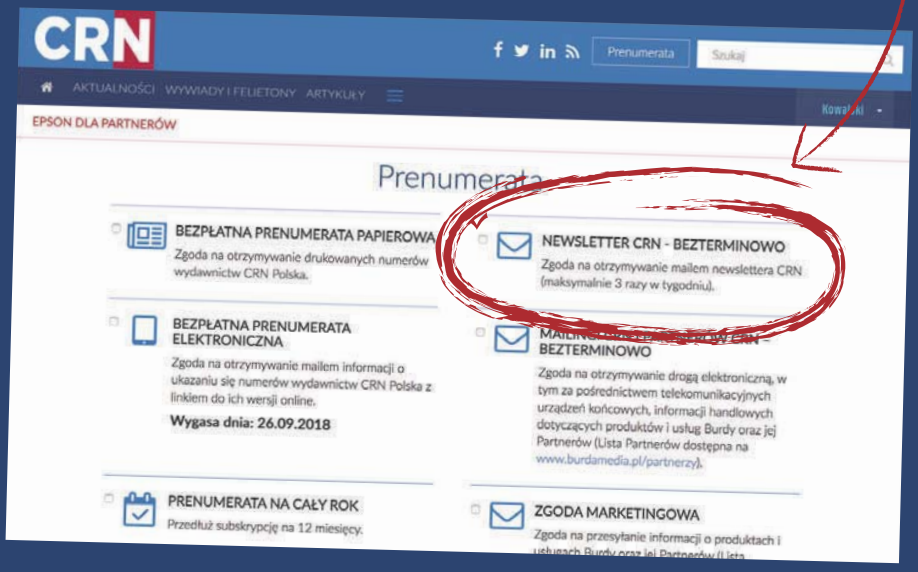
OTRZYMASZ 3 RAZY W TYGODNIU:

- 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

Jak to zrobić?

To proste. Mając konto* na CRN.PL:

- zaloguj się
- kliknij Prenumerata
- kliknij ikonę NEWSLETTER CRN
- i zapisz wprowadzone zmiany



JEŚLI NIE PAMIĘTASZ HASŁA DO SWOJEGO KONTA...

- możesz je odzyskać na stronie: https://www.crn.pl/resetting/request
- 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: ww.crn.pl/login

NAJLEPIEJ POINFORMOWANE PISMO W BRANŻY IT!

Fot. AdobeStock

Druk w modelu usługowym: wyzwania dla kanału sprzedaży

Tytułowym wyzwaniom muszą sprostać nie tylko partnerzy producentów drukarek, którzy dopiero mają zamiar przejść z modelu transakcyjnego na kontrakty. Nie ominie to również tych, którzy w modelu usługowym już działają.

KAROLINA MARSZAŁEK

Według badania Quocirca, przeprowadzonego w zeszłym roku i obejmującego 300 firm z Anglii, Niemiec i Francji, obecnie największą troską tradycyjnych resellerów z rynku druku jest konkurencja ze strony innych sprzedawców. Najwięcej głosów narzekających na konkurencję słychać w Wielkiej Brytanii, gdzie 65 proc. respondentów wskazało to jako poważny problem. Dla firm IT z trzech wspomnianych krajów kłopotliwy jest także rozwój chmury, który wymusza transformację rynku. Sprzedawców drukarek martwi również mniejsza niż dawniej liczba tzw. leadów sprzedażowych dostarczanych partnerom przez producentów. Ostatnie miejsce na liście trosk resellerów z Anglii, Niemiec i Francji zajmuje adaptacja do działania w modelu usług zarządzanych. Wskazało na to 31 proc. respondentów.

Czy owe 31 proc. oznacza, że zainteresowanie przejściem na model usługowy jest, nawet wśród zachodnich resellerów, ciągle stosunkowo niewielkie, czy może po prostu nie postrzegają oni takiej przemiany jako bardzo kłopotliwej? Odpowiedź można znaleźć w dalszej części opracowania Quocirca. Wynika z niego,

że pełny biznes usługowy rozwinął co czwarty z resellerów objętych badaniem. Jedna trzecia resellerów jest natomiast na początku transformacji.

Najlepiej pod tym względem wypadają Anglicy. Aż 32 proc. ankietowanych wyspiarzy oferuje pełny zakres usług MPS. Z francuskich respondentów – zaledwie 9 proc. Anglikom ustępują też Niemcy, w przypadku których odsetek sprzedawców oferujących usługi MPS wynosi 28 proc. Wielka Brytania ma także niewielką przewagę pod względem liczby resellerów, którzy są na początku swej MPS-owej drogi: 34 proc. wobec 33 proc. w Niemczech i Francji.

Z ogólnego podsumowania odpowiedzi brytyjskich, niemieckich i francuskich firm na pytanie o przestawienie biznesu na model usługowy wynika, że 23 proc. z nich jest już zaawansowanych w tym temacie, 33 proc. zaś właśnie rozpoczyna przygodę z MPS-em. Kolejne 20 proc. resellerów jeszcze jej nie rozpoczęło, ale „wie, że musi". Natomiast 24 proc. sprzedawców drukarek z Anglii, Niemiec i Francji nie ma takiego zamiaru.

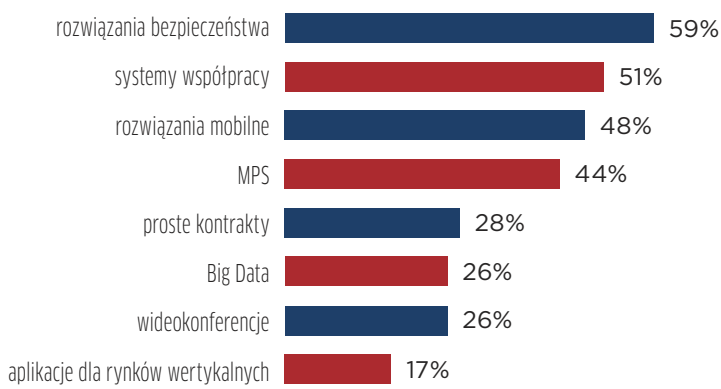
Nie ma więc mowy o braku zainteresowania MPS-em wśród dostawców rozwiązań drukujących. Ale nie można powiedzieć, że jest to dla nich gorący temat. Otóż w odpowiedziach na pytanie: jakie rozwiązania i usługi będą miały największe znaczenie dla kanału w perspektywie minimum 24 miesięcy, MPS uplasował się mniej więcej pośrodku listy, zyskując 44 proc. wskazań. Niemniej temperatura wokół niego zdecydowanie rośnie.

Producenci będą naciskać

Quocirca podkreśla, że partnerzy nie uciekną od budowania nowego, elastycznego modelu biznesowego. Takiego, który bazuje na usługach zapewniających stałe, przewidywalne w danym okresie przychody. Na to, aby transakcyjnie nastawione do biznesu firmy zdecydowały się na ten krok, będą z czasem coraz bardziej naciskać producenci. Szczególnie ci, którzy we współpracy w zakresie MPS z szeroką grupą resellerów widzą szansę na wykorzystanie potencjału, jaki tkwi w sektorze małych i średnich firm. To właśnie MŚP, po dużych przedsiębiorstwach, mają powiększać grono odbiorców usług zarządzanych w zakresie szeroko pojętego druku.

Na szczęście coraz więcej producentów drukarek dostosowuje ofertę do potrzeb tych, którzy zdecydowali się postawić na MPS. Czołowi dostawcy chcą zapewnić partnerom szeroki zakres wsparcia – w tym scentralizowane portale, zasoby techniczne, pomoc marketingową i finansową. W ich działaniach pomocniczą rolę odgrywa chmura. To przynajmniej częściowo eliminuje bariery wejścia na ten rynek, ponieważ w praktyce dla partnera przyzwyczajonego do typowej odsprzedaży usługi zarządzane to krok w nieznane.

Które rozwiązania i usługi będą miały największe znaczenie dla kanału w ciągu kolejnych dwóch lat?



Źródło: Quocirca 2017

Rozwój zwiększa poziom przychodów

44 proc. ankietowanych przez Quocirca, którzy mocno rozwinęli MPS-owy biznes, odnotowało w 2016 r. wzrost przychodów o minimum 5 proc. (rok do roku), z czego u prawie jednej trzeciej sięgnął on 15 proc. lub więcej. Ponad 40 proc. podmiotów z tej grupy uzyskało wzrost na poziomie 4 proc., natomiast 13 proc. musiało pogodzić się ze spadkiem obrotów w granicach od 1 do 10 proc.

Wśród resellerów, którzy co prawda jeszcze nie uruchomili usług MPS, ale uważają, że muszą to zrobić, grupa „wzrostowa" jest mniejsza niż „spadkowa". Minimum 5-proc. zwyżkę przychodów w roku 2016 (wobec 2015) osiągnęło 13 proc. respondentów, a od 15 proc. w górę – tylko dwa. Jednocześnie niemal 49 proc. resellerów zanotowało przychody mniejsze (w przedziale od jednego do dziesięciu) niż rok wcześniej. W dodatku dla 8 proc. respondentów, którzy dopiero planują transformację biznesu w kierunku MPS – spadek przekroczył 10 proc.

Ci, którzy działają na rynku usług zarządzanych, wysoko stawiają poprzeczkę swoim konkurentom, inwestując w zasoby i wiedzę. Pomaga to nie tylko w zbudowaniu długoterminowego, przewidywalnego modelu przychodów, ale także toruje drogę do większej interakcji z klientami, na przykład dzięki usługom konsultingowym, takim jak ocena obiegu dokumentów lub poziomu bezpieczeństwa danych. To z kolei może stworzyć okazję do sprzedaży oprogramowania.

Nawet udane wejście na rynek usług MPS – w najprostszej formie – nie będzie jednak w dłuższej perspektywie w pełni skutecznym antidotum na bolączki resellerów i integratorów związane z walką o miejsce na rynku czy malejącą sprzedażą drukarek i materiałów eksploatacyjnych. Szczególnie na tym najniższym poziomie partnerzy spotkają się z silną konkurencją ze strony firm, które mają podobną ofertę. Tak czy inaczej w miarę możliwości, po pokonaniu pierwszych barier związanych z transformacją biznesu w kierunku obsługi kontraktowej, warto gonić najlepszych i pracować nad zaoferowaniem wartości dodanej klientowi końcowemu.

Partnerzy muszą rozumieć zmiany

„Nie możemy wprowadzać zmian niezrozumiałych dla partnerów, nawet jeśli są czytelne dla nas samych" – mówi **Dariusz Kwieciński**, **dyrektor zarządzający Fujitsu w regionie Europy Wschodniej**.

CRN W Fujitsu początkowo kierował pan działem serwisu, a następnie przekształcił go w departament usług. Czy możemy się spodziewać, że w Polsce będziecie koncentrować się właśnie na sprzedaży usług?

Dariusz Kwieciński Fujitsu ma bardzo szerokie portfolio produktów. Oczywiście niektóre z nich promujemy mocniej, inne pozostają mniej znane. Nie to jest jednak najważniejsze. Kluczowym czynnikiem jest nowe podejście do sprzedaży, również w przypadku pozornie prostych technologicznie produktów. Tradycyjne metody stosowane od wielu lat zawodzą, stąd idziemy w kierunku tzw. cross consultingu. Ale to nie jest łatwe zadanie, co wynika m.in. z uwarunkowań historycznych. W firmie dopiero w 2006 roku, a więc trzy lata przed wygaśnięciem joint venture z Siemensem, zaczęto myśleć o rozwiązaniach strukturalnych. Nie bez znaczenia jest to, że w Polsce wcześniej nie działało Fujitsu Services. Niezależnie od zaistniałych okoliczności zamierzamy koncentrować się na rozwiązaniach i wybranych elementach usługowych. Jednakże nie staramy się za wszelką cenę udowadniać, że nasze usługi są najlepsze. Wolimy pozostawić tu miejsce dla partnerów.

CRN Czyli pana słów wynika, że partnerzy nie muszą obawiać się radykalnych zmian?

Dariusz Kwieciński Mogą być spokojni. Chcemy wzmacniać swoją obecność za-

równo u klientów, jak i kluczowych partnerów. Zależy nam na zbilansowanym rozwoju. Najważniejsze są zasady, które muszą być klarowne dla wszystkich uczestników rynku. Na pewno cieszy nas rozwój kanału sprzedaży. Nie chcemy zmuszać partnerów do sprzedaży usług, ponieważ wiemy, że mają w tym zakresie własną ofertę. Często integratorzy kupują u nas rozwiązania, na bazie których oferują klientom usługi. Planujemy rozwijać portfolio data center, dokładając sukcesywnie nowe elementy. Wchodzimy bardziej aktywnie na polski rynek z usługami chmury prywatnej. Chciałbym jednak wyraźnie zaznaczyć, że DNA Fujitsu nie ulega zmianie i cały czas zmierzamy w kierunku dostawcy rozwiązań.

CRN Czy nie jest to zbyt zachowawcza strategia?

Dariusz Kwieciński Już od kilku lat jestem odpowiedzialny za sprzedaż na rynku polskim. Zdaję sobie sprawę z tego, że nie możemy wprowadzać zmian niezrozumiałych dla partnerów, nawet jeśli są czytelne dla nas samych. Oczywiście chcemy rozszerzać program partnerski o specjalizacje związane z systemami zintegrowanymi, a kolejny krok dotyczyć będzie rozwiązań chmurowych.

CRN Jednym z ulubionych terminów używanych przez menedżerów Fujitsu jest „ko-kreacja". Co to oznacza dla partnerów?

Dariusz Kwieciński Jak wspomniałem wcześniej, staramy się budować rozwiązania z elementów znajdujących się w naszej ofercie. Typowa ko-kreacja angażuje we współpracę klientów, partnerów i nas samych. Nie staramy się oferować produktów poprzez portfolio, dlatego bardzo nie lubię słowa „hardware". Nasza propozycja staje się najbardziej atrakcyjna, kiedy łączymy wszystkie elementy. Jeśli zaczniemy je wyciągać i przeliczać „per kilogram", wówczas nie uzyskamy optymalnego rezultatu.

CRN Niektórzy producenci mocno namawiają resellerów, żeby angażowali się w sprzedaż usług chmurowych kosztem dotychczasowego biznesu. Jak to wygląda w przypadku Fujitsu? Czy istnieje presja, żeby zwiększać przychody ze sprzedaży rozwiązań chmurowych?

Dariusz Kwieciński Nie ulega wątpliwości, że biznes zaczyna powoli migrować w kierunku chmury hybrydowej. Są też firmy budujące chmury prywatne, głównie ze względu na to, że cenią elastyczność tego rozwiązania. Jednakże nie obniża ono kosztów wdrożenia. Jeden z menedżerów tłumaczył mi, że możemy dowolnie dzielić chmurę prywatną, ale ostatecznie trzeba zapłacić 100 proc. za wykorzystywane elementy. Największą zaletą usługi jest łatwość w zakresie rozliczania użytkowników. To bardzo dobra opcja dla wielooddziałowych firm czy dużych sieci handlowych. Jednak nie odważyłbym się powiedzieć partnerom: od jutra sprzedawajcie wyłącznie chmurę, choć Fujitsu ma przecież własną ofertę w postaci K5. Być może m.in. dlatego, że zdążyłem dobrze poznać różne modele usługowe. Ofertę należy budować, biorąc pod uwagę konkretne potrzeby klientów. Ta strategia wciąż działa.

CRN Zarządza pan czterema rynkami: polskim, czeskim, słowackim i węgierskim. Czy to umożliwia przenoszenie wzorców i pomysłów?

Dariusz Kwieciński Tak jak wspomniałem wcześniej, wzmacniamy relację z czołowymi partnerami, żeby obsługiwać ich jak najlepiej. Jednym z moich pierwszych ruchów było wyznaczenie menedżera odpowiadającego za obsługę sektora prywatnego w czterech wymienionych krajach. To pozwala wykrywać tożsame elementy i płynnie przenosić z rynku na rynek.

CRN Pod koniec ubiegłego roku wprowadziliście na rynek infrastrukturę konwergentną NFLEX wspólnie z firmą NetApp. Wprawdzie jest to wieloletni partner Fujitsu, aczkolwiek macie bardzo zbliżone rozwiązania we własnym portfolio. Czy warto wchodzić w takie alianse?

Dariusz Kwieciński Współpracujemy z NetAppem od kilku lat, mamy przetarte ścieżki. Łączy nas nie tylko strategia, ale także wspólne akcje marketingowe. To zupełnie naturalne, że jeśli kooperacja układa się dobrze, warto ją kontynuować. W portfolio obu producentów znajduje się część wspólna, aczkolwiek dokładna analiza pokazuje, że technologie Fujitsu oraz NetAppa mogą się uzupełniać.

CRN Jednak podstawowy problem polega na tym, że integratorzy nie kwapią się do sprzedaży systemów konwergentnych i preferują systemy składane we własnym zakresie.

Dariusz Kwieciński W naszym portfolio znajduje się szeroka gama zintegrowanych rozwiązań. Jednak przenoszenie przykładów z Europy Zachodniej do Polski nie zawsze zdaje egzamin, czego przykładem jest rodzimy sektor MŚP. Dlatego zmieniliśmy naszą strategię i zaczęliśmy kierować te systemy na rynek korporacyjny. To zaczyna przynosić efekty. Natomiast w kanale sprzedaży w ostatnim czasie coraz większym powodzeniem cieszy się PrimeFlex Cluster in a box. W mniejszych czy średnich firmach środowiska IT nie są na tyle skomplikowane, żeby istniała konieczność sięgania po zintegrowaną infrastrukturę. Dlatego integrator woli wdrożyć samodzielny projekt, tym bardziej że bez trudu przekona klienta, iż taka opcja jest tańsza. Poza tym partner wykonuje dodatkowe prace i nie spełnia wyłącznie roli odsprzedawcy.

CRN Na ile przejęcie przez Lenovo waszego działu PC zmieni sytuację w kanale sprzedaży?

Dariusz Kwieciński Na rynku europejskim nie przewidujemy w najbliższym czasie żadnych rewolucyjnych zmian. Współpraca może przyczynić się do poprawienia konkurencyjności produktów. Najważniejsze, że pozostaje nasza marka, a produkcja komputerów odbywać się będzie w dotychczasowym miejscu.

CRN Rok 2017 nie był zbyt łaskawy dla branży IT w Polsce. Na ile wpłynęło to na wasze wyniki?

Dariusz Kwieciński Rzeczywiście, w zeszłym roku zauważalny był spadek liczby zamówień publicznych. To miało wpływ na wyniki wszystkich vendorów. Jednak Fujitsu rok kalendarzowy kończy na podobnym poziomie sprzedaży jak poprzedni.

Rozmawiał
Wojciech Urbanek

Fot. AdobeStock

RODO: wciąż wiele do zrobienia

Przy braku oficjalnych rekomendacji rośnie znaczenie wiedzy biznesowej dotyczącej implementacji przepisów RODO. To okazja dla branży IT, aby wykazać się ofertą i kompetencjami ułatwiającymi proces wdrożenia.

ANDRZEJ GONTARZ

W chwili ukazania się tego tekstu drukiem pozostanie jeszcze około trzech miesięcy na wdrożenie rozwiązań, które umożliwią spełnienie wymogów wynikających z unijnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych (RODO). Termin upływa 25 maja br. W czasie pisania artykułu trudno było znaleźć firmę czy instytucję, która chciałaby się pochwalić zakończeniem prac przystosowawczych. Doradzający przy wdrożeniach konsultanci i prawnicy mówili wręcz, że nie znają jeszcze takiego przedsiębiorstwa, które byłoby w stu procentach przygotowane na wejście w życie nowych przepisów W wielu, szczególnie tych dużych, trwają zaawansowane prace wdrożeniowe, ale do finalnego audytu potrzeba jeszcze trochę czasu.

Na czym polegają największe trudności w implementacji nowych przepisów? Przede wszystkim, jak oceniają eksperci, wynikają one z ogólnego, „wysokopoziomowego" charakteru rozporządzenia. Przedsiębiorcy przyzwyczajoni do wskazywania w przepisach konkretnych wymagań mają kłopoty z przestawieniem się na podejście, które decyzje co do przyjętych rozwiązań pozostawia w gestii samych wdrażających. Wymaga się od nich jedynie, aby przeprowadzili analizę ryzyka i dostosowali swoje działania, w tym wybór odpowiednich narzędzi informatycznych, do skali oszacowanych zagrożeń.

Trudno też niejednokrotnie przekonać samych pracowników do zmiany podejścia do pracy z danymi. Często niełatwo jest im wytłumaczyć, że w gruncie rzeczy nie potrzebują dostępu do wszystkich danych, z którymi dotychczas mieli do czynienia, by mogli dalej efektywnie wykonywać swoje obowiązki.

Sebastian Wąsik
Country Manager na Polskę, baramundi software

Zalecałbym ostrożność i krytyczne podejście do wyboru rozwiązań informatycznych. RODO obejmuje cały obszar zagadnień w wielu miejscach infrastruktury, a określone narzędzie może być wyspecjalizowane tylko w konkretnej dziedzinie. Istotna jest zatem identyfikacja najsłabszych punktów w firmowym ekosystemie i priorytetowe potraktowanie działań zmierzających do zapewnienia zgodności z rozporządzeniem właśnie w tych obszarach. Jednym z nich są miejsca, w których może dochodzić do wycieku newralgicznych danych lub uzyskania dostępu do infrastruktury przez osoby niepożądane.
Źródła zagrożeń podzieliłbym na trzy kategorie. Pierwsza to sami ludzie – ich niedostateczna edukacja, popełniane błędy, niefrasobliwość. Druga – luki i podatności w systemach użytkowanych w firmie, szczególnie w oprogramowaniu. Trzecim źródłem jest sama infrastruktura teleinformatyczna. W praktyce występują one łącznie. W zapewnieniu kompleksowej ochrony pomocne może okazać się oprogramowanie wspomagające pracę administratorów IT.

Problemem dla wielu firm i instytucji okazuje się też uporządkowanie ich zasobów danych i informacji. Chodzi o to, żeby dokładnie było wiadomo, gdzie jakie dane są, w jakich procesach są wykorzystywane, kto, w jakim zakresie i w jakim celu ma do nich dostęp. Bez tej wiedzy nie może być mowy o spełnieniu wymogów RODO.

Przydatne, szczególnie w przedsiębiorstwach dysponujących dużymi zbiorami danych, mogą okazać się narzędzia do zarządzania informacją. Nie wszędzie jednak kierownictwo firm jest skore do przeznaczenia środków na nowe systemy. Konsultanci zwracają też uwagę, że na rynku generalnie brakuje specjalistów od IT, którzy jednocześnie byliby dobrze zorientowani w zagadnieniach RODO i potrafili skutecznie doradzić w doborze odpowiednich rozwiązań technicznych. To może być szansa na biznes dla małych firm, które wyspecjalizują się w tej dziedzinie.

Rekomendacje i certyfikaty

Pomocne w przygotowaniu do wymogów RODO mogą się okazać rozwiązania przewidziane w projekcie krajowej ustawy o ochronie danych osobowych. Jej zadaniem ma być wprowadzenie RODO do polskiego porządku prawnego i instytucjonalnego. Również firmy, które większość prac wdrożeniowych mają już za sobą, czekają z ostatecznym ogłoszeniem gotowości do momentu uchwalenia ustawy. Według zapowiedzi Ministerstwa Cyfryzacji projekt zostanie zatwierdzony przez rząd pod koniec marca. Potem będzie jeszcze głosował nad nim Sejm i Senat.

Przygotowany przez Ministerstwo Cyfryzacji projekt ustawy przewiduje m.in. opracowanie przez Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych rekomendacji dotyczących technicznych i organizacyjnych sposobów zabezpieczania danych. Stosowanie się do nich nie będzie jednak obligatoryjne. Będą stanowiły rodzaj wytycznych w sprawie wyboru rozwiązań stosowanych przez poszczególne firmy i instytucje. Lecz dla wielu przedsiębiorstw mogą być bardzo użyteczne jako punkt odniesienia wyznaczający kierunek działań w zakresie dostosowywania się do wymogów RODO.

Innym przydatnym rozwiązaniem mogą być kodeksy dobrych praktyk. Będą one miały charakter branżowy, a ich opracowaniem będą zajmowały się poszczególne środowiska lub organizacje branżowe. Według Komisji Europejskiej nie ma natomiast potrzeby tworzenia ich dla administracji publicznej, która z definicji działa na gruncie i w granicach prawa.

Stosowanie się do kodeksów nie będzie obowiązkowe. Poszczególne przedsiębiorstwa i instytucje będą samodzielnie decydować, czy i w jakim zakresie wykorzystać zaproponowane w nich rozwiązania. Przedstawiciele wielu sektorów już dzisiaj jednak przyznają, że ich pojawienie się jest bardzo oczekiwane, bo mogą wydatnie pomóc w procesach dostosowania firmy do nowych regulacji.

W niektórych środowiskach, np. w Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji, Związku Banków Polskich, już trwają prace nad przygotowaniem kodeksów dobrych praktyk. Z tym że oficjalnie będę mogły zacząć obowiązywać dopiero po wejściu w życie ustawy o ochronie danych osobowych. Do tego czasu regulator nie może ich zatwierdzić ani wprowadzić do obiegu.

Przewidziane jest również udzielanie certyfikatów. Nie wiadomo jednak jeszcze, czy będą one miały charakter podmiotowy czy przedmiotowy. Trwa dyskusja, czy certyfikacja powinna obejmować podmiot dostarczający rozwiązanie lub produkt bądź świadczący usługę, czy dotyczyć >

Paweł Rybczyk
Business Developer CEE & Russia, Wallix

Wymogi wynikające z RODO znacząco wpływają na zakres praktyk w obszarze informatyki i cyberbezpieczeństwa. Zapewnienie poufności danych jest teraz częścią niemal każdej możliwej dziedziny IT. „Privacy by Design" rzutuje na sposób projektowania i opracowywania systemów. Prawo do usunięcia i przenoszenia danych zaowocuje pojawieniem się nowych procesów, które będą wymagać nowych funkcji zaprogramowanych w różnych systemach składujących dane osobowe w postaci rekordów, np. systemach zarządzania zasobami klienta (CRM). Przy czym zarządzanie uprzywilejowanymi użytkownikami to jedno z kluczowych działań umożliwiających płynne osiągnięcie zgodności z polityką RODO. Uprzywilejowany użytkownik ma pełny dostęp administracyjny do systemu IT i danych. Jest to osoba, która może dodawać, modyfikować lub usuwać na przykład wpisy w bazie klientów firmy. Jej uprawnienia dostępu muszą być ściśle kontrolowane i łatwo odwoływane, gdy nie są już potrzebne. Dodatkowo przestrzeganie zasady zachowania należytej staranności będzie wymuszać, aby odpowiednio monitorować i kontrolować taki dostęp.

bezpośrednio samego produktu lub usługi, czy też może uwiarygadniać cały proces zapewnienia bezpieczeństwa danym osobowym.

Przesądzone jest już natomiast, że certyfikacji będzie mógł udzielać nie tylko Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych. Certyfikować będą mogły również podmioty prywatne, które uzyskają akredytację Polskiego Centrum Akredytacji. Ministerstwo Cyfryzacji opowiada się za tym, aby kryteria certyfikacji miały charakter branżowy i były zróżnicowane dla poszczególnych rodzajów firm. Sam certyfikat byłby przyznawany na 3 lata.

Po wsparcie do GIODO...

Gdzie teraz mogą szukać pomocy ci, którzy nie są do końca pewni, jak powinien wyglądać proces wdrożenia RODO w ich przedsiębiorstwie? Trzeba bowiem pamiętać, że RODO jako unijne rozporządzenie, a nie dyrektywa, zacznie bezwzględnie obowiązywać 25 maja br. Bez względu na to, czy zostanie znowelizowana ustawa o ochronie danych osobowych czy nie. Z chwilą wejścia w życie nowych przepisów wszyscy będą musieli być gotowi do funkcjonowania zgodnie z nimi.

Warto więc wiedzieć, że w procesach wdrażania obowiązujących przepisów główną rolę odgrywa regulator. Obecnie w naszym kraju jest nim wciąż Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych. Dopóki z mocy ustawy nie zastąpi go Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych, to u niego należy szukać pomocy w sprawach związanych z implementacją RODO. Od niego firmy mogą oczekiwać wsparcia i wyjaśnień. Urząd Generalnego Inspektora Danych Osobowych podejmuje zresztą w tym zakresie różne działania. GIODO prowadzi akcję edukacyjną, organizuje konferencje, warsztaty, seminaria, przygotowuje szkolenia, a także wydaje poradniki, opracowuje wytyczne, opinie, wskazówki. Inicjatywy te mają charakter zarówno ogólny, jak i sektorowy.

Wśród opublikowanych materiałów warto m.in. zwrócić uwagę na poradniki: „Jak rozumieć podejście oparte na ryzyku?" i „Jak stosować podejście oparte na ryzyku?". Udostępnione zostały także wskazówki dotyczące przeprowadzenia sprawdzianu gotowości firmy do stosowania postanowień RODO. Informacje o najważniejszych wymaganiach można znaleźć w poradniku „Czy jesteś gotowy na RODO?". GIDO przedstawia też stanowisko w różnych kwestiach związanych z RODO, np. niedawno w sprawie ważności zgód na przetwarzanie danych osobowych.

Wskazówek dotyczących wdrożenia rozporządzenia można też szukać w wytycznych i opiniach Grupy Roboczej Art. 29. Skupia ona inspektorów ochrony danych osobowych z krajów członkowskich Unii Europejskiej. Jednym z ostatnich stanowisk tego zespołu są wytyczne w sprawie uzyskiwania zgody na przetwarzanie danych osobowych. Dopuszczają one zastąpienie regulaminu świadczenia usług okazywanego przed zawarciem umowy krótkimi komunikatami wyświetlanymi na smartfonie udostępnianymi klientowi w toku wykonywania umowy.

...i do firm IT

Istniejąca sytuacja stwarza też okazję do wzmożonego działania dla firm z branży IT. Na rynku poszukiwane są wiedza i kompetencje, które umożliwią sprawne przeprowadzenie procesu implementacji rozwiązań, które zapewnią spełnienie wymogów unijnego rozporządzenia. Liczy się też doświadczenie biznesowe i techniczne z przeprowadzonych wdrożeń. Firmy, które miały już z takimi projektami do czynienia, na pewno mogą liczyć na duże zainteresowanie ze strony kolejnych potencjalnych klientów. Także te, które z powodzeniem wdrożyły rozwiązania i narzędzia IT pomagające wywiązać się z postanowień RODO. To może być szansa dla integratorów, którzy będą potrafili udowodnić swoją przydatność w tym obszarze, oferując m.in. specjalistyczne umiejętności i sprofilowane rozwiązania.

Wygrają z pewnością ci, którzy udowodnią użyteczność swoich produktów bądź usług w kontekście rozwiązania konkretnego problemu wynikającego z konieczności dostosowania się do nowych przepisów. Trudno już chyba bowiem liczyć na sprzedanie systemu promowanego jako uniwersalny sposób na zapewnienie firmie pełnej i całkowitej zgodności z wymogami RODO. To zbyt złożony problem.

>>> Trzy pytania do...

dr. Macieja Kaweckiego, dyrektora Departamentu Przetwarzania Danych w Ministerstwie Cyfryzacji

CRN Czy po uchwaleniu polskiej wersji ustawy można się spodziewać specjalnych wytycznych pod adresem IT?

Maciej Kawecki Nie, te kwestie określają bezpośrednio przepisy RODO. Będą natomiast wydawane rekomendacje zawierające wskazówki, jak zabezpieczać dane, również w odniesieniu do IT. Stosowanie się do nich nie będzie jednak obligatoryjne. Twórcą tych rekomendacji będzie prezes UODO.

CRN Jak będą wyglądać kontrole przestrzegania RODO?

Maciej Kawecki Organ kontrolny będzie bezpośrednio opierał się na przepisach RODO oraz przepisach krajowych. Będzie sprawdzał wywiązywanie się podmiotów z obowiązków nakładanych przez rozporządzenie. Kodeksy dobrych praktyk, rekomendacje czy certyfikaty będą natomiast traktowane fakultatywnie. Posiadanie certyfikatu lub wdrożenie kodeksu postępowania może być jednak potraktowane jako argument za obniżeniem kary w przypadku stwierdzenia nieprawidłowości.

CRN Co jeszcze może zachęcić do ubiegania się o certyfikat?

Maciej Kawecki Certyfikat będzie zwiększać wartość rynkową oferty. Jego posiadanie będzie można uwzględniać w zamówieniach publicznych jako atut oferenta. Wreszcie przedsiębiorca dzięki niemu może poprawić swój wizerunek, wyróżniając się na konkurencyjnym rynku.

Niezbędna świadomość *stanu posiadania*

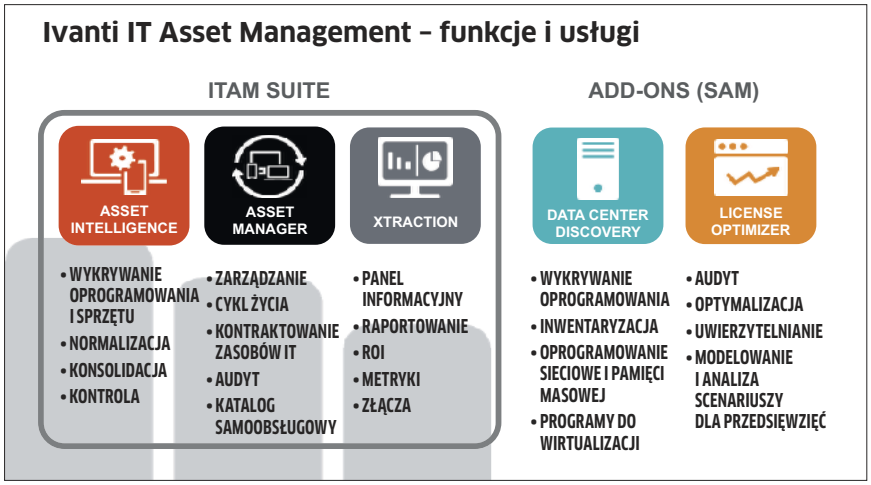
Przedsiębiorstwom pozostało już tylko kilka miesięcy, żeby dostosować się do RODO. Tymczasem wciąż wiele z nich nie ma pojęcia, jak odpowiednio zabezpieczyć zasoby i uniknąć horrendalnych kar.

Mamy czas" lub „ten problem nas nie dotyczy" – tego typu postawy przedsiębiorców pytanych o RODO nie są rzadkością. Czasu pozostało niewiele, bo nowe zapisy zaczną obowiązywać od 25 maja, a sprawa nie jest błaha.

RODO nie tylko zaostrza bowiem kontrolę nad firmami, które dysponują i zarządzają danymi osobowymi obywateli UE, ale również nakłada bardzo wysokie kary na przedsiębiorców nieprzestrzegających przepisów. Co powinni zrobić, aby zabezpieczyć prywatność klientów, a także ograniczyć do minimum ryzyko kosztownych naruszeń bezpieczeństwa? Większość ekspertów radzi, żeby przygotowania rozpocząć od wnikliwej analizy firmowego oprogramowania i sprzętu.

– *Firma powinna wiedzieć, jakimi zasobami dysponuje. Szczegółowa wiedza pozwoli łatwiej dotrzeć do potrzebnych informacji, aby na życzenie klienta szybko usunąć rekordy z bazy. Kolejna kwestia związana jest z zapewnieniem bezpieczeństwa danym przechowywanym na różnych urządzeniach. Bałagan w tym zakresie może doprowadzić do wycieku informacji oraz niespełnienia wymogów dyrektywy, a tym samym wysokich kar oraz utraty reputacji w oczach klientów* – wyjaśnia Bogdan Lontkowski, Country Manager w Ivanti.

Tymczasem firmowe działy IT mają mnóstwo pracy z bieżącymi problemami. Jak wynika z badań SDI, aż 67 proc. pracowników działów wsparcia technicznego spędza swój cenny czas na tzw. gaszeniu pożarów. Zarządzanie zasobami informatycznymi staje się coraz większym wyzwaniem, a zmiany związane z RODO dodatkowo zwiększają skalę trudności. Jednakże administratorzy nie są bezbronni, a do ich sprzymierzeńców należą produkty z segmentu ITAM (IT Asset Management). Tego typu systemy umożliwiają zarządzanie licencjami, urządzeniami końcowymi, a także realizują wiele dodatkowych funkcji zapewniających zapanowanie nad informatycznym chaosem.



– *Aspekt bezpieczeństwa jest bardzo istotny, dlatego klient powinien mieć świadomość, że ITAM wskazuje luki w systemie informatycznym. Nawet jeśli zbudowaliśmy wspaniały dom z najbardziej zaawansowanymi zamkami od strony frontowej, wcale nie oznacza, że jest on bezpieczny. Złodziej może dostać się na przykład przez słabo chroniony taras. Klient musi pamiętać, że system ochrony jest tak mocny, jak jego najsłabsze ogniwo, a brak świadomości stanu posiadania zarówno w zakresie sprzętu, jak i oprogramowania może skutkować pozostawieniem jakichś drzwi otwartych* – wyjaśnia Bogdan Lontkowski.

W ramach pakietu Ivanti IT Asset Management Suite dostępne są m.in. aplikacje Asset Manager, License Optimizer for Clients i License Optimizer for Servers. Dwie ostatnie to pakiet SAM (Software Asset Management) służący do wykrywania i inwentaryzowania oprogramowania i licencji. Warto jednak zaznaczyć, że RODO stawia przed przedsiębiorstwami nieco inne wymagania aniżeli audytorzy badający legalność software'u. Wiele firm korzysta z rozwiązań open source, które nie są licencjonowane. Poza tym trzeba nadzorować urządzenia przechowujące dane. Asset Manager jest systemem, który umożliwia zarządzanie wszystkimi zasobami w przedsiębiorstwie, a tym samym uniknięcie pozostawienia „otwartych drzwi".

Dlatego Ivanti zachęca klientów do sięgnięcia po dodatkowe narzędzia, takie jak Asset Manager. To produkt opracowany z myślą o zarządzaniu cyklem życia urządzeń informatycznych od zakupu aż do wycofania z użycia. Innym ważnym składnikiem ITAM firmy Ivanati jest Asset Intelligence. Za jego pomocą można wykrywać, inwentaryzować i wdrażać nowe zasoby sprzętowe i programowe, agregować dane pochodzące od dostawców oraz monitorować użytkowanie oprogramowania. Aplikacja daje szczegółowy wgląd, w jakim stopniu użytkownicy korzystają z przydzielonych im aplikacji.

Nowa kultura *przetwarzania danych*

Rozporządzenie o ochronie danych osobowych sprawia, że organizacje uszczelniają swoje systemy IT. Niestety, wiele osób odpowiedzialnych za bezpieczeństwo beztrosko podchodzi do niektórych zagrożeń.

RODO (ang. GDPR) radykalnie zmieni sposób, w jaki firmy zbierają, przechowują dane, korzystają z nich oraz nimi zarządzają. Urzędnicy wysyłają czytelny komunikat: od 25 maja 2018 r. ochrona danych będzie traktowana bardzo poważnie. Na wyobraźnię wielu przedsiębiorców działają sankcje za nieprzestrzeganie przepisów – maksymalne stawki sięgają 4 proc. obrotów rocznych i mogą wynosić nawet do 20 mln euro.

Co zrobić, aby nie znaleźć się w niechlubnym towarzystwie przedsiębiorców, których jako pierwszych dosięgną drakońskie kary? Do zagadnienia trzeba podejść syntetycznie, biorąc pod uwagę bardzo różne, nawet najmniej prawdopodobne scenariusze ataków.

– *Ustawodawcy wymagają od firm, żeby zmieniły kulturę przetwarzania danych osobowych. Powinno to być podejście prewencyjne, które gwarantuje bezpieczeństwo informacji od momentu wprowadzenia do systemu aż po jej trwałe usunięcie* – dodaje Robert Dziemianko.

G Data często utożsamiana jest z oprogramowaniem antywirusowym, jednakże oferta producenta skierowana do odbiorców biznesowych obejmuje szereg narzędzi, w tym firewall, moduły Exploit Protection i Policy Manager, czy bramy chroniące i sprawdzające przychodzące i wychodzące wiadomości, a także filtrujące strony internetowe.

Sam antywirus jako taki pełni ważną rolę w systemie ochrony, zabezpieczając użytkowników przed spyware'em, ransomware'em i innymi zagrożeniami wykradającymi dane. Programy antywirusowe wykorzystują dwa silniki ochronnne, jednak wpływa to negatywnie na wydajność systemu. Autorska technologia CloseGap angażuje jedynie niezbędne zasoby w zależności od potrzeb.

W ostatnich latach najbardziej spektakularne cyberataki były efektem wykorzystania luk w zabezpieczeniach. Eksperci od bezpieczeństwa nie mają złudzeń, że ich bieżąca, odpowiednio szybka eliminacja zapobiegłaby wielu infekcjom. Na szczęście nowe rozporządzenie powinno skłonić firmy do większej aktywności w zakresie monitoringu systemów pod kątem występowania „dziur" w aplikacjach. W tej sytuacji pomocnym rozwiązaniem jest Exploit Protection, moduł eliminujący luki w bezpieczeństwie zainstalowanego oprogramowania – od edytorów tekstów po dodatki do przeglądarki. Procesy związane z aktualizacją znacznie ułatwia też Patch Management, który służy do centralnego zarządzania poprawkami.

– *Znaczna część przedsiębiorców wycieki danych utożsamia z atakami hakerów na systemy IT, tymczasem istnieją też inne przypadki. Jednym z klasycznych przykładów są urządzenia mobilne. Pracownik może zgubić smartfon z poufnymi informacjami. Bywa też, że personel wynosi dane na zewnętrznych nośnikach. Tego typu incydentom da się łatwo zapobiec, aczkolwiek trzeba je uwzględnić w firmowej polityce bezpieczeństwa* – wyjaśnia Robert Dziemianko.

Działom IT z odsieczą przychodzi moduł Policy Manager, a także system Mobile Device Management (MDM). Pierwszy z wymienionych zapewnia zablokowanie użytkowania nośników typu pendrive i dysk zewnętrzny. Natomiast MDM daje administratorowi duże możliwości w zakresie zarządzania flotą urządzeń mobilnych za pomocą centralnej konsoli. System zapewnia też ochronę urządzeń w czasie rzeczywistym i kontrolę poczynań pracowników. Jeśli użytkownik zgubi smartfon, automatycznie można zdalnie skasować poufne dane.

Rozporządzenie RODO to duże wyzwanie dla administratorów danych, którzy będą odpowiedzialni m.in. za regularne testowanie skuteczności ochrony, a także dobór procedur i środków bezpieczeństwa adekwatnych do ryzyka związanego z przetwarzaniem danych osobowych. Korzystanie z odpowiedniego rozwiązania, które zapewnia wgląd w informacje o systemie, jego zabezpieczeniach i aktualizacjach, pozwoli z większym spokojem realizować nowe zadania w nowym otoczeniu prawnym.

Więcej informacji dotyczących samej firmy oraz rozwiązań **G Data** można znaleźć na stronie www.gdata.pl. Kontakt z działem handlowym: sales@gdata.pl. Istnieje możliwość darmowego przetestowania rozwiązań **G Data Business Solutions** bez żadnych zobowiązań.

Fot. AdobeStock

G DATA
MADE IN GERMANY

Szukasz doskonałej ochrony serwerów i stacji roboczych?

Wykorzystując elastyczny sposób licencjonowania, dobierasz ochronę do swoich potrzeb.
W ramach licencji oprogramowania G DATA Business planujesz ochronę serwerów i stacji roboczych, dbając tylko o odpowiednie wykorzystanie zakupionej ilości licencji. Serwer zarządzający? To nie problem! - instalujesz dowolną ilość w sieci.
Modułowa budowa oprogramowania, pozwala na dopasowanie oferty ochrony dla każdego.
Sprawdź nas.

Łukasz Nowatkowski
IT / Marketing Director

	Antivirus Business	Client Security Business	Endpoint Protection Business
Ochrona przed malware, spamem i phishingiem			
AntiRansomware	•	•	•
Ochrona antywirusowa	•	•	•
Ochrona w czasie rzeczywistym	•	•	•
Ochrona HTTP	•	•	•
BankGuard	•	•	•
Exploit Protection	•	•	•
USB Keyboard Guard	•	•	•
Antispam	o	•	•
Linux Web Security Gateway	o	o	o
Linux Mail Security Gateway	o	o	o
Exchange Mail Security	o	o	o
Mobile Device Management			
Ochrona w czasie rzeczywistym	•	•	•
Antitheft	•	•	•
Filtr aplikacji	•	•	•
Ochrona kontaktów	•	•	•
System & Network Management			
Firewall	–	•	•
Report Manager	•	•	•
Katalog sprzętu i oprogramowania	•	•	•
Network Monitoring	o	o	o
Polityka bezpieczeństwa w firmie			
Kontrola urządzeń	–	–	•
Kontrola aplikacji	–	–	•
Kontrola treści WEB	–	–	•
PatchManagement	o	o	o

o moduł opcjonalny

Moje pliki, mój biznes.

www.gdata.pl
www.gdata.pl/go/livewiew

Bezpieczne dane na serwerach QNAP

Aby zapewnić stuprocentową zgodność z wymogami RODO, należy zadbać nie tylko o ochronę przed włamaniami do sieci przez Internet. Prowadzona analiza bezpieczeństwa powinna uwzględniać również, czy i w jaki sposób do ewentualnego wycieku danych mogą przyczynić się pamięci masowe.

Serwery NAS firmy QNAP od samego początku projektowane są w taki sposób, aby zapewnić jak najwyższy poziom bezpieczeństwa zgromadzonych w nich danych. Eksperci w siedzibie tajwańskiego producenta dbają o to, żeby urządzenia były wyposażone w funkcje gwarantujące poufność informacji, jak również w bardzo krótkim czasie eliminują ewentualne luki w oprogramowaniu i regularnie publikują stosowne aktualizacje.

Szyfrowanie

Jedną z najważniejszych funkcji, której stosowanie wymusza RODO, jest szyfrowanie zgromadzonych na serwerze danych, co zapobiega nieuprawnionemu dostępowi do nich osób nieupoważnionych. I to nawet wtedy, gdy dojdzie do kradzieży dysków twardych lub całego serwera. W przypadku urządzeń QNAP funkcja ta umożliwia zabezpieczenie woluminów dysków przy użyciu 256-bitowego klucza AES. Dostępna jest we wszystkich modelach z procesorami x86 oraz oprogramowaniem QTS 4.1.1 lub nowszym.

Backup

Do tworzenia kopii danych z wielu komputerów z systemem Windows i zapisywania ich na serwerach NAS służy dołączane do nich oprogramowanie QNAP NetBak Replicator. Zapewnia ono synchronizację plików w czasie rzeczywistym, zaplanowane i automatyczne sporządzanie kopii zapasowych całych dysków, dokumentów, plików multimedialnych i e-maili. Program ten umożliwia także tworzenie przez Internet kopii zapasowej na zdalnym serwerze przy użyciu usług FTP i WebDAV.

NetBak zapisuje dane bezpośrednio na serwerze QNAP, a dodatkowo może wykonać backup danych na podłączony bezpośrednio do komputera zewnętrzny dysk USB i zaszyfrować je na nim. Oprogramowanie potrafi także przy pomocy usługi MyCloudNAS zapisać dane bezpośrednio w chmurze, więc w razie pożaru, powodzi, awarii czy kradzieży są one zabezpieczone na wszelkie możliwe sposoby. NetBak Replicator zapewnia wykonywanie kopii migawkowych VSS (snapshoty), dzięki czemu duplikowane mogą być otwarte pliki z gwarancją ich integralności.

Rejestrator wideo

Kolejnym bardzo ważnym w kontekście zgodności z RODO elementem dostępnym w serwerach NAS firmy QNAP jest moduł rejestratora obrazów z monitoringu IP. Dzięki niemu można z łatwością zarządzać danymi zbieranymi przez wiele kamer IP w czasie rzeczywistym i uzyskiwać podgląd np. bram budynków, wejść do biura lub wyjść ewakuacyjnych. W ten sposób administrator zapewnia sobie możliwość łatwego wykrycia obecności osób niepożądanych w siedzibie firmy.

System Surveillance Station to profesjonalne rozwiązanie z przyjaznym dla użytkownika interfejsem. Umożliwia podgląd obrazu w czasie rzeczywistym, nagrywanie i odtwarzanie wideo oraz audio, a także oferuje szeroki wachlarz ustawień użytkownika. Należą do nich m.in.: generowanie powiadomień alarmowych, inteligentna analiza wideo, różne sposoby wyszukiwania i analizowania nagrań.

Wyszukiwanie danych

Jednym z wymogów RODO jest możliwość szybkiego ustalenia miejsc, gdzie zgromadzone są dane osobowe. W przypadku serwerów QNAP pomocna będzie wyszukiwarka Qsirch, która indeksuje treści tysięcy czy milionów plików przechowywanych na serwerze. Dzięki temu uprawnieni użytkownicy mogą szybko i skutecznie przeszukiwać zasoby, używając nazw plików lub kluczowych słów (imię i nazwisko, e-mail itp.) w nich zawartych. Qsirch zapisuje historię i „uczy się" wpisywanych przez użytkownika zapytań. W rezultacie możliwe jest szybsze i skuteczniejsze wyświetlanie kolejnych wyników (w tym historii zapytań).

Qsirch podczas pracy weryfikuje uprawnienia użytkowników systemu QTS. Dzięki temu wyszukiwarka uwzględnia na liście wyników jedynie pliki, do których może mieć dostęp aktualnie zalogowana osoba. Administratorzy mogą też wprowadzić wykluczenia wyników dla wybranych folderów i udziałów sieciowych, jeśli jest to niezbędne np. do zapewnienia bezpieczeństwa poufnych danych.

Autoryzowani dystrybutorzy serwerów plików QNAP w Polsce to: ABC Data, Action, EPA Systemy i Konsorcjum FEN.

Barracuda Networks: trzy filary bezpieczeństwa

Barracuda Networks zwiększa swoją aktywność na naszym rynku. W tym roku producent po raz pierwszy zorganizował polską edycję Barracuda European Roadshow.

Wojciech Urbanek

Konferencja „Discover", która odbyła się 1 lutego w warszawskim hotelu InterContinental, zgromadziła około 150 partnerów. Barracuda Networks zaprezentowała im rozwiązania z zakresu bezpieczeństwa sieciowego, ochrony danych w chmurze i środowiskach hybrydowych.

Ostatnie miesiące były burzliwe dla Barracuda Networks. W listopadzie firma została kupiona przez fundusz Thoma Bravo za 1,6 mld dol. – ponad 20 proc. więcej, niż wynosiła wycena giełdowa spółki. Nowy właściciel zapewnił, że dotychczasowa strategia będzie kontynuowana. Uczestnicy warszawskiego spotkania mogli się przekonać, na ile jego deklaracje pokrywają się z rzeczywistością.

Konferencję zainaugurowało wystąpienie Markusa Walchera, wiceprezesa ds. sprzedaży na rynku EMEA, który podsumował miniony rok i przedstawił wizję firmy. Jej główna siedziba mieści się w Campbell, niewielkim mieście położonym w Dolinie Krzemowej. Producent łącznie zatrudnia 1,7 tys. osób i współpracuje z 6,5 tys. partnerów.

Oferta Barracuda Networks opiera się na trzech filarach: systemach do zabezpieczania sieci i aplikacji, rozwiązaniach chroniących pocztę elektroniczną oraz narzędziach przeznaczonych do ochrony danych. Markus Walcher przyznaje, że 2017 był rokiem transformacji i nie chodzi tutaj wyłącznie o zmiany własnościowe. W ubiegłym roku firma pozyskała ok. 4 tys. klientów. Na uwagę zasługuje to, że producent dużą wagę przywiązuje do dywersyfikacji modeli sprzedaży – obok tradycyjnej formy coraz większą rolę odgrywają usługi MSP (Managed Service Provider) oraz cloud computing.

Wolfgang May, Channel Manager

Fot. Piotr Syndoman

Barracuda Networks na koniec zeszłego roku mogła się pochwalić 335 tys. sprzedanych subskrypcji. Firmę łączą bardzo bliskie relacje z Microsoftem, co ułatwia jej dotarcie do klientów zainteresowanych usługami chmurowymi. Co ważne, koncern z Redmond docenił partnera, uznając Barracudę za najlepszego ISV (niezależnego producenta oprogramowania) oferującego produkty na platformie Azure w 2017 r.

W ostatnim czasie największą zmorą administratorów sieci jest ransomware. Krystian Pawłowski, Territory Manager CEE Barracuda Networks, udzielił kilku wskazówek, w jaki sposób walczyć z tym złośliwym oprogramowaniem.

– *Ofiarą ransomware'u może być każdy. Bardzo różne są też wektory ataków, dlatego skuteczna ochrona wymaga stosowania kompleksowych rozwiązań. Rozpoznawanie zagrożeń na bazie sygnatur nie zdaje egzaminu ze względu na dynamikę działania napastników* – wyjaśniał Krystian Pawłowski.

Strategia firmy w zakresie walki z ransomware'em składa się z trzech etapów: wykrywanie zagrożeń, zabezpieczenie sieci oraz tworzenie kopii zapasowych. Producent, poza zestawem narzędzi do realizacji wymienionych zadań, dodatkowo wykorzystuje globalną sieć do analizy danych, na którą składa się ponad 240 tys. rozsianych po całym świecie systemów Barracuda Networks.

– *To rozwiązanie zdało egzamin podczas ataku Petya. Kiedy wirus dotarł do pierwszego klienta Barracuda Systems, wszyscy inni zostali poinformowani o zdarzeniu, a ich systemy zablokowały działanie tego szkodliwego oprogramowania* – mówił Krystian Pawłowski.

Frekwencja podczas warszawskiej edycji Barracuda European Roadshow dowodzi, że resellerzy wykazują bardzo duże zainteresowanie produktami z zakresu bezpieczeństwa. Z ich punktu widzenia atutem amerykańskiego producenta jest szerokie portfolio rozwiązań, które umożliwia zapobieganie różnego rodzaju zagrożeniom. Ponadto współpraca z Barracuda Networks pozwala stosować partnerom tej firmy różne modele sprzedaży.

Chmura z Holandii do Polski

„Obsługujemy klientów w Beneluksie oraz Skandynawii, gdzie cloud computing jest czymś zupełnie naturalnym. Kiedy rozmawiamy z tamtejszymi administratorami, programistami czy ludźmi z działów IT, możemy swobodnie posługiwać się różnymi pojęciami związanymi z chmurą" – mówi **Jarosław Świerad**, **współwłaściciel firmy Contrust**, która po dwóch latach działalności, w grudniu ubiegłego roku, otworzyła oddział w Polsce.

CRN Wspólnie z kolegą otworzyliście w Holandii startup opracowujący oprogramowanie do automatyzacji usług chmurowych. Dlaczego zaczęliście swoją przygodę z biznesem poza Polską?

Jarosław Świerad W pewnym stopniu zadecydował o tym przypadek. W Holandii pracowałem dla wydawnictwa, gdzie brałem udział w dużym projekcie związanym z przenoszeniem zasobów do chmury publicznej. To było bardzo cenne doświadczenie. W pewnym momencie wspólnie z kolegą Szymonem Karasiem postanowiliśmy, że zaczniemy działać na własną rękę, i założyliśmy startup.

CRN Ale od niedawna mieszka pan w Warszawie. Czy to oznacza, że przenosicie biznes do Polski?

Jarosław Świerad W grudniu przeprowadziłem się do Warszawy, żeby wesprzeć działania operacyjne w naszym kraju. Otworzyliśmy biuro w stolicy i chcemy zaistnieć na rodzimym rynku. Przewiduję, że spędzę w Polsce przynajmniej dwa lata. Nie oznacza to jednak, że rezygnujemy z działalności w Holandii.

CRN Jednak statystki dotyczące poziomu adaptacji usług chmurowych w Polsce nie napawają optymizmem. Czy liczycie się z tym, że w Polsce będziecie mieli pod górkę?

Jarosław Świerad Statystyki wyglądają bardzo źle, ale rzeczywisty obraz jest jeszcze gorszy. Obsługujemy klientów w Beneluksie oraz Skandynawii, gdzie cloud computing jest czymś zupełnie naturalnym. Kiedy rozmawiamy z tamtejszymi administratorami, programistami czy ludźmi z działów IT, możemy swobodnie posługiwać się różnymi pojęciami związanymi z chmurą. W wymienionych krajach około 75 proc. infrastruktury sieciowej bazuje na chmurze publicznej lub rozwiązaniach hybrydowych.

W naszym kraju chmura publiczna kojarzy się z takimi usługami, jak Dropbox, Google Drive czy iCloud, związanymi z przechowywaniem danych. Niestety, dotyczy to również specjalistów IT.

CRN Jak w takim razie wyglądają rozmowy o chmurze z polskimi specjalistami IT?

Jarosław Świerad W naszym kraju chmura publiczna kojarzy się z takimi usługami, jak Dropbox, Google Drive czy iCloud, związanymi z przechowywaniem danych. Niestety, dotyczy to również specjalistów IT. Ogólnie świadomość na temat chmury pozostawia wiele do życzenia. Najczęściej jest to szczątkowa wiedza pochodząca z artykułów czy blogów. Niezwykle rzadko się zdarza, że ktoś posiada doświadczenie wynikające z przynajmniej kilkudniowego testowania środowiska chmurowego.

CRN Z tego wniosek, że wasza strategia z krajów Beneluksu raczej nie sprawdzi się w Polsce...

Jarosław Świerad Oczywiście, że nie. Nasze działania rozpoczynamy od edukacji, bo na sprzedaż usług w Polsce jest zbyt wcześnie. Contrust opracowuje oprogramowanie dla administratorów IT oraz programistów korzystających z najnowszych narzędzi, które umożliwiają automatyzację usług chmurowych czy pracę z kontenerami. W Polsce uruchomiliśmy nowy projekt w postaci Akademii DevOps. W ramach tej inicjatywy planujemy organizować spotkania i publikować materiały dydaktyczne. Naszym celem jest upowszechnianie wiedzy, a na późniejszym etapie rozpoczęcie działalności komercyjnej polegającej na integracji rozwiązań, doradztwie, a także udostępnianiu kontaktów do specjalistów od chmury oraz DevOps.

CRN Dostawcy usług chmurowych przekonują, że najlepszym sposobem na dobre poznanie, a następnie optymalny wybór środowiska chmurowego jest testowanie. Czy zgadza się pan z tą opinią?

Jarosław Świerad Moim zdaniem to jedyna droga, która może doprowadzić do optymalnego wyboru dostawcy. Amazon AWS czy Microsoft Azure oferują potężne platformy z ogromną liczbą usług. Każda z nich ma swoje wady i zalety, różnią się też cenami. Zdobycie gruntownej wiedzy na ich temat z publikacji czy książek zajęłoby mnóstwo czasu. Kiedy czytałem różnego rodzaju opracowania, wcale nie przybliżałem się do celu, wręcz przeciwnie – uświadomiłem sobie, jak pojemnym pojęciem jest „chmura". Ostatecznie doszedłem do wniosku, że najlepszym rozwiązaniem jest otworzenie kilku kont i testowanie środowisk. Można się tutaj doszukać analogii z jazdą samochodem. Nikt nie nauczy się prowadzić auta na podstawie nawet najlepszych poradników dla kierowców. Trzeba wsiąść do samochodu, uruchomić go i wyjechać na miasto.

CRN Jeszcze do niedawna providerzy przekonywali, że migracja do chmury jest łatwa i nie ma się czego obawiać. Jednak coraz częściej słyszy się, że jest zupełnie odwrotnie, a na użytkowników czyhają pułapki. Jak jest naprawdę?

Jarosław Świerad Na pierwszy rzut oka chmura wydaje się prosta i przypomina wirtualne centrum danych. Jednak kiedy zaczynamy z nią obcować i lepiej ją poznawać, dostrzegamy różnice w porównaniu z tradycyjnym środowiskiem. Chmura rządzi się swoimi prawami i należy o tym pamiętać. W wielu miejscach czają się potworki, o których nikt głośno nie mówi. Tak jak każda nowa technologia, chmura niesie ze sobą wiele ułatwień, ale również zmiany i zupełnie nowe problemy.

CRN Na jakie elementy powinni szczególnie zwrócić uwagę przedsiębiorcy rozważający migrację do chmury?

Jarosław Świerad W pierwszym rzędzie warto dokładnie przyjrzeć się modelowi rozliczenia chmury, ponieważ często zaskakuje. Użytkownik płaci za wykorzystane zasoby w określonym przedziale czasu. Cenniki są zawiłe i zawierają wiele elementów związanych z wykorzystaniem maszyn wirtualnych, a także generowanym ruchem sieciowym. Wbrew pozorom dokładne wyliczenie kosztów usługi nie jest łatwym zadaniem. Zdarza się, że po pierwszym miesiącu użytkowania usługi przychodzi rachunek trzykrotnie wyższy, niż zakładaliśmy. Większa wiedza na temat wszelkich niuansów związanych z rozliczaniem pozwala uniknąć przykrych niespodzianek.

CRN O czym jeszcze warto w tym kontekście powiedzieć?

Jarosław Świerad Drugą pułapką jest traktowanie chmury publicznej tak samo jak tradycyjnego centrum danych. W przypadku tradycyjnej infrastruktury generalnie nic się nie zmienia. System musi być stabilny i działać przez całą dobę. Natomiast cloud computing ze swojej natury jest zmienny, bo platforma chmurowa cały czas ewoluuje. Zdarza się na przykład, że Amazon wyłącza maszynę wirtualną bez podawania jakiejkolwiek przyczyny. Użytkownik często zderza się więc z dynamiczną rzeczywistością i – jeżeli jej nie rozumie – postrzega zachodzące procesy jako problemy.

CRN To nie brzmi zbyt zachęcająco dla przedsiębiorstw planujących przeprowadzkę do chmury.

Jarosław Świerad Ale nowe uwarunkowania pozwalają cieszyć się konkretnymi korzyściami. Możemy zaprojektować bardziej niezawodne systemy klastrowe. Niemniej to wymaga innego sposobu myślenia. Zmiana może być bolesna dla administratorów, którzy od dwóch dekad obsługują tradycyjne centra danych. Aczkolwiek znam osoby, które potrafiły przestawić się na nowy model.

CRN Jednym z najnowszych światowych trendów jest multi-cloud. Przedsiębiorcy nie chcą wiązać się wyłącznie z jednym dostawcą usług. Czy dostrzega pan tego typu zachowania u swoich klientów z krajów Beneluksu?

Jarosław Świerad Zdecydowanie tak. To bardzo popularny trend. Firmy obawiają się współpracy z jednym usługodawcą. Zresztą podobne obawy występują w przypadku dostawców sprzętu. To zjawisko niebezpieczne, zwłaszcza w obecnych czasach, kiedy dynamicznie zmieniają się technologie i vendorzy. Przywiązanie do jednego systemu wiąże się z dużym ryzykiem. Wielu naszych klientów z Beneluksu szuka rozwiązań zapewniających uniezależnienie się od takich gigantów, jak Amazon, Google czy Microsoft. Chcą zyskać możliwość tworzenia wirtualnych maszyn w chmurze, niezależnie od środowiska dostarczanego przez providera. Usługodawca ma być dostawcą mocy obliczeniowej w chmurze, natomiast procesy zarządzania i tworzenia wirtualek pozostają w gestii klienta.

Rozmawiał Wojciech Urbanek

Fot. AdobeStock

WLAN na kilka sposobów

Rosnąca liczba urządzeń mobilnych coraz bardziej obciąża sieci bezprzewodowe w małych i średnich firmach. Nowe standardy i rozwiązania mają uporać się z powstającymi zatorami.

Wojciech Urbanek

Bezprzewodowy Internet stał się czymś tak naturalnym jak powietrze. Organizacja Wi-Fi Alliance wylicza, że obecnie na świecie jest 8 mld urządzeń funkcjonujących bezprzewodowo. Z kolei analitycy Gartnera szacują, że w ten sposób przesyłana jest już ponad połowa globalnych danych. O ile w 2015 r. były to 52 mln terabajtów, o tyle w bieżącym roku ich liczba wzrośnie do 173 mln. Za niemałą część ruchu odpowiadają użytkownicy biznesowi.

Przedsiębiorcy wykorzystują sieć do przesyłania nie tylko e-maili, ale również głosu i obrazu. Ponadto mobilność w firmach nie ogranicza się do zapewnienia bezprzewodowego dostępu do sieci przy biurku, lecz obejmuje cały budynek. Problem potęguje fakt, że nawet w niewielkich przedsiębiorstwach działa kilkadziesiąt urządzeń podłączonych do WLAN, a to dopiero przedsmak tego, z czym będziemy mieli do czynienia w nieodległej przyszłości. Według Dell'Oro już za dwa lata z Wi-Fi łączyć się będzie około miliarda urządzeń w ramach Internetu rzeczy.

W efekcie małe i średnie firmy wkrótce staną przed kilkoma poważnymi wyzwaniami związanymi z dostosowaniem WLAN do nowych warunków. W parze z odpowiednim zasięgiem oraz dużymi prędkościami musi iść skalowalność systemu. W segmencie produktów do budowy sieci bezprzewodowej wciąż istnieje podział na systemy adresowane do SOHO, małych i średnich firm oraz klientów kor-

poracyjnych. Kategoryzacja ułatwia zakup odpowiedniego systemu, ale z drugiej strony nabywca wpada w pewnego rodzaju pułapkę, gdyż wraz ze wzrostem przedsiębiorstwa musi wymienić sprzęt i oprogramowanie. Niewykluczone, że wkrótce tego typu systematyzacja nie będzie miała większego znaczenia. Sieci WLAN cały czas się rozwijają i ewoluują, a obok nowych standardów pojawiają się innowacyjne koncepcje związane z projektowaniem infrastruktury oraz zarządzaniem nią.

Zdaniem integratora

Tomasz Humiczewski, członek zarządu BlackIce Networks

W 2017 r. popyt na urządzenia do budowy sieci był dość duży, co wynikało z chęci przedsiębiorców do zwiększenia bezpieczeństwa i niezawodności systemów IT. Zauważam też modę na rozwiązania typu controlerless, a także zarządzanie punktami dostępowymi z chmury. Jednak wciąż większość firm preferuje systemy WLAN z kontrolorem fizycznym lub wirtualnym, ponieważ wydaje im się, że używając ich, mają większy nadzór nad siecią. Warto dodać, że przedsiębiorstwa z reguły dokonują dużej modernizacji infrastruktury WLAN po pięciu latach. Jednak często spotykamy się z podejściem, że dopóki sieć działa, nie ma potrzeby jej wymieniać. Ciekawym klientem są nastawione na najnowsze technologie startupy, które nie mają na przykład żadnego oporu przed zarządzaniem WLAN przez chmurę. Wykazują też duże zainteresowanie nowościami typu Beacony Bluetooth w najnowszych punktach dostępowych.

Czas na odświeżony 802.11ac

Cztery lata temu IEEE ratyfikowało standard 802.11ac, który okazał się milowym krokiem w rozwoju sieci bezprzewodowych. Z jednej strony uwolnił mobilnych użytkowników od zapchanego pasma 2,4 GHz, wprowadzając pasmo 5 GHz, z drugiej zaś zaoferował prędkość 1 Gb/s, pokonując tym samym magiczną barierę transferu danych WLAN. Wprawdzie osiągnięcie tego wyniku w normalnych warunkach graniczyło z cudem, niemniej to ogromny progres w porównaniu z 802.11n. Dwa lata później pojawiła się odświeżona wersja protokołu 802.11ac Wave 2. Trzeba przyznać, że autorzy nie ograniczyli się w tym przypadku do kosmetycznych zmian i wprowadzili dwie poważne innowacje. Gigabitowy WLAN przestał istnieć wyłącznie na papierze, a obsługa czterech strumieni danych jednocześnie pozwoliła uzyskać prędkość do 3,5 Gb/s.

Na uwagę zasługuje także debiut technologii MU-MIMO, która umożliwia niezależną transmisję sygnału do czterech użytkowników jednocześnie. A w poczekalni znajduje się już kolejny protokół – 802.11ax. Fani nowych technologii najbardziej ekscytują się szybkością pobierania danych. Pod tym względem nowy standard bije swojego poprzednika na głowę, oferując czterokrotnie szybszy transfer. Na razie rekordzistą jest Huawei, które w warunkach laboratoryjnych osiągnęło wynik ponad 10 Gb/s.

Jednak 802.11ax to nie tylko zawrotne prędkości. Twórcy standardu uwzględnili w swoich projektach ekspansję mobilnych terminali. W ich zamyśle sieć ma być przygotowana na bezproblemową obsługę dużej liczby urządzeń, w tym również różnego rodzaju obiektów, czujników, inteligentnych głośników i przedmiotów codziennego użytku. Chociaż Asus oraz D-Link już zapowiedzieli routery obsługujące nowy standard Wi-Fi, na jego upowszechnienie trzeba będzie jeszcze poczekać przynajmniej do przyszłego roku.

– 802.11ax to bardzo młoda technologia i nieprędko wejdzie do codziennego użytku. Tym bardziej że wciąż spotykam klientów, którzy nie potrafią wykorzystać możliwości standardu 802.11ac ze względu na brak urządzeń obsługujących pasmo 5 GHz – mówi Robert Przychodzień, Solutions Expert w Nuvias Group.

Wiele wskazuje na to, że w najbliższej przyszłości pierwszoplanową rolę odgrywać będzie protokół 802.11ac Wave 2. Wydatki związane z wdrożeniem systemów kompatybilnych z tym standardem są ok. 10 proc. wyższe niż w przypadku pierwszej wersji 802.11ac, ale na dziś wydaje się to być optymalne rozwiązanie dla MŚP.

Mesh pod strzechą

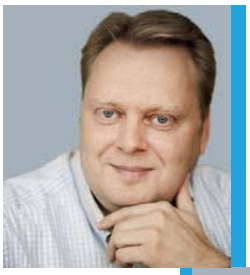
W ostatnim czasie dużą popularnością za oceanem cieszą się routery wyróżniające się ascetycznym, eleganckim designem, które wykorzystują technologię Mesh. Prekursorami nowego trendu były Google oraz Netgear, ale wkrótce dołączyli do nich inni producenci sprzętu sieciowego przeznaczonego dla użytkowników domowych i do małych biur.

Sieć Mesh, znana również jako kratowa, nie jest nowym rozwiązaniem i od wielu lat znajduje zastosowanie przy budowie sieci bezprzewodowych na rozległych obszarach. Niemniej za sprawą Google'a ta niszowa technologia trafiła pod strzechy. W sieci Mesh wymiana między węzłami następuje w sposób ciągły i niezauważalny dla użytkownika, urządzenie zaś jest zawsze powiązane z tym węzłem sieciowym, który zapewnia najmocniejszy sygnał. Producenci dostarczają zestawy zawierające fabrycznie sparowane urządzenia – najczęściej router oraz satelitę, czyli punkt dostępowy. Wprawdzie urządzenia z definicji przeznaczone są dla użytkowników domowych, ale mogą sprawdzić się również w niewielkich biurach.

– Atutem systemu jest doskonała komunikacja między punktami dostępu. Taka sieć nie może zostać wyłączona z działania przez awarię pojedynczego punktu, gdyż automatycznie wykorzystuje alternatywne połączenie – mówi Norbert Ogłoziński, Country Sales Manager w Zyxel Communications.

Warto dodać, że np. pojedynczy router Google obejmuje zasięgiem 130 mkw., zestaw Netgear składający się z routera i satelity pokryje obszar ok. 450 mkw., a potrójny system Asusa – 550 mkw. Co ważne, kiedy firma się rozrasta, zestawy można rozbudować o kolejne satelity. Jednak nie wszyscy są zachwyceni możliwościami nowej technologii.

– Należy pamiętać, że aby wszystkie urządzenia sieciowe mogły korzystać z tej samej konfiguracji, sieć Mesh musi pracować na jednym kanale danego pasma. To może ograniczać wydajność infrastruktury – wyjaśnia Grzegorz Całun, Pre-Sales Engineer, D-Link. ›



Maciej Kaczmarek, VAR Account Manager, Netgear

Norbert Ogłoziński, Country Sales Manager, Zyxel Communications

Zdaniem specjalistów

MACIEJ KACZMAREK Wiele sieci było budowanych w latach 90. ubiegłego wieku. To szansa dla resellerów. Zwłaszcza że w ostatnim czasie dokonuje się sporo nowych inwestycji. Jednym z najnowszych trendów na rynku jest zarządzanie infrastrukturą WLAN z chmury. Mamy w swojej ofercie tego typu system, który notabene został bardzo dobrze przyjęty przez rynek, przede wszystkim ze względu na to, że znacznie ułatwia administrowanie infrastrukturą sieciową. Innym ciekawym rozwiązaniem jest architektura controlerless. Szczególne zainteresowanie wykazują nią klienci mający punkty w różnych lokalizacjach – sieci księgarń czy gabinety lekarskie. W najbliższej przyszłości spodziewamy się wzrostu popytu na infrastrukturę WLAN.

NORBERT OGŁOZIŃSKI Standard 802.11ax to melodia przyszłości. Eksperci twierdzą, że do powszechnego użytku wejdzie dopiero w 2020 r. Dlatego trudno mówić już dziś o ewentualnych zmianach w funkcjonowaniu sieci. Tymczasem warto skupić uwagę na technologii Wave 2 drugiej generacji, która bazuje na standardzie 802.11ac.

Dystrybutorzy zwracają też uwagę na wysokie ceny produktów, odstraszające klientów. Wynika to stąd, że przy budowie takiej sieci trzeba zastosować większą liczbę urządzeń.

– *Google nie oferuje jeszcze swoich produktów w Polsce, natomiast wielu klientów nie stać na zakup Netgear Orbi i pokrewnych urządzeń. Niemniej dostrzegam rosnące zainteresowanie tą technologią, gdyż oferuje dużą przepustowość, wysoką niezawodność i łatwość instalacji* – mówi Piotr Głydziak, dyrektor działu Smart Home, Security, Network, Digital Signage, VPM w Actionie.

Pożegnanie z kontrolerem

Kontrolery są nieodłącznym elementem sieci WLAN niemal od 20 lat. Ale producenci cały czas poszukują nowych sposobów na zwiększenie efektywności sieci, a także obniżenie kosztów eksploatacji. Jednym z nowych pomysłów jest właśnie wyeliminowanie kontrolerów. Zwolennicy tego rozwiązania wysuwają dwa argumenty: po pierwsze kontrolery to jeden z najdroższych składników sieci, a po drugie podnoszą stopień złożoności wdrożenia.

Jednak realizacja koncepcji nie byłaby możliwa, gdyby nie rozwój punktów dostępowych – najnowsze modele mają wydajne mikroprocesory i mogą przejmować odpowiedzialne zadania. Architekci rozwiązań sieciowych doszli do wniosku, że można rozłożyć funkcje zapewniane przez kontroler na punkty dostępowe. Systemy „WLAN controllerless" oferują m.in.: Aeorhive Networks, Aruba Networks, Cisco i Ruckus Wireless.

Dużym walorem systemu bez kontrolerów jest jego uniwersalność. Bez względu na to, z ilu punktów dostępowych korzysta firma, zawsze ma dostęp do tego samego środowiska z identycznymi funkcjami. Niektórzy uważają, że systemy „controllerless" zdają egzamin w małych i średnich firmach. Nie brakuje jednak opinii, że poleganie wyłącznie na punktach dostępowych prowadzi do chaosu, niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa.

– *Systemy bazujące na kontrolerze to podstawa 90 proc. sieci. Przy dzisiejszym zagęszczeniu WLAN i jej użytkowników potrzeba znacznie większej inteligencji i reagowania na to, co się dzieje w pasmie radiowym, i to w czasie rzeczywistym. W tej sytuacji wymagane jest rozwiązanie, które będzie dynamicznie reagować na zmieniające się warunki oraz na ewentualne interferencje i zakłócenia* – przekonuje Wojciech Kotkiewicz, Systems Engineer Manager w ABC Data.

Szerokie pole do popisu

Technologie bezprzewodowe rozwijają się w bardzo szybkim tempie, dzięki czemu resellerzy i integratorzy zyskują przestrzeń do działania. Muszą przy tym pamiętać, że każda firma operuje w innym otoczeniu biznesowym.

– *Dużą sztuką jest odpowiednie dostosowanie oferty do oczekiwań klientów. Dlatego doradzamy, żeby mieć w portfolio urządzenia przynajmniej dwóch różnych marek. To skuteczna strategia* – mówi Przemysław Biel, Product Manager w AB.

Dystrybutorzy i producenci sprzętu sieciowego zachęcają do przyjrzenia się sklepom, restauracjom i hotelom, które nie zawsze nadążają za technologicznymi nowościami – w przeciwieństwie do swoich klientów.

– *Wykorzystując sieci Wi-Fi można przeprowadzać akcje marketingowe, polegające m.in. na profilowaniu oferty dla klientów lub zapewniające pozyskanie informacji o częstotliwości, z jaką odwiedzają sklep* – doradza Robert Przychodzień.

W najbliższych miesiącach będziemy mieli do czynienia ze wzrostem zapotrzebowania na coraz wyższe przepustowości WLAN. Wpływ na taki stan rzeczy będzie miało upowszechnianie się nowych usług związanych ze streamingiem obrazu, Internetem rzeczy czy VoIP. Eksperci przyznają, że większość inwestycji obejmować będzie modernizację istniejącej sieci. Mali i średni przedsiębiorcy raczej rzadko będą decydować się na wymianę całej infrastruktury. Duże nadzieje budzą natomiast młode firmy, dynamicznie wchodzące na rynek. Nowe pokolenie biznesmenów, doskonale zaznajomionych z najnowszą technologią, sięgać będzie po najnowocześniejsze rozwiązania.

NETGEAR: ZARZĄDZANIE SIECIĄ W KIESZENI

Producent stworzył narzędzie, które ułatwia integratorom i resellerom generowanie przychodów z usług.

Integratorom i resellerom coraz trudniej będzie zarabiać na sprzedaży samych urządzeń sieciowych. Przyszłość należy do modelu usługowego, na co wskazują trendy widoczne na rynkach zachodnich. Z jednej strony wyraźne jest już dążenie do generowania stałych przychodów z subskrypcji i zacieśniania współpracy z klientem za pomocą spersonalizowanej obsługi. Z drugiej jednak wielu resellerów unika oferowania usług sieciowych z obawy, że to dla nich zbyt skomplikowane i czasochłonne, że nie poradzą sobie z obsługą klientów.

Netgear stworzył narzędzie, które – jak przekonują amerykańscy specjaliści – wpisuje się w rynkowy trend zarabiania na usługach, jak również rozwiewa obawy partnerów. Dzięki nowemu rozwiązaniu zarządzanie sieciami nie sprawi kłopotu nawet tym resellerom, którzy nie mają w tej kwestii dużego doświadczenia.

Jeden człowiek, wiele sieci

Nowa aplikacja mobilna Insight w wersji 4.0 umożliwia zarządzanie siecią firmową albo domową z dowolnego miejsca za pomocą smartfona. Zapewnia zarządzanie, monitorowanie i konfigurację zarówno infrastruktury bezprzewodowej, jak i przewodowej, stworzonej na bazie punktów dostępowych, przełączników oraz NAS-ów marki Netgear. Jedna aplikacja umożliwia obsługę wielu sieci, jak również kontrolę i zmianę ustawień samego sprzętu. Wysyła ponadto powiadomienia o awariach i innych incydentach, które wymagają sprawdzenia bądź interwencji administratora. Dzięki temu aplikacja jest – jak przekonuje producent – wygodnym narzędziem dla działów IT zarządzających sieciami a także resellerów i integratorów, którzy nadzorują firmową infrastrukturę swoich klientów jako zewnętrzni usługodawcy. Dysponując takim rozwiązaniem jak Insight, mają pod ręką podgląd sieci wszystkich swoich klientów i w razie potrzeby mogą zdalnie wprowadzać zmiany.

Siecią z urządzeniami Netgeara można także zarządzać z większego ekranu – za pomocą portalu internetowego InsightCloud, który udostępnia więcej funkcji niż aplikacja mobilna (m.in. Smart WiFi roaming, Smart WiFi management, PoEscheduling). Projektanci Insight położyli nacisk na to, aby był na tyle prosty w obsłudze (a przy tym efektywny), żeby nie wymagał żadnych szkoleń czy pomocy administratorów chmury. Poradzą sobie z nim nawet domowi użytkownicy, dlatego powstała wersja przeznaczona dla konsumentów.

Aby podłączyć urządzenie do sieci za pomocą Insight, wystarczy zeskanować smartfonem kod QR danego modelu. W rezultacie nikt niepowołany nie przejmie kontroli nad sprzętem. Urządzenia raz włączonego do sieci, np. przez zeskanowanie kodu, nie można jednocześnie podpiąć do innego konta.

Aplikacja Insight jest bezpłatna, można ją pobrać z Google Play i Apple Store. Płaci się natomiast za subskrypcję. W wersji Premium, przeznaczonej dla użytkowników biznesowych, koszt subskrypcji to 9,99 euro rocznie za każde urządzenie. Umożliwia ona zarządzanie siecią zarówno za pomocą aplikacji mobilnej, jak i portalu InsightCloud. Nie ma ograniczeń co do ilości obsługiwanego sprzętu ani lokalizacji.

Subskrypcja Basic jest przeznaczona dla klientów domowych. Udostępnia tylko aplikację mobilną (bez dostępu do portalu online). Użytkownik może podłączyć do sieci dwa urządzenia bezpłatnie. Każde następne kosztuje 4,99 euro za rok. Tu także nie ma limitu ilości sprzętu.

Za pomocą Insight 4.0 można zarządzać trzema grupami produktów Netgear – przełącznikami, serwerami Ready NAS oraz bezprzewodowymi punktami dostępowymi. Wszystkie nowo wprowadzane urządzenia będą kompatybilne z aplikacją Insight.

Więcej informacji o Insight:

WWW.NETGEAR.PL/BUSINESS/MANAGEMENT/INSIGHT-APP.ASPX

TP-Link: *firmy potrzebują wydajnej sieci*

Rośnie liczba urządzeń korzystających z sieci bezprzewodowych. Dlatego nawet małe biura warto wyposażyć w profesjonalne, wydajne i bezpieczne rozwiązania Wi-Fi.

W biurach, sklepach, hotelach, szkołach, urzędach i wielu innych miejscach użytkownicy coraz częściej korzystają z urządzeń przenośnych, które nie mają złącza ethernetowego. Konsekwencją jest rosnące obciążenie sieci bezprzewodowej. Aby zapewnić jej odpowiednią przepustowość, zasięg i bezpieczeństwo, konieczna staje się modernizacja (bądź stworzenie od nowa) infrastruktury w oparciu o profesjonalne rozwiązania. Ponieważ zarówno liczba urządzeń korzystających z Wi-Fi, jak i średnie wielkości transferów danych wciąż rosną, warto zapewnić odpowiedni zapas wydajności, tak aby po kilku miesiącach nie okazało się, że sieć znowu „się zatyka".

TP-Link Auranet EAP

Z tego względu najlepiej postawić na profesjonalne rozwiązania, takie jak punkty dostępowe TP-Link z serii Auranet EAP. Zapewniają one pokrycie sygnałem sieci całej powierzchni danego obiektu. Umożliwiają stworzenie wielu SSID (do 16) powiązanych z VLAN-ami. Dzięki temu różne działy firmy mogą mieć dostęp do innych zasobów sieciowych, co zwiększa bezpieczeństwo sieci. Punkty dostępowe TP-Link Auranet EAP sprawdzą się w miejscach, w których z Wi-Fi korzystają nie tylko stali użytkownicy. Umożliwiają stworzenie sieci dla gości z logowaniem przez portal, vouchery lub jednorazowe hasła dostępu.

Modele Auranet EAP330 i EAP225 zapewniają duże prędkości transmisji (działają w standardzie 802.11ac), łatwość montażu, zasilanie poprzez PoE (odpowiednio w standardzie 802.3at oraz 802.3af) oraz możliwość sterowania pasmem. Darmowe oprogramowanie TP-Link EAP Controller umożliwia centralne zarządzanie siecią bezprzewodową złożoną z setek urządzeń z dowolnego komputera. Ponadto możliwe jest uwierzytelnianie przy pomocy strony powitalnej.

Oba urządzenia zostały wyposażone w zabezpieczenia i komponenty klasy biznesowej. Charakteryzują się również estetycznym designem. Sprawdzą się nawet w najbardziej wymagających środowiskach, takich jak duże firmy, hotele, centra handlowe, szkoły, a także sklepy i kawiarnie.

Najlepsze osiągi zapewni gigabitowy, bezprzewodowy punkt dostępowy z możliwością montażu na suficie – EAP330 (AC 1900). Cechuje go przepustowość do 1,9 Gb/s łącznie w dwóch pasmach (600 Mb/s w 2,4 GHz oraz 1300 Mb/s w 5 GHz). Prędkość transferu danych zwiększają zastosowane rozwiązania – MIMO poprawia przepustowość dzięki transmisji za pomocą wielu anten, natomiast TurboQAM przyspiesza transfer w paśmie 2,4 GHz 802.11n.

Z kolei Auranet EAP225 oferuje przepustowość do 1350 Mb/s w dwóch pasmach. Zastosowanie technologii MU-MIMO (Multi User-MIMO) pozwala osiągnąć szybkości połączeń nawet do 867 Mb/s wielu urządzeniom jednocześnie. Model ma gigabitowy port Ethernet, a instalację ułatwia zasilanie w standardzie PoE 802.3af lub poprzez pasywne PoE z dołączonym do zestawu injectorem. EAP225 umożliwia użytkownikom dostęp do sieci dzięki identyfikacji za pomocą Facebooka oraz SMS-a.

W wymagających środowiskach firmowych sprawdzi się również budżetowy, jednopasmowy model Auranet EAP110, działający w standardzie N (do 300 Mb/s). Podobnie jak opisane urządzenia z tej serii z wyższych półek, charakteryzuje go łatwość montażu (także na suficie), zasilanie przez pasywne PoE, oprogramowanie zarządzające, uwierzytelnianie przy pomocy strony powitalnej, zabezpieczenia i komponenty klasy biznesowej. Ma funkcję QoS. EAP110 jest wyposażony w port Fast Ethernet.

Więcej informacji:
Robert Gawroński,
SMB Channel Manager TP-Link,
robert.gawronski@tp-link.com

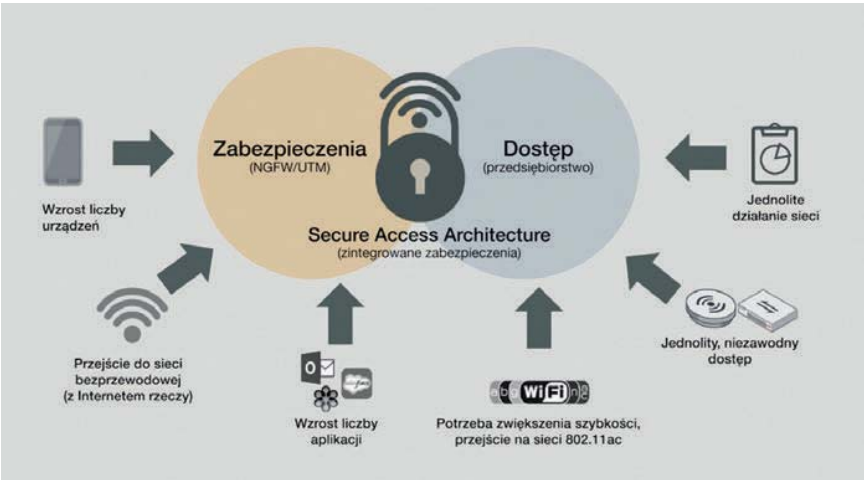
Fortinet – *sieci bezprzewodowe w MŚP*

We wdrażaniu sieci kluczowe jest umożliwienie prostego i bezpiecznego dostępu dowolnemu klientowi końcowemu.

Nie ma już mowy o uniwersalnym Wi-Fi dla przedsiębiorstw. Dostawcy muszą dostosowywać swoje produkty do wielu sposobów użycia, modeli wdrażania, różnych wymagań bezpieczeństwa i budżetów. Rozwiązania oparte na kontrolerach sieci bezprzewodowych, przeznaczone dla dużych przedsiębiorstw, nie sprawdzają się w małych i średnich firmach oraz rozproszonych środowiskach – zarządzanie nimi będzie tam zbyt skomplikowane i kosztowne. Z kolei prostym rozwiązaniom Wi-Fi stworzonym z myślą o MŚP brakuje wszechstronnych zabezpieczeń. A staje się ono kluczowe wobec rosnącej liczby cybernetycznych zagrożeń.

Sieci Wi-Fi oparte na produktach Fortinet rozwiązują wspomniane problemy. Portfolio rozwiązań bezprzewodowych tego producenta zaspokaja potrzeby różnych segmentów rynku, bez kompromisów w zakresie kompleksowych zabezpieczeń i bez względu na to, który model wdrożenia zostanie wybrany. Nieważne, czy zdecydujemy się na zarządzanie bazujące na kontrolerze wbudowanym w platformę NGFW FortiGate, czy też postawimy na zarządzanie w chmurze FortiCloud, otrzymamy zaawansowane funkcje zapór następnej generacji oraz bezpieczny dostęp do sieci przedsiębiorstwa. Rozwiązania Fortinet oferują przy tym kluczowe funkcje, jakich oczekuje się obecnie od sieci Wi-Fi – dostęp gościnny z wykorzystaniem strony powitalnej (captive portal) czy możliwość korzystania z urządzeń prywatnych do celów służbowych. A trzeba zauważyć, że model BYOD (Bring Your Own Device) stosowany jest w coraz szerszym zakresie i do sieci przedsiębiorstw z praktycznie wszystkich branż są podłączane już nie tylko laptopy, smartfony i tablety, ale także inne urządzenia związane z upowszechnianiem się Internetu rzeczy.

W odróżnieniu od tradycyjnych rozwiązań bezprzewodowych, które skupiają się przede wszystkim na zapewnieniu możliwości podłączania do sieci, produkty Fortinet dodatkowo zapewniają w warstwie podstawowej zaawansowane zabezpieczenia sieciowe. Oferta Fortinet pozwala przedsiębiorstwu na wybór takiej topologii i sposobu zarządzania, które będą dla niego najbardziej odpowiednie, bez konieczności rezygnowania z zaawansowanych zabezpieczeń. Do ochrony komunikacji biznesowej, danych osobowych, transakcji finansowych i urządzeń przenośnych nie wystarczą zabezpieczenia kontroli dostępu do sieci. Potrzebne są bowiem mechanizmy skanowania antywirusowego, blokowania dostępu do złośliwych witryn internetowych, weryfikacji integracji punktów końcowych oraz nadzoru korzystania z aplikacji. Typowa infrastruktura bezprzewodowa nie oferuje jednak takich mechanizmów. Dzięki swojemu podejściu do Wi-Fi Fortinet zyskuje przewagę nad konkurencją, zapewniając przedsiębiorstwom z dowolnych branż bardzo elastyczną platformę ochrony całej sieci przed cyberatakami.



Duża elastyczność w budowaniu sieci bezprzewodowej ma tak duże znaczenie, bo pozwala na łączenie i dopasowywanie modeli wdrażania do różnych zastosowań, lokalizacji i zasobów informatycznych. Niezależnie od tego, czy przedsiębiorstwo zdecyduje się na rozwiązanie, w którym zarządzanie oparte będzie na kontrolerze, czy też postawi na infrastrukturę bezprzewodową działającą bez kontrolera i zarządzaną w chmurze albo lokalnie, wdrożenie zawsze powinno być dobrane do struktury firmowej sieci i organizacji, a przy tym zabezpieczać przed zagrożeniami. Konieczne jest uproszczenie wdrażania sieci, aplikacji i urządzeń korporacyjnych oraz zarządzania nimi. Nawet jeśli administratorzy infrastruktury informatycznej dysponują szerokim wachlarzem środków zabezpieczających, to nie mogą mieć pewności co do ich prawidłowej konfiguracji. Kontrola implementacji sieci i jej zabezpieczeń musi być więc zapewniona za pomocą jednej konsoli. Duże znaczenie ma użycie jednego, spójnego interfejsu użytkownika, dającego dostęp do sieci przewodowej i bezprzewodowej oraz umożliwiającego całościową konfigurację, monitorowanie i zarządzanie. W efekcie wyboru zintegrowanej i kompleksowej ochrony przedsiębiorstwo zyskuje bezpieczne, skalowalne i efektywne kosztowo rozwiązanie.

Bezpieczne administrowanie nieruchomościami dzięki nowoczesnej sieci IT

Nawet dobrze działający system zabezpieczeń IT musi być regularnie modernizowany. Nie tylko ze względu na rozwój firmy, ale też z uwagi na coraz bardziej powszechne zagrożenia. AMW TBS „KWATERA", spółka działająca na rynku nieruchomości, unowocześniła swoją sieć, wdrażając najnowsze rozwiązania Fortinet, które zapewniają bezpieczny dostęp do Internetu i ochronę infrastruktury IT.

Firma AMW TBS „KWATERA" powstała w 2002 r. i ma wieloletnie doświadczenie w administrowaniu nieruchomościami mieszkaniowymi. Obecnie zarządza zasobami o łącznej powierzchni ponad 700 tys. mkw., w tym mieszkaniami służbowymi oraz na wynajem (blisko 4 tys. lokali). Ponadto kompleksowo obsługuje wspólnoty mieszkaniowe, internaty, nieruchomości niezabudowane, lokale usługowe, garaże, inwestycje i remonty oraz oferuje usługi dodatkowe. Siedziba spółki znajduje się w Warszawie, firma ma też 10 oddziałów terenowych.

Najważniejszą kwestią przy tak dużej skali działania spółki jest dysponowanie dobrze funkcjonującą i bezpieczną infrastrukturą teleinformatyczną. Nowe rozwiązanie musiało zapewnić dostęp do sieci wszystkim pracownikom, z których większość wykonuje swoje obowiązki poza główną siedzibą firmy. Wymagania spółki dotyczyły również sprawnego, zdalnego zarządzania zasobami lokalowymi, jakie ma do dyspozycji AMW TBS „KWATERA". Ważną potrzebą spółki było także zapewnienie ciągłej, niczym nie zakłócanej współpracy między oddziałami.

– *Główną przyczyną wyboru FortiGate było zapewnienie podniesienia poziomu bezpieczeństwa sieci dla całej firmy dzięki zastosowaniu web filteringu i ochrony stron internetowych. Drugą ważną kwestią było umożliwienie dostępu do sieci wszystkim pracownikom spółki* – mówi Przemysław Wójcik, kierownik Działu Informatyki AMW TBS „KWATERA".

Zastosowane rozwiązanie

Prace wdrożeniowe polegały na wymianie UTM-ów FortiGate-200B na dwa urządzenia FortiGate-200E w klastrze. Stanowią one główny styk z Internetem dla całej firmy. FortiGate-200E to wielofunkcyjna zapora sieciowa, która umożliwia stosowanie narzędzi służących do blokowania włamań IPS, obsługuje serwer VPN i filtr antyspamowy. Przepustowość firewalla wynosi 20 Gb/s, a IPS – 1,8 Gb/s.

UTM może obsłużyć do 2 mln sesji oraz do 600 użytkowników zarejestrowanych w aplikacji FortiClient. Rozwiązanie zapewnia zdalny dostęp do zasobów sieciowych firmy przez łącze VPN. Jest to niezwykle ważne w przypadku AMW TBS „KWATERA", która zarządza lokalami znajdującymi się w 90 różnych miejscach w całym kraju.

Poza UTM-em zlokalizowanym w centrum kolokacji wdrożenie obejmowało również instalację w siedzibie spółki dziewięciu access pointów FortiAP 223C. Urządzenia umożliwiły utworzenie kilku sieci bezprzewodowych, które zapewniają dostęp do Internetu pracownikom firmy. Wyodrębniono też sieć dla gości, wykorzystującą funkcję captive portal.

Zarządzanie wszystkimi sieciami w spółce odbywa się za pośrednictwem FG-200E. System FortiGuard zastosowany w urządzeniu zapewnia kontrolę dostępu, która uniemożliwia nieautoryzowanym użytkownikom połączenie się z siecią i zapobiega atakom dzięki monitoringowi ruchu. Informuje także zespół IT o istnieniu nieznanych dotychczas zagrożeń. Firma stosuje również FortiAnalyzer, narzędzie, które zapewnia pełną skalowalność i przejrzystość ruchu internetowego. Dzięki niemu administrator może obserwować działania użytkownika poza siecią wewnętrzną firmy oraz wykrywać próby nieautoryzowanego przedostania się do tej sieci.

Przebieg wdrożenia

Głównym czynnikiem, na którym zależało AMW TBS „KWATERA", było zachowanie ciągłości działania. Dlatego prace były wykonywane poza godzinami funkcjonowania biura.

– *Wdrożenie przebiegło bez problemu i trwało kilka dni. Dzięki nowym urządzeniom FortiGate znacznie zmniejszyła się liczba ataków DDoS i Zero-Day* – podkreśla Przemysław Wójcik.

Wdrożenie przeprowadzili specjaliści Virtual Technologies IT, natomiast za doradztwo w zakresie doboru rozwiązań odpowiadał Veracomp. AMW TBS „KWATERA" korzystała już wcześniej z rozwiązań Fortinet, co było istotnym ułatwieniem ze względu na kompatybilność wszystkich systemów tego producenta. Dodatkową zaletą był brak konieczności zapoznawania działu IT z wprowadzanymi systemami.

– *AMW TBS „KWATERA" to nasz długoletni klient. Wdrożenie polegało głównie na wymianie urządzeń na należące do najnowszej serii, a także na ich konfiguracji, która była bardzo charakterystyczna, ponieważ bazowała na usługach wykorzystujących protokół Border Gateway. Równolegle z instalacją nowego klastra stworzono sieć radiową wyposażoną w punkty dostępowe FortiAP* – mówi Michał Bebiołka, prezes zarządu Virtual Technologies IT.

Fakt, że AMW TBS „KWATERA" zdecydowała się na dalsze korzystanie z rozwiązań Fortinet, przy jednoczesnym unowocześnieniu stosowanego sprzętu, wpłynął na utrzymanie wysokiego poziomu bezpieczeństwa infrastruktury teleinformatycznej tego klienta. Tym samym jego specjaliści potwierdzili swoje zaufanie do jakości produktów Fortinet, ale także zwrócili uwagę na konieczność ciągłej modernizacji infrastruktury – aby zabezpieczenia były adekwatne do coraz szybciej powstających nowych zagrożeń.

Zastosowane urządzenia FortiGate-200E to modele wyposażone w najnowszą generację procesorów. Połączenie wydajności, gęstości portów i skonsolidowanych funkcji zabezpieczających sprawia, że są właściwym rozwiązaniem dla średniej wielkości przedsiębiorstw.

– *Urządzenia te zapewniają kontrolę ruchu sieciowego, a wbudowany kontroler sieci bezprzewodowej zdecydowanie upraszcza zarządzanie i utrzymuje przejrzystość bezprzewodowej części sieci. Natomiast wykorzystane w spółce dwuzakresowe punkty dostępowe 802.11ac FortiAP-223C wyglądem przypominają detektory dymu, dlatego sprawdzą się wszędzie tam, gdzie potrzebne są dyskretne instalacje Wi-Fi* – podsumowuje Joanna Tabasz, Product Manager Fortinet w Veracompie.

Korzyści z wdrożenia

- Podniesienie poziomu bezpieczeństwa sieci
- Zmniejszenie liczby ataków DDoS i Zero-Day
- Wprowadzenie web filteringu oraz ochrony stron internetowych
- Monitoring całego ruchu sieciowego za pomocą FortiCloud, co ułatwi przygotowywanie raportów i diagnozowanie zagrożeń firmowemu zespołowi IT

Przemysław Wójcik
kierownik Działu Informatyki AMW TBS „Kwatera"

Michał Bebiołka
prezes zarządu Virtual Technologies IT

Joanna Tabasz
Product Manager Fortinet w Veracompie

ARTYKUŁ POWSTAŁ WE WSPÓŁPRACY Z FIRMĄ VERACOMP.

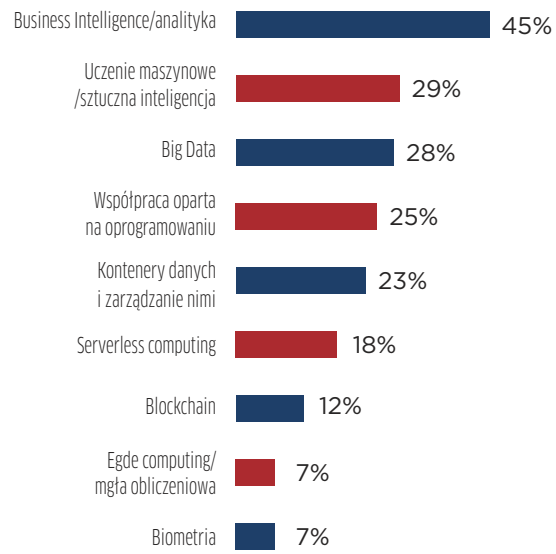
Usługowe IT priorytetem

Przedsiębiorstwa zamierzają korzystać przede wszystkim z rozwiązań oferowanych w modelu usługowym przez zewnętrznych dostawców. Będą również szukać nowych sposobów spożytkowania danych – wynika z globalnego badania 451 Research, w którym wzięło udział ponad tysiąc specjalistów IT w firmach.

Sześćdziesiąt procent respondentów twierdzi, że do końca 2019 r. większość zasobów informatycznych ich przedsiębiorstw będzie znajdowała się poza firmowymi centrami danych. W związku z tym największy przewidywany wzrost wydatków w 2018 r. dotyczy rozwiązań IT dostarczanych „jako usługa", kosztem modelu on-premise. Przedsiębiorcy planują kooperować głównie z zewnętrznymi dostawcami usług chmurowych – tym samym stają się oni ich strategicznymi partnerami.

Specjaliści IT pytani o najważniejsze priorytety ich firm w 2018 r. wymieniali przede wszystkim rozwiązania dotyczące danych. Najwięcej (45 proc.) wskazało na BI oraz analitykę. Znacznie powinno wzrosnąć też zainteresowanie blockchainem – 12 proc. pytanych uznało go za priorytet w br., podczas gdy obecnie popularność tego rozwiązania jest wciąż bardzo słaba.

Priorytety IT w przedsiębiorstwach w 2018 r.



Źródło: 451 Research

Polskie firmy bez fachowców od cyberochrony

Aż 61 proc. polskich firm nie korzysta z usług specjalistów od bezpieczeństwa, mimo że ponad połowa (54,5 proc.) doświadczyła cyberataku – wynika z badania Vecto. Co ciekawe, przedsiębiorcy marnie się chronią, zdając sobie sprawę z ryzyka. Tylko 33,6 proc. uważa, że poziom zabezpieczeń w ich firmach jest prawidłowy, a ponad 83 proc. przyznało, że atak na ich system informatyczny może wpłynąć na funkcjonowanie przedsiębiorstwa.

Największą obawę wzbudza osłabienie wizerunku firmy wskutek naruszenia bezpieczeństwa (4,2 pkt w 5-punktowej skali), a nieco mniejszą ewentualne straty finansowe (4,1 pkt). Takie podejście nie dziwi, bo nadszarpnięcie wizerunku może doprowadzić do bardziej dotkliwych konsekwencji niż bezpośredni, zwłaszcza niewielki, uszczerbek finansowy. Kolejne miejsce na liście obaw zajęła utrata klientów (3,9 pkt). Pytano prawie 430 firm, głównie średnich i dużych.

Źródło: Vecto

Biznes polubi VR

Mimo że wykorzystanie wirtualnej rzeczywistości przez konsumentów poza grami jest niepewne, szybko zwiększa się liczba jej zastosowań biznesowych – informują analitycy Canalys. Największe rynki wertykalne, na których będą używane rozwiązania VR, to zdaniem firmy badawczej marketing i handel detaliczny, edukacja i szkolenia, turystyka oraz usługi związane z rozrywką.

Canalys przewiduje, że najwięksi producenci zaczną wprowadzać do oferty urządzenia przeznaczone dla różnych segmentów rynku. W efekcie będzie szybko rosła sprzedaż samodzielnych zestawów do wirtualnej rzeczywistości, tzn. z goglami wyposażonymi w ekran, niepotrzebującymi do działania smartfona ani podłączenia kablem do komputera. Prognozowane roczne tempo wzrostu w ich przypadku ma wynosić średnio 140 proc. w ciągu najbliższych czterech lat. Oznacza to, że sprzedaż globalna zwiększy się z 1,5 mln szt. w 2018 r. do 9,7 mln szt. w 2021 r. Gdy uwzględni się modele niesamodzielne, klienci kupią jeszcze więcej urządzeń VR (w 2018 r. – w sumie 7,6 mln szt.).

Źródło: Canalys

TECH TRENDY biznes

PLEBISCYT NA NAJLEPSZYCH MENEDŻERÓW I FIRMY

Resellerzy i integratorzy – prenumeratorzy CRN Polska – już po raz 19. wskażą osoby oraz firmy, które miały największy wpływ na rozwój polskiego rynku IT bądź wyróżniły się szczególnymi osiągnięciami. Nagrody będą przyznawane za działania prowadzone w 2017 roku. Pełną listę kategorii publikujemy na kolejnych dwóch stronach.

Tradycyjnie już decyzja o tym, kto odbierze nagrody, zapadnie w dwóch etapach. W pierwszym nasi Czytelnicy zgłaszają nominacje – każdy może zgłosić ich dowolną liczbę.

W kolejnym kroku – po weryfikacji zgłoszonych osób i firm pod kątem ich rzeczywistych osiągnięć – można będzie zagłosować na wybranych kandydatów. Na tym etapie będzie wolno oddać tylko jeden głos w każdej kategorii.

Formularz do zgłaszania kandydatur znajduje się pod adresem: **www.crn.pl/plebiscyt**. Termin nadsyłania nominacji upływa 14 marca 2018 r.

NOMINACJE
DO NAGRÓD CRN POLSKA

Czekamy na Wasze propozycje w kategoriach:

Postać Rynku IT

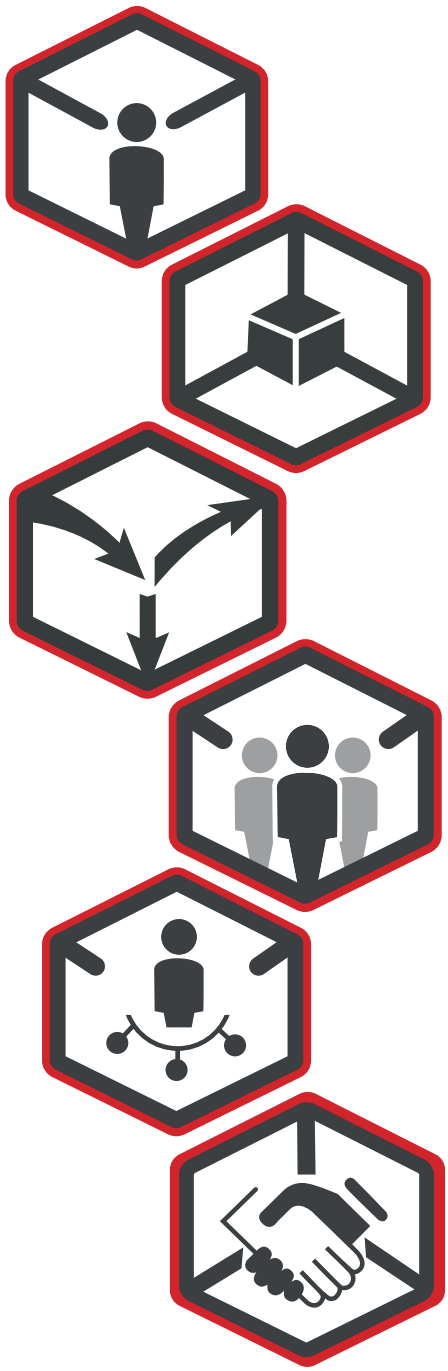
Dla osoby, która w 2017 r. kreowała nowe trendy, osiągnęła sukces w swoim segmencie rynku, skutecznie lobbowała na rzecz branży lub w inny sposób wyróżniła się na konkurencyjnym polskim rynku IT.

Dystrybutor Roku

Dla dostawcy, który zapewniał partnerom najlepsze ceny i dostępność, świetną logistykę i warunki płatności, stabilny zespół zaangażowanych handlowców oraz szybką reakcję działu sprzedaży w razie jakichkolwiek problemów przed, w trakcie i po transakcji.

Dyrektor sprzedaży u dystrybutora

Dla osoby odpowiedzialnej za politykę sprzedaży w firmie dystrybucyjnej o profilu broadline'owym lub VAD.



Producent Roku

Dla firmy, która podjęła najwięcej korzystnych decyzji z punktu widzenia kanału partnerskiego, rozwijała swoją ofertę zgodnie z oczekiwaniami i potrzebami partnerów oraz klientów, wyznaczała kierunki rozwoju rynku lub pozytywnie wyróżniła się pod względem wyników sprzedaży.

Szef kanału partnerskiego u producenta

Dla menedżera, który nie tylko wsłuchuje się w potrzeby partnerów, ale też potrafi umiejętnie pogodzić interesy producenta z wymaganiami resellerów i integratorów, a ponadto jest aktywny, jeśli chodzi o pozyskiwanie nowych partnerów, z którymi potem stara się utrzymywać możliwie bliskie relacje zawodowe.

Handlowiec Roku

Dla osoby, która po partnersku traktuje wszystkich resellerów i integratorów, charakteryzuje się zaangażowaniem, wiedzą, znajomością oferty i elastycznością w działaniu.

NOMINACJE
DO NAGRÓD VADEMECUM VAR-ÓW I INTEGRATORÓW

Dystrybutor specjalizowany

Dla firmy, która prowadzi dystrybucję w zakresie wąskiej, specjalizowanej grupy produktów kilku, co najwyżej kilkunastu różnych marek i w swoim segmencie rynku zapewnia parterom najwyższej jakości wsparcie przed- i posprzedażne.

Producent rozwiązań bezpieczeństwa infrastruktury IT

Dla firmy, która nieustannie poszukuje kompromisu między efektywnością tworzonych systemów ochronnych i łatwością ich wdrażania przez partnerów oraz obsługi przez klientów.

Dystrybutor z wartością dodaną

Dla dostawcy, który zapewnia partnerom dostęp do szerokiej gamy najnowszych zaawansowanych rozwiązań, równocześnie nieustannie dbając o rozwój oferty oraz edukację partnerów i klientów, jak też świadczone im wsparcie.

Usługa Roku

Dla firmy, która świadczy szeroko rozumiane usługi IT (w chmurze oraz on-premise) zgodnie ze światowymi trendami, ale jednocześnie z poszanowaniem prawa i poufności danych klientów.

Producent rozwiązań IT dla MŚP

Dla producenta sprzętu i oprogramowania dla małych i średnich firm (do 200 stanowisk komputerowych), który wyróżnia się innowacyjnością w projektowaniu dostarczanych rozwiązań, aktywnie współpracuje z kanałem dystrybucyjnym, wspierając partnerów w procesie sprzedażowym i pomagając im w podnoszeniu poziomu obsługi klienta.

Producent systemów zasilania i klimatyzacji

Dla firmy, która tworzy profesjonalne rozwiązania zapewniające ciągłość pracy infrastruktury teleinformatycznej, a jednocześnie dba o edukację klientów i partnerów.

Producent rozwiązań do przechowywania i ochrony danych

Dla dostawcy rozwiązań pamięci masowych (systemy online, archiwizacja) oraz backupu, które wyróżniają się szeroką funkcjonalnością, wysoką niezawodnością oraz łatwością wdrażania.

Od 19 lat nagradzacie najlepszych w branży IT!

Tegorocznych laureatów poznamy w czerwcu br. na uroczystej gali Tech Trendy Biznes 2018!

Fot. Focus Images Tomasz Pisiński

>>>>>>>>>>>>> *Wyraź swoją opinię i wskaż najlepszych!* <<<<<<<<<<<<<

Firmy kupują komputery

Przychody ze sprzedaży PC przeznaczonych dla biznesu na polskim rynku w IV kw. 2017 r. wzrosły o 13,9 proc. wobec analogicznego okresu 2016 r. – wynika z danych Contextu (dane pochodzą od dystrybutorów). W tym samym czasie na rynku konsumenckim (retail, e-tail i firmy telekomunikacyjne) odnotowano spadek zbytu komputerów o 10,4 proc. (ilościowo).

Poprawa okazała się większa niż średnia dla Europy Zachodniej (+6 proc.). Wartość sprzedaży zwiększyła się z powodu rosnących cen urządzeń. Przeciętna stawka (ASP) za biznesowy PC w dystrybucji wyniosła w IV kw. 2017 r. 646 euro (ok. 2,7 tys. zł), tj. o 12 proc. więcej niż rok wcześniej.

Klienci biznesowi zwracają uwagę przede wszystkim na jakość, wydajność i mobilność urządzeń. Potwierdzają to dane o sprzedaży w ujęciu ilościowym – na zachodzie Europy wzrosła głównie w przypadku modeli high-end, np. ultracienkich notebooków (+10 proc.) i mobilnych stacji roboczych (+9 proc.). Tymczasem w całej kategorii biznesowych komputerów odnotowano spadek o 6 proc., biorąc pod uwagę liczbę maszyn zakupioną przez klientów u dystrybutorów. Analitycy przewidują dalszy wzrost popytu na urządzenia z wyższych półek cenowych i większe obroty na rynku biznesowych PC.

ZMIANA PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY BIZNESOWYCH PC W WYBRANYCH KRAJACH

KRAJ	IV kw. 2017 r. (w por. z IV kw. 2016 r.)
Francja	5,1%
Hiszpania	4,9%
Holandia	9,1%
Niemcy	9,8%
Polska	**13,9%**
Szwajcaria	7,6%
Szwecja	-4,8%
Wielka Brytania	13,2%
Włochy	-2,2%

Źródło: Context

Skromnie z Big Data

Tylko 14,7 proc. polskich przedsiębiorstw z dostępem do Internetu korzysta z przetwarzania wielkich zbiorów danych, a trochę ponad 18 proc. spotkało się z pojęciem Big Data – podaje Urząd Komunikacji Elektronicznej. Większość w celu gromadzenia i obróbki informacji używa własnej infrastruktury (10,9 proc.). Niewiele decyduje się na zewnętrznych partnerów (3,8 proc.).

Co istotne, zdaniem polskich użytkowników usług Big Data to w zasadzie inwestycja bez ryzyka – tylko 1,4 proc. z nich dostrzega związane z nimi zagrożenia. Korzyści widzi natomiast prawie połowa firm (blisko 46 proc.). Za największą uznają wzrost satysfakcji klientów końcowych i zrozumienie ich potrzeb. Koszty nie są najistotniejsze.

Korzyści związane z usługami Big Data dla firm

Źródło: UKE

Fot. AdobeStock

Centra danych sięgają po integratorów

Krajowi operatorzy centrów danych szukają bezpiecznego miejsca na rynku, na którym coraz odważniej zaczynają sobie poczynać globalni dostawcy chmury obliczeniowej. Chcą, by w rywalizacji z gigantami pomogli im integratorzy.

Tomasz Janoś

Gdy coraz większego znaczenia nabiera model usługowy, także integratorzy powinni bliżej przyjrzeć się możliwościom współpracy z komercyjnymi data center. Choć sprzedaż sprzętowej infrastruktury na świecie nie maleje, a nawet nieznacznie rośnie, to wzrost nie dotyczy dostaw do korporacyjnych centrów danych, ale właśnie do komercyjnych. Sprzętu w firmach będzie coraz mniej, co wykazują badania i prognozy. Według IDC tradycyjne centra danych odpowiadają za 62 proc. inwestycji w infrastrukturę IT, 23 proc. dotyczy chmury publicznej, a wartość sprzedaży związanej z chmurą prywatną stanowi 15 proc.

Jednak w ciągu zaledwie dwóch najbliższych lat te proporcje mają się wyraźnie zmienić – w 2020 r. do tradycyjnych data center trafiać będzie 50 proc. sprzętu, do chmury publicznej blisko jedna trzecia, a prywatna chmura przyjmie 20 proc. infrastruktury. Mówiąc wprost: firmowe centra danych tracą na znaczeniu, a coraz ważniejsze stają się zewnętrzne, chmurowe.

Zgodnie z tym trendem rośnie wartość krajowego rynku komercyjnych centrów danych. Krakowska firma badawcza PMR wciąż odnotowuje na nim dwucyfrowe tempo wzrostu (13 proc. w 2017, przy wartości 1,3 mld zł) i zakłada, że w latach 2018–2019 możemy się spodziewać kolejnej fali ukończonych inwestycji.

Dostawcy potrzebują partnerów

Operatorzy data center zwracają uwagę, że cyfrowa transformacja będzie przyspieszać i jeśli kiedyś to IaaS był wiodącym tematem rozmów z klientami i najłatwiej było sprzedać tego rodzaju usługę, aktualnie sytuacja się zmienia. Choć infrastruktura nadal jest niezbędna, bo nie przestała być podstawą biznesu, klienci coraz bardziej potrzebują zaawansowanych usług. Pragną mniej lub bardziej kompletnego rozwiązania i integratora, który im je dostarczy, a więc Solution Providera. W efekcie to partnerzy operatorów mogą budować i sprzedawać usługi, wykorzystując infrastrukturę komercyjnych centrów danych.

Jak twierdzi Łukasz Ozimek, dyrektor operacyjny Exea Data Center, dla nowoczesnego centrum danych współpraca z partnerami zewnętrznymi to naturalny proces. Operator zarządzający ośrodkiem typu multi-tenant (z infrastrukturą gotową do obsługi wielu podmiotów) dysponuje rozwiązaniami na różnych poziomach usługowych – od prostej kolokacji serwerów przez Disaster Recovery, IaaS po rozwiązania SaaS.

– *Wyższa warstwa usługowa związana jest zazwyczaj z ich developmentem, integracją oraz utrzymaniem i to jest przestrzeń, którą zagospodarowujemy wspólnie z partnerami* – wyjaśnia przedstawiciel toruńskiego dostawcy.

3S Data Center – śląski operator zarządzający klastrem centrum danych – twierdzi, że świadczy usługi dla wielu firm informatycznych: począwszy od integratorów przez dostawców usług SaaS po producentów oprogramowania. W ich wypadku 3S koncentruje się na dostarczaniu infrastruktury w modelu usługowym i pomocy w stworzeniu finalnego rozwiązania dla klienta końcowego.

– *Traktujemy naszych klientów w bardzo indywidualny sposób. Każdy z nich ma odmienne oczekiwania dotyczące finalnego kształtu dostarczanej przez nas usługi, która powinna pasować do prowadzonej przez niego działalności. W efekcie pracy naszego zespołu powstaje rozwiązanie, które staje się fundamentem, na którym partner może świadczyć własne usługi* – tłumaczy Tomasz Doligalski, dyrektor działu usług IT w 3S Data Center.

Operatorzy centrów danych podkreślają, że warto skupić się na swoim podstawowym biznesie, bo próbując oferować zbyt wiele rzeczy, można stracić z oczu cel, jakim jest dostarczanie usług najwyższej jakości.

– *Co prawda, dostawcy tacy jak Beyond.pl są w stanie rozwijać sami także PaaS czy SaaS, czyli wyższe warstwy usługowe, ale chętnie korzystają z kompetencji zewnętrznych specjalistów w tym obszarze* – przyznaje Tomasz Sobol, CMO w Beyond.pl.

Dlatego, gdy obserwuje się trendy na globalnym i polskim rynku, nietrudno zauważyć, że wokół operatorów data center pojawiają się mniejsze biznesy integratorów, którzy tworzą wspólną z dostawcami ofertę dla klienta końcowego. Najczęściej są to firmy dostarczające usługi w modelu SaaS i aplikacje e-commerce, bazodanowe, różnego rodzaju systemy BI, CRM czy ERP itp. Do SaaS można zakwalifikować także cały obszar bezpieczeństwa IT i ofertę firm specjalizujących się w zapewnianiu określonych narzędzi ochrony. Nie brakuje też takich partnerów, którzy – pozostając na poziomie IaaS – zarządzają infrastrukturą klienta w komercyjnym centrum danych, bo ten nie posiada potrzebnych do tego kompetencji.

Operatorzy data center szukają na rynku każdej okazji do współpracy, więc partnerstwo z nimi może także polegać na świadczeniu usług konsultingowych. Sprzedawana jest wtedy wiedza dotycząca tego, jak klient może wykorzystać infrastrukturę dostawcy do rozmaitych celów.

Jak stworzyć symbiozę

Współpraca musi bazować na wzajemnym zaufaniu, bo gdy klienta zdobywa integrator, to ręczy za dostawcę infrastruktury. Działa to i w drugą stronę: gdy klient zgłasza się do operatora DC, to polecany integrator musi zapewniać odpowiednią jakość usług. Tomasz Sobol zwraca przy tym uwagę, że kooperacja jest długofalowa i początkujący partner musi liczyć się z tym, że przez pewien czas będzie musiał pracować nad swoją renomą i rozpoznawalnością na rynku.

– *Świetnie, jeśli uda się uzyskać zwrot z inwestycji w rok. Ale najczęściej trzeba poczekać dłużej i dać sobie czas na dopracowanie produktu* – tłumaczy przedstawiciel poznańskiego operatora.

Poza tym, jak to wciąż często bywa z modelem usługowym, oferta w momencie pojawienia się na rynku może nie spotkać się z odpowiednim zrozumieniem ze strony klientów. Dostawcy przekonują, że partnerzy nie powinni wtedy rezygnować, bo konieczna jest cierpliwość i edukowanie potencjalnych użytkowników.

W opinii Adama Dzielnickiego, kierownika produktu w Atmanie, jeśli integratorowi zależy na komforcie, na pewno powinien zwrócić uwagę na to, czy ›

Zdaniem integratora

Robert Stiller, Associated Partner, Hicron

Wspieramy naszych klientów w zwiększeniu efektywności biznesowej ich przedsiębiorstw poprzez wdrożenia najnowszych rozwiązań systemowych z portfolio produktów SAP, a szczególnie SAP S/4HANA. Po dokonaniu szczegółowej analizy kosztów, bezpieczeństwa i możliwości skalowania platformy IT oraz oprogramowania SAP, które musi być dopasowane do rosnących potrzeb klientów, wybór najczęściej pada na outsourcing sprzętu i mocy obliczeniowej u operatora centrum danych. Outsourcing jest gwarancją większego bezpieczeństwa danych i stabilności dostępu do nich w porównaniu z modelem korzystania z zasobów własnych. Umowy, jakie podpisaliśmy z operatorem, gwarantują nam praktycznie 100-procentową dostępność infrastruktury sprzętowej. Ważne dla naszych klientów są też: stały dostęp do najnowszych technologii informatycznych, pomoc w wyborze rozwiązania najlepiej spełniającego oczekiwania biznesowe (także te przyszłe), jak również optymalnego pod względem kosztów i skalowalności. Wybraliśmy współpracę z polskim operatorem data center, bo lepiej rozumie potrzeby lokalnych przedsiębiorstw niż międzynarodowi dostawcy. Fizyczna lokalizacja operatora w Polsce daje naszym klientom także większą pewność co do bezpieczeństwa składowanych danych.

operator oprócz świadczenia usług podstawowych, np. kolokacji, może zaoferować usługi warstw wyższych, w tym serwery dedykowane lub chmurę. Jego zdaniem dzięki temu unika się także dodatkowych kosztów wynikających z konieczności rozbudowy warstwy sieciowej łączącej odległe od siebie komponenty.

– *Z drugiej strony niezależność geograficzna węzłów to także duża wartość w poważnych projektach integracyjnych* – zaznacza Adam Dzielnicki.

Przy budowaniu wspólnej, silnej oferty współpraca musi polegać na obustronnych korzyściach. Co oznacza także to, że integrator nie powinien spodziewać się umowy na wyłączność. W efekcie, jak wyjaśnia Tomasz Sobol, firma IT dostarczająca np. oprogramowanie i chcąca je integrować, wdrażać i oferować usługi przy wykorzystaniu infrastruktury operatora nie może oczekiwać, że nie będzie on współpracować z innymi partnerami, którzy proponują podobne rozwiązania.

– *Na rynku data center nikt tego nie robi, bo to ograniczałoby biznes. Nie na tym powinna polegać współpraca* – zaznacza przedstawiciel poznańskiego operatora.

Jak odróżnić się od globalnej chmury

Traktując wciąż kolokację jako ważną, a nierzadko podstawową część swojej oferty, polscy operatorzy stawiają na usługi chmurowe, które są w stanie pomnażać ich zyski. Decyduje o tym natura chmury, czyli możliwość udostępnienia zasobów w modelu współużytkowania. Mówiąc wprost, w przeliczeniu na metry kwadratowe uzyskują znacznie lepsze wskaźniki wykorzystania swojej powierzchni w przypadku zwirtualizowanych w trybie multi-tenant szaf serwerowych niż w klasycznej usłudze kolokacji. Tym samym mogą zarobić więcej, sprzedając tę samą infrastrukturę wielu klientom.

Zachwalają przy tym swój cloud computing tak, jak czynią to globalni dostawcy – jako zapewniający elastyczność nieosiągalną w przypadku infrastruktury dedykowanej. Klient nie musi czekać na wdrożenie fizycznych maszyn, tylko w krótkim czasie zwiększa (albo zmniejsza) zasoby do poziomu zgodnego z aktualnymi potrzebami. Chmura ma go więc chronić przed sytuacją, w której nagły i znaczny wzrost zapotrzebowania na zasoby mógłby zwiększać ryzyko braku ich dostępności. Ma być też atrakcyjniej-

Tomasz Doligalski, dyrektor działu usług IT, 3S Data Center

Adam Dzielnicki, kierownik produktu, Atman

Tomasz Sobol, CMO, Beyond.pl

Łukasz Ozimek, dyrektor operacyjny, Exea Data Center

W opinii branży

TOMASZ DOLIGALSKI Partnerzy wybierający operatora centrum danych, oprócz oceny możliwości infrastrukturalnych dostawcy usług, dużą wagę przykładają do zakresu jego kompetencji z obszaru IT. Najczęściej oczekują wsparcia w obszarze sieciowym, wirtualizacji, tworzenia środowisk o wysokiej dostępności i zapasowego centrum danych w innym obiekcie. Potrzebują wsparcia, ponieważ z uwagi na charakter swojej działalności najczęściej nie zatrudniają inżynierów specjalizujących się w projektowaniu i utrzymaniu infrastruktury. Zakup samej infrastruktury z reguły nie wystarczy partnerowi do stworzenia czegoś, co umożliwi świadczenie usług.

ADAM DZIELNICKI Można zauważyć pewne różnice w podejściu partnerów i klientów końcowych do oferty operatora. Ci pierwsi przywiązują bardzo dużą wagę do standaryzacji otrzymywanego produktu lub usługi oraz elastycznego modelu rozliczeń. Widać to zwłaszcza wtedy, gdy spojrzymy na wymagania dotyczące SLA. Jest to zrozumiałe, bo jakość i stabilność produktu dostarczanego przez operatora centrum danych stanowi bazę dla dalszej pracy integratora i ma ogromny wpływ na jakość dostarczanego przez niego ostatecznego rozwiązania. Z kolei przejrzysty model finansowania jest niezbędny do budowy skalowalnego, a zarazem dochodowego produktu czy usługi.

TOMASZ SOBOL Samo nawiązywanie współpracy z integratorem jest procesem złożonym. Relacja nie tworzy się automatycznie po deklaracji integratora, że chce sprzedawać swoje usługi, uzupełniając je o wartość dodaną do naszej infrastruktury. Działamy bowiem w przestrzeni biznesowej i musimy znaleźć punkty styczne, które pozwolą uzyskać obustronną korzyść i zarobić obu stronom. Sumują się wtedy wartości dostarczane przez nas i te, które wnosi integrator.

ŁUKASZ OZIMEK Możliwość dostępu do centrum danych w modelu usługowym stworzyła szereg szans rozwojowych dla integratorów. Zaawansowana infrastruktura technologiczna, wysoki poziom bezpieczeństwa, a także skalowalność dostępnych usług pozwalają partnerom współpracującym z ośrodkami data center wejść na wyższy poziom biznesu, a także realizować nieosiągalne do tej pory projekty. Staje się to możliwe m.in. dzięki zasadniczemu ograniczeniu kosztów, ponoszonych zazwyczaj na zakup i utrzymanie infrastruktury. Rozliczanie odbywa się w modelu usługowym, za faktycznie zużyte zasoby, co umożliwia znaczącą optymalizację wydatków i przede wszystkim zachowanie ich przewidywalności.

szym modelem pod względem kosztów infrastruktury.

Zarówno w oczach klientów, jak i partnerów renoma operatora centrum danych zależy przede wszystkim od poziomu niezawodności, jaki jest w stanie zapewnić jego infrastruktura. Są dostawcy, którzy w tym obszarze mogą pochwalić się międzynarodowymi certyfikatami. Lokalizacja w tym czy innym mieście lub jego pobliżu ma znaczenie przy wyborze dostawcy usług kolokacyjnych. Mniejszą wagę ma natomiast w przypadku usług chmurowych. Wciąż jednak przy porównywaniu się z globalnymi dostawcami chmury publicznej polscy operatorzy podkreślają, jak ważnym argumentem sprzedażowym jest usytuowanie data center w granicach naszego państwa.

Lokalizacja w kraju ma zdaniem dostawców duże znaczenie dla polskich klientów i jest mocnym argumentem sprzedażowym. Decydować o tym mają z jednej strony względy techniczne – wielu klientów, zwłaszcza tych z firm wielooddziałowych, ma bowiem duże wymagania co do poziomu opóźnień w przesyle danych (wszyscy krajowi dostawcy zwracają uwagę na korzyści z zapewnianego przez nich dostępu do szybkich i niezawodnych łączy telekomunikacyjnych). Z drugiej strony użytkownicy często chcą wiedzieć, gdzie fizycznie są ich dane. Dlatego zawsze będzie zapotrzebowanie na usługi świadczone przez podmiot zewnętrzny, ale lokalnie. Pod tym względem polski rynek jest wyjątkowo konserwatywny.

– *Większe projekty zawsze zaczynają się albo kończą wizytą referencyjną w centrum danych i jesteśmy w stanie pokazać klientowi, gdzie będą zlokalizowane jego serwery. Klient wie, gdzie znajdują się jego dane, i w razie konieczności możemy zapewnić mu do nich fizyczny dostęp* – tłumaczy Tomasz Doligalski.

Rozmówcy CRN Polska przekonują, że jeśli nawet AWS czy Microsoft Azure mogą udostępniać funkcje niezapewniane przez krajowych dostawców centrów danych, wciąż istnieją obszary, w których to oferta tych ostatnich ma przewagę. Zwracają uwagę chociażby na fizyczną dostępność inżynierów, którzy pomogą w stworzeniu usługi i zapewnią wsparcie techniczne. Twierdzą też, że w praktyce ich usługi ostatecznie okazują się tańsze, na co mają wskazywać wyliczenia własne i klientów.

Hicron:
„Wybraliśmy współpracę z polskim operatorem centrum danych, bo lepiej rozumie potrzeby lokalnych przedsiębiorstw niż międzynarodowi dostawcy".

– *Gdy klient potrzebuje środowiska wirtualizacyjnego dostarczonego w formie usługi IaaS, która musi być zlokalizowana w Polsce, na wydzielonej infrastrukturze sprzętowej, z prywatnym łączem sieciowym do siedziby firmy, możemy mu to zapewnić. I to nas odróżnia od oferty dostawców chmury publicznej* – twierdzi przedstawiciel 3S Data Center.

Zmienić wroga w sprzymierzeńca

Czy jednak polscy operatorzy są w stanie skutecznie konkurować w obszarze chmury z takimi dostawcami jak AWS czy Microsoft? Lokalni dostawcy często podkreślają, że ostatecznie ich celem nie jest rywalizowanie z globalnymi gigantami. W obliczu wielkiego potencjału tych ostatnich wychodzą z założenia, że lepszym rozwiązaniem od bezpośredniej konkurencji jest nawiązanie jakiejś formy współpracy.

Może ona polegać na tym, że dostawca chmury publicznej stanie się ważnym partnerem lokalnego operatora. Tak jest w przypadku Atmana i Aruba Cloud. Jak wyjaśnia Adam Dzielnicki, mimo że włoski dostawca hostingu i chmury obliczeniowej zazwyczaj buduje własne centra danych i w dodatku oferuje usługi podobne do usług Atmana, to zdecydował się na współpracę i umieszczenie swojej infrastruktury w jednym z neutralnych telekomunikacyjnie centrów polskiego operatora.

– *Na pierwszy rzut oka mogłoby się wydawać, że to konflikt interesów, bo Aruba Cloud może być postrzegana jako nasza konkurencja, jednak my widzimy to jako współpracę korzystną dla obu stron, wręcz symbiozę* – przekonuje przedstawiciel Atmana.

Kolejnym, najświeższym przykładem współpracy jest porozumienie Beyond.pl z Microsoftem. W jego wyniku chmura Microsoft Azure będzie dostępna dla klientów z lokalnego centrum danych. Wspólny projekt ma być odpowiedzią na potrzeby polskich firm i instytucji publicznych, które ze względu na wymogi regulacyjne lub branżowe są zobowiązane do realizowania części procesów i przetwarzania związanych z nimi danych w chmurze na terytorium kraju. Dotyczy to m.in. sektora finansów, usług medycznych, jednostek administracji publicznej, obrony i bezpieczeństwa oraz sektora paliwowego. Polski operator zapowiada, że będzie oferował wybrane usługi Azure już w II kw. 2018 r. Wszystkie mają być w pełni kompatybilne z usługami Azure w innych regionach. Klienci będą rozliczani zgodnie z ofertą przygotowaną przez Beyond.pl.

Nie mogąc ignorować faktu, że to publiczny cloud zaczął kreować rynek, polscy operatorzy data center chcą zwrócić uwagę klientów zainteresowanych ofertą Microsoftu albo AWS na korzyści z tworzenia chmury hybrydowej. Tłumaczą, jak wartościowe dla użytkowników będzie połączenie możliwości chmury publicznej z tym, czego ona nie oferuje, a co mogą zapewnić lokalne komercyjne centra danych. Proponują chmury prywatne (z zasobami całkowicie wydzielonymi bądź do jakiegoś stopnia współużytkowanymi) na bazie swojej infrastruktury, które mogą współpracować z chmurą publiczną. Zawierają też umowy z potentatami i zdobywają ich certyfikaty upoważniające do odsprzedaży usług publicznego cloudu oraz obsługi klientów w tym zakresie.

Z jednej strony polscy operatorzy zapewniają więc warunki do tworzenia środowisk hybrydowych i wielochmurowych. Z drugiej potentaci na rynku chmury publicznej zaczynają skłaniać się ku temu, aby nie polegać wyłącznie na własnej infrastrukturze, ale wchodzić w alianse z lokalnymi operatorami centrów danych. To korzystne dla rozwoju całego rynku.

Symbioza chmury i serwerów NAS jest możliwa

„Staramy się uzupełniać usługi chmurowe o funkcje, których im brakuje. Najczęściej jest to możliwość backupu zgromadzonych w chmurze danych do własnego środowiska" – mówi **Derren Lu**, **Chief Technology Officer w Synology**.

CRN Serwery NAS przeznaczone dla odbiorców z rynku MŚP, a także gospodarstw domowych są z nami już od prawie dwóch dekad. Przez ten czas ich funkcjonalność tak się zwiększyła, że momentami brakuje wyobraźni, co może się w nich jeszcze pojawić. W jakim kierunku zamierzacie rozbudowywać te rozwiązania?

Derren Lu Rzeczywiście, na tak szybki rozwój wpłynęła duża konkurencja na tym rynku oraz stale rosnące zainteresowanie i oczekiwania klientów. Ale nadal są pewne obszary, nad którymi trwają zaawansowane prace. Nie możemy zapominać, że u wielu klientów serwer NAS jest jedynym urządzeniem pamięci masowej – przechowują w nim wszystkie cenne firmowe informacje, które trzeba odpowiednio zabezpieczyć oraz zagwarantować szybki i nieprzerwany dostęp do nich. Dlatego cały czas optymalizujemy nasze rozwiązania m.in. pod kątem współpracy z dyskami SSD, jesteśmy też pierwszym dostawcą serwerów NAS dla MŚP, który zaprezentował model typu all-flash.

CRN W dzisiejszych czasach jednak innowacyjność widać głównie w oprogramowaniu i usługach...

Derren Lu Zgadza się, dlatego każde proponowane przez nas rozwiązanie czy nową funkcję analizujemy pod kątem przydatności dla naszych klientów i łatwości obsługi. Zaprezentowaliśmy właśnie menedżera maszyn wirtualnych, który zapewnia możliwość uruchamiania ich bezpośrednio z serwera NAS – jest on dostępny dla wszystkich urządzeń o wystarczającej mocy obliczeniowej i zwiększonej ilości pamięci RAM. Wielu klientów chwali sobie funkcjonalność usług oferowanych w chmurze publicznej i jednocześnie podkreśla, że chcieliby mieć podobne rozwiązanie, ale zainstalowane na sprzęcie w siedzibie firmy, bo np. tego wymaga od nich prawo. Dlatego stworzyliśmy dla nich cały pakiet usług do współpracy w biurze, jak np. Synology Office czy MailPlus. Zapewniamy także dostępne już wcześniej moduły do backupu czy rejestracji obrazu z monitoringu wideo.

CRN Od chmury publicznej jednak nie uda się uciec. Jeżeli klient nie napotka obostrzeń prawnych, wcześniej czy później będzie korzystał z tego typu usług. Czy ta oferta jest w jakiś sposób konkurencyjna wobec rozwiązań Synology?

Derren Lu Nie, wręcz przeciwnie. Staramy się uzupełniać usługi chmurowe o funkcje, których im brakuje. Najczęściej jest to możliwość backupu zgromadzonych w chmurze danych do własnego środowiska. Stworzyliśmy już moduły współpracujące z usługami G Suite i Office 365 oraz planujemy kolejne. A ostatnio zaprezentowaliśmy również dwie własne usługi w chmurze publicznej, które w Europie oferowane są we współpracy z lokalnym operatorem centrum danych. Dzięki usłudze C2 Backup użytkownicy mogą przechowywać w chmurze kopię danych bezpośrednio z serwera NAS. Natomiast usługa C2 Disaster Recovery umożliwia stworzenie w chmurze wirtualnej instancji fizycznego serwera NAS, włącznie z danymi i ustawieniami konfiguracyjnymi. W razie dużej awarii urządzenia lub katastrofy naturalnej w miejscu, gdzie jest ono zainstalowane, administrator może udostępnić użytkownikom tę wirtualną kopię serwera, aby kontynuowali pracę. W obu przypadkach opłata za usługę naliczana jest tylko za wykorzystaną przestrzeń. Co więcej, przechowujemy także archiwalne wersje plików, co zapewnia m.in.

dodatkową ochronę przed skutkami działania ransomware'u, a za zajmowaną przez nie przestrzeń nie pobieramy dodatkowej opłaty.

CRN Synology oraz firmy konkurencyjne zaczynały od małych, kilkudyskowych serwerów NAS, które rosły i rosły... W tej chwili dzięki skalowalności z powodzeniem zaspokajają potrzeby nie tylko średnich firm, ale – przy wybranych projektach – także dużych. Czy rozważacie wprowadzenie dodatkowych funkcji charakterystycznych dla pamięci masowych klasy enterprise, jak kompresja, deduplikacja, archiwizacja online itp.?

Derren Lu Mamy deduplikację, ale tylko dla kopii backupowych – jest przeprowadzana w nocy, gdy kontroler serwera nie jest obciążony bieżącą pracą. Na razie raczej nie wprowadzimy pełnej deduplikacji inline dla wszystkich danych. Z punktu widzenia użytkownika efektywnie tańsze może być zwiększenie pojemności macierzy przez dołożenie kilku lub kilkunastu dysków niż potencjalnie konieczna inwestycja w znacznie szybszy serwer, którego kontroler wytrzymałby obciążenie związane z deduplikacją. Natomiast archiwizacja jest obecna w module monitoringu wideo. W tym procesie analizowany jest kontekst danych, np. umożliwiamy „odchudzenie" zgromadzonych zapisów sprzed lat przez zmniejszenie liczby ramek na sekundę. Można też zadecydować, że zachowane zostaną tylko te obrazy, gdzie występuje ruch. Rozważamy również rozbudowanie naszej chmury C2 o funkcję archiwizacji online, co dla użytkownika będzie bardzo korzystne nie tylko pod względem ekonomicznym, ale także bezpieczeństwa danych.

Zdarza się, że nasze urządzenia konkurują nawet z podstawowymi modelami macierzy oferowanymi przez Dell EMC czy HPE.

CRN Cechą charakterystyczną serwerów z tego segmentu rynku, na którym jesteście obecni, jest to, że dostarczane są bez zainstalowanych dysków. Dlaczego?

Derren Lu Rozważaliśmy sprzedaż serwerów z dyskami, takie próby podejmowali też niektóry nasi konkurenci. Natomiast uważamy, że nasz model biznesowy jest korzystniejszy, głównie z powodów kosztowych. Teoretycznie jako hurtowy odbiorca moglibyśmy wynegocjować lepsze ceny napędów, ale z drugiej strony te dość często spadają. Czasami od momentu wyprodukowania serwera do chwili jego sprzedaży mija nawet pół roku. Wówczas może się okazać, że chociaż kupiliśmy dyski tanio, w chwili sprzedaży całego urządzenia klientowi mogą być one jeszcze tańsze, i to w sprzedaży detalicznej. Mamy klientów enterprise, którzy pytają o dostępność serwerów z dyskami, bo chcą mieć 100 proc. gwarancji kompatybilności. Rozważamy to, ale na razie firmom, które chcą otrzymać gotowe do działania urządzenie, rekomendujemy współpracę z partnerami, którzy mają doświadczenie w doborze napędów i biorą za to odpowiedzialność.

CRN Kwestia doboru dysków ma jeszcze większe znaczenie w przypadku pamięci flash. Tam bowiem nie chodzi już tylko o kompatybilność, ale przede wszystkim zapewnienie oczekiwanej wydajności...

Derren Lu Racja, i dlatego jest większe prawdopodobieństwo, że będziemy dostarczać serwery z dyskami flash. Ale jeszcze nie zdecydowaliśmy się na to. Na razie prowadzimy testy kompatybilności i wydajności ze wszystkimi dostępnymi na rynku dyskami SSD, a listę rekomendowanych publikujemy na stronie internetowej. Nasi klienci korzystają z tych rozwiązań głównie w celu udostępniania obrazów maszyn wirtualnych i znaczna większość z nich przed kupnem prosi o możliwość przetestowania produktu. Kupują tylko wtedy, gdy są zadowoleni z jego wydajności.

CRN Obok wydajności ważne jest też bezpieczeństwo. Synology miało przygodę z ransomware'em już cztery lata temu i dotąd to był chyba jedyny poważny, udany atak na serwery NAS. Chociaż trzeba tu zaznaczyć, że ofiarą padły tylko niezaktualizowane urządzenia. Niemniej, czy podejmujecie jakieś specjalne działania w kontekście zabezpieczenia serwerów i zgromadzonych danych przed cyberatakami?

Derren Lu Tamten atak był dla nas bardzo ważnym doświadczeniem, mimo że rzeczywiście od ponad miesiąca była już dostępna odpowiednia łatka. Wyodrębniliśmy wówczas dział ekspertów zajmujących się bezpieczeństwem. Dzięki temu gwarantujemy, że gdy zostanie wykryta groźna dziura, załatamy ją w ciągu 24 godzin. Rozpoczęliśmy też program bounty dla zaproszonych przez nas hakerów, a następnie w ubiegłym roku rozszerzyliśmy go i udostępniliśmy dla wszystkich, którzy chcą nam udowodnić, że nasze oprogramowanie ma luki w zabezpieczeniach.

CRN Która grupa docelowa klientów jest dla Synology najważniejsza i jak pozycjonujecie się na rynku wobec konkurencji?

Derren Lu Serwery Synology często są postrzegane jako rozwiązanie dla domu, ponieważ na różnego typu forach w kontekście NAS-ów o tej marce mówi się znacznie częściej niż o konkurencji. Ale to nie znaczy, że skupiamy się głównie na tym obszarze rynku, chociaż oczywiście jest on dla nas bardzo ważny. Mamy też bardzo dobry udział w rynku MŚP i on dominuje wśród naszych odbiorców, ale pojawiają się także klienci z segmentu enterprise. Większość z nich oczywiście nie korzysta z rozwiązań Synology jako głównych pamięci masowych, ale jako dodatkowych, uzupełniających, do niektórych projektów. Zdarza się nam konkurować nawet z podstawowymi modelami macierzy oferowanymi przez Dell EMC czy HPE, ale w naszej strategii na razie nie ma planów rozwijania oferty w tym kierunku. Postawiliśmy przed sobą zadanie uważnego słuchania klientów, zaspokajania ich potrzeb i rozwiązywania różnych problemów biznesowych,

Rozmawiał Krzysztof Jakubik

Fot. AdobeStock

Centra danych szukają oszczędności

Właściciele centrów danych systematycznie inwestują w celu ograniczenia kosztów zużycia prądu. Obecnie głównym obszarem zainteresowania są systemy chłodzenia i zasilania, ale odnotowano już pierwsze zastosowania odnawialnych źródeł energii.

Krzysztof Pasławski

Największe na świecie centrum danych zasilane z odnawialnych źródeł energii powstaje za kołem podbiegunowym. Korzystanie wyłącznie z „green data center" deklaruje Google. Swoje ośrodki pobierające prąd w 100 proc. z OZE budują Apple i Facebook. Czy ekologiczny trend na dobre dotrze do Polski? Lokalne firmy przyznają, że obecnie odnawialne źródła energii w centrach danych to rynkowa nisza, jednakże generalnie ograniczenie kosztów zużycia prądu stanowi priorytet, bo to najważniejsza pozycja po stronie wydatków. Jednocześnie trudno oszacować wielkość rynku związanego z oszczędzaniem energii, bo jest to integralna część inwestycji w placówkę przetwarzającą dane. Z reguły im większy ośrodek, tym większą wagę przywiązuje do ograniczenia kosztów prądu, bo wówczas efekt skali jest znaczący i zapewnia szybszy zwrot z inwestycji.

Bardzo ważnym parametrem stosowanym w centrach danych jest służący do oceny energooszczędności współczynnik PUE (Power Usage Effectiveness), a więc iloraz energii dostarczonej do centrum danych oraz wykorzystanej przez znajdujący się w nim sprzęt IT.

– Data center budowane jeszcze 5 lat temu osiągały PUE na poziomie 1,75. Dziś inwestorzy coraz częściej wymagają sprawności na poziomie PUE 1,35, a nowoczesne instalacje umożliwiają uzyskanie PUE wynoszącego nawet 1,05 – wyjaśnia Grzegorz Niziński, Business Development Manager Data Center & Infrastructure, CDCP – Certified Data Center Professional w S4E.

Im niższy wskaźnik, tym mniej prądu potrzeba do schłodzenia serwera. Przykładowo parametr na poziomie niższym

od 1,09 oznacza, że trzeba odebrać mniej niż 10 W ciepła wytwarzanego przez urządzenie pobierające 100 W. Przy idealnym wskaźniku 1,0 koszty chłodzenia są zerowe.

Ośrodki inwestują przede wszystkim w nowoczesne systemy chłodzenia, ponieważ mają one największy wpływ na pobór mocy. Nieefektywne systemy, np. starsze instalacje klimatyzacji, zwiększają koszty nawet o 40–50 proc. – szacują dostawcy. W polskich centrach danych zamiast działających non stop klimatyzatorów najczęściej wdrażane są instalacje korzystające z powietrza atmosferycznego (free-cooling), a rzadziej z wody lub innych płynów. Jednak niektórzy przekonują, że chłodzenie cieczą to rozwiązanie przyszłości i warto się w nim wyspecjalizować. Według firmy konsultingowej Sorell Engineering do 2022 r. zmieni się podejście do odprowadzania ciepła z serwerów w centrach przetwarzania danych.

– *Jesteśmy przekonani, że w najbliższym czasie zapotrzebowanie na technologię liquid cooling wzrośnie. Rola tradycyjnej klimatyzacji przy planowaniu infrastruktury jest dziś redukowana praktycznie do minimum. Od 2010 r. wszystkie nowe centra danych OVH są pozbawione klimatyzacji* – mówi Robert Paszkiewicz, dyrektor sprzedaży w OVH.

Francuska firma korzysta obecnie głównie z chłodzenia wodnego. Łączy chłodzenie cieczą (70 proc.) z obniżaniem temperatury serwerów za pomocą zewnętrznego powietrza (30 proc.). Innym sposobem są inwestycje w zasilanie awaryjne, w tym wykorzystanie UPS o wysokiej sprawności (do 98 proc.). Uzyskuje się oszczędności dzięki zastosowaniu rotacyjnych UPS (moduły przełączają się w stan czuwania przy niskim obciążeniu) jednocześnie z zasilaczami awaryjnymi bazującymi na mechaniźmie podwójnej konwersji (prostownik – akumulator – falownik).

Kolejnym obszarem wdrożeń jest wykorzystanie energii cieplnej, którą wytwarzają urządzenia stojące w centrum danych. Przykładowo w jednym z ośrodków Beyond.pl służy ona do ogrzewania biura. Nie zawsze jednak są możliwości wprowadzenia rozwiązań, które zapewnią oszczędzanie energii w już istniejących obiektach. Dotyczy to na przykład budynków czy pomieszczeń, które zostały adaptowane na centra danych. Wiele zależy od konkretnej lokalizacji – niezbędna jest umiejętność fachowej analizy związanych z nią możliwości.

– *Trudno znaleźć elementy do poprawy, jeśli centrum danych oferuje tylko lub głównie usługi kolokacji sprzętu klienta. Znacznie więcej można zdziałać, jeśli ośrodek dostarcza usługi chmurowe* – twierdzi Sławomir Kozłowski, dyrektor centrum przetwarzania danych Exea.

Specjaliści podkreślają, że oszczędności energii należy szukać głównie w infrastrukturze IT obiektu. Chociażby, jak sugeruje Adam Dyszkiewicz z Fujitsu, przez zastosowanie macierzy all-flash albo serwerów, które mogą pracować w wysokiej temperaturze, co umożliwia zmniejszenie wydatków na zasilanie i odbiór ciepła.

Wśród innych koncepcji cięcia wydatków na energię jest m.in. zasilanie data center nie z sieci elektrycznej, lecz za pomocą turbiny gazowej, z wykorzystaniem gazu z ogólnie dostępnej instalacji. To jednak wciąż margines zastosowań.

Źródła odnawialne – to już działa

W światowych centrach danych, zwłaszcza tych usytuowanych w słonecznych strefach geograficznych, używa się już na dużą skalę ogniw fotowoltaicznych (PV) do generowania energii. U nas ta technologia dopiero raczkuje, choć pojawiły się już pierwsze wdrożenia. Przykładowo swoją farmę fotowoltaiczną zbudowało 3S Data Center. Dostawca ten wykorzystuje poza tym bezpośrednią linię średniego napięcia z elektrowni zasilanej metanem górniczym, a dodatkowo uruchamia własną instalację trigeneracyjną (jednocześnie wytwarza prąd, a także chłodzi lub grzeje – w zależności od potrzeby). Pojawiły się już również niewielkie instalacje wspomagające zasilanie serwerowni czy małego centrum danych. W polskich warunkach PV może służyć jako uzupełniające źródło zasilania, głównie wiosną i latem.

Jak przyznaje prezes 3S Data Center Zbigniew Szkaradnik, skala tych przedsięwzięć jest na razie skromna. Niewykluczone jednak, że ze względu na coraz większy nacisk na ekologię w przyszłości pojawią się regulacje prawne zachęcające do stosowania „zielonej energii" w większym stopniu, co przyspieszyłoby rozwój tego rynku. Już obecnie w ramach programów unijnych firmy mogą uzyskać dofinansowanie m.in. na budowę, rozbudowę oraz modernizację urządzeń służących do produkcji energii elektrycznej z odnawialnych źródeł (nawet do 85 proc. kosztów).

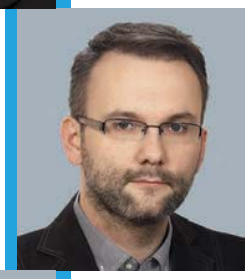
Zdaniem integratora

Marek Laskus, Data Center & Renevable Energy Consultant w EIP

Integratorom, którzy nie mają doświadczenia w zakresie wdrożeń w centrach danych, trudno będzie wejść na ten rynek. Jeżeli jednak integrator ma klienta zainteresowanego budową czy modernizacją centrum danych albo serwerowni (a wiadomo, że pozyskanie klienta jest najważniejsze), powinien nawiązać współpracę z firmą doświadczoną w tym zakresie. W ten sposób metodą małych kroków może poszerzać kompetencje.

Co do rozwiązań z zakresu oszczędzania energii to w centrach danych najczęściej stosuje się chłodzenie powietrzem (free cooling). Zastosowanie innych systemów, w tym wodnych, jest rzadko spotykane. Nie przypominam sobie również, by klienci z własnej inicjatywy interesowali się odnawialnymi źródłami energii, aczkolwiek w ciągu paru lat zbudowaliśmy już kilka instalacji fotowoltaicznych w data center. Służą one jako dodatkowe źródło zasilania – dostarczają 30–40 proc. mocy. Trzeba mieć świadomość, że z budową takich systemów wciąż wiążą się duże koszty: np. instalacja na 1 MW mocy to wydatek rzędu 4–5 mln zł, co nawet po uwzględnieniu dofinansowania związanego z OZE oznacza, że inwestycja zwróci się po wielu latach. Obserwujemy jednak coraz większe zainteresowanie OZE wśród firm z sektora MŚP, dysponujących małymi centrami danych i serwerowniami, gdzie koszt instalacji jest odpowiednio niższy, więc łatwiejszy do zaakceptowania. Szybciej widać wymierne korzyści finansowe.

Cezary Gutowski, kierownik wsparcia sprzedaży, IT Division, APC by Schneider Electric



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

Michał Semeniuk, Sales Manager EMEA, Delta Electronics

Zdaniem specjalistów

CEZARY GUTOWSKI Ze względu na duże straty energii, związane ze źle zaprojektowaną infrastrukturą chłodzącą i zasilającą w centrach danych, co obserwujemy na całym świecie, zdecydowanie najważniejszą inwestycją podnoszącą energooszczędność są systemy chłodnicze. Kluczową kwestią jest sposób ich instalacji. Jest kilka zasad: nie powinno się instalować źródła chłodzenia zbyt daleko od urządzeń, ciepłe i zimne strumienie powietrza nie mogą się ze sobą mieszać, a chłodne powietrze powinno mieć zapewniony swobodny przepływ. Kiedy systemy IT będą skonsolidowane w jak najmniejszej liczbie szaf oraz usytuowane w pobliżu instalacji odprowadzania ciepła, ich efektywność znacznie wzrośnie.

MARCIN ZMACZYŃSKI Zapotrzebowanie na energooszczędność jest coraz większe, bo ceny prądu ciągle rosną. Na naszym rynku głównym obszarem inwestycji są rozwiązania związane z odzyskiwaniem ciepła i chłodzeniem, np. stworzenie obiegu zamkniętego i systemy chłodzenia cieczą. Projekty związane z energią odnawialną w centrach danych w Polsce dopiero raczkują, bo u nas wciąż bardziej opłaca się kupować prąd z tradycyjnych źródeł, niż inwestować w zieloną energię. Możliwe, że to się zmieni, bo Unia Europejska prawdopodobnie będzie zachęcać do stosowania zielonej energii poprzez regulacje prawne i dopłaty.

MICHAŁ SEMENIUK Projektując nowe ośrodki lub modernizując istniejące, szczególną uwagę zwraca się na wybór UPS-a, który gwarantuje najwyższą sprawność w jak najszerszym zakresie obciążenia. Współczynnik ten na poziomie 96,5–98 proc. w trybie online jest dzisiaj standardem. Różnica w sprawności UPS-ów starych, np. 10-letnich, i nowych to 6–10 proc. Jeśli weźmie się pod uwagę wymianę jednostki o mocy 500 kVA, stopa zwrotu z inwestycji wyniesie ok. 5 lat.

Przedstawiciele S4E, dystrybutora systemów PV, przekonują, że to opłacalna inwestycja. Można ją przeprowadzić zarówno w już istniejącym obiekcie, jak i nowym, aczkolwiek każdy projekt należy wycenić indywidualnie. Wiele zależy od umiejscowienia paneli. W Polsce optymalny jest kierunek południowy i kąt nachylenia ok. 30 st. Według danych S4E z modułów PV o powierzchni 10 mkw. można wygenerować ok. 1000 kWh/1 kWp w ciągu roku. A zatem instalacja o mocy 40 kWp wyprodukuje ok. 40 tys. kWh rocznie, korzystając z paneli o powierzchni ok. 400 mkw.

Integratorzy: niezbędne doświadczenie

Operatorzy centrów danych do projektowania infrastruktury służącej oszczędzaniu energii często wykorzystują własnych fachowców oraz specjalistów ich producenta. Zwykle projekty są przygotowywane na etapie planowania obiektów. Integratorzy mogą natomiast zajmować się wdrożeniami, chociaż niektórzy są wyspecjalizowani w pracach projektowych. Powinni jednak mieć doświadczenie w obsłudze i budowie centrów danych. Potrzebują także wsparcia specjalistów, którzy prawidłowo policzą koszty inwestycyjne i operacyjne dla takich ośrodków.

– Bardzo ważną rzeczą jest porównanie długookresowych kosztów użytkowania i ocena czasu zwrotu z inwestycji w alternatywne rozwiązania energooszczędne – zauważa Grzegorz Niziński.

Jego zdaniem niezbędne do prawidłowej realizacji projektu jest powierzenie doboru rozwiązań firmie mającej doświadczenie w budowie centrów danych i posiadającej specjalistów o kompetencjach potwierdzonych odpowiednimi certyfikatami, np. BICSI-DCDC (Data Center Design Consultant).

Przy doborze instalacji fotowoltaicznej pierwszym i najważniejszym krokiem jest przeprowadzenie szczegółowego audytu energetycznego, uwzględniającego dobowe zapotrzebowanie na energię elektryczną potrzebną do pracy serwerów, oświetlenia oraz systemów chłodzenia.

– Posiadając te dane oraz informacje o nasłonecznieniu w danej szerokości geograficznej, można w optymalny sposób dobrać system fotowoltaiczny – twierdzi Przemysław Sulkowski, Project Manager, Energy Solutions Team w S4E.

Niezbędna jest również ścisła współpraca integratorów z zarządcami centrów danych, ponieważ bardzo dobra znajomość obiektu i jego funkcjonowania jest kluczowa, aby wybrać odpowiednie rozwiązanie i poprawnie je wdrożyć. W ramach takiej kooperacji firma projektowa musi mieć wiedzę z zakresu implementacji konkretnego systemu, natomiast centrum danych powinno zapewnić odpowiedni nadzór nad prowadzonymi pracami i testami. Bez dobrej współpracy z zarządzającymi integratorom trudno będzie również ocenić, czy zmiany przyniosą klientowi realne oszczędności.

– Dla przykładu zmiana jakiegoś elementu infrastruktury według producenta spowoduje obniżenie kosztów energii o 3 proc. w skali roku, jednak wydatki na serwis lub specyficzne materiały mogą wywołać odwrotny skutek: w postaci wzrostu całkowitych kosztów funkcjonowania obiektu – podsumowuje Sławomir Kozłowski.

Energooszczędność i odnawialne źródła energii w centrum danych

Ośrodki przetwarzania danych są stale rozbudowywane, a firmy energetyczne określają limity poboru mocy z sieci. W związku z tym coraz bardziej paląca staje się potrzeba zmniejszenia zużycia energii przez stosowanie bardziej ekonomicznych i energooszczędnych rozwiązań.

Nieodpowiednio zaprojektowana infrastruktura zasilająca i chłodząca centra danych na całym świecie każdego roku odpowiada za straty energii na poziomie 60 mln MWh. Dlatego też kluczową rolę zaczyna odgrywać energooszczędność zastosowanych w nich systemów. Jej zagwarantowanie może być nie lada wyzwaniem – tym bardziej że musi iść w parze z wysokimi parametrami technicznymi, skutecznością i niezawodnością rozwiązań.

Efektywność energetyczną można zwiększyć, racjonalnie planując wykorzystanie serwerowni i zapewniając odpowiednie chłodzenie. Ważne, by nie przesadzać ze skalą, ponieważ przewymiarowane serwerownie generują nadmierne zużycie prądu. Należy też pamiętać, że wraz ze wzrostem poboru energii rośnie zapotrzebowanie na chłodzenie. Ogólna zasada głosi, że efektywność wzrasta, gdy obciążone systemy IT są skonsolidowane w jak najmniejszej liczbie szaf oraz blisko systemów chłodzenia. Dobrym sposobem jest więc stosowanie systemów modułowych i skalowalnych, które można rozbudować adekwatnie do bieżących potrzeb przedsiębiorstwa.

Coraz częściej w obiektach przetwarzania danych energia pozyskiwana jest z odnawialnych źródeł. Na razie z tej formy zasilania korzystają najwięksi światowi giganci, np. Facebook czy Google, którzy obecnie pokrywają w ten sposób 100 proc. swojego zapotrzebowania na energię elektryczną. Rosnąca liczba danych, powstawanie kolejnych serwerowni oraz konieczność efektywnego gospodarowania energią powodują, że wykorzystanie zielonej energii zyskuje na popularności.

Jednym z przykładów źródeł tańszej energii elektrycznej są ogniwa fotowoltaiczne, stosowane coraz chętniej z powodu wciąż poprawianej sprawności oraz malejących cen tych urządzeń. Innym kierunkiem jest poszukiwanie energooszczędnych źródeł chłodu, np. systemy rozpraszania ciepła w gruncie. Takie rozwiązanie bywa chętnie stosowane w krajach, gdzie warunki geologiczne są korzystne, a poziom wód gruntowych niski. Dobrym przykładem wykorzystania odnawialnych źródeł energii jest jedno z największych na świecie centrum danych Supernap, położone na pustyni Nevada. Z jednej strony dzięki promieniom słonecznym serwerownia ma zapewnione stałe źródło prądu, z drugiej zaś, mimo pustynnego położenia, klimat jest wystarczająco chłodny, aby umożliwić Supernap pracę w trybie swobodnego chłodzenia przez ponad 75 proc. czasu.

Samo przejście z chłodzenia pomieszczeń na rzędowy system klimatyzacji zapewnia zaoszczędzenie średnio 35 proc. kosztów energii elektrycznej.

Dużym krokiem naprzód, jeśli chodzi o poprawę efektywności i wydajności centrum danych, jest oprogramowanie DCIM, które pozwala ograniczyć ewentualne konsekwencje błędu człowieka. Umożliwia ono m.in. zdalne monitorowanie i wprowadzanie zmian w ustawieniach urządzeń. Kompleksowy system DCIM StruxureWare for Data Centers łączy rozwiązania zasilania, chłodzenia, szafy 19-calowe, narzędzia do monitorowania, zarządzania i ochrony oraz usługi serwisowe.

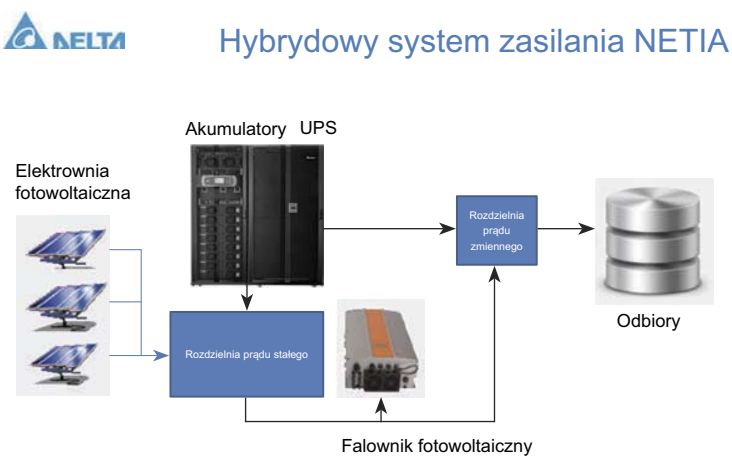
Zdaniem ekspertów Schneider Electric samo przejście z chłodzenia pomieszczeń na rzędowy system klimatyzacji zapewnia zaoszczędzenie średnio 35 proc. kosztów energii elektrycznej. System StruxureWare for Data Centers, dzięki swojej modułowej budowie, umożliwia realizację strategii „płać, gdy rośniesz", co oznacza możliwość stopniowej rozbudowy systemu infrastruktury fizycznej w centrum danych, w miarę pojawiających się potrzeb, a dzięki temu – optymalizację wydatków inwestycyjnych.

Więcej informacji: Jarosław Luber,
Customer Project Technical Leader
IT Division APC by Schneider Electric,
jaroslaw.luber@schneider-electric.com

Korzyści z zastosowania fotowoltaiki w systemach zasilania

Dzięki instalacji rozwiązań Delta, grupa Netia korzysta z nowoczesnego green data center.

Niedawno operator telekomunikacyjny zdecydował się na modernizację swojej infrastruktury zabezpieczającej. Polegała na rozbudowie systemu zasilania UPS Delta Electronics do mocy 1 MW (5 x 200 kVA). W zastosowanym rozwiązaniu każda jednostka o mocy 200 kVA współpracuje z baterią akumulatorów, która składa się z trzech gałęzi w połączeniu równoległym o pojemności 100 Ah. Łącznie systemy UPS współdziałają z 15 gałęziami baterii akumulatorów.



Oszczędny system rozładowania baterii

Specjaliści z Delta Electronics opracowali i zainstalowali także innowacyjny system odseparowanego rozładowania i ładowania baterii, wykorzystujący falownik solarny Delta Solivia 11 (11 kW). Za pomocą wyłączników można odseparować jedną z gałęzi i wykonać test baterii w dowolnym momencie. Kluczową zaletą systemu Delta jest bezpieczeństwo podczas procesu rozładowania baterii. W przypadku zaniku zasilania w czasie jego trwania, układ UPS ma do dyspozycji pozostałe gałęzie baterii akumulatorów. To znacząco odróżnia opisywany system od tych wykorzystujących klasyczną metodę rozładowania baterii, w przypadku której zanik napięcia podczas testu baterii może doprowadzić do utraty zasilania obejmującej wszystkie urządzenia klienta.

Dodatkowe korzyści to oszczędności finansowe płynące z zastosowania układu. Możliwość przeprowadzenia procesu rozładowania baterii samodzielnie i w dowolnym momencie przez obsługę Netii zapewnia znaczną redukcję kosztów utrzymania urządzeń (OPEX) i ograniczenie ich jedynie do przeglądów urządzeń UPS. Warto wspomnieć, że klasyczna alternatywa w tym przypadku to rozładowanie baterii opornicą, co wiąże się z bardzo wysokimi kosztami. Wynika to stąd, że urządzeniem dopasowanym do tej mocy jest często opornica o mocy kilkudziesięciu kilowatów, która jest dostarczana na układzie jezdnym i wymaga poprowadzenia tymczasowej instalacji kablowej.

System zastosowany w Netii – dzięki automatyce i wykorzystaniu sterownika Delta Orion – zapewnia archiwizację wszystkich danych i generowanie raportu z wykonanego testu. Po osiągnięciu założonych wartości układ automatycznie przełączy tryb pracy i rozpocznie ponowne ładowanie baterii. Co ważne, wyjście falownika solarnego Delta Solivia 11 wyprowadzone jest na zaciski w szafie busbar, a energia pobierana z baterii podczas testu rozładowania zwracana jest do sieci. To duża zaleta rozwiązania Delta w porównaniu z klasyczną metodą rozładowania za pomocą opornicy rozładowczej, w przypadku której pobierana energia jest wytracana i zamieniana na ciepło za pośrednictwem grzałek.

Panele słoneczne

Kolejnym elementem systemu zaimplementowanego w Netii, który uzasadnia zakwalifikowanie go do kategorii green data center, jest instalacja paneli słonecznych na biurowcu operatora. Dopasowano je do mocy zastosowanego falownika solarnego Delta Solivia, w efekcie czego powstał zespół 51 paneli. Układ ten w codziennej eksploatacji, korzystając z energii słonecznej, zapewnia produkcję 11 kWp w momencie szczytowym. Energia generowana przez panele jest zamieniana za pomocą falownika solarnego na prąd przemienny i przesyłana do zasilanych urządzeń. Dzięki temu zostaje ograniczony pobór energii z sieci przez system UPS.

Tego typu system zasilania wyznacza nowe trendy w projektowaniu systemów, wykorzystujących zieloną energię. W przyszłości może dawać jeszcze większe oszczędności, gdyż instalację można rozbudować o kolejne falowniki i panele solarne.

Michał Semeniuk
Delta Electronics

Delta Electronics (Poland)
ul. Poleczki 23, 02-822 Warszawa
e-mail: ups.poland@deltaww.com
www.deltapowersolutions.com
www.delta-emea.com

BenQ: projektor do cyfrowej rozrywki

TH671ST to krótkoogniskowy projektor Full HD (1920 x 1080 pikseli), o jasności 3000 ANSI lumenów i kontraście 10 tys.:1. Jest przeznaczony do gier i cyfrowej rozrywki. Umożliwia wyświetlanie obrazu o przekątnej 100 cali (2,5 m) z odległości 1,5 m. Maksymalna przekątna obrazu wynosi 300 cali (7,6 m).
Do wyboru są cztery zdefiniowane tryby pracy: gry, muzyka, sport i kino. Sześcioelementowe koło kolorów (RGBYCW) poprawia jakość obrazu w dynamicznych scenach (jak gry, zawody sportowe). Projektor ma wbudowany głośnik o mocy 5 W, dwa gniazda HDMI (jedno z MHL), D-Sub, USB-A (1,4 A) i USB-B (mini). Żywotność lampy sięga 15 tys. godz. pracy.
Cena: 3029 zł. Gwarancja: 3 lata door-to-door (1 rok lub 2 tys. godz. na lampę).

- **AB,** www.ab.pl
- **ABC DATA,** www.abcdata.com.pl
- **ACTION,** www.action.pl

Axis widzi w podczerwieni

Axis Communications wprowadził na rynek pierwsze kamery termowizyjne z linii P. Urządzenia zaprojektowano z myślą o małych i średnich systemach nadzoru u klientów z ograniczonymi budżetami, np. do zastosowania w szkołach, ośrodkach opieki i niewielkich sklepach. Są przeznaczone do miejsc, gdzie wskazana jest obserwacja bez naruszania prywatności. „Widzą" niezależnie od natężenia światła.
Kamera sieciowa P1280-E może działać zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz budynków. Dzięki wymiennej obudowie i odpowiednim akcesoriom można ją zamontować na ścianie, suficie, w zabudowie. Z kolei P1290 to kopułkowy model przeznaczony do działania w pomieszczeniach.
Kamery mają wbudowane funkcje analityczne, mogą wysyłać alarm w zaprogramowanych sytuacjach (np. po wykryciu ruchu). Są kompatybilne z różnymi aplikacjami innych producentów.
Ceny: P1280-E – 799 dol. (ok. 2675 zł), P1290 – 849 dol. (ok. 2845 zł).
Gwarancja: 3 lata.

- **ABC DATA,** www.abcdata.com.pl
- **ADI GLOBAL DISTRIBUTION,** www.adiglobal.com
- **ANIXTER,** www.anixter.pl
- **ARPOL,** www.arpol.pl

Epson: szybkie drukarki dla firm

Najnowsze biznesowe drukarki atramentowe Epsona z serii WorkForce Pro cechuje według producenta krótszy czas drukowania pierwszej strony w porównaniu z drukarkami laserowymi, przy niższym o 90 proc. zużyciu energii. W ofercie pojawiły się cztery modele, wśród nich WF-C5790DWF, przeznaczony dla małych grup roboczych. Szybko budzi się z trybu uśpienia, pierwszy wydruk w kolorze następuje po 5,3 s, a w czerni po 4,8 s. Prędkość druku sięga 34 str./min, a skanowania – 24 obrazów/min.
Urządzenia mają nowy system zasilania w atrament, który umożliwił zwiększenie liczby wydrukowanych stron bez wymiany materiałów eksploatacyjnych (do 10 tys. str. czarno-białych i 5 tys. w kolorze). Standardowa pojemność podajnika na papier wynosi 330 arkuszy.
Nowe WorkForce Pro wyposażono w oprogramowanie i narzędzia administracyjne dla przedsiębiorstw, m.in. do zarządzania drukiem. Wśród modułów łączności jest NFC.
Cena WF-C5790: 299 euro (ok. 1250 zł).
Gwarancja: 1 rok z serwisem u klienta.

- **AB,** www.ab.pl
- **ABC DATA,** www.abcdata.com.pl
- **ALSO,** www.alsopolska.pl
- **FOR EVER,** www.for-ever.com.pl
- **TECH DATA,** www.techdata.pl

Sharp: największy bezszwowy panel

PN-V701 o przekątnej długości 70 cali to największy monitor bezszwowy (z bardzo cienką ramką) do konstrukcji ścian wideo. Cechuje go rozdzielczość Full HD, jasność 700 cd/mkw. i możliwość pracy ciągłej przez 24 godz. na dobę. Ma wbudowany czujnik temperatury, który chroni panel przed przegrzaniem. Wśród złączy są: DisplayPort, HDMI, DVI-D, RGB, RS-232 C, LAN. Rozwiązanie UV2 A poprawia odwzorowanie barw. Opracowana z myślą o kalibracji Advanced UCCT (Uniform Colour Calibration Technology) umożliwia zniwelowanie różnic barw i jasności między pikselami, zapewniając harmonijny obraz na całej powierzchni ekranu i ściany wideo.
PN-V701 jako pierwszy bezszwowy monitor Sharpa wyposażono w gniazdo mini OPS. Opcjonalny moduł HDBaseT umożliwia przesyłanie sygnału między monitorem a urządzeniami HDMI.
Cena cennikowa: 40 850 zł netto. Gwarancja: 3 lata.

- **PROAUDIO,** www.proaudio.pl

Szukamy systemów które dają możliwość rozwoju

„Dla mnie ważne jest, aby w ofercie została pokazana rzetelna wycena, bez żadnych ukrytych opcji. Cenny z mojego punktu widzenia jest też przedstawiony w miarę szczegółowo harmonogram projektu" – mówi **Jacek Badowski, kierownik Działu IT w firmie Dr Irena Eris.**

CRN Dr Irena Eris jest polską firmą kosmetyczną, która powstała w 1983 r. W ciągu 35 lat istnienia zapewniliście sobie stałe miejsce na polskim rynku i nadal się rozwijacie. Jaką rolę w tych przemianach odgrywa informatyka teraz, a jaką będzie odgrywać w najbliższej przyszłości?

Jacek Badowski Postrzegamy siebie jako przedsiębiorstwo mocno zinformatyzowane. Wiele procesów mamy już zdigitalizowanych. Cały czas jednak się rozwijamy. Korzystamy z wielu systemów informatycznych, które wraz z rozwojem biznesu wymagają unowocześnienia lub wymiany.

CRN W których obszarach widać największe potrzeby zmian? Gdzie są prowadzone najbardziej zaawansowane projekty modernizacyjne?

Jacek Badowski Zakończyliśmy właśnie wdrożenie nowego systemu do prognozowania sprzedaży. Dotychczasowy system prognozowania zapewniał tworzenie prognoz dotyczących tylko produktów, pion biznesowy chciał mieć możliwość prognozowania również w odniesieniu do poszczególnych klientów – i nowy system zapewnił tę funkcjonalność. Jesteśmy też tuż po przejściu na wyższą wersję nowego systemu ERP i zakończeniu projektu implementacji usprawnień w tym systemie. Przed nami modernizacja rozwiązań wspierających planowanie i harmonogramowanie produkcji.

CRN Jakim wymogom musi sprostać system planowania i harmonogramowania produkcji na potrzeby takiej firmy jak wasza?

Jacek Badowski Dr Irena Eris jest firmą średniej wielkości. To etap, który – moim zdaniem – od strony ilości wymagań jest najgorszy z możliwych. Chcemy, a czasem musimy być bardzo elastyczni w stosunku do potrzeb klientów, nie będąc jeszcze globalnym graczem. Nie jest to proste. Decyzje biznesowe często się zmieniają, algorytmy nie zawsze są w stanie temu sprostać. Ludzie mają wiedzę ekspercką, na bazie której podejmują decyzje, algorytmy zaś nie zawsze potrafią ją odzwierciedlić. W procesie produkcji kosmetyków jest wiele czynników, które trzeba brać pod uwagę, nie każdy system jest w stanie sobie z nimi poradzić. Ludzie wiedzą, co i jak trzeba zrobić. System może zrobić tylko to, czego go wcześniej „nauczyliśmy", natomiast ekspert poradzi sobie, lepiej lub gorzej, z każdą nową sytuacją – stąd trudność w implementacji takiego systemu.

CRN Czym konkretnie musi dysponować poszukiwane rozwiązanie, żeby poradzić sobie z produkcją kosmetyków?

Jacek Badowski O skali wyzwania może świadczyć fakt, że robiliśmy już jedno podejście do wdrożenia, ale wybrane rozwiązanie okazało się niewystarczające dla naszych potrzeb. Mimo optymistycznych założeń w praktyce wyszło, że system spełnia tylko 20–30 proc. naszych wymagań. Musieliśmy więc wycofać się z projektu. Teraz chcemy wybrać system, który będzie dla nas w pełni użyteczny. Stawiamy na dojrzałe, zaawansowane, nowoczesne rozwiązanie. Bierzemy pod uwagę już nie tylko klasyczny APS (Advanced Planning and Scheduling), ale też rozwiązania wykorzystujące elementy sztucznej inteligencji. W bieżącym roku będziemy się rozglądać po rynku, żeby w przyszłym wdrożyć rozwiązanie. To dla nas duże wyzwanie.

CRN Czy to wszystkie wasze wyzwania na 2018 rok?

Jacek Badowski W bieżącym roku chcemy wybrać jeszcze jeden system, który jest związany z rozwojem produktu. Chodzi o system do zarządzania wdrożeniami nowych produktów z wykorzystaniem modelu łańcucha krytycznego. To rodzaj zaawansowanego zarządzania projektami. Pozwala zarządzać kilkoma, kilkunastoma projektami jednocześnie. Czas wdrożenia nowego produktu to kilka miesięcy, a rocznie przeprowadzamy kilkaset wdrożeń, dlatego tak ważne jest informatyczne wsparcie tego procesu. Obecny system jest już niewystarczający dla naszych potrzeb.

CRN Wygląda na to, że jesteście w przełomowym okresie, jeśli chodzi o informatykę w firmie.

Jacek Badowski Przełomowym może nie, ale pełnym wyzwań. Dodatkowo czeka nas wybór i wdrożenie nowego systemu HR. Obecnie stosowany przestał nam wystarczać. Wymagania biznesowe pod jego adresem też są coraz większe, więc wymiana jest nieunikniona. Nasi specjaliści potrzebują narzędzia, które będzie odzwierciedleniem najnowszych trendów w zarządzaniu ludźmi i będzie uwzględniało m.in. tak zwane aspekty miękkie. Szukamy także nowego systemu do backupu. Danych nam ustawicznie

przybywa i będzie nadal przybywać, a aktualnie używany system przestaje być wydajny.

CRN Znalezienie odpowiedniego systemu HR nie powinno być trudne, bo takie podejście wydaje się być dzisiaj standardem...
Jacek Badowski Niestety, rynek dobrych systemów HR-owych jest w naszym kraju bardzo mały. Systemy z zagranicy nie wchodzą w rachubę ze względu na specyfikę polskich regulacji prawnych. Proces poszukiwania trwa, ale wybór nie jest wielki. Kilka dojrzałych rozwiązań musieliśmy odrzucić ze względu na współpracę tylko z bazą Oracle, bo w przyjętej polityce rozwoju ustaliliśmy utrzymanie homogenicznego środowiska bazodanowego w oparciu o MS SQL. Tutaj mamy wysokie kompetencje, które stale rozwijamy.

CRN A rozwiązań chmurowych nie bierzecie pod uwagę?
Jacek Badowski Zastanawialiśmy się i nad tym, ale chyba jeszcze nie jesteśmy gotowi, aby wynieść HR na zewnątrz firmy. Będziemy więc szukać dalej. Dziwimy się, że firmy oferujące dobre rozwiązanie ograniczają się tylko do jednej technologii bazy danych, zawężając sobie w ten sposób krąg potencjalnych klientów.

CRN Czy to dotyczy tylko systemów HR-owych?
Jacek Badowski Nie. Na przykład przy wyborze systemu ERP rezygnowaliśmy już na wejściu z systemów niedziałających w wybranym przez nas środowisku, jak SAP – stawiający na rozwój własnej platformy HANA, IFS czy też Oracle. Nie chcemy ograniczać się do technologii narzuconej przez dostawcę, więc nie zdecydujemy się na takie rozwiązania.

CRN Kto decyduje o głównych kierunkach rozwoju IT w firmie? Na ile realizowane projekty są efektem potrzeb biznesowych, a na ile wynikają z przesłanek technologicznych?
Jacek Badowski Najważniejsze pomysły i potrzeby przychodzą z działów biznesowych. Menedżerowie mówią, w którym kierunku zamierzają rozwijać biznes oraz jakiego wsparcia będą potrzebować. Wspólnie ustalamy kierunki działania w odniesieniu do potrzebnych rozwiązań. Po stronie IT jest natomiast przede wszystkim inicjatywa w zakresie podpowiadania narzędzi automatyzujących pracę. Będziemy na przykład wdrażać system do OCR-owania faktur. Chodzi o osiągnięcie pełnej automatyzacji przetwarzania dokumentów. To pomysł działu IT. Bo w takich przypadkach to nasz dział wie lepiej, jakie narzędzia mogą być bardziej wydajne i niezawodne, jesteśmy także w stanie ocenić sensowność rozwiązania. Wsłuchujemy się też oczywiście w potrzeby użytkowników w zakresie wprowadzania ulepszeń. Tutaj jednak zawsze krytycznie oceniamy takie pomysły, aby pracochłonność stworzenia rozwiązania nie była większa niż oczekiwane korzyści.

CRN Mógłby pan podać jeszcze jakiś inny przykład narzędzia informatycznego, które nie sprawdziło się w praktyce?
Jacek Badowski Egzaminu nie zdała u nas platforma zakupowa. Często dopiero po wdrożeniu widać faktyczną użyteczność rozwiązania, które początkowo wydaje się bardzo obiecujące. Nasz dział zakupów przeprowadził testy elektronicznej platformy zakupowej i doszedł do wniosku, że nie opłaca się z niej korzystać. Sprawdziliśmy ją również w naszym dziale. Doszliśmy do podobnych wniosków. Okazało się na przykład, że najniższa cena oferowana na platformie była i tak wyższa od ceny, którą udało nam ›

się wynegocjować z partnerami. Ponadto treść zapytań ofertowych – zarówno naszych, jak i działu zaopatrzenia – jest dosyć skomplikowana, a odpowiadanie na setki zapytań od handlowców uszczegóławiających ofertę (choć zwykle odpowiedzi mogą poszukać w niej samej) niepotrzebnie zajmuje czas. Na dodatek nowy kontrahent wymaga zawsze na początku sprawdzenia. Lepiej handlować ze znanym, już sprawdzonym partnerem, który w większości zna specyfikę naszych potrzeb. I nawet wydać 2–3 proc. więcej – ale mieć pewność co do transakcji i obsługi posprzedażnej.

CRN Czym firma informatyczna może przekonać waszych specjalistów do zainteresowania się jej produktem lub usługą? Na co zwracacie szczególną uwagę?

Jacek Badowski Dla mnie ważne jest, aby w ofercie została pokazana rzetelna wycena, bez żadnych ukrytych opcji. Cenny z mojego punktu widzenia jest też przedstawiony w miarę szczegółowo harmonogram projektu. Lepiej, żeby był rozpisany na czynności i zadania niż przedstawiony ogólnie. Bardziej szczegółowy daje lepsze wyobrażenie o ofercie i łatwiej podjąć dzięki temu decyzję. Istotne jest też doświadczenie konsultantów, którzy będą realizować projekt. Przy skomplikowanych systemach ważniejsze niż sam produkt jest to, kto go będzie wdrażał. Duże znaczenie mają zatem informacje o referencjach konsultantów – jakie mają doświadczenie i z jakich implementacji, jak również doświadczenie z wdrożeń firmy, szczególnie u klientów z tej samej co nasza branży. Dlatego zawsze przed wyborem odbywamy wizyty referencyjne.

Dziwnym ruchem producentów jest ograniczanie technologiczne rozwiązania do tylko jednej słusznej bazy danych.

CRN A co pana zdaniem warto by było w składanych ofertach poprawić? Co pana w nich denerwuje?

Jacek Badowski Zazwyczaj dużo miejsca zajmuje marketing i ogólne informacje o firmie. Rozumiem takie postępowanie, ale potem przy czytaniu trzeba to wszystko umiejętnie odsiać i wyłuskać najbardziej potrzebne informacje o parametrach oferowanych rozwiązań. Zazwyczaj oferty są przeszacowane, jeśli chodzi o funkcjonalność. Zadajemy możliwie szczegółowe pytania o funkcjonalności i w zasadzie większość pożądanych cech jest całkowicie zapewniona. Dopiero na etapie analizy lub wdrożenia wychodzi na jaw, że funkcjonalność jest, ale.... Właśnie tych „ale" brakuje w nadsyłanych propozycjach, choć jest to zrozumiałe, gdyż z jednej strony w zapytaniu nie wszystko da się dokładnie określić, a z drugiej każdy chciałby w swojej prezentacji błyszczeć...

CRN Czyli marketing jako taki dyskwalifikuje ofertę?

Jacek Badowski Sam w sobie nie dyskwalifikuje. To przecież zrozumiałe, że dostawcy podkolorowują ofertę, żeby sprzedać system, a wcześniej zainteresować nim potencjalnego klienta. Potem jednak i tak wszystko trzeba dokładnie sprawdzić. Nie znaczy to, że składane propozycje są zupełnie bezużyteczne, wypełnione wziętymi z sufitu danymi. Generalnie są dobrze przygotowane pod względem merytorycznym. Jeśli coś jest zrobione byle jak, to od razu to widać i z góry taką ofertę odrzucamy.

CRN Jakie firmy preferuje pan jako partnerów do realizacji projektów informatycznych? Mniejsze czy większe?

Jacek Badowski Kiedyś woleliśmy współpracować z mniejszymi. Teraz praktyka pokazuje, że większe systemy są dla nas bardziej odpowiednie, bo mają większe możliwości. Nasza firma się rozwija, mamy coraz większe potrzeby. Małe systemy na początku były dla nas dobre, wystarczały nam, były przede wszystkim tańsze i łatwiejsze we wdrożeniu. Teraz musimy często z nich rezygnować, bo są nierozwojowe, nie umożliwiają rozszerzania funkcjonalności i dostosowywania do nowych potrzeb. Modyfikacje nie zawsze się sprawdzają. Wolimy w takiej sytuacji kupić nowy, większy system, więcej za niego zapłacić, ale mieć gwarancję, że będzie go można rozwijać, że będzie w pełni konfigurowalny. Nie chodzi o możliwość wprowadzania przez programistów poprawek z myślą o konkretnych potrzebach, lecz o to, by system miał zaimplementowane funkcje, które w każdej chwili można uruchomić bez konieczności pisania programu.

CRN Na ile pana zdaniem nowe, wchodzące na rynek rozwiązania i technologie mogą okazać się użyteczne w praktyce biznesowej?

Jacek Badowski Duże nadzieje wiążemy z uczeniem maszynowym. Ono może przynosić – i już w wielu miejscach przynosi – pożądane efekty. W tej technice widać duży biznesowy potencjał. Korzyści będzie można odnieść tam, gdzie uda się lepiej i szybciej wykorzystać dane, niż potrafi to człowiek. Na przykład przy sterowaniu produkcją, która ciągle zmienia się adekwatnie do potrzeb rynku. W naszym przypadku uczenie maszynowe może się znakomicie sprawdzić przy harmonogramowaniu produkcji. Nie trzeba będzie programować wszystkich algorytmów, bo ich jest bardzo dużo. System będzie uczył się na kolejnych przebiegach procesu, jak ma postępować w danej sytuacji. Liczba wariantów jest tak duża, że trudno przełożyć tę wiedzę w całości na algorytmy. Uczenie maszynowe może przynieść rozwiązanie tego problemu.

CRN A jak pan ocenia przyszłość chmury?

Jacek Badowski Moim zdaniem mamy tu do czynienia z ewolucją. Ta technologia i jej wykorzystanie ciągle się rozwijają. Powoli przestanie mieć znaczenie, gdzie konkretnie znajdują się serwery, które przetwarzają nasze dane. Dla młodych firm, dla startupów to już dzisiaj jest szansa na szybkie i tanie rozpoczęcie działalności. Dla dużych przedsiębiorstw z rozbudowaną własną infrastrukturą to będzie proces ustawicznego liczenia, co się bardziej opłaca – iść w chmurę czy wymieniać posiadaną infrastrukturę. Chmura w tym rachunku będzie prawdopodobnie powoli zwyciężać.

Rozmawiał Andrzej Gontarz

Fot. AdobeStock

Nowi pogromcy danych

Rynek pamięci masowych znajduje się w fazie głębokich przeobrażeń. Beneficjentami nowego ładu mogą być nie tylko nowi producenci i ich klienci, ale również integratorzy.

WOJCIECH URBANEK, SUNNYVALE

Zmiany na rynku nowych technologii to niepowtarzalna szansa dla mniejszych producentów. Szczególnie ciekawe perspektywy rysują się przed twórcami systemów do przechowywania i ochrony danych. Przykłady Pure Storage, Veeam czy Nutanixa pokazują, że można z powodzeniem stawić czoła gigantom. Co prawda, niektórzy młodzi gracze (Cleversafe, Nimble Storage, SolidFire, Tegile Systems) stracili niezależność, niemniej ich założyciele wzbogacili swoje konta o kwoty z kilkoma zerami. Trudno zatem w ich przypadku mówić o porażce.

Na horyzoncie pojawiają się kolejne firmy, które pragną co najmniej powtórzyć sukcesy poprzedników. Jednak poprzeczka została ustawiona bardzo wysoko. Przedsiębiorcy zgłaszają zapotrzebowanie na zaawansowane rozwiązania do przetwarzania, przechowywania i ochrony petabajtów danych. Co gorsza, cyfrowe zasoby spoczywają nie tylko na firmowych serwerach, ale również w chmurach publicznych Amazona, Microsoftu czy Google'a. A największą zmorą administratorów IT są dane nieustrukturyzowane. Rosną one w środowiskach lokalnych, gdzie według IDC wskaźnik CAGR w latach 2016–2021 sięgnie 20 proc., a także w chmurze publicznej (34 proc.).

Kto posprząta tę stajnię Augiasza? Chętnych nie brakuje. Szczególną aktywność przejawiają przedstawiciele „nowej fali", a więc Rubrik, Hedvig, Igneous Systems czy Minio, którzy działają na rynku od kilku lat i sprawnie poruszają się ›

w świecie nowych technologii. Rozwiązania wymienionych startupów otrzymują pozytywne oceny w specjalistycznych mediach, wysokie oceny analityków, a co najważniejsze – zaczynają po nie sięgać renomowani klienci.

Zabójcy Rubrika

Jednym z prymusów wśród startupów z segmentu storage jest Rubrik. Choć firma rozpoczęła działalność zaledwie cztery lata temu, zdążyła zgromadzić od funduszy venture capitals 292 mln dol. Startup docenili analitycy Gartnera, umieszczając go wśród wizjonerów w magicznym kwadrancie opisującym rozwiązania do backupu i odzyskiwania danych w centrach danych. Firma zatrudnia ponad 600 osób, w ubiegłym roku musiała przeprowadzić się z Mountain View do Palo Alto. Pierwsza siedziba okazała się za mała, żeby pomieścić pracowników – każdego miesiąca Rubrik zatrudnia ok. 40 nowych osób.

Rubrik Cloud Data Management przeznaczony jest do zarządzania i ochrony danych. Urządzenie realizuje funkcje związane z obsługą DevOps, analityki, wyszukiwania indeksowego, a także tworzeniem backupu, kopii dokumentów i archiwów. Zasoby można przechowywać w środowisku lokalnym oraz chmurach Amazona, Microsoftu i Google'a. Platforma składa się z fizycznych urządzeń, do których można łatwo dołączać dodatkowe elementy. Użytkownik może korzystać zarówno z dysków twardych, jak i nośników flash.

– *Kiedy zadebiutowaliśmy na rynku, pojawiły się głosy, że klienci nie kupują rozwiązań sprzętowych. Potem nasi rywale twierdzili, że nasz produkt jest przeznaczony dla MŚP i nie sprawdzi się w korporacjach. Co ciekawe, w ostatnim czasie przeszli do ofensywy i wprowadzili do sprzedaży systemy „Rubrik's killers". Mam tutaj na myśli Commvault HyperScale czy Dell EMC IDPA. Obaj producenci w nowych pudełkach umieścili znane, już wcześniej wykorzystywane oprogramowanie* – mówi Bipul Sinha, prezes Rubrika.

Rubrik rozpoczął podbój rynku od własnego podwórka, gdzie udało mu się zdobyć takich klientów, jak US Navy, Berkeley College i World Vision. Startup coraz lepiej poczyna sobie też w Europie Zachodniej. Kolejnym kierunkiem ekspansji jest Europa Środkowo-Wschodnia. W Polsce firma podpisała już umowę dystrybucyjną z Clico.

Dane w biurze i chmurze

W biurach badawczo-rozwojowych powstają różne koncepcje związane z łączeniem środowiska lokalnego z centrami danych Amazona, Microsoftu i Google'a. Autorem jednego z ciekawszych pomysłów jest Igneous System – firma, która znalazła się na liście Gartnera „Cool Vendor 2017", a inwestorzy zasilili ją środkami w wysokości 41,6 mln dol.

Cenniki dostawców usług chmurowych są bardzo zawiłe i łatwo wpaść w pułapkę.

Startup powstał pięć lat temu, aczkolwiek – jak przyznaje Kiran Bhageshpur, CEO i założyciel firmy – prace nad projektem trwały trzy lata. Ich owocem jest Igneous Hybrid Storage Cloud, rozwiązanie sprzętowe instalowane w lokalnym centrum danych. Co wyróżnia system na tle innych podobnych produktów? Po pierwsze dane są przechowywane w środowisku klienta, a zarządzanie nimi odbywa się za pośrednictwem chmury publicznej.

– *Pliki znajdują się na urządzeniu lokalnym, aczkolwiek kontroler mieści się w chmurze. Podobne rozwiązanie stosuje się w hiperskalowalnych centrach danych* – wyjaśnia Kiran Bhageshpur.

Kolejnym wyróżnikiem jest autorskie urządzenie, które w obudowie 4U mieści 60 dysków, a każdy z nośników ma własny procesor ARM i oprogramowanie Linux. System jest kompatybilny z serwerami NAS NetApp, Dell EMC Isilon oraz Pure Flashblade. To ważne, gdyż duże przedsiębiorstwa często korzystają z NAS-ów pochodzących od kilku producentów. Produkt Igneous Systems konsoliduje backup pochodzący z kilku źródeł w jednym urządzeniu i nie wymaga zastosowania oprogramowania do tworzenia kopii zapasowych. Takie rozwiązanie zmniejsza opóźnienia i zwiększa wydajność podczas wykonywania kopii zapasowych.

Igneous Hybrid Storage Cloud ma też interfejs, który umożliwia łączenie się z chmurą Amazona, gdzie automatycznie przesyła dane rzadko przetwarzane lub przestarzałe, mające niewielkie znaczenie dla użytkowników. Igneous Systems oferuje rozwiązanie w modelu subskrypcyjnym – za przechowywanie 200 TB danych objętych ochroną klient płaci ok. 30 tys. dol. rocznie.

– *Obserwujemy spadek sprzedaży tradycyjnej infrastruktury przez partnerów handlowych. Integratorzy coraz częściej rozglądają się za innymi rozwiązaniami. Nasza propozycja spełnia oczekiwania wielu klientów, którzy obawiają się przechowywać dane u zewnętrznych usługodawców. Poza tym integratorzy bądź resellerzy mogą sprzedawać nasze rozwiązanie w modelu white label* – mówi Kiran Bhageshpur.

Niemniej warto mieć na uwadze, że typowi klienci Igneous Systems to duże korporacje i mniejsi dostawcy usług internetowych, gromadzący setki terabajtów, a czasami nawet petabajty danych.

Pamięć obiektowa dla każdego

Anand Babu Periasamy, współzałożyciel i CEO firmy Minio, uważa, że przechowywanie danych w postaci bloków bądź plików jest passé, a przyszłość należeć będzie do pamięci obiektowej. Technika ta ma kilka niezaprzeczalnych walorów, chociażby niemal nieograniczone możliwości w zakresie skalowania. Największym propagatorem pamięci obiektowej jest Amazon, oferujący usługę S3. Jednak Periasamy wychodzi z założenia, że providerzy i deweloperzy nie powinni być uzależnieni od jednego usługodawcy. Minio dostarcza im – w modelu open source – serwer do przechowywania rozproszonych obiektów, kompatybilny z protokołem Amazon S3.

– *Użytkownicy coraz rzadziej korzystają z usług jednego dostawcy usług chmurowych. Jak wynika ze wspólnego badania Microsoftu i agencji 451 Research, ponad 30 proc. firm deklaruje chęć współpracy z co*

najmniej czterema usługodawcami – wyjaśnia Anand Babu Periasamy.

Co skłania przedsiębiorców, żeby podpisywać umowy z kilkoma providerami? Najczęściej są to oszczędności. Cenniki dostawców usług chmurowych są bardzo zawiłe i łatwo wpaść w pułapkę. Minio na firmowym blogu przedstawia przykład przedsiębiorstwa przechowującego dane w chmurze jednego dostawcy. Okazuje się, że rozłożenie zasobów pomiędzy dwoma różnymi usługodawcami przy zastosowaniu serwera Minio zapewnia oszczędności wynoszące 1,7 tys. dol.

– *Minio znaczy minimalizm. System cechuje się prostotą i przyjaznym interfejsem. Tylko takie rozwiązania łatwiej skalować* – tłumaczy Anand Babu Periasamy.

Minio Server obsługuje różne typy nośników (NVMe/SSD, SAS/SATA HDD, HGST Open Ethernet) i można go uruchomić m.in. na JBOD, w systemach NAS, VMware VSAN bądź na platformach chmurowych Amazon AWS, BLOB Azure, IBM Cloud, Alibaba Cloud.

Minimalizm i uniwersalność Minio najwyraźniej przypadły do gustu deweloperom. Startup udostępnił swoje rozwiązania na platformie GitHub w lutym 2015 r. i do tej pory system został pobrany 49,5 mln razy przez członków społeczności Dockera. Produkt otrzymuje też wysokie oceny od użytkowników GitHub. Na koniec grudnia ub.r. Minio zdobyło 9,3 tys. gwiazdek (odpowiednik polubień na Facebooku), natomiast Red Hat Ceph i Open Stack Swift zebrały odpowiednio 3,9 tys. oraz 1,6 tys. gwiazdek. W projekt wierzą też inwestorzy, którzy wpompowali w Minio 23,3 mln dol.

Oprogramowanie na głównym planie

IDC przewiduje, że globalny rynek systemów Software Defined Storage będzie w latach 2017–2021 rósł w tempie 13,5 proc. rocznie. Nic dziwnego, że swojej szansy w lukratywnym segmencie szuka wielu dostawców. Philippe Nicholas, bloger i ekspert ds. pamięci masowych, wylicza, że na globalnym rynku działa 120 firm opracowujących tego typu systemy. Nikt nie ma złudzeń, że przetrwają tylko nieliczni, podobnie jak stało się to w przypadku macierzy all-flash. Duże szanse na rynkowy sukces ma Hedvig. Startup z San Jose znalazł się wąskim gronie 11 producentów nominowanych do nagrody „2017 Product of the Year" w kategorii rozwiązań Software Defined Storage.

Najbardziej efektywnym rozwiązaniem są systemy hiperskalowalne.

Rok wcześniej analitycy Gartnera umieścili Hedvig na liście „Cool Vendors in Storage Technologies 2016".

Założycielem firmy jest Avinash Lakshman, twórca nierelacyjnej bazy danych Cassandra dla Facebooka, a także współautor Amazon Dynamo NoSQL. Hedvig rozpoczął działalność w 2012 r., a w drugiej połowie ub.r. wprowadził do sprzedaży trzecią już wersję Hedvig Distributed Storage Platform. Hiperskalowalny system obsługuje pliki, bloki, obiekty w środowisku lokalnym, a także w chmurach AWS, Azure i Google, łącząc zasoby pamięci we wspólną pulę. Oprogramowanie oferuje m.in. usługi replikacji, przywracania po awarii, kompresji oraz deduplikacji. Natomiast najbardziej istotną zmianę w najnowszej wersji systemu stanowi możliwość pracy z nośnikami flash.

– *Widać wyraźne zmiany w postawach klientów przechowujących dane. Jedną z najważniejszych jest rosnąca rola oprogramowania do zarządzania pamięciami masowymi, macierze dyskowe zaś schodzą na drugi plan. Najbardziej efektywnym rozwiązaniem są systemy hiperskalowalne, które przewyższają pod względem skalowalności oraz elastyczności tradycyjne macierze, systemy all-flash czy infrastrukturę konwergentną* – wyjaśnia Avinash Lakshman.

Jednym z największych klientówHedvig jest BNP Paribas. Platforma obsługuje cztery centra danych należące do banku, rozlokowane w różnych częściach Europy. Avinash Lakshman wierzy, że bliska współpraca z HPE, które jest resellerem Hedvig Distributed Storage Platform, umożliwi dotarcie do innych dużych przedsiębiorstw.

– *To dla nas strzał w dziesiątkę. W ten sposób udało się nam dotrzeć do klientów z listy Fortune 100. Już pozyskaliśmy sześć firm, które korzystają ze środowiska hybrydowego i kilku chmur publicznych* – dodaje Avinash Lakshman.

HPE należy też do najważniejszych inwestorów startupu. Producent z Palo Alto w ubiegłym roku zasilił Hedvig kwotą 21,5 mln dol. (łącznie firma otrzymała od venture capitals 52 mln dol.). Na liście partnerów strategicznych startupu znajdują się także: Dell EMC, Cisco, Lenovo oraz Supermicro. Jednak firma nie planuje bazować wyłącznie na dużych koncernach, a jej program partnerski Hedvig CloudScale ma zachęcić do współpracy integratorów oraz resellerów.

REKLAMA

Fot. AdobeStock

Gęste sito fiskusa

Większość podatników nawet nie spodziewa się, jak dużo na ich temat wie fiskus. A będzie wiedział jeszcze więcej.

Paweł Satkiewicz

Już w tej chwili fiskus dysponuje pokaźnymi bazami danych zawierającymi informacje o podatnikach. Jednak nie poprzestaje na tym i próbuje uzyskać pełną kontrolę nad danymi dotyczącymi ich poczynań. Część z tych prób odbywa się pod szczytnymi hasłami walki z wyłudzeniami podatków, uchylaniem się od opodatkowania. Jednak całości nie można zakwalifikować inaczej niż dążenie do orwellowskiego modelu Wielkiego Brata.

Podatników, a zwłaszcza podatników przedsiębiorców, czekają bowiem kolejne zmiany dotyczące informacji, które chce od nich i o nich pozyskiwać fiskus. Część z nich to pokłosie uszczelniania systemu podatkowego (i to zarówno w zakresie VAT, jak i podatków dochodowych). Jak to zwykle z takimi zmianami bywa – otwarcie krytykować nie wypada, bo idea zasadniczo ze wszech miar słuszna, jednak gdy cierpią za nieuczciwych uczciwi podatnicy, siedzieć cicho nie można.

Stroną, w którą zaczął od jakiegoś czasu wędrować fiskus, jest Big Data. Dzięki temu będzie można skuteczniej typować podatników do kontroli. Przykładem wykorzystania Big Data jest np. Centralny Rejestr Faktur (planowany już od wielu lat). W założeniach miała być to baza danych zawierająca informacje o wystawianych przez podatników fakturach. Dawałaby ona możliwość zrobienia po pierwsze prostego tzw. cross-checku – kontroli krzyżowej, czyli sprawdzenia, czy dla faktury, w przypadku której podatnik zgłasza VAT do odliczenia, mamy w rejestrze, „po drugiej stronie", zgłoszoną fakturę sprzedażową przez sprzedawcę. Ponadto Centralny Rejestr Faktur dawałby możliwość analizowania wystawianych faktur w celu wyłapywania pewnych anomalii, które mogłyby świadczyć o występowaniu np. karuzel VAT-owskich. Na razie tego Centralnego Rejestru Faktur nie ma i dopóki nie dojdzie do upowszechnienia faktur elektronicznych (i wyeliminowania faktur papierowych), takiego rejestru się w Polsce nie doczekamy.

Ministerstwo Finansów powołało spółkę, która miała opracować i wdrożyć m.in.

Centralny Rejestr Faktur – firma nazywa się Aplikacje Krytyczne... i chyba nazwa nie została wybrana przypadkowo. Podmiot ten miał zinformatyzować fiskusa, ale na razie nie najlepiej to wygląda. Ze strony internetowej spółki wynika, że dotąd wystosowała jedno zapytanie ofertowe i trzy zaproszenia do składania ofert – wszystkie wymienione postępowania zakończyły się bez wyłonienia wykonawcy.

Wracając do meritum – jak się w takim razie będzie odbywała zwiększona kontrola, inwigilacja i zaciskanie pętli na szyi podatników? Zacznijmy od tego, że fiskus bardzo nie lubi gotówki i preferuje pieniądz elektroniczny. Oczywiście dlatego że po obrocie elektronicznym, w odróżnieniu od gotówkowego, zawsze zostanie ślad.

Eliminowanie obrotu gotówkowego

Jak często płacimy gotówką? A jak często kartą? Większość z nas dużą część swoich płatności realizuje przy pomocy pieniądza elektronicznego. Obrót bezgotówkowy ma sporo zalet, ale ma też jedną podstawową wadę (a może to przymiot?) – nic nie umknie systemowi. Z punktu widzenia fiskusa najbardziej pożądanym byłoby całkowite wyeliminowanie pieniądza materialnego i zastąpienie go obrotem bezgotówkowym. Praktycznie zniknęłaby szara strefa – bo jak płacić za towar czy usługę bez faktury inaczej niż gotówką? Przecież po płatności kartą czy przelewem pozostaje ślad w systemie bankowym. Żeby nie było – jestem gorącym zwolennikiem walki z szarą strefą (choć niektórzy ekonomiści twierdzą, że napędza ona również PKB), jednak nie przy pomocy metody całkowitej eliminacji gotówki z obiegu. A ku temu małymi kroczkami zmierzają decydenci.

Do końca 2016 r. obowiązywał limit dla płatności gotówkowych pomiędzy przedsiębiorcami. Przekroczenie limitu (równowartości kwoty 15 tys. euro, czyli ponad 60 tys. zł) podczas płatności gotówką nie powodowało większych konsekwencji. Właściwie żadnych, poza brakiem możliwości zastosowania zwrotu VAT w przyśpieszonym terminie 25 dni. Ale można było wydatki regulowane pomiędzy przedsiębiorcami gotówką zaliczyć do kosztów uzyskania przychodów. Od 2017 r. zaszły diametralne zmiany. Po pierwsze limit dla transakcji gotówkowych między przedsiębiorcami obniżono z 15 tys. euro do 15 tys. zł. A po drugie odebrano możliwość zaliczania do kosztów uzyskania przychodów płatności gotówkowych, związanych z wykonywaną działalnością gospodarczą, przekraczających limit 15 000 zł. Innymi słowy, jeżeli przedsiębiorca otrzyma fakturę na 20 tys. zł, którą opłaci gotówką, nie zaliczy takiej faktury do kosztów uzyskania przychodów.

Inwigilacja i blokowanie rachunków bankowych

Kolejnym pomysłem świadczącym o zmierzaniu w kierunku pełnej kontroli podatników (w imię walki z wyłudzeniami podatków oczywiście) jest STIR, czyli System Teleinformatyczny Izby Rozliczeniowej. W Polsce izbą rozliczeniową dla sektora bankowego jest Krajowa Izba Rozliczeniowa. I to właśnie ta spółka ma dostęp do wszystkich danych dotyczących rozliczeń i płatności realizowanych w systemach elektronicznych oraz systemie bezpośrednich płatności internetowych. Wszystkie te dane posłużą po pierwsze do analizy ryzyka, po drugie zostaną przekazane fiskusowi, a poza tym w ramach systemu STIR będzie możliwość blokowania rachunków bankowych przedsiębiorców.

Żeby dokonać analizy ryzyka, KIR ma otrzymywać (od banków – w ciągu 24 h od otwarcia rachunku, i fiskusa – z Centralnego Rejestru Danych Podatkowych) dane identyfikacyjne przedsiębiorców, osób upoważnionych do ich reprezentowania, numery rachunków, których posiadaczem jest przedsiębiorca, dane o tzw. beneficjencie rzeczywistym, dane uzyskane na potrzeby wymiany zleceń płatniczych oraz ustalania wzajemnych wierzytelności.

Analiza dokonywana przez KIR ma uwzględniać kryteria ekonomiczne, geograficzne, przedmiotowe, behawioralne i powiązań. W przypadku ekonomicznych chodzi o analizę pod kątem celu prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności gospodarczej. Geograficznych – pod kątem dokonywania transakcji z krajami, w których występuje wysokie zagrożenie wyłudzeń podatkowych. Przedmiotowych – analiza pod kątem rodzaju prowadzonej działalności gospodarczej wysokiego ryzyka (np. do niedawna za taką uchodziła branża elektroniczna). Behawioralne z kolei uwzględniają analizę pod kątem nietypowych sytuacji czy działań przedsiębiorcy. Natomiast kryterium powiązań zakłada przeanalizowanie transakcji pod kątem powiązań przedsiębiorcy z podmiotami, co do których występuje ryzyko uczestniczenia w wyłudzeniach podatkowych lub ich organizowania.

Trochę zagmatwane? Nawet bardzo. A jak to będzie wyglądało w praktyce? Załóżmy, że mamy podatnika działającego od lat w branży elektronicznej – kupuje i sprzedaje sprzęt IT. Ma kilku kontrahentów zagranicznych z Europy, większość kontrahentów stanowią jednak lokalni polscy przedsiębiorcy. Po wejściu w życie mechanizmu wykorzystującego STIR do fiskusa trafią informacje o analizie, która uwzględni wszystkie nietypowe operacje bankowe podatnika, przykładowo dokonywane do lub z tzw. rajów podatkowych, przeprowadzane wiele razy dziennie, np. kilkanaście operacji dziennie przy dotychczasowych kilkudziesięciu w tygodniu, a na dodatek trafi się płatność dla bułgarskiej spółki, co do której nie ma wątpliwości, że bierze udział w karuzelach VAT. Krótko pisząc, gdy wynik analizy okaże się niekorzystny dla przedsiębiorcy, wówczas fiskus będzie mógł zażądać blokady jego rachunków (wszystkich lub wskazanych) na okres nie dłuższy niż 72 h, a o blokadzie będzie informowany właściwy przedsiębiorcy naczelnik urzędu skarbowego. Blokada będzie mogła zostać przedłużona na czas oznaczony, maksymalnie 3 miesiące.

Jak widać, system jest pomyślany w taki sposób, aby wyłuskiwać przestępców wyłudzających podatki i uniemożliwić im transfer ukradzionych pieniędzy. Cel słuszny, z tym że – jak to zwykle bywa – gdzie drwa rąbią, tam wióry lecą. I kto da uczciwym podatnikom gwarancje, że nie będzie pomyłek w działaniu systemu i nie obudzą się któregoś ranka z poblokowanymi rachunkami bankowymi, bo z analizą ich rozliczeń coś poszło nie tak?

Widać więc wyraźnie coraz większe agregowanie danych dotyczących przedsiębiorców – poufnych, objętych tajemnicą bankową i skarbową – na serwerach prywatnej spółki prawa handlowego ›

(bo czym innym jest Krajowa Izba Rozliczeniowa SA, jak nie zwyczajną spółką akcyjną?) i coraz większe uprawnienia fiskusa do ingerowania w działalność przedsiębiorców. Natomiast nie widać gwarancji dla uczciwych podatników, że nie zostaną potraktowani jak ci, z myślą o zwalczaniu których ten system jest pomyślany.

Czas na STIR

Warto jeszcze napisać o jednym ze stosunkowo nowych pomysłów w zakresie nowelizacji Ordynacji podatkowej. Pomysł ten zakładał, że banki będą miały obowiązek przesyłania codziennych wyciągów z rachunków przedsiębiorców. W połączeniu z systemem STIR taka porcyjka wyciągów przesyłana fiskusowi nie będzie stanowić jedynie, jak się przyjmuje, masowej i prewencyjnej kontroli transakcji finansowych, tylko totalną inwigilację podatników. Na szczęście fiskus zmodyfikował projekt zmian w Ordynacji i wycofał się rakiem z proponowanych nowinek. Pozostał pomysł, aby organy podatkowe mogły informować przedsiębiorców o tym, że kontrahent nie złożył deklaracji podatkowej w terminie, złożył ją wadliwie lub nie zapłacił podatku. Idea oczywiście szczytna – ochrona przed nieuczciwymi kontrahentami. Warto jednak wstrzymać się z ocenami do czasu, kiedy będzie można ocenić działanie tejże procedury w praktyce.

Przy okazji stworzono Rejestr Należności Publicznoprawnych, w którym figurują dłużnicy niepłacący podatków, ZUS i innych opłat (mandatów, użytkowania wieczystego itp.). Żeby znaleźć się na tej niechlubnej liście, wystarczy 5 tys. zł długu.

Ale to nie wszystko, na co stać naszych kreatywnych rządzących. Swego czasu opublikowano projekt ustawy o Centralnej Bazie Rachunków, której zadaniem ma być przetwarzanie informacji o rachunkach „w celu ustalania miejsca przechowywania wartości majątkowych mogących mieć związek z przestępstwem lub podlegających egzekucji sądowej lub administracyjnej". Nie macie z takimi wartościami majątkowymi nic wspólnego? Nie szkodzi! Dane na temat waszych rachunków bankowych i tak znajdą się w bazie.

Szczegółowy rejestr danych na temat prowadzonych rachunków będzie obejmował m.in. rachunki bankowe, płatnicze, rachunki w SKOK-ach, IKE, rachunki papierów wartościowych, umowy ubezpieczeniowe z elementami inwestycyjnymi czy nawet... umowy o udostępnienie skrytki sejfowej. Pod groźbą wysokich kar obowiązek dostarczania danych do Centralnej Bazy Rachunków (w ciągu 24 godz. od otwarcia, modyfikacji lub zamknięcia) będą miały praktycznie wszystkie instytucje związane z finansami podatników. I to nie tylko przedsiębiorców, ale również zwykłych osób fizycznych. Zakres przekazywanych danych jest bardzo szeroki, łącznie z tym, że w przypadku rachunków osób fizycznych instytucje zobowiązane będą przekazywać numer telefonu komórkowego właściciela rachunku.

Gdy cierpią uczciwi podatnicy, siedzieć cicho nie można.

Oczywiście szereg instytucji będzie uprawnionych do korzystania z informacji, zaczynając od komorników poprzez szefa Służby Kontrwywiadu Wojskowego, a na organach Krajowej Administracji Skarbowej kończąc. Dodatkowo osoba, której dane będą przetwarzane, nie będzie o tym nawet wiedzieć. Na razie projekt „utknął", jednak nie wiadomo, czy wkrótce rząd nie wróci do tego pomysłu.

JPK i kasy fiskalne online

Kasy rejestrujące mają zapewnić uczciwe rozliczanie obrotu przez podatników świadczących usługi lub sprzedających towary osobom fizycznym. Jak to wygląda w praktyce, każdy wie z doświadczenia. Jest różnie, ogólnie rzecz ujmując. W ramach walki z niewystawianiem paragonów fiskus do tej pory ograniczał się do akcji typu „Weź paragon", loterii paragonowej czy informowania o tym, że w gastronomii oszukują i zamiast paragonu fiskalnego można otrzymać do złudzenia podobny wydruk z systemu gastronomicznego (który paragonem oczywiście nie jest). Ale teraz wytaczane są kolejne działa.

Wypada zacząć od Jednolitego Pliku Kontrolnego (JPK), a więc zestawienia danych w zakresie VAT, które przedsiębiorcy przesyłają co miesiąc fiskusowi. Ten ostatni wpadł na pomysł, że dobrze by było dostawać takie zestawienie danych dotyczących sprzedaży detalicznej podatników. Na razie raz w miesiącu. A później, to się zobaczy. Jest to ewidentne preludium do wprowadzenia kas rejestrujących online.

Oczywiście kasy fiskalne online będą wprowadzane etapami. Zacznie się pewnie od tych podatników, którzy będą musieli wymienić sprzęt na nowy lub rozpoczynając działalność, kupić nowe urządzenie. Dopóki stare będzie działało i spełniało wymogi fiskusa, będzie go można używać. Nie sądzę, aby fiskus próbował jakoś masowo przymuszać podatników do wymiany tradycyjnych kas rejestrujących na kasy online. Będzie się to zapewne działo na drodze ewolucji, a nie rewolucji, związanej z żywotnością technologiczną tych urządzeń.

Jeszcze wrócę na chwilę do JPK Paragon – ten z kolei miał już obowiązywać. Na podstawie danych przesyłanych przez podatników fiskusowi urzędnicy skarbowi będą porównywali bieżące obroty podatnika z obrotami sprzed wprowadzenia obowiązku raportowania. I będą mieli, jak na widelcu, tych, którzy obrót w przeszłości zaniżali. Ale na tym nie koniec. Mając dane z JPK Paragon konkurencyjnych podmiotów działających na tym samym rynku i w tej samej branży, urzędnicy skarbowi będą mogli porównać te dane i typować do skontrolowania podatników podejrzewanych o zaniżanie obrotów. Na razie JPK Paragon jeszcze nie obowiązuje, natomiast składać JPK VAT musi większość (nawet tych najmniejszych) przedsiębiorców.

Autor jest prawnikiem i licencjonowanym doradcą podatkowym. Od kilkunastu lat świadczy usługi doradztwa podatkowego, prawnego i celnego różnym podmiotom, od najmniejszych po globalne korporacje. Prowadzi serwis internetowy podatki.blog.

CRN POLECA – **KSIĄŻKA DLA SZEFA**

Wtykaj nos w (nie)swoje sprawy

Ta książka chwilami bywa denerwująca, zwłaszcza w momentach, gdy natykamy się na banalne stwierdzenia w rodzaju: „dobrzy liderzy nie szukają wymówek" czy też „są tylko dwa rodzaje przywódców: skuteczni i nieskuteczni". Z tym że obaj autorzy – Jocko Willink i Leif Babin, byli oficerowie Navy SEAL – już na wstępie przyznają, że wiele im brakuje do ideału przywódcy. Godna pochwały pokora.

Poza tym obaj zachęcają do czegoś, co wprost kłóci się z tak często powtarzaną liderom i przedsiębiorcom zasadą: zostaw ludziom swobodę działania, nie stosuj mikrozarządzania, bo to zabija motywację podwładnych. Tymczasem Willink i Babin lansują model „ekstremalnego przywództwa", któremu towarzyszy „ekstremalne zawłaszczanie", czyli – wyrażając się kolokwialnie – wtykanie nosa we wszystkie firmowe sprawy.

Ich zdaniem dobry lider, przywódca to osoba, która jest odpowiedzialna za każde (!) niepowodzenie zespołu czy firmy. A jeśli tak, to na przykład za słabe wyniki handlowca odpowiada jego szef. Widocznie coś przegapił, zaniedbał, zlekceważył, słowem – nie dopilnował. I nie chodzi o to, żeby menedżer czy prezes wykonywał za swoich podwładnych ich pracę. Ale jeśli nie kontroluje na bieżąco tej pracy, jeśli nie obserwuje uważnie zachowania pracowników i nie wychwytuje najmniejszych nawet niepokojących sygnałów, jeśli nie jest ich mentorem, doradcą, nie służy im bieżącym wsparciem, to musi się liczyć z błędami, brakiem zaangażowania i kłopotami w realizacji najlepszej nawet strategii.

Każdy rozdział kończy się studium przypadku dotyczącym rozwiązania rzeczywistych problemów w konkretnej firmie. W przypadku jednej z nich „poprawa wydajności nie wzięła się ze zmiany procesu ani postępu technologicznego, ale nastąpiła dzięki zastosowaniu zasady przywództwa, która działa od wieków: zachowaniu prostoty". W czasach, kiedy nic nie jest pewne i wszystko się zmienia, lektura godna uwagi. **[tgo]**

Jocko Willink, Leif Babin „Ekstremalne przywództwo. Elitarne taktyki Navy SEALs w zarządzaniu" Wydawnictwo SQN

BEZPŁATNA PRENUMERATA

Korzystaj z naszej wiedzy

i rozwijaj swój biznes z CRN Polska, najlepiej poinformowanym pismem w branży IT!

Załóż konto na stronie CRN.pl

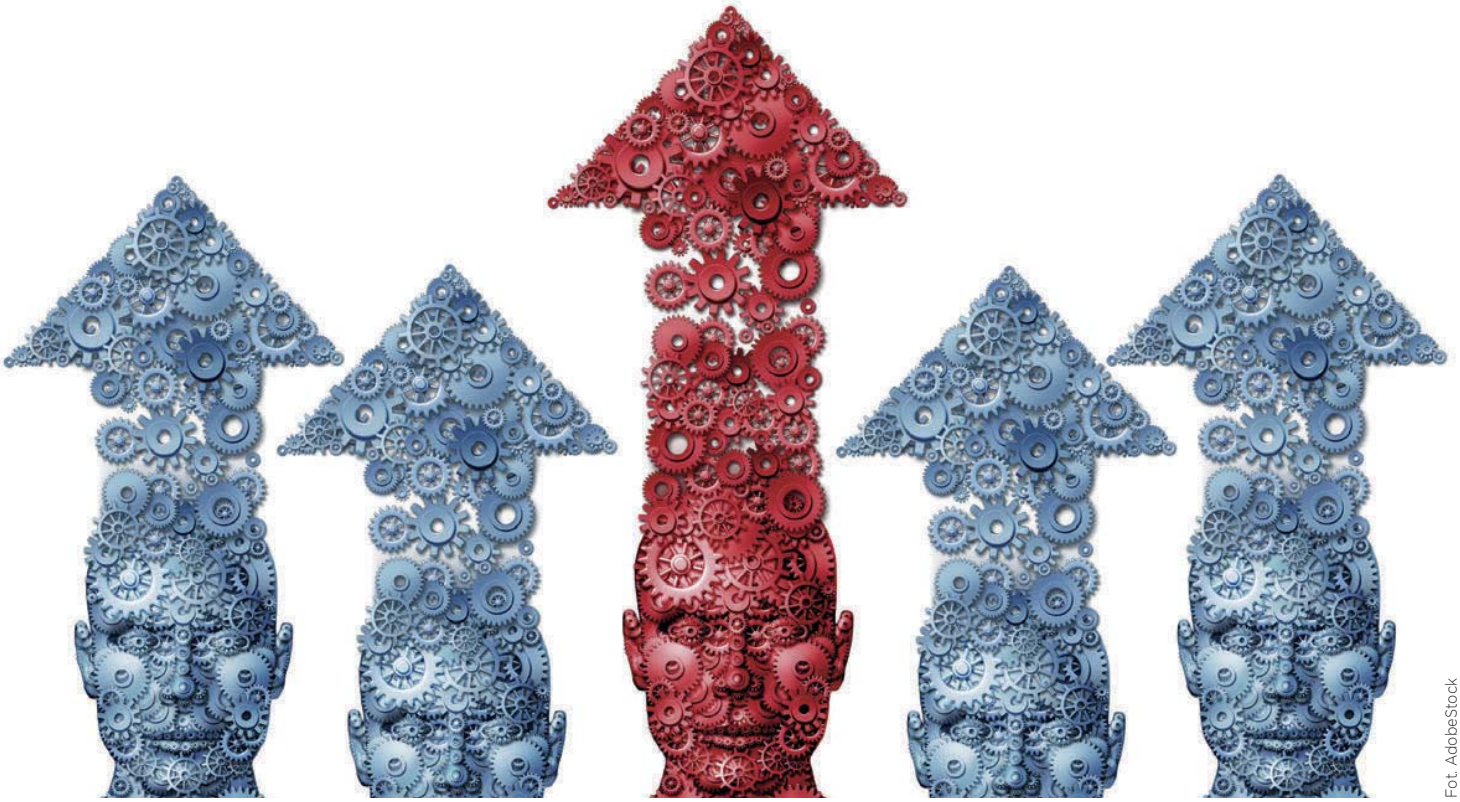
wypełniając odpowiedni formularz

Prenumerata jest aktualna przez 12 miesięcy.

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

Więcej informacji:

Andrzej Janikowski, 22 44 88 485, prenumerata@crn.pl



Fot. AdobeStock

Capgemini: innowacyjność to wyzwanie

Nie jest sztuką stworzenie w przedsiębiorstwie działu zajmującego się opracowywaniem innowacyjnych rozwiązań. Prawdziwym wyzwaniem okazuje się wykorzystanie jego pracy dla dobra całej firmy.

Karolina Marszałek

Z danych Capgemini wynika, że od października 2016 r. do końca ubiegłego roku liczba centrów innowacji na świecie zwiększyła się z 456 do 580 (wzrost o 27 proc.). Czy jednak firmy stają się bardziej innowacyjne w rezultacie swoich inwestycji w takie specjalistyczne działy lub ośrodki? Odpowiedzi na to pytanie podjął się Capegemini Digital Transformation Institute. Analitycy instytutu przepytali 1,7 tys. osób, w tym liderów oraz menedżerów średniego i niższego szczebla w 340 firmach. Aż 87 proc. z tej grupy przedsiębiorstw dysponuje specjalnymi działami, które pracują nad powstawaniem i wdrażaniem innowacyjnych rozwiązań. Jednak zapanowanie nad skomplikowanym procesem – od pojawienia się pomysłu przez jego realizację, a następnie komercjalizację – jest naprawdę trudne i często wymaga zmian w całej organizacji.

Dojrzałość innowacyjną badanych przedsiębiorstw oceniano, uwzględniając pięć obszarów, których funkcjonowanie wpływa na to, z jakim skutkiem pomysły są rozwijane i ostatecznie komercjalizowane. Mowa o: ekosystemie, środowisku, zarządzaniu, kulturze i procesach. Capgemini w każdym z tych obszarów wskazuje bariery, które firmy muszą pokonać na drodze do innowacyjności. Najsłabiej pod tym względem wypadają ekosystem i kultura.

Pięć obszarów, pięć poprawek

Przez ekosystem analitycy rozumieją rozwój współpracy z zewnętrznymi partnerami, który ma umożliwić powstawanie innowacyjnych rozwiązań. Aż 41 proc. badanych przedsiębiorstw swój ekosystem dopiero zaczyna budować. Uplasowało to je na pierwszym, najniższym poziomie – w grupie beginning. Z kolei 16 proc. znalazło się na poziomie drugim (building) – to firmy, które są w trakcie budowy partnerskiej sieci, mającej wspomagać pracę ich działu innowacji. Równo 25 proc. badanych przedsiębiorstw osiągnęło poziom trzeci (established) – co oznacza, że kilka projektów, m.in. dzięki sprawnie działającemu ekosystemowi, przeszło drogę od idei do komercjalizacji; 18 proc. natomiast weszło na poziom czwarty, do grupy optimized. W ich przypadku komercjalizacja innowacyjnego rozwiązania przyniosła przedsiębiorstwu wymierne korzyści.

Zdaniem specjalistów Capgemini przedsiębiorstwa rozumieją już znaczenie tworzenia ekosystemu. Zbyt często jednak ich procesy i stosowane technologie nie są dostosowane do interakcji z partnerami. Problemem jest też udostępnianie danych na zewnątrz lub obawa o utratę przewagi konkurencyjnej.

Problemy z kulturą

Ciekawe wyniki przyniosło badanie w kategorii „kultura". Przedsiębiorstwa, które otrzymały najwyższą ocenę, potrafią skutecznie zachęcić pracowników do eksploracji i wdrażania innowacyjnych pomysłów. Jak podkreśla firma badawcza, braki w tym zakresie są główną przeszkodą w udanej transformacji cyfrowej. Jednocześnie jest to obszar, w którym zmiany zachodzą najwolniej, co potwierdzają odpowiedzi respondentów badania. Większość z nich przeszła już z poziomu pierwszego – beginning – do drugiego, czyli building, i tam się zatrzymała (mowa o 77 proc. przedsiębiorstw). Dalszych 17 proc. znalazło się na poziomie established, a tylko 1 proc. – na optimized.

Dojrzałość firmy na tym ostatnim polu – tłumaczą specjaliści Capgemini – jest najtrudniejsza do osiągnięcia, ponieważ wymaga zmiany sposobu myślenia, m.in. o porażkach. Przedsiębiorstwo musi umieć je akceptować, jeśli chce zachęcać pracowników do podejmowania wysiłku, jakiego wymaga realizacja trudnych projektów.

Z opisanych w raporcie pól, jakie brano pod uwagę podczas badania przedsiębiorstw, które zainwestowały w specjalistyczne ośrodki lub działy, najlepiej wypadło „środowisko". Analitycy Capgemini sprawdzali, czy działalność takich jednostek jest spójna ze strategią całej organizacji. Autorzy raportu cytują Johna Rethansa, globalnego stratega ds. cyfrowej transformacji w firmie Apigee (dostawca platform API): „widziałem wiele firm, w których centrum innowacji to miejsce o szklanych ścianach, wyposażone w MacBooki, podczas gdy reszta firmy pracuje na dziesięcioletnich laptopach. Tego typu ośrodek to spektakl, a nie element strategii".

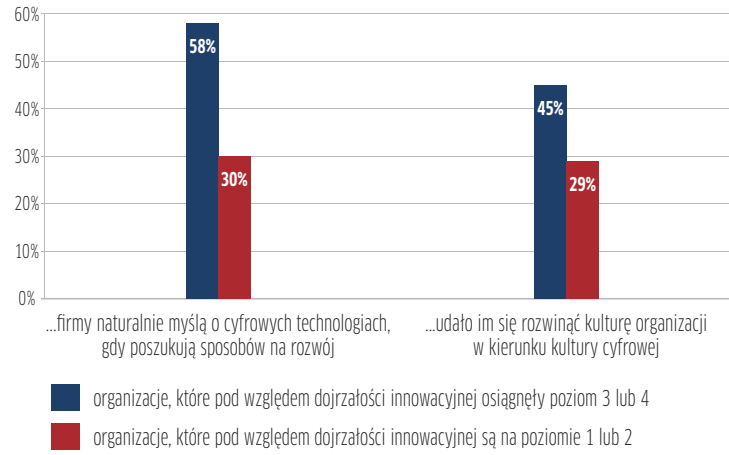
W części badania dotyczącej środowiska najwięcej, bo 51 proc. przedsiębiorstw znalazło się na poziomie trzecim – established, a 28 proc. na poziomie optimized. Na poziomie beginning i building jest w sumie 21 proc. firm.

Nawet najlepszy pomysł...

...można zabić. W jaki więc sposób przedsiębiorstwa mogą sprostać wyzwaniu, którym okazuje się prawdziwa innowacyjność? Okazuje się, że firmy, które lepiej sobie z nim radzą (osiągnęły na badanych polach poziom established lub optimized), bardziej niż pozostałe zwracają uwagę i doceniają współpracę wewnętrzną (międzydziałową) i zewnętrzną – z uczelniami, startupami czy partnerami z różnych gałęzi przemysłu. Jednocześnie starają się być maksymalnie elastyczne, ograniczając do minimum przeszkody biurokratyczne wewnątrz organizacji. Przyjmują kulturę cyfrową, która jest zgodna z ogólną strategią firmy. Koncentrują się na przyspieszaniu procesów podejmowania decyzji – gwarantują pracownikom w tym względzie dużą niezależność, co umożliwia szybką konwersję pomysłów (na prototypy). Mają świadomość, że zbyt długa analiza na kilku szczeblach może zabić każdą ciekawą ideę.

Aby osiągnąć wymierny sukces, jednostki innowacyjne potrzebują też jasnego planu komercjalizacji swoich rozwiązań. Konieczne jest zatrudnianie liderów, którzy mają doświadczenie w zakresie wprowadzania innowacji w przedsiębiorstwach i wiedzą, jak wykorzystać szanse biznesowe zaszyte w pomysłach. Bez wsparcia kierownictwa wyższego szczebla i dostosowania się do strategicznych celów firmy wysiłki innowacyjnych jednostek mogą zostać zepchnięte na boczny tor podczas konkurowania z innymi priorytetami firmy. Sukces iPada, według analityków Capgemini, częściowo wynika z faktu, że tablet został uznany przez firmę za okazję biznesową, a nie jedynie „projekt badawczy". ■

Odsetek przedsiębiorstw, które zgodziły się, że...



Źródło: Capgemini digital innovation survay

Crowdsourcing w biznesie:
najpierw strategia, potem platforma

Coraz więcej firm decyduje się stosować crowdsourcing, ale w większości przypadków ich wysiłek sprowadza się do budowy i wdrożenia kosztownej platformy internetowej. To zdecydowanie zbyt mało, aby zapewnić powodzenie tego rodzaju przedsięwzięciom.

Bartosz Filip Malinowski

Fot. AdobeStock

Chiński gigant telekomunikacyjny ZTE z pewnością miał przed oczami wizję pasma sukcesów, kiedy decydował się na crowdsourcing nowego produktu. W końcu co może pójść nie tak, jeśli współpracuje się ze społecznością zaangażowanych użytkowników? Okazuje się, że jednak może... Ale zacznijmy od początku. Otóż korporacja postanowiła od razu wdrożyć cały pakiet rozwiązań typu **collaborative development**: crowdsourcing połączony z co-creation, następnie prowadzący do zbiórki crowdfundingowej. Dziś trudno jednoznacznie ocenić, na ile był to błąd, a na ile szczęście w nieszczęściu.

W 2016 r. ZTE zaprosiło klientów (i szerzej – społeczność internautów) do współtworzenia smartfona przyszłości, dopasowanego idealnie do potrzeb konsumentów. Inicjatywa o nazwie CSX realizowana była za pośrednictwem prostej strony internetowej stylizowanej na forum. Pomysłodawcy, zresztą słusznie, podzielili ją na kilka etapów, trwających w sumie trzy miesiące: zgłaszanie przez użytkowników ogólnych pomysłów na funkcjonalności –> głosowanie na pomysły (etap pośredni) –> tworzenie konceptów –> głosowanie i opiniowanie (etap pośredni) –> wybór najpopularniejszej propozycji –> produkcja.

W trakcie pierwszego etapu społeczność wygenerowała dość oryginalne pomysły, m.in. kompatybilność smartfona z podwodną maską VR albo dowolność w doborze systemu operacyjnego, bez narzucania go fabrycznie przez producenta. Następnie **głosy użytkowników wyłoniły zwycięzcę: koncept telefonu z samoprzylepną obudową, którym można nawigować ruchem gałek ocznych z wykorzystaniem techniki eye-trackingu**. Hawkeye, bo tak ZTE ochrzciło wspólne dziecko ich działu R&D i społeczności, wydawał się tak obiecujący, że korporacja poszła za ciosem i postanowiła rozpocząć jego przedsprzedaż drogą crowdfundingu na platformie

Kickstarter. Na tym etapie cała pieczołowicie współtworzona konstrukcja zaczęła uginać się pod własnym ciężarem.

Zbiórka crowdfundingowa okazała się porażką. ZTE zgromadziło zaledwie 36 tys. z planowanych 500 tys. dol., czyli nieco ponad 7 proc. celu finansowego, i zakończyło kampanię przed upływem czasu. Z jednej strony – to dobrze, ponieważ „poduszka ochronna" w postaci crowdfundingu, którego jedną z funkcji jest badanie reakcji rynku i minimalizacja ryzyka, zadziałała bez zarzutu. Marka mogła stracić znacznie więcej, wprowadzając nowy model smartfona na rynek. Z drugiej – źle, jako że ta sama społeczność, która wcześniej współtworzyła Hawkeye, teraz głośno zadeklarowała: nie, ten produkt nie jest wart naszych pieniędzy. Była to wyraźna czerwona kartka dla rezultatu całej inicjatywy crowdsourcingowej. Co wobec tego zawiodło?

1. Najczęściej podnoszony zarzut i błąd, do którego głośno przyznaje się samo ZTE, to rozbieżność między koncepcją a wykonaniem, a konkretniej przeciętna specyfikacja urządzenia. Smartfon cechowały parametry typowe dla średniej półki cenowej, a przecież Hawkeye miał być telefonem przyszłości.

2. ZTE ustaliło także cenę na 199 dol. i nie mogło dokonać korekty po starcie zbiórki crowdfundingowej. W efekcie, kiedy społeczność zaczęła krytykować specyfikację, nie można było jej zmienić ze względu na gorset cenowy. Firma sama pozbawiła się w tym zakresie pola manewru.

3. Wiele osób postrzegało Hawkeye jako pozorną innowację. Takie funkcje jak samoprzylepna obudowa i eye-tracking są łatwe do zaimplementowania w innych smartfonach. Bez mocnej specyfikacji jest to po prostu... zwykły telefon.

4. Mogła zadziałać tzw. klątwa korporacji w crowdfundingu. Duże, bogate marki wciąż nie są przez wielu mile widziane na takich platformach jak Kickstarter czy Indiegogo.

5. I wreszcie zjawisko tzw. tyranii pomysłów. Wybór „większości", która wskazała funkcje składające się na Hawkeye, de facto oznaczał zignorowanie realnej większości, czyli dużego grona użytkowników wskazujących na dziesiątki innych rozwiązań. Dla nich Hawkeye w zaproponowanej postaci nie miał nic wspólnego z telefonem marzeń.

Porażka przedsięwzięcia Hawkeye to ciekawa historia, której morał może brzmieć następująco: crowdsourcing to nie produkt sprzedawany z gwarancją sukcesu. Ani sam fakt korzystania z niego, ani nawet platforma nie gwarantują rezultatów. Sztuką jest myślenie o crowdsourcingu w kategoriach strategicznych, nie zaś wyłącznie operacyjnych.

Warto zapamiętać

Crowdsourcing nie oferuje uniwersalnych odpowiedzi na każdy typ problemu – podobnie jak zarządzanie strategiczne. Sukces crowdsourcingu jest wypadkową bardzo wielu decyzji w bardzo niepewnym otoczeniu – zupełnie jak w zarządzaniu strategicznym. **Dlatego doskonalenie kompetencji crowdsourcingu to w praktyce doskonalenie sztuki strategii i jej skutecznej implementacji**. Najlepiej poradzi sobie nie ten, kto dysponuje najdroższą i najnowocześniejszą platformą, tylko ten, kto wie, w jakim celu i w jaki sposób ją stosować w każdych okolicznościach.

Czym jest crowdsourcing?

Jeff Howe, twórca pojęcia crowdsourcingu, w 2006 r. definiował je jako outsourcing wszelkich aktywności przedsiębiorstwa do nieokreślonej, szerokiej grupy internautów w formie otwartego zaproszenia. Bardziej aktualną i precyzyjną definicję tego zjawiska proponuje naukowiec i uznany w tej dziedzinie ekspert Daren C. Brabham: **Crowdsourcing to cyfrowy i rozproszony model produkcji lub rozwiązywania problemów przez internautów, realizujący konkretne cele organizatora (przedsiębiorstwa, rządu czy jednostki).**

Nie ma mowy o crowdsourcingu bez spełnienia jednocześnie czterech warunków:

1. **organizatora**, który ma jakieś zadanie do rozwiązania,
2. **społeczności**, gotowej rozwiązać je dobrowolnie,
3. **cyfrowej przestrzeni**, w której odbywa się praca i kontakt między organizatorem a społecznością,
4. **wzajemnej korzyści** dla organizatora i dla społeczności.

Ten zyskujący na popularności model produkcji i rozwiązywania problemów to w praktyce zarządzania bardzo szeroki wachlarz coraz to nowych i zmieniających się aktywności. Przytoczona wcześniej marka ZTE wykorzystała crowdsourcing do współtworzenia z internautami nowego produktu, podobnie jak McDonald's do komponowania hamburgerów („Create your taste"). Marki takie jak Starbucks, GE czy Dell uprawiają „crowdstorming" – tworzą i moderują giełdy pomysłów, pomagające rozwiązać konkretne problemy lub pozyskać wartościowe koncepcje i innowacje. Z kolei rozproszone mikroaktywności (tzw. microtasks) przyspieszają poszukiwania egzoplanet na udostępnionych przez NASA zdjęciach satelitarnych, a rządowi Kanady gromadzenie danych statystycznych na temat... cen rynkowych marihuany (priceofweed.com). Co ciekawe, na przykład platforma Hybrid Crowd udostępnia organizacjom talent drzemiący w społeczności 1,2 mln programistów, a Kaggle – ludzką moc obliczeniową tysięcy analityków danych, z którymi nie może mierzyć się jeszcze żadna sztuczna inteligencja.

To tylko kilka przykładów, które nie uwzględniają rozwiązań opartych na mechanizmach okołocrowdsourcingowych, jak Google Maps, Wikipedia czy model biznesowy Ubera. Potencjał crowdsourcingu jest w zasadzie nieograniczony, ale jego skuteczne wykorzystanie to wypadkowa bardzo wielu czynników – takich, na które nie mamy wpływu, i takich, na które wpływ mamy drogą decyzji. Dlatego myśląc o stosowaniu crowdsourcingu skuteczniej niż ZTE (czy setki innych firm, które podjęły próbę), warto zacząć już od przyjęcia właściwej optyki.

Strategia, głupcze!

W toku mojej praktyki biznesowej, a nawet analizując historie przypadków korzystania z crowdsourcingu, stale napotykam na kilka głęboko zakorzenionych stereotypów. To popularne pułapki myślowe, które – jeśli wpadnie w nie

menedżer – z pewnością zmniejszą szanse powodzenia przedsięwzięcia. Pierwsza i najczęstsza z pułapek to utożsamianie crowdsourcingu z platformą i technologią. Crowdsourcing sam w sobie nie jest narzędziem. Platforma, jako przestrzeń do komunikacji i realizacji zadań w ramach crowdsourcingu, jest oczywiście potrzebna, ale bez treści, formuły i zamysłu pozostaje bezużyteczna. Druga pułapka jest pochodną pierwszej – chodzi o założenie, że crowdsourcing jest zautomatyzowany. W rzeczywistości nie ma takiego przedsięwzięcia crowdsourcingowego, nawet silnie zmechanizowanego, które realizowane by było niejako na autopilocie. Zawsze potrzebna jest jakaś moderacja, selekcja, analityka, ewaluacja i optymalizacja.

Marki, które odnoszą sukcesy w obszarze crowdsourcingu i niejednokrotnie wykorzystują go w sposób ciągły, patrzą na niego przez pryzmat procesu, tj. ściśle powiązanych ze sobą aktywności. W ich rozumieniu nie jest to platforma czy pojedyncze działanie, a raczej – cytując Krzysztofa Obłója (cenionego teoretyka zarządzania) – spójna i efektywna odpowiedź na wyzwania otoczenia. Słowem: strategia. Technologia, treść są czymś wtórnym. Pierwszeństwo ma to, co stanowi kręgosłup zarządzania strategicznego, czyli:

1. cele ogólne i cząstkowe,
2. otoczenie i czynniki wewnętrzne,
3. zasoby i kompetencje firmy oraz jej konkurencji,
4. programy i plany,
5. elastyczny horyzont planowania,
6. określone kryteria efektywności.

Patrząc na crowdsourcing w ten sposób, można ujrzeć plastyczną materię, dającą się formować w zależności od okoliczności, zasobów, celów strategicznych przedsiębiorstwa i jej struktury. W związku z tym, zanim spróbuje się odpowiedzieć na pytania: „kto wykona dla nas platformę?" lub „jakie nagrody zaoferujemy społeczności w zamian za udział?", warto uporządkować wszystkie kwestie problemowe i obszary decyzyjne, dokładnie tak jak robi się to w przypadku zarządzania strategicznego. Może do tego wystarczyć zaproponowany przeze mnie prosty schemat (powyżej).

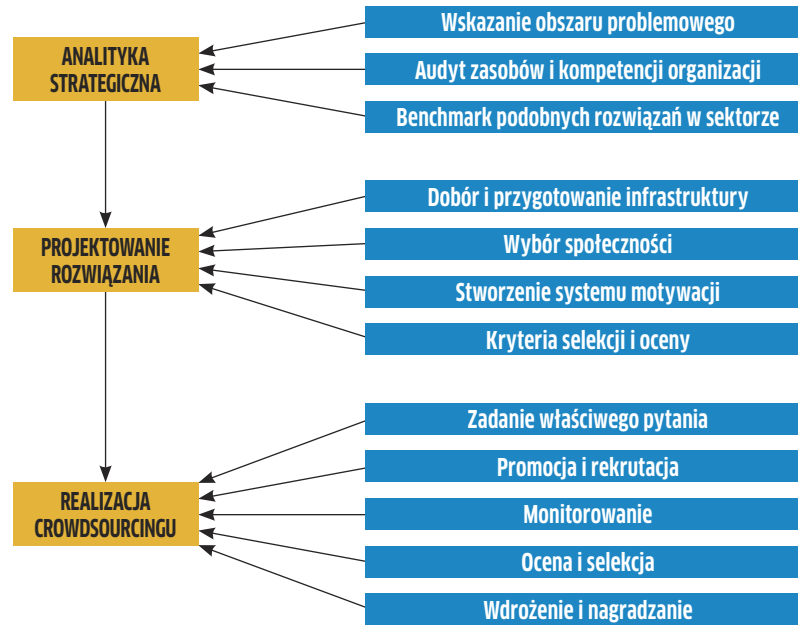
Każdy z przedstawionych obszarów ma dla menedżera wymiar kluczowych decyzji strategicznych. Na **etapie analizy** trzeba zadać sobie pytanie, czy nie ma innych, bardziej efektywnych metod rozwiązania problemu niż crowdsourcing. A jeśli decydujemy się na crowdsourcing, to czy posiadamy zasoby i kompetencje potrzebne do jego realizacji, czy może powinniśmy poszukać ich na zewnątrz? Warto też przeanalizować inne przedsięwzięcia, np. konkurentów w branży lub w branżach pokrewnych.

Etap projektowania to punkt, w którym należy zastanowić się nad platformą, a szerzej – przestrzenią, w której podejmowane będą wysiłki crowdsourcingowe. Czy ma być to platforma zewnętrzna czy własna? Może najlepiej wykorzystać gotowe, istniejące na rynku rozwiązania? Jeżeli będzie to platforma własna, czy będzie mieć jednorazowe czy wielokrotne zastosowanie? Trzeba także odpowiedzieć sobie na pytanie, kto będzie stanowić „crowd": wyspecjalizowana społeczność, dowolni internauci, pracownicy firmy? A może każda z tych grup? Jak zmotywujemy ich do uczestnictwa, co zaoferujemy w zamian za wkład i jak właściwie definiujemy ów wkład: czy będzie to pomysł, praca, a może dane?

Wreszcie, na **etapie implementacji**, należy zadbać o właściwie wezwanie do działania, plan promocji i rekrutacji uczestników. Trzeba także rozważyć zagadnienia monitorowania, moderacji i selekcji (w jaki sposób i na jakich zasadach?) oraz samego wdrożenia, jeżeli ma ono być rezultatem przedsięwzięcia.

Wydaje się to złożonym procesem, który często należy powtarzać i doskonalić, ale czy inaczej jest w przypadku zarządzania strategicznego? Każdy menedżer, który w taki sposób podejdzie do crowdsourcingu, zminimalizuje ryzyko, zredukuje zbędne koszty, a ponadto zacznie kształtować nową, niezwykle cenną kompetencję organizacyjną – do wykorzystania nie tylko w jednym celu i nie tylko w jednym obszarze.

Schemat uporządkowania kwestii problemowych i obszarów decyzyjnych



Bartosz Filip Malinowski jest konsultantem i założycielem agencji WeTheCrowd, a także publicystą, ekspertem i strategiem w obszarach nowych mediów i modeli biznesowych.

Artykuł w całości jest dostępny w portalu HBRP.pl (pod tym samym tytułem).

Zyxel: Mesh dla domu

Multy X to trójzakresowy system korzystający z bezprzewodowej techniki Mesh (AC3000), który umożliwia dostęp do sieci domowej. Składa się z dwóch modeli urządzeń. Automatycznie łączą się z najbliższym punktem emisji najsilniejszego sygnału, co zapewnia optymalną wydajność sieci i zasięg bez konieczności ręcznego przełączania się pomiędzy nadajnikami. Jak deklaruje producent, prędkości i przepustowość nie są ograniczane wskutek powtarzania sygnału Wi-Fi między routerami i wzmacniaczami. Trzecie pasmo jest wykorzystywane do transmisji bezprzewodowej pomiędzy węzłami.
Cena: ok. 350 euro (ok. 1450 zł). Gwarancja: 2 lata.

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

Brother: szybkie skanery dla MŚP

Urządzenia ADS-2200 i ADS-2700W umożliwiają skanowanie do 35 str./min (do 70 obrazów na minutę), zarówno w trybie kolorowym, jak i w monochromatycznym, w opcji dwustronnej. Za ich pomocą można tworzyć elektroniczne wersje różnych dokumentów, takich jak strony A4, paragony, faktury, wytłaczane karty kredytowe, dowody osobiste. Rozdzielczość interpolowana wynosi 1200 x 1200 dpi.
Nowe modele skanerów wyposażono w automatyczne podajniki o pojemności 50 str. każdy. Łączą się z komputerami przez USB 2.0. Dodatkowo ADS-2700W można podłączyć do sieci LAN oraz Wi-Fi (w trybach Wi-Fi Direct i WPS). Oba urządzenia skanują do plików PDF, dokumentów, załączników e-maili, OCR, zdjęć i pamięci USB, a model ADS-2700W również do folderów sieciowych, serwerów poczty elektronicznej, SFTP i FTP.
Ceny: ADS2200 – 1450 zł, ADS2700W – 1950 zł. Gwarancja: 3 lata.

- → **ABC DATA,** www.abcdata.com.pl
- → **FOR EVER,** www.for-ever.pl
- → **TECH DATA,** www.techdata.pl

Panasonic: tablet do zadań specjalnych

Nowa wersja tabletu FZ-G1 ma certyfikat Atex, tzn. urządzenia można używać w drugiej strefie zagrożonej wybuchem, czyli takiej, w której znajdują się określone substancje łatwopalne, jak benzyna i etylen. Wśród potencjalnych użytkowników są więc np. firmy z sektora chemicznego, naftowego, gazowego.
FZ-G1 to 10,1-calowy model klasy fully-rugged z Windows 10 Pro i procesorem Intel Core i5-6300u vPro. Działa na baterii do 14 godz. Tabletem można posługiwać się również w rękawicach roboczych. Konstrukcja spełnia normy wytrzymałości MIL-STD 810G oraz IP65. Wśród opcji łączności jest GPS, karta micro SD, port USB 2.0, port LAN, czytnik kodów kreskowych 2D i czytnik smart card.
FZ-G1 można połączyć z systemami informacji geograficznej, dostępne są rozwiązania do projektowania instalacji, zarządzania pracownikami i aktywami firmy (np. dostęp do dokumentów, rysunków i in.).
Cena: 13,9 tys. zł netto. Gwarancja: 3 lata.

- → **AW.NET,** www.awnet.pl

HP: obrotowe 4K

HP Spectre x360 15 to komputer przenośny z 15,6-calowym obrotowym ekranem dotykowym 4K/UHD. Zaprojektowano go dla kreatywnych użytkowników, m.in. korzystających z programów graficznych. Urządzenie wyposażono w procesor Intel Core i7 8705G ósmej generacji z kartą graficzną Radeon RX Vega M. Może działać na zasilaniu bateryjnym do 12 godz. Do 50 proc. pojemności można naładować w ciągu 30 min. Dostępne są wersje z czterordzeniowymi CPU Intel Core ósmej generacji z kartą graficzną Nvidia GeForce MX 150, działające do 13,5 godz. na baterii. Obudowę wykonano z aluminium obrabianego CNC z profilem kątowym o grubości 19,5 mm (waga tego modelu – 2,09 kg). Wśród złączy są Thunderbolt 3, USB 3.1 Type-C, DP 1.2, HDMI.
Cena: od 1799 euro (ok. 7,5 tys. zł). Gwarancja: 2 lata.

- → **AB,** www.ab.pl
- → **ALSO,** www.alsopolska.pl
- → **TECH DATA,** www.techdata.pl

Ireneusz Dąbrowski

Eppur si muove!

TYTUŁOWE, LEGENDARNE SŁOWA GALILEUSZA WYPOWIEDZIANE PRZED SĄDEM INKWIZYCJI SĄ PROSTE, A JAKŻE GŁĘBOKIE I MOGĄ BUDZIĆ SKOJARZENIA Z SYTUACJĄ CZŁOWIEKA DZIŚ, PO PRAWIE 400 LATACH OD SMUTNYCH WYDARZEŃ, KIEDY TO WYBITNY NAUKOWIEC MUSIAŁ WYRZEC SIĘ PRAWDY ZA CENĘ ZACHOWANIA ŻYCIA.

Dzisiaj nikt nie kwestionuje faktu, że to Ziemia krąży wokół Słońca, i raczej nie ma takich miejsc na świecie, gdzie naukowcy cierpieliby katusze za swoje poglądy. Ale zdecydowanie gorzej sytuacja wygląda w sferze światopoglądu, przekonań i wiary. Gdzie aktualnie w tym obszarze łamane są prawa człowieka, każdy z nas może wskazać z łatwością. I – co zaskakujące – niekoniecznie są to miejsca odległe od judeochrześcijańskiej kultury Zachodu. Czy zatem dokonaliśmy kroku naprzód w rozumieniu, czym jest człowiek, czy nie? Jesteśmy bogatsi o doświadczenia przodków i dorobek epok minionych, czy pozostajemy prymitywnymi plemionami kierującymi się w życiu moralnością Kalego (o czym kiedyś na tych łamach już pisałem) i etyką kija bejsbolowego?

Naprawdę nie wiem, jak można będzie ***zakazać e-handlu w niedzielę.***

Odpowiedź na to pytanie jest złożona i wcale nie jednoznaczna. Dlaczego? Bo człowiek jako gatunek jest słaby, zmienny, omylny i impulsywny. W swoich wyborach nie kieruje się wyłącznie wiedzą i rozumem, ale często impulsem, emocjami i żądzami. Zatem jest w znacznej mierze istotą nieprzewidywalną, podatną na wpływy innych i od innych uzależnioną. Dlatego tak łatwo jest na niego oddziaływać i nim manipulować. Wystarczy jedynie – w skali globalnej i jednostkowej – znaleźć czułe punkty, w które trafienie powoduje oczekiwaną reakcję. Tę metodę bezwzględnie wykorzystują politycy, aby wygrywać wybory w krajach demokratycznych lub „prawie" demokratycznych bądź sięgać po władzę w systemach totalitarnych (czy to autokratycznych, czy oligarchicznych). A potem my borykamy się ze skutkami tych manipulacji.

Tak było zawsze. Takie zachowania notują dramatopisarze starogreccy czy rzymscy, o Szekspirze i jego następcach nie wspominając. Dlaczego to mnie zatem martwi? Ano dlatego, że do zwykłych zjawisk doszły dwa nowe, co może prowadzić do zanegowania jakichkolwiek wartości i kotwic naszego bytu. Tymi zjawiskami są: przyzwolenie na jawne kłamstwo w życiu publicznym idące w parze z chamstwem w stylu „nie mamy pańskiego płaszcza i co Pan nam zrobi?" oraz możliwości każdego z nas jako potencjalnego autora i kreatora informacji dzięki istnieniu otwartych mediów społecznościowych. Z powodu tych dwóch nowych fenomenów każde największe głupstwo może urosnąć do sprawy rangi globalnej, a dowolna głupota stać się symbolem i powodem walki na śmierć i życie.

To prowadzi do sytuacji, kiedy brak odpowiedzi na prymitywny atak odczytywany jest jako słabość, a podstawowymi desygnatami przywództwa stają się skuteczność, bezwzględność, populizm i bezprawie („I co nam Pan zrobi?"). Nic zatem dziwnego, że różne siły walczą o kontrolę nad wymianą myśli i informacji w Internecie, pamiętając o starym, choć jednak nieco uwspółcześnionym powiedzeniu, że kto ma Internet, ten ma władzę, bo może nadzorować infosferę, bez której tu i teraz jednostka ani zbiorowość nie mogą właściwie funkcjonować.

A tymczasem w naszym wspaniałym kraju, podlegającym nieustannej dobrej zmianie, po zakończonej dopiero co rekonstrukcji rządu nie wiadomo, czy Ministerstwo Cyfryzacji jeszcze istnieje, tylko brakuje mu szefa, czy zaginęło w walce o ważniejsze cele, czyli stało się lost in action (zbieżność z nazwą jednej z firm przeżywających turbulencje oczywiście przypadkowa). Na pewno pani Anna Streżyńska odeszła. Nie nie byłem jej fanem – co nie znaczy, że jestem lub byłem jej wrogiem – i to od czasu jej przewodzenia UKE, czyli Urzędowi Komunikacji Elektronicznej, oraz walk z teleoperatorami o koszty usług. Miałem przekonanie i mam je do dziś, że prezentuje ona typ solidnego urzędnika, o niezłych podstawach merytorycznych, ale prochu nie wymyśli. Ostatnie dwa lata te moje przeczucia potwierdziły, bo na krążące w Internecie pytania zadawane zwolennikom Pani Minister o wykazanie jej osiągnięć odpowiedzi nie znalazłem.

Dodatkowo sprawa CEPiK-u i kontrowersje związane z Ministrem Obrony Narodowej w kontekście pytania, gdzie ma być w strukturach rządowych ulokowana odpowiedzialność za cyberbezpieczeństwo Polski, ostatecznie przekonały autorów rekonstrukcji rządu o tym, że pani Streżyńska musi odejść. Ale eliminacja osoby nie oznacza, że rekonstruktorzy wiedzili i wiedzą, „co z tym Internetem zrobić". Piszę, upraszczając, bo jestem przekonany, że tak politycy postrzegają cyfryzację i to, co nazywa się digital agendą, która łączy się w ich umysłach z samymi negatywnymi zjawiskami: cyberatakami, cyberwojną, cyberhejtem, cenzurą Internetu (a w zasadzie kłopotami z jej egzekucją), monopolem koncernów informatycznych, wyciekami informacji etc.

Z drugiej strony widzą oni (tzn. politycy i inni demiurdzy życia publicznego, np. Kościół), że pojawiła się kolejna sfera życia ludzkiego, która wymyka się spod ich wpływu i kontroli. Po nauce (patrz: przykład Galileusza), medycynie, życiu erotycznym, przepływie kapitału i telewizji przyszła kolej na wolność wymiany i tworzenie (!) informacji oraz treści dla masowego odbiorcy. A nasi rządzący albo chcieliby, jak struś chowający głowę w piasek, uznać, że problem ich nie dotyczy, albo chwycić rumaka wolności za wędzidło tuż przy pysku i twardą ręką poprowadzić do własnej stajni, czego przykładów nie brakuje choćby w Rosji czy Chinach.

Proszę Państwa, uprzejmie donoszę, że tak się nie da, a zwłaszcza w naszym kraju, więc nie kombinujcie, jak to kontrolować poprzez wprowadzenie kolejnych urzędów, zezwoleń i koncesji, tylko myślcie, jak skutecznie konkurować, aby to Wasze rozwiązania i treści cieszyły się zainteresowaniem, zaufaniem i estymą społeczeństwa. Nie powielajcie błędu, który popełniliście w przypadku TVP, bo jeśli się jej nie wstydzicie, to niebawem zaczniecie i żadne pieniądze nie pomogą. Choćbyście włożyli w dzieło pod tytułem „Korona królów" budżet „Titanica", to nie uzyskacie efektu i poziomu choćby „Królowej Bony" z niezapomnianą Aleksandrą Śląską w roli tytułowej.

Brakiem wyobraźni w innym obszarze związanym ze współczesnym elektronicznym i cyfrowym światem wykazują się ci, którzy próbują zakazać handlu elektronicznego w niedzielę. Nie mam pojęcia, jak oni wyobrażają sobie egzekucję tego zakazu, jeśli stanie się obowiązującym prawem. Bo czy właściciel witryny internetowej będzie na niedzielę musiał ją zamykać, aby potencjalny klient nie mógł jej przeglądać, czy będzie mógł przeglądać, ale zablokowane będą funkcje obsługi koszyka (bo przecież wkładanie produktów do kosza to immanentna czynność jakiegokolwiek handlu), czy będzie można operować swoim koszykiem, w tym składać zamówienia, ale nikt nie będzie realizował wysyłek?

Jak zapewne zauważyliście, model ostatni to, poza nielicznymi wyjątkami, modus operandi sklepów internetowych dziś. Więc co to znaczy brak handlu w niedzielę? W gospodarce klasycznej zakaz handlu w niedzielę – szykowany przez nasze władze – to prosta sprawa: zamykamy sklepy na kłódkę, zaciągamy żaluzje, jedziemy na najbliższą stację Orlen lub Lotos i kupujemy co chcemy. Już widziałem w (nomen omen) Internecie memy i filmiki, jak na stacji benzynowej będzie się kupować wątróbkę cielęcą (a co, wszak to niedziela!) i jajka. To dopiero będą jaja. Może nawet doczekamy się jaj w wersji hybrydowej, kto wie?

I tak od Galileusza doszliśmy do paradoksów i groteskowości naszej sytuacji. Bo w Galileuszowym stwierdzeniu „jednak się kręci" zawarty jest nie tylko upór oraz niezmienność prawd i prawideł świata materialnego, fizycznego, ale też swojego rodzaju opis kondycji ludzkiej. A ta zawsze jest bardziej innowacyjna, kreatywna i praktyczna niż prawdy, kodeksy i regulacje jakiejkolwiek władzy, choćby była najbardziej restrykcyjna i skuteczna. Taka upada zresztą jeszcze szybciej, bo budzi silniejszy i bardziej powszechny opór. A zadekretowanie, że białe jest czarne (uwaga, tak ma być; tym razem to nie cytat z klasyka!) nie spowoduje, że w białym garniturze pojawimy się na pogrzebie osoby przez nas poważanej i szanowanej.

Wojciech Urbanek
zastępca redaktora naczelnego

Ciekawy przypadek Michaela Della

Powrót ***na stare śmieci?***

MICHAEL DELL ZNOWU ZNALAZŁ SIĘ NA CZOŁÓWKACH GAZET I SERWISÓW INTERNETOWYCH. ALE CZY WRZAWA WOKÓŁ JEGO FIRMY WYJDZIE MU TYM RAZEM NA DOBRE?

Kiedy Michael Dell opuszczał ponad cztery lata temu giełdę, nie ukrywał zadowolenia. Miliarder przekonywał wtedy: „To fantastyczna decyzja, uwalniająca nas od sporządzania kwartalnych raportów mających zadowolić inwestorów z Wall Street. Teraz będziemy mogli dużo łatwiej realizować długofalowe przedsięwzięcia".

„Jesteśmy największym startupem świata" – to kolejny slogan niczym mantra powtarzany przez Della i jego pracowników. Jednak niewykluczone, że już wkrótce Michael Dell przestawi wajchę i... zmieni narrację. Pod koniec stycznia światowe media obiegła informacja o nowej transakcji Della, tzw. odwróconej fuzji. Dell Technologies chce sprzedać swój biznes firmie VMware, w której posiada 80 proc. udziałów. Koncern, jako nabytek notowanego na giełdzie VMware'a, wróciłby na rynek publiczny. Analitycy z Morgan Stanley szybko wyliczyli, że „odwrócona fuzja" przyczyni się do dewaluacji VMware aż o 28 mld dol. Zresztą inwestorzy, kiedy tylko usłyszeli o nowym pomyśle Michaela Della, zaczęli kręcić nosami. Akcje spółki spadły ze 150 dol. za walor do 117 dol. Co zrobić, aby wróciły do poprzedniego poziomu? Ludzie z Morgan Stanley mają bardzo prostą odpowiedź: porzucić pomysł „odwróconej fuzji". Jeśli Michael Dell posłucha analityków, będzie miał do wyboru dwie opcje: pozostać „największym startupem świata" lub powrócić na giełdę jako Dell Technologies.

Miliarder z Teksasu zatęsknił za NASDAQ nie bez powodu. Jego firma po zakupie EMC boryka się z gigantycznym długiem. Według Bloomberga wynosi on 46 mld dol., Reuters wycenia go nawet na 52,5 mld dol. Jakby tego było mało, piasek w tryby sypie administracja rządowa. Reforma podatkowa wprowadzona przez Donalda Trumpa znacznie ogranicza bowiem możliwości w zakresie odliczania od podatku odsetek od długów.

Michael Dell spodziewał się, że przejęcie EMC przyniesie mu więcej profitów, niż ma to miejsce w rzeczywistości. Niestety, potwierdzają się obawy analityków wyrażane jeszcze przed połączeniem koncernów. Według IDC w trzecim kwartale 2017 r. Dell EMC musiał pogodzić się z 4-proc. spadkiem przychodów ze sprzedaży macierzy dyskowych przeznaczonych dla przedsiębiorstw, NetApp zaś w tym samym okresie zwiększył swoje obroty niemal o 20 proc. Nie do końca zrozumiałe są też niektóre decyzje Della, np. zamknięcie działu DSSD. Poza tym część ludzi wcześniej związanych z EMC odchodzi z koncernu, bo nie odnajdują się w nowych warunkach. Krótko mówiąc, obraz jest daleki od idylli.

Co dalej? Michael Dell potrzebuje kapitału na dalsze inwestycje i rozwój. Dlatego wydaje się, że pracownicy powinni uczyć się nowych regułek: „uzyskanie statusu spółki publicznej przyczynia się do poprawy wizerunku firmy" lub „obecność na giełdzie papierów wartościowych pozwala nam na ambitną strategię rozwoju i uzyskanie finansowania na jej realizację". Brzmi nieźle, prawda?

CRN.pl

SZUKASZ PRACOWNIKÓW W BRANŻY IT?

Mając konto na CRN.pl,
możesz **BEZPŁATNIE**
zamieszczać
OFERTY PRACY
w naszym portalu.

Activejet®

ORIGINAL PRINTING QUALITY

5 YEARS GUARANTEE

EUROPEAN BRAND

TÜVRheinland CERTIFIED

TUSZE

PCWorld NAJLEPSZA WYDAJNOŚĆ 6/2017

PCWorld NAJLEPSZA OPŁACALNOŚĆ 6/2017

TONERY

GIFT INSIDE

NISZCZARKI

AKCESORIA

- Europejska Marka na bazie komponentów z Europy i Japonii
- Lider rynku w Europie centralnej i wschodniej (IDC)
- Lider wygranych testów jakości w latach 2005-2017

- Certyfikat akredytowany TUV Rheinland
- Certyfikat British Standard Institution ISO9001/14001
- Gwarancja jakości i niezawodności

activejet.pl