

CRN

NAJLEPIEJ POINFORMOWANE PISMO B2B IT

Pogoda *na* **UPS-y**

Zarobić na HoReCa

Ilona Weiss: azymut na CEE

PAM wychodzi z niszy

OD 18 LAT
WSPIERAMY
resellerów
i integratorów

== **CRN** ==

DAJE MI POTRZEBNEGO „KOPA”
do dalszej pracy,
A DODATKOWO
POSZERZA MOJE
KOMPETENCJE.

Piotr Tacij, inżynier systemów,
AdvaCom, Komorniki

//////
KORZYSTAJĄC
Z **CRN-a**
dobieramy sobie
bezpośrednich
dostawców sprzętu
i rozwiązań IT.

Przemysław Gąsiewski,
informatyk - serwisant,
GPKomputery - sklep i serwis
komputerowy, Swinoujście

Dzięki CRN
UDAŁO MI SIĘ

*nawiązać współpracę
z nowymi dystrybutorami*

I JEDNOCZEŚNIE
zwiększyć przychody
_____ firmy. _____

Rafał Grabowski, właściciel,
IT Assistance, Stargard Szczeciński

==== **CRN** =====

TO PRAWDZIWE OKNO NA ŚWIAT IT.

*Okno z zawsze świeżym
powiewem wiedzy,
newsów a jednocześnie
wplywowy kreator tendencji
na tak dynamicznym
I CIEKAWYM RYNKU*

Mieczysław Banaszczuk
kierownik działu obsługi klienta biznesowego,
JB Multimedia Jerzy Bielecki, Biała Podlaska

//////
Korzystaj z naszej wiedzy i rozwijaj swój biznes
z CRN Polska, najlepiej poinformowanym pismem B2B IT!
//////

10 Datalogic otworzył biuro w Warszawie

Polska ważnym rynkiem dla producenta systemów do automatycznej identyfikacji

12 Duży ruch w europejskiej dystrybucji

Summit EMEA: aktywne poszukiwanie nowych kontaktów

14 ScanSource bliżej lokalnych partnerów

VAD zmienił swoją strukturę w Europie

16 Fun in Japan

Wyjątkowa podróż dla najlepszych partnerów Epsona

18 Przeszliśmy na tryb regionalny

Rozmowa z Iloną Weiss, prezes zarządu ABC Daty

26 Producenci muszą być „open”

Rozmowa z Pawłem Ślusarczykiem, twórcą portalu CD3D

30 Pogoda na UPS-y

Letnie burze i upały - jeden z argumentów sprzedażowych

44 Puls branży IT

46 Pogonić pirata

RAPORT SPECJALNY:
Pirackie oprogramowanie, cz. 2

49 Komputery według Kluski

Felieton Damiana Kwieka

50 PAM, czyli przywileje pod specjalnym nadzorem

Szybko rosnący segment rynku systemów bezpieczeństwa

54 Macierze to nie cel, ale środek do niego

Rozmowa z Michałem Gąsiorem, product managerem Lenovo



Druk przestrzenny: od popularyzacji do specjalizacji

Coraz bardziej wyraźna segmentacja na rynku druku 3D.

58 HoReCa: przede wszystkim sieci

Na jakich rozwiązaniach IT dla branży hotelarskiej i gastronomicznej można zarobić

62 Start-upy dla biznesu

Godne uwagi projekty, które powstały z myślą o wykorzystaniu w firmach

64 Wady systemu informatycznego a odstąpienie od umowy

Jakie błędy umożliwiają zamawiającemu skorzystanie z uprawnień

67 Samsung zrobił swoje...

Felieton Konstantego Młynarczyka

68 S4E: coraz bardziej VAD

Jak dystrybutor dostosuje się do transformacji w branży IT

70 HPE liczy na pomysłowość partnerów

Zapotrzebowanie na projekty Nowego IT

72 BUILD Tour Warsaw

Ważne są rozwiązania, które mogłyby usprawnić działanie biznesu

74 Nowości produktowe

76 Samsung Knox Triathlon IT 2016

Znamy najtwardszych ludzi w branży IT

78 Aktywność fizyczna dla... nieaktywnych (cz. 1)

Centrum Wiedzy Menedżera

80 Za 5 lat będzie to umiał każdy samochód

Po godzinach

82 Ciało doskonale czarne

Felieton Ireneusza Dąbrowskiego



Pech Miłka

TOMASZ GOŁĘBIOWSKI

REDAKTOR NACZELNY

Dariusz Miłek, prezes CCC, ma pecha. Kilka tygodni temu mówił w wywiadzie dla „Wprost”, że wcale nie oczekuje od polityków pomocy w prowadzeniu biznesu. No cóż, tak łatwo nie będzie. Ledwo rozeszła się wieść, że Miłek zainwestował w Zortraksa, wicepremier Gowin obwieścił, że polska branża druku 3D otrzyma rządowe wsparcie. Podkreślił, że publiczna pomoc ma ułatwić rodzimym firmom konkurowanie z ich zagranicznymi odpowiednikami.

I teraz tak: z jednej strony brzmi to obiecująco. W końcu niejedyn polski przedsiębiorca od lat korzysta z państwowego wsparcia, a zachodni inwestorzy często od tego uzależniają swoje wejście na tutejszy rynek. Ja sam przez kilka lat handlu sprzętem medycznym cieszyłem się z 7-proc. VAT-u, dopóki tych konkretnych produktów, które miałem w ofercie, rząd Donalda Tuska nie obciążył 22-, a następnie 23-proc. VAT-em. Oczywiście dopóki obowiązywała niższa stawka, byłem z tego wsparcia bardzo zadowolony.

Generalnie jednak wolę, żeby tzw. aparat władzy trzymał się ode mnie z daleka – nawet za cenę wyższych danin. Nie dlatego, że działam nieuczciwie, bo – jak usłyszałem od swojej księgo-

wej – jako frajer ujawniający wszystkie dochody i brzydzący się sztucznymi kosztami odprowadzam więcej podatków niż niejedna firma w regionie. Powód jest inny. Po prostu, i tu się z prezesem Miłkiem zgadzam w 100 proc., Polacy są na tyle przedsiębiorczy, że sobie bez zainteresowania ze strony polityków świetnie poradzą. Ja wiem, że to dla naszych parlamentarzystów i ministrów trudne do wyobrażenia, ale taka na przykład Dolina Krzemowa nie jest wcale rezultatem urzędowej decyzji prezydenta Eisenhowera.

Dlatego apeluję do pana Gowina i jego rządowych kolegów, których niedawno zatrudnił jako podatnicy, żeby zamiast mitrzyć kolejne godziny na tworzeniu listy branż strategicznych, zadbał o: sprawne sądownictwo (kto się nie wywiązuje z zobowiązań, ten od razu ponosi konsekwencje), przejrzyste podatki (nawet jeśli byłyby spore), stabilne prawo bez ciągłych zmian (koniec z wyścigiem na liczbę ustaw uchwalonych w parlamencie!), a poza tym przyjazną (dla uczciwych firm) i skuteczną (w walce z oszustami) administrację skarbową oraz szkolnictwo uwzględniające potrzeby nowoczesnej i ciągle zmieniającej się gospodarki. Tylko tyle.

I aż tyle.

**Dajcie nam
wędkę. Z rybą
sobie poradzimy.**

CRN COMPUTER RESELLER NEWS POLSKA
Rok 18, numer 7 (407) xx lipca 2016
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) 44-88-488,
tomasz.golebiowski@crn.pl
Dorota Smusz **ds** (sekretarz redakcji)
tel. (22) 44-88-350, dorota.smusz@crn.pl
Karolina Marszałek **km**
tel. (22) 44-88-459, karolina.marszalek@crn.pl
Krzysztof Pasławski **kp**
tel. (22) 44-88-495,
krzysztof.paslawski@crn.pl
Krzysztof Jakubik **kj**
krzysztof.jakubik@crn.pl, tel. 660-73-30-90
Tomasz Janos **tj** tomasz.janos@crn.pl
Rafał Janus **rj** rafal.janus@crn.pl
Dariusz Hałas **dh** dariusz.halas@crn.pl

FELIETONY: Ireneusz Dąbrowski,
Damian Kwiek, Konstanty Młynarczyk

ŁAMANIE I GRAFIKA:

Aneta Mikulska

ILUSTRACJA NA OKŁADCE:

© GeraKTIV – Fotolia.com

FOTOGRAFIE:

Focus Images Tomasz Pisiński,

Maciej J. Tarasiewicz,

Piotr Syndoman,

Marek Zawadzki, archiwum

KOREKTA: Katarzyna Winsztal

KIEROWNIK 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 Media Polska Sp. z o.o.

02-674 Warszawa, Marynarska 15

ZARZĄD:

Regional Director Poland & Czech Republic:

Margaret Ann Dowling

Dyrektor Generalny: Justyna Namięta

Prokurent/Chief Financial Officer:

Tomasz Dziekan

Doradca Zarządu ds. Edytorskich:

Krysztyna Kaszuba

Dyrektor Zarządzająca segmentów:

popularnonaukowy, podręczny, IT

oraz psychologiczny: Edyta Pućłowska

Brand Manager:

Ewa Korzańska, tel. (22) 360-36-55,

ewa.korzańska@burdamedia.pl

REKLAMA:

Burda Media Polska Sp. z o.o.

02-674 Warszawa, ul. Marynarska 15

tel. (22) 360-36-03,

faks (22) 360-39-80

Commercial Director of Advertising Sales,

Sales Director Men & Special Interest:

Katarzyna Nowakowska

HANDLOWCY:

Head of Sales: Agata Myśluk,

tel. (22) 360-36-75,

agata.mysluk@burdamedia.pl

Account Executive:

Szymon Zięborak, tel. (22) 360-36-76,

szymon.zieborak@burdamedia.pl

PROJEKTY SPECJALNE:

Senior Marketing & Sales

Development Manager:

Jacek Goszczycki, tel. (22) 360-36-78,

jacek.goszczycki@burdamedia.pl

Reklamy przyjmowane są w siedzibie wydawnictwa.

Za treść ogłoszeń redakcja nie ponosi odpowiedzialności.

© Copyright 1998 Burda Communications sp. z o.o.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Computer Reseller News

Polonia contains articles under license from CMP Media Inc.

© 1998 CMP Media Inc. All rights reserved.

Burda Burda Communications należy do: Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Wydawców i Izby Wydawców Prasy

➤ **Macrologic** wdrożył swój system ERP w miejskim Zakładzie Komunikacji w Grudziądzu. Wdrożenie dotyczyło m.in. oprogramowania z dziedziny finansów i księgowości (wraz z bankowością elektroniczną), majątku trwałego, controllingu z budżetowaniem, kadr i płac, a także rozliczania czasu pracy. Wcześniej grudziądzka spółka transportowa korzystała z systemów, które nie były ze sobą kompatybilne. Z tego względu zbieranie informacji, scalanie ich i przetwarzanie wykonywano „ręcznie”.

➤ **Huawei** zajmuje już 22 proc. polskiego rynku smartfonów – wynika z danych Instytutu GFK dotyczących maja br. Pomogły w tym dobre wyniki sprzedaży modelu P9, którego ambasadorem został w grudniu 2015 r. Robert Lewandowski. Producent zanotował wzrost sprzedaży tego modelu o 400 proc. w porównaniu z wynikami ubiegłorocznego flagowca P8. Huawei w ciągu pięciu lat planuje wyprzedzić największych obecnie dostawców smartfonów na świecie.

➤ **Comarch** zaprojektuje system ERP dla Ministerstwa Finansów, a następnie go wdroży i będzie utrzymywał. Krakowski producent wygrał w przetargu, pokonując Asseco, Infovide-Matrix, Simple i QNT. Umowa obejmuje również 48-miesięczny okres asysty powdrożeniowej oraz rozbudowę systemu dostosowaną do potrzeb ministerstwa. Jej koszt wynosi blisko 14 mln zł. Projekt zostanie zrealizowany na bazie rozwiązania Comarch ERP Egeria.

➤ **Łódź** staje się zagłębiem informatycznym. W najbliższym czasie w mieście ma powstać blisko 1,7 tys. nowych miejsc pracy w firmach z branży IT oraz 850 w centrach usług wspólnych (BPO i SSC), gdzie także potrzebni są fachowcy IT. Wśród przedsiębiorstw, które aktualnie prowadzą albo zapowiedziały rekrutacje, znajdują się Fujitsu (800 stanowisk), Accenture (150) oraz GFT (100). Poszukiwani będą przede wszystkim programiści, m.in. SAP i Java, testerzy aplikacji oraz fachowcy wyspecjalizowani w procesach produkcyjnych.

➤ **Wasko** podpisało umowę z kancelarią Sejmu RP na dostarczenie światłowodów. Sieć zbudowana przez integratora obejmie kilkanaście budynków na terenie kancelarii. Wartość umowy to blisko 400 mln zł. Z kolei w ubiegłym miesiącu duży kontrakt podpisała spółka zależna Wasko – COIG. W ramach wartej 102,9 mln zł umowy z Polską Grupą Górniczą będzie świadczyć usługi IT w modelu outsourcingowym. Obejmą one m.in. system ERP, serwis hurtowni danych i rozwój oprogramowania.

– **Symantec i Norton** to dwie marki oprogramowania, w którym wykryto niebezpieczną lukę, także w wersjach dla firm. Umożliwia ona cyberprzestępcom wprowadzenie złośliwego kodu do komputera i przejęcie kontroli nad maszyną oraz całą siecią. Problem dotyczy 17 programów Symanteca i 9 Nortona. Zagrożone są zarówno urządzenia z Windows, jak też OS X, Linux i Unix. Nie wszystkie programy można „uszczelnic” automatycznie. W niektórych przypadkach potrzebna jest ręczna aktualizacja.

– **Serwerownia Netii** uległa awarii z powodu uwolnienia się gazu przeznaczonego do gaszenia pożarów. Ciśnienie w instalacji rozsadziło rury pod podłogą i nad sufitami, co spowodowało zerwanie elementów podwieszanych pod sufitem i poderwanie podłogi. Zdarzenie miało miejsce w obiekcie przy ul. Poleczki w Warszawie.

– **Seagate** zapowiedział zwolnienie 1,6 tys. osób, a więc ok. 3 proc. pracowników firmy. Koszt zwolnień oceniono na 62 mln dol., ale związane z tym oszczędności mają wynieść ok. 100 mln dol. rocznie. W zakończonym III kw. finansowym Seagate miał 21 mln dol. straty, a przychody spadły do 2,59 mld dol. z 3,33 mld dol. przed rokiem. Przyczyną kiepskich wyników ma być słaby popyt na pamięci masowe.

– **Resort cyfryzacji** zamierza skierować do prokuratury sprawę systemu ZMOKU, który kosztował 40 mln zł, ale nigdy nie został użyty. Za nieużywany system zapłacono ponad 30 mln zł, a kolejne 40 mln zł za przeznaczony do niego sprzęt. Zintegrowany Moduł Obsługi Końcowego Użytkownika został zbudowany przez Sygnity na zamówienie MSWiA w 2010 r. Miał łączyć dane dotyczące każdego obywatela (PESEL, dane osobowe, dane adresowe). Powstał z myślą o urzędach gmin, których obowiązkiem jest m.in. wystawianie dowodów osobistych.

– **Magdalena Gaj**, prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej, odchodzi ze stanowiska, choć jej kadencja upływa dopiero w 2017 r. Wyjaśnia, że obejmując funkcję prezesa, postawiła sobie kilka celów, które zrealizowała: sieć LTE, naziemna telewizja cyfrowa i przyspieszenie budowy sieci światłowodowych. W ubiegłym miesiącu Magdalena Gaj ogłosiła kolejną aukcję na częstotliwości LTE 800 MHz, dzięki czemu do państwowej kasy ma wpłynąć 2 mld zł. Magdalena Gaj została prezesem UKE w 2012 r., zastępując na tym stanowisku odwołaną wówczas przez rząd Donalda Tuska Annę Streżyńską.

MIESIĄC NA PLUSIE, MIESIĄC NA MINUSIE



– Rynek PC nie będzie spadał wiecznie
– **Yang Yuanqing**,
CEO Lenovo.



– Błąd, jaki zrobiliśmy, był być może taki, że uważaliśmy komputer za centrum wszystkiego po wsze czasy. Myślę, że tak nigdy nie będzie – **Satya Nadella**, CEO Microsoftu.



– Wszystko wskazuje na to, że zaproponowana przez Euvic model federacyjny sprawdza się w praktyce – **Wojciech Wolny**, prezes Euvic.

POWIEDZIELI



Huawei: nowe inicjatywy w Polsce

Koncern zawarł strategiczne porozumienie z operatorem sieci Play – P4 – oraz zapowiedział utworzenie centrum innowacji w Warszawie. Umowa z P4 zakłada realizację projektów w obszarze infrastruktury sieciowej do 2025 r. Firmy będą wspólnie pracować nad rozwojem sieci 4,5G, a w przyszłości również 5G.

Huawei podpisał również porozumienie z Interdyscyplinarnym Centrum Modelowania Matematycznego i Komputerowego Uniwersytetu Warszawskiego. Obie strony zadeklarowały utworzenie Centrum Innowacji Data Science przy nowo powstałym Centrum Technologii ICM UW. Celem jest współpraca w zakresie badań i rozwoju oraz promowania rozwiązań informatycznych dotyczących przetwarzania danych, chmury, modelowania i analizy danych, a także wielkoskalowych obliczeń komputerowych. Huawei będzie wspierać ICM UW w opracowywaniu metod analizy danych i ich interpretacji w takich obszarach jak: medycyna, opieka zdrowotna, transport, geologia, bezpieczeństwo publiczne, energetyka, nauki społeczne.

Dell nie wyjdzie z biznesu security

Po sprzedaży swojego działu oprogramowania Dell nadal będzie miał w ofercie rozwiązania z zakresu bezpieczeństwa. W końcu czerwca koncern podpisał umowę sprzedaży Software Group dwóm funduszom. Aktywa te obejmują m.in. Quest Software i SonicWall. Firma zamierza także zbyć część udziałów w SecureWorks, nie wyjdzie jednak całkowicie z biznesu security i zachowa klientki systemy ochronne. Brett Hansen, dyrektor Della odpowiedzialny za rozwiązania do ochrony danych, poinformował amerykańskiego CRN-a o planach poszerzenia portfolio. W 2017 r. do oferty z zakresu zabezpieczeń mają dołączyć systemy do backupu i odtwarzania danych, EDR, uwierzytelniania wieloskładnikowego, przewidywań zagrożeń i prewencji. Ponadto w security specjalizuje się RSA, należąca do EMC spółka, która zostanie przejęta przez Della.



ABC Data: program partnerski dla firm z branży druku 3D

Dystrybutor uruchomił program partnerski przeznaczony dla resellerów i integratorów związanych z branżą druku 3D. W jego ramach ABC Data oferuje rabaty na drukarki 3D i materiały eksploatacyjne. Firmy, które będą realizowały stałe, comiesięczne zamówienia, mogą liczyć na dodatkowe upusty i preferencyjne ceny szkoleń. Są także dodatkowe rabaty na zakup drukarek 3D na własny użytek (urządzenia demo) dla uczestników szkoleń. Zaoferowano również doradztwo i możliwość uzyskania limitów kredytowych. Partnerzy nie są zobowiązani do osiągnięcia celów sprzedażowych – mogą zamawiać urządzenia i materiały eksploatacyjne w zależności od aktualnych potrzeb. Dostawy do klientów końcowych są realizowane z magazynów ABC Daty w ciągu 24 godzin.

Nelro Data otworzy laboratorium

Dystrybutor zapowiedział utworzenie laboratorium, w którym partnerzy będą mogli testować urządzenia z oferty Nelro Daty w sieci internetowej. Pierwszym krokiem do realizacji tego przedsięwzięcia było utworzenie Tonetic Group – spółki ISP, która dostarczy sieć o odpowiednich parametrach. Laboratorium ma powstać w ciągu dwóch lat. Nelro Data planuje w tym okresie pozyskać do 10 tys. aktywnych użytkowników, którzy decydują o zakupie będą poprzedzać testami wybranych przez siebie urządzeń. Dzięki temu projektowi chce być w większym stopniu VAD-em. Jednym z akcjonariuszy Tonetic Group jest Krzysztof Adamczyk, właściciel firmy Tonetic z siedzibą w Dobrym Mieście. Prezesem zarządu został Robert Kulasiński, który od lipca jest dyrektorem sprzedaży w grupie Nelro Data.

Samsung inwestuje w IoT

Koreański koncern zapowiedział, że w ciągu następnych czterech lat zainwestuje 1,2 mld dol. w badania nad rozwiązaniami Internetu rzeczy i ich rozwój oraz w start-upy. Ogłosił partnerstwo z Intellem, obejmujące inwestycje w IoT oraz powołanie Narodowego Dialogu ds. Strategii Internetu Rzeczy. Inicjatywa ma łączyć organizacje i firmy z branży technologicznej oraz ułatwić współpracę biznesu i nauki, przyspieszając tworzenie innowacji. Celem jest opracowanie rekomendacji dla IoT. Szef Samsunga Oh-Hyun Kwon opowiedział się za kooperacją różnych podmiotów i otwartością systemów. W centrum Internetu rzeczy ma być człowiek. Jako przykład podał wykorzystanie IoT w sektorze medycznym i opiece nad osobami starszymi, co wskazuje na priorytet w przygotowaniu tego typu rozwiązań.

Cele Toshiba w Europie

Toshiba Europe przedstawiła cele i strategię na najbliższy rok finansowy. Stawia na komputery dla średnich i dużych przedsiębiorstw oraz bliską współpracę z klientami końcowymi i partnerami. Obecnie trzy czwarte europejskiego zespołu sprzedaży producenta kontaktuje się bezpośrednio z klientami końcowymi. Europejskie call center uruchomione w ub.r. ma poszerzyć kadrę przeznaczoną do obsługi średnich i dużych firm. Powinno to pomóc w pozyskaniu nowych klientów. Toshiba nadal zamierza działać w sektorze publicznym. Ponadto deklaruje, że kanał sprzedaży ma dla niej strategiczne znaczenie.

„Jesteśmy przekonani, że inwestycje w regionie EMEA pozwolą nam rozwijać dział komputerów biznesowych w kluczowych regionach i sektorach” – poinformował Maki Yamashita, wiceprezes B2B PC w Toshiba Europe. Liczy na dwucyfrowy wzrost sprzedaży komputerów. Firma zmieniła podejście do projektowania i produkcji urządzeń. Jej nowe laptopy powstają w należącej do Toshiba fabryce w Hangzhou (Chiny). Daje to pełną kontrolę nad całym procesem produkcji. Toshiba stworzyła także europejski zespół odpowiedzialny za wprowadzanie na rynek nowych rozwiązań dla biznesu.



HP Inc. sprzedał część aktywów

Za 315 mln dol. koncern sprzedał kolejny biznes software'owy – dział oprogramowania do zarządzania komunikacją z klientami (CCM). Nabywcą jest kanadyjska firma OpenText, która w kwietniu br. przejęła już od HP Inc. biznes oprogramowania i usług Customer Experience za 170 mln dol.

HP Inc. skoncentruje swoją działalność na dwóch zasadniczych obszarach: komputerowym i drukarkowym. Wpływy ze sprzedaży biznesu CCM zasila tę drugą dywizję. Celem jest stabilizacja sprzedaży. W dziale druku HP Inc. w II kw. finansowym, zakończonym 30 kwietnia br., obroty zmniejszyły się o 16 proc., do 4,637 mld dol. Sprzedaż sprzętu (w ujęciu ilościowym) w segmencie B2C spadła o 18 proc., a B2B – o 12 proc.

Warto zauważyć, że HPE – drugi koncern powstały po podziale HP w ub.r. – również realizuje strategię specjalizacji i koncentracji na węższym niż dotychczas segmencie rynku. W maju poinformował, że od korporacji zostanie oddzielony dział usług dla przedsiębiorstw.

Nowa struktura grupy Asseco w Polsce

Od 1 lipca br. Grupa Asseco ma nową strukturę. Jej trzon tworzą spółki: Asseco Poland, Asseco Business Solutions, Asseco Data Systems oraz DahliaMatic. Każda z nich specjalizuje się w obszarach biznesowych, które wzajemnie się uzupełniają. W trakcie przebudowy grupy przeprowadzono m.in. fuzję Asseco Poland z kupioną w ub.r. spółką Infovide-Matrix oraz przeniesiono pion infrastruktury do Asseco Data Systems – spółki, która rozpoczęła działalność w br., łącząc sześć firm zależnych Asseco. Ponadto wzmocniono DahliaMatic o pracowników Solveru i Centrum Realizacyjnego Infovide-Matrix. Celem zmian według Asseco było uproszczenie struktury i rozwój kompetencji eksperckich w ramach spółek z grupy.

Asseco Poland nadal będzie skoncentrowane na produkcji i wdrażaniu oprogramowania własnego dla dużych firm i instytucji. ADS stała się centrum biznesu infrastrukturalnego. DahliaMatic specjalizuje się w sprzedaży oprogramowania innych firm niż Asseco.

IT Cup 2016 we wrześniu



Najstarsza żeglarska impreza branży IT w tym roku odbędzie się w dniach 9–11 września na jeziorze Niegocin (wcześniej planowano rozegrać ją tradycyjnie w czerwcu). Portem i bazą regat będzie Giżycko.

Podczas tegorocznej XXI edycji Międzynarodowych Żeglarskich Mistrzostw Polski Branży Teleinformatycznej IT Cup 2016 po raz pierwszy regaty odbędą się w trzech klasach: Omega na jachtach Giżyckie Omega, T-2 na jachtach Twister 26 oraz w klasie Open. W programie są także atrakcje dla osób towarzyszących, jak rejsy statkami i tradycyjne wieczorne imprezy.

Szczegóły na stronie www.itcup.pl.

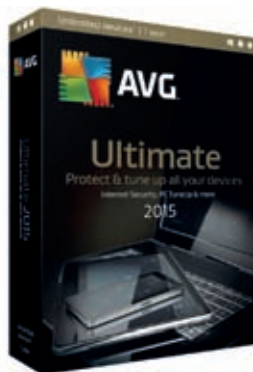
Avast kupuje AVG za 1,3 mld dol.

Dzięki zakupowi Avast chce poprawić pozycję na rynku rozwiązań zabezpieczających do komputerów, serwerów, sieci i urządzeń mobilnych, a także rosnąć na rynku Internetu rzeczy i związanej z nim cyberochrony. Planuje także przyspieszenie inwestycji, zwłaszcza na rynkach wschodzących.

Nie wiadomo, co będzie z produktami obu firm, bo część z nich ma podobną funkcjonalność. Zgodę na przejęcie muszą jeszcze wyrazić akcjonariusze

spółek. Transakcja ma zostać zamknięta między 15 września a 15 października br. W 2015 r. AVG wypracowało 428,3 mln dol. przychodów, o 14 proc. więcej niż rok wcześniej. Zysk netto spadł o 10 proc., do 48,9 mln dol.

Avast i AVG mają łącznie ponad 400 mln użytkowników oprogramowania zainstalowanego na urządzeniach, w tym ponad 160 mln to posiadacze sprzętu mobilnego.



Nowy VAD rozpoczął działalność

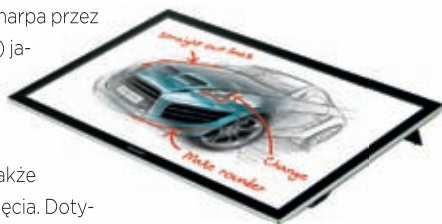
Grupa Nuvias to dystrybutor z wartością dodaną, który docelowo ma działać w całym regionie EMEA. Jej trzon tworzą Zycko i Wick Hill - firmy należące do funduszu Rigby Private Equity, który buduje nowego VAD-a. Nuvias ma mieć spójną ofertę w całym regionie EMEA.

Paul Eccleston, obecny kierownik funduszu Rigby, który obejmie stanowisko dyrektora generalnego Nuviasa, zapowiada, że grupa będzie nowym rodzajem międzynarodowego dystrybutora. Jej przybliżone obroty wyniosą 300 mln dol. rocznie. Obecnie Nuvias obsługuje 40 sprzedawców oraz 5 tys. odsprzedawców w 13 krajach. Do zarządu Nuviasa wejdą Ian Kilpatrick, prezes Wick Hill, David Galton-Fenzi, szef Zycko, Lee Driscoll, dyrektor sprzedaży Zycko i Helge Scherff, dyrektor zarządzający Wick Hill w Niemczech, która w nowej firmie odpowiada za region DACH oraz Europę Środkową. Zycko i Wick Hill mają kontynuować działalność w obecnych siedzibach oraz z tymi samymi zespołami co dotychczas.

Będą zmiany w Sharpie

W związku z zakupem Sharpa przez Foxconn (za 3,5 mld dol.) japońską firmę przejęło nowe kierownictwo.

Właściciel zapowiada zmiany, obejmujące także zagraniczne przedsięwzięcia. Dotyczyć one będą zarówno działalności operacyjnej Sharpa, jak i strategii. Terry Gou, szef i założyciel Foxconna, zapowiedział zakończenie „zbędnych i kosztownych” zagranicznych operacji firmy. Ma ona skoncentrować się na produktach wykorzystujących własne patenty. Ponadto szef Foxconna widzi duży potencjał w sprzęcie AGD Sharpa. Zamierza odbudować biznes półprzewodnikowy firmy. Zmiany będą wiązać się ze zwolnieniami. Według szefa koncernu są one konieczne, ale będą przeprowadzane „odpowiedzialnie i starannie”.



Conduent powstanie z Xerox

Zgodnie z zapowiedzią ze stycznia br., do końca roku Xerox zostanie podzielony. Firma podała nazwy dwóch spółek, które powstaną na bazie obecnej Xerox Corp. Jedna z nich, która zajmie się outsourcingiem procesów biznesowych, będzie działać pod marką Conduent Inc. Jej klientami mają być zarówno przedsiębiorstwa, jak i administracja. Ma specjalizować się w takich obszarach jak obsługa klientów, rozwiązania dla branży transportowej, medycznej i dostawców usług. Biznes obejmujący drukarki, kopiarki i skanery nadal będzie funkcjonować jako Xerox Corp. Przewidywane roczne obroty obu organizacji wyniosą odpowiednio ok. 7 mld dol. oraz ok. 11 mld dol., a zatrudnienie w skali globalnej - 96 tys. i 39 tys. osób.

Po podziale obie firmy przejdą planowaną na trzy lata restrukturyzację, która - jak przewiduje Xerox - umożliwi zaoszczędzenie łącznie 2,4 mld dol. (w obu spółkach w ciągu trzech lat).



Założyciel CCC inwestuje w Zortraksa

Spółka Ultro, kontrolowana przez Dariusza Miłkę, największego udziałowca sieci obuwniczej CCC, za 44 mln zł kupiła 15 proc. akcji Zortraksa. To jedna z większych transakcji na rynku kapitałowym w minionych miesiącach. Pozyskane środki mają pójść na rozwój działu badań i rozwoju, prace nad kolejnymi modelami drukarek, nakłady marketingowe i ewentualne akwizycje.

Canon wchodzi na polski rynek druku 3D

Producent w ramach umowy partnerskiej z 3D Systems rozpoczął dystrybucję drukarek 3D w Polsce. Poza sprzedażą urządzeń Canon będzie dostarczał polskim klientom oprogramowanie do przygotowywania danych do druku. Zaoferuje także wsparcie posprzedażowe i usługi doradztwa w zakresie wyboru, zastosowania i obsługi urządzeń 3D. Canon Europe podpisał umowę dystrybucyjną z 3D Systems w lutym 2015 r. Początkowo urządzenia były dostępne w Wielkiej Brytanii i Irlandii. W ofercie 3D Systems są rozwiązania profesjonalne, przeznaczone dla firm z branży produkcyjnej, architektonicznej i inżynierskiej oraz dla sektora edukacji.

Sprostowanie

W artykule pt. „Laserowa stabilizacja” (CRN Polska nr 6/2016, s. 80) błędnie podaliśmy wielkość sprzedaży Lexmarka. Producent wprowadził na krajowy rynek prawie 14 tys. urządzeń, a nie 5,8 tys. Za pomyłkę przepraszamy.

Ingram Micro przejął RRC

W czerwcu międzynarodowy dystrybutor zawarł ostateczną umowę przejęcia RRC w Europie Środkowej i Wschodniej. Firma działa m.in. w Polsce, Czechach, na Węgrzech oraz w Europie Południowo-Wschodniej, w tym w Rumunii, Serbii, Chorwacji, Słowenii, Macedonii i Albanii. „Połączenie stwarza w najbliższej przyszłości szansę ekspansji Ingram Micro na nowe rynki, w tym usług chmurowych, zarządzania cyklem życia, sprzedaży i fulfillmentu” - informuje Ingram Micro. Międzynarodowy dystrybutor planuje integrację działań RRC i Ingram Micro, w tym dystrybucji IT oraz mobilnej w Polsce i na Węgrzech oraz usług zarządzania cyklem życia produktów w Polsce i na Słowacji. Integracja ma zakończyć się w I poł. 2017 r. Cały proces będzie nadzorować Ferenc Lazar, który został dyrektorem wykonawczym Ingram Micro na Węgry, Polskę i Słowację. Dotychczas był szefem firmy na Węgrzech. Umowę przejęcia RRC CEE przez Ingram Micro zawarto w lutym. Kwoty zakupu nie ujawniono. Wkrótce potem został podpisany kontrakt dotyczący przejęcia światowego dystrybutora przez Tianjin Tianhai, chiński fundusz z grupy HNA, za 6 mld dol. Finalizacja tej transakcji ma nastąpić w II poł. br.



Mariusz Chochołek prezesem Integrated Solutions

Pierwsza od pięciu lat zmiana u steru spółki – w lipcu prezesem Integrated Solutions został Mariusz Chochołek. Nowe stanowisko będzie łączył z dotychczasową funkcją dyrektora działu rozwiązań dla biznesu w Orange Polska, które jest właścicielem integratora. Jako szef IS zastąpił Leszka Holdę, który był prezesem od początku istnienia firmy. Przejdzie on do PKP Energetyka.

Mariusz Chochołek ma wieloletnie doświadczenie w budowaniu strategii sprzedaży na rynku B2B. Wcześniej zarządzał m.in. obszarem inwestycji i operacji w Orange Polska, a także pełnił funkcję dyrektora operacyjnego globalnego projektu UEFA Euro 2012, odpowiadając za technologiczne powodzenie przedsięwzięcia. W Orange Polska pracuje od 2010 r. Wcześniej był związany z Sofrecom i Accenture. Jest absolwentem Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz posiada dyplom MBA University of Illinois at Urbana-Champaign.

Zmiany w zarządzie Komputronik Biznes

Do zarządu Komputronik Biznes weszły dwie osoby. Z początkiem czerwca nowo utworzone stanowisko wiceprezesa Komputronik Biznes objął Sebastian Pawłowski (na zdj.). Będzie odpowiadał za sprzedaż projektową oraz reorganizację i rozwój wsparcia sprzedaży, wdrożeń, realizacji, utrzymania i serwisu. Stanowisko stworzono w związku z planowanym połączeniem Movity i Komputronik Biznes w jedną spółkę. Nowy wiceprezes od ośmiu lat jest związany z grupą Komputronik (wcześniej pracował m.in. w Emax i Sygnity). W Komputronik SA zajmował się rozwojem rozwiązań aplikacyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem systemów wspierających i optymalizujących procesy w organizacjach. Następnie rozpoczął pracę w nowo utworzonej spółce Movity należącej do grupy – najpierw jako wiceprezes, a od czterech lat jako prezes zarządu.

Do zarządu Komputronik Biznes dołączyła także Agnieszka Andrzejewska, wicedyrektor finansowy Komputronik SA oraz dyrektor finansowy Komputronik Biznes. Pracę w Komputronik SA rozpoczęła w 1999 r. na stanowisku handlowca.



ZMIANY ⇄ na stanowiskach



Nowy dyrektor finansowy Oki

Łukasz Gniewosz, który dotąd był głównym księgowym Oki na region Europy Środkowo-Wschodniej, awansował i został dyrektorem finansowym Oki Systems Poland, Oki Systems Hungary i Oki Europe Limited Ukraine.

Nowy dyrektor rozpoczął pracę w japońskiej korporacji w 2007 r.

od stanowiska głównego księgowego w Polsce. Wcześniej zajmował się finansami w sektorze badań naukowych (Instytut Technologii Eksploatacji, 2001–2007), był związany także z branżą nieruchomości (Unikat Development, 1998–2001).

Łukasz Gniewosz jest absolwentem Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Ukończył studia magisterskie na kierunku zarządzanie oraz studia podyplomowe na kierunku finanse i rachunkowość. Jest członkiem ACCA (Association of Chartered Certified Accountants).



Robert Kulasiński dyrektorem sprzedaży w Nelro Dacie

Do zespołu dystrybutora dołączył Robert Kulasiński. Będzie odpowiadał za rozwój sprzedaży i koordynację działu handlowego. Robert Kulasiński poprzednio pracował w TP-Linku (od 2014 r.), gdzie pełnił rolę Channel Account Executive. Odpowiadał za budowę i rozwój kanału sprzedaży zaawansowanych produktów dla MŚP. Wcześniej był związany z Netgearem (2007–2013) oraz takimi firmami jak: Arrow, Asbis, Chip Service, Conet Solutions i Deltacom.



Datalogic otworzył biuro w Warszawie

Choć produkty do automatycznej identyfikacji i gromadzenia danych Datalogic są dostępne na naszym rynku od wielu lat, a producent ma tu sporo partnerów, to dopiero teraz zdecydował się na otwarcie polskiego biura.

TOMASZ JANOŚ

Dostawca chwali się, że rozwiązania Datalogic są wykorzystywane w co trzecim supermarkecie i sklepie na świecie. W polskim sektorze retail, gdy chodzi o rozwiązania instalowane na stoiskach kasowych, dostawca szacuje swój udział w rynku aż na 80–90 proc. W tej branży jednym z największych klientów producenta jest portugalska Biedronka.

Na konferencji zorganizowanej z okazji otwarcia nowego biura Cosimo Capuzello, wiceprezes ds. sprzedaży w regionie EMEA, zwrócił uwagę, że producent opiera się na partnerach i bardzo na nich liczy. Podkreśla, że w takich zastosowaniach, jak handel, logistyka czy automatyzacja produkcji, duża część projektu zależy od stworzenia aplikacji dla urzą-

dzeń Datalogic, a to zadanie właśnie dla partnerów. W kontekście takiej współpracy przedstawiciele dostawcy wymieniali m.in. warszawską spółkę Comp, ważnego partnera Datalogic w Polsce.

Inwestycja w nowe biuro ma podkreślać, jak ważny dla producenta i jego dalszego rozwoju jest nasz region. Przedstawiciele firmy przyznają, że z uwagi na duże znaczenie polskiego rynku dla jej dalszego rozwoju otwarcie lokalnego oddziału powinno nastąpić wcześniej.

– *Budynek w centrum Warszawy pokazuje naszą obecność na rozwijającym się polskim rynku i jednocześnie umożliwia naszemu zespołowi sprzedaży oraz zespołowi technicznemu zademonstrowanie szerokiej gamy rozwiązań dla handlu detalicznego, transportu, logistyki, produkcji*

NA ZDJ. OD LEWEJ: **COSIMO CAPUZELLO**, WICEPREZES DS. SPRZEDAŻY W REGIONIE EMEA, DYREKTOR GENERALNY DZIAŁU CZUJNIKÓW I BEZPIECZEŃSTWA; **GIULIO BERZUINI**, WICEPREZES I DYREKTOR GENERALNY DZIAŁU SKANERÓW RĘCZNYCH, WICEPREZES SPRZEDAŻY DZIAŁU AUTOMATYCZNEGO GROMADZENIA DANYCH (EMEA); **UDO BRASTER**, WICEPREZES DS. SPRZEDAŻY W NIEMCZACH, AUSTRII, SZWAJCARII, EUROPIE WSCHODNIEJ, ROSJI, A TAKŻE NA BLISKIM WSCHOĐDZIE I W TURCJI.

oraz opieki zdrowotnej – dodaje Krzysztof Tkotz, Regional Manager Eastern Europe.

Idą za tym zapewnienia, że otwarcie przedstawicielstwa w Polsce oznacza, iż dotychczasowi partnerzy producenta mogą liczyć na większe wsparcie. Poza tym Datalogic będzie dążyć do powiększenia kanału partnerskiego w Polsce o nowych resellerów, integratorów oraz partnerów tworzących oprogramowanie dla rozwiązań włoskiej marki. Nadal jednak pozostanie grono klientów końcowych, którzy ze względu na skalę czy specyfikę projektów będą obsługiwani bezpośrednio lub z ograniczonym udziałem integratorów.

NACISK NA BADANIA I ROZWÓJ

Powstały w 1972 r. we Włoszech Datalogic jest światowym potentatem w branży automatycznego gromadzenia i przetwarzania danych. Koncentruje się na produkcji systemów do automatycznego przechwytywania danych (Automatic Data Capture) oraz urządzeń automatyki przemysłowej (Industrial Automation). Odbiorcami produktów tej marki są przede wszystkim firmy z czterech sektorów: handlu, transportu i logistyki, przemysłu (automatyzacja produkcji) i ochrony zdrowia.

Rozwiązania znajdują zastosowanie także w innych branżach, a na ofertę składają się: czytniki kodów kreskowych, komputery przenośne, różnego rodzaju czujniki, systemy wizyjne i laserowe urządzenia znakowania. Firma działa bezpośrednio w ponad 30 krajach, ale sprzedaje swoje produkty do ponad 120 państw. W Polsce rozwiązania Datalogic są obecne od 20 lat, przy czym od 2011 r. dystrybutorem produktów tej marki w Polsce jest RRC.

W ubiegłym roku Grupa Datalogic odnotowała przychody w wysokości 535,1 mln euro, z czego ponad 48 mln euro zostało przeznaczonych na badania i rozwój.

„Odpowiedzialni za Środowisko” wśród wyróżnionych firmy IT!

Organizacja odzysku ElektroEko wyróżniła 25 firm z branży AGD, RTV, IT oraz oświetleniowej za wkład w budowę i rozwój systemu odzysku zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego w latach 2006-2016.

Pomysł na przyznanie tego typu wyróżnień zrodził się z chęci zwrócenia uwagi na kluczową rolę importerów i producentów sprzętu w procesie jego odzysku. Rola ta, w rozumieniu ElektroEko, to nie tylko wywiązywanie się z narzuconych przez ustawę zobowiązań, ale wzięcie pełnej odpowiedzialności za środowisko naturalne

– Reprezentowane przez nas firmy często prowadzą własne działania, których celem jest ochrona środowiska. Przykładowo mają własne wewnętrzne zasady oszczędzania papieru czy wody, prowadzą politykę redukcji emisji CO₂, dążą do zwiększania swojej efektywności energetycznej, a także efektywności energetycznej urządzeń, które produkują – tłumaczy Michał Kanownik, reprezentujący ZIPSEE „Cyfrowa Polska”, akcjonariusza ElektroEko. – Działalność ElektroEko idealnie uzupełnia te proekologiczne przedsięwzięcia, jednocześnie gwarantując pełną zgodność z wymogami polskiego prawa.

Podobnego zdania jest Marek Olekszyk, szef działu prawnego ABC Data, która znalazła się w gronie wyróżnionych firm.

– Ekologia jest nam bliska, dlatego od wielu lat oczyszczamy Polskę z elektrośmieci w współpracy z profesjonalistami z ElektroEko. Dzisiejszy świat od większych i silniejszych wymaga szczególnej odpowiedzialności. Jako lider musimy dawać dobry przykład wszystkim w branży – podkreśla Marek Olekszyk.

„Ekologia” i „edukacja” to słowa kluczowe dla branży związanej z odzyskiem elektrośmieci. Wpisują się one także w powszechny w dzisiejszym świecie obowiązek firm polegający na działaniu zgodnym z zasadami zrównoważonego rozwoju. Wyróżnione przedsiębiorstwa należą właśnie do tych, dla

których CSR nie jest tylko słowem dobrze wyglądającym w materiałach prasowych. To firmy, które wspólnie z ElektroEko stworzyły podwaliny najsprawniejszego w Polsce systemu zbierania elektrośmieci.

– Kluczowym dla nas wyzwaniem było równoległe tworzenie wygodnego dla konsumentów systemu zbierania ZSEE oraz prowadzenie intensywnych działań edukacyjnych tak, by zachęcić Polaków do pozbywania się elektrośmieci. W efekcie tych działań ElektroEko, jako pierwsza i dotąd właściwie jedyna organizacja odzysku na polskim rynku, stworzyło zintegrowany, ogólnopolski program zbiórki, dzięki któremu do dziś zebrano i przetworzono ponad 500 tysięcy ton elektrośmieci, co stanowi blisko połowę masy sprzętu pozyskanego dotychczas na rynku. To dzięki rzetelnej współpracy z naszymi klientami i z ich pomocą udało się nam efektywnie wypełnić naszą misję – podsumowuje Grzegorz Skrzypczak, prezes ElektroEko.

Wyróżnienia zostały wręczone w trakcie uroczystego jubileuszu podsumowującego 10 lat działalności ElektroEko, który odbył się w czerwcu br. w Warszawie. Goście obecni na spotkaniu ocenili minione 10 lat funkcjonowania całej branży oraz rozmawiali o wyzwaniach, jakie przed uczestnikami rynku odzysku zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego postawią kolejne lata i zmieniające się regulacje prawne.

– Postęp technologiczny wymusza coraz częstszą wymianę urządzeń na nowe. Tego pro-



Marek Olekszyk, ABC Data SA., z wyróżnieniem „Odpowiedzialni za Środowisko”.



Grzegorz Skrzypczak,
Prezes ElektroEko SA.

cesu nie da się zatrzymać, można jednak przez świadomą i odpowiedzialną gospodarkę odpadami sprawić, że elektrośmieci będą demontowane w taki sposób, żeby wartościowe materiały w nich zawarte były odzyskiwane, a pozostałe elementy utylizowane bez szkody dla środowiska. Współpraca z ElektroEko właśnie to nam umożliwia – podsumowuje Jacek Łęgiel, Public Affairs Director, Samsung (wyróżniony tytułem „Odpowiedzialni za Środowisko”).

ElektroEko to największa organizacja odzysku sprzętu elektrycznego i elektronicznego w Polsce. Jest przy tym jedyną, która działa na zasadach not for profit. Oznacza to, że wszelkie środki finansowe przeznaczone są na prowadzenie kampanii edukacyjnych i tworzenie systemu zbierania ZSEE, by zagwarantować dopełnienie rosnących obowiązków ustawowych. ElektroEko jest bezpośrednio kontrolowane przez tzw. wprowadzających, a więc tych, którzy przeznaczają swoje środki na skuteczną i systemową zbiórkę zużytego sprzętu.

Wyróżnione firmy IT

- ABC Data
- Canon
- Dell
- Fujitsu
- LG Electronics
- Panasonic
- Philips
- Samsung
- Tech Data
- Xerox



Duży ruch w europejskiej dystrybucji

Gdyby oceniać sytuację europejskiej dystrybucji na podstawie liczby uczestników tegorocznego zjazdu Summit EMEA – organizowanego przez GTDC – można by pomyśleć, że biznes kwitnie. W rzeczywistości nie jest tak różowo.

TOMASZ GOŁĘBIOWSKI, AMSTERDAM

O ile druga połowa ubiegłego roku była dla europejskiej dystrybucji dość łaskawa i zdarzały się nawet miesiące z dwucyfrowymi wzrostami obrotów (dane sumaryczne Contextu), o tyle początek 2016 r. należy

uznać za wyjątkowo słaby. Dystrybutorzy IT z naszego kontynentu musieli pogodzić się ze spadkami (styczeń, marzec) lub symbolicznymi wzrostami na poziomie 1–2 proc. (luty, kwiecień). W przypadku Polski szczególnie trudny był styczeń

(łącznie spadek przychodów o 12,7 proc.), ale trudno było się też cieszyć z rezultatów lutego (-4,6 proc.), marca (-2,3 proc.) i kwietnia (-3,6 proc.).

Słabe globalne wyniki sprawiają, że typowo networkingowe spotkania dla

dystrybutorów i producentów, do jakich należy amsterdamski Summit EMEA, nabierają znaczenia. Do aktywnego poszukiwania nowych kontaktów i możliwości biznesowych skłania też transformacja rynku IT pod wpływem takich trendów jak chmura czy Internet of Things. Stąd obecność na niszowym wydarzeniu „kanałowym” przedstawicieli ponad 40 firm IT, nie licząc analityków A.T. Kearney, Canalys, Contextu, GE Capital Finance, GfK czy IDC.

Organizatorem wydarzenia jest Global Technology Distribution Council. Członkami tego stowarzyszenia jest kilkunastu światowych i europejskich dystrybutorów. Należą do niego takie firmy jak: AB, ABC Data, Arrow Electronics, Avnet, Computer Gross Italia, D&H Distributing, Ingram Micro, Intcomex, Logicom, SiS Technologies, ScanSource, Synnex, Tarsus, Tech Data, Westcon-Comstor.

W bieżącym roku w stolicy Holandii pojawił się m.in. Bob Dutkovsky, CEO Tech Daty, oraz Peter Ryan, wiceprezes HPE na region EMEA. Z Polski przyjechali m.in. Ilona Weiss, prezes ABC Daty, Andrzej Przybyło, szef AB, jak również Adam Rudowski, prezes Veracompu (choć krakowski dystrybutor nie jest, na razie, członkiem GTDC). Wszyscy mieli okazję do spotkań z producentami, którzy już działają w naszym regionie Europy bądź dopiero chcą pojawić się w takich krajach jak Polska. Równolegle z zakulisowymi rozmowami toczyły się – zamknięte dla prasy – prezentacje na takie tematy jak finansowa kondycja kanału dystrybucyjnego IT.

OPTYZYSM POD CHMURKĄ

Wyraźnie widać, że trudne czasy sprzyjają szukaniu nowych okazji biznesowych przez dystrybutorów. Dość powiedzieć, że w ciągu minionych dwóch lat portfolio wszystkich dystrybutorów należących do GTDC powiększyło się produkty w sumie ponad 600 nowych marek. Towarzystwą temu całkiem dobre nastroje wśród resellerów i integratorów. Według danych Canalys z marca br. aż 80 proc. firm IT z regionu EMEA oczekuje w tym roku wzrostu przychodów. W przypadku spodziewanego wzrostu zysków wskaźnik

„Gdyby ktoś mnie zapytał dwa lata temu, co dystrybutorzy wniosą do modelu chmurowego, odpowiedziałbym: chyba żartujesz, dystrybutorzy powoli zwiijają interes. Teraz dostrzegam, jak bardzo ich rola od tamtej pory wzrosła. Jeśli producent usług chmurowych nie jest odpowiednio duży, zdecydowanie potrzebuje dystrybutora” – Pete Zarras, prezes Cloud Strategies.

jest tylko niewiele mniejszy (72 proc.). Największe nadzieje uczestnicy kanału dystrybucyjnego wiążą z rozwiązaniami z zakresu bezpieczeństwa i aplikacjami chmurowymi, ale także produktami storage’owymi oraz systemami analitycznymi (Big Data). Za najbardziej zyskowne uważane są obecnie usługi zarządzane oraz sprzedaż sprzętu i oprogramowania w modelu on-premise. Z kolei najmniej profitowa okazuje się odsprzedaż usług chmurowych.

Nagrody za najszybszy wzrost sprzedaży w kanale dystrybucyjnym (EMEA)

Nagrody **Rising Star** przyznano na podstawie raportów Sales Watch przygotowanych przez analityków Contextu (za okres kwiecień 2015 – marzec 2016). W tym roku trafiły do następujących producentów:

- » LaCie (Seagate), Wilko, Aruba Networks (w kategorii „Sprzęt: przychody na poziomie 25–100 mln euro”)
- » F5, TP-Link, AVM („Sprzęt: przychody rzędu 100–500 mln euro”)
- » Huawei, Microsoft, Lexmark („Sprzęt: przychody rzędu 500 mln–1 mld euro”)
- » Dell, Apple, Lenovo („Sprzęt: przychody na poziomie ponad 1 mld euro”)
- » Veeam, Autodesk, Oracle (w kategorii: „Oprogramowanie”).

Kwestia modelu cloud stanowi coraz większe wyzwanie przede wszystkim dla dystrybutorów IT. Jak mówi Tim Curran (na zdj.), CEO GTDC, chociaż miała być ona dla nich gwoździem do trumny, to spora liczba graczy potrafiła wziąć byka za rogi i zaczęła rozwijać kompetencje oraz systemy do dystrybucji usług cloud. Szef GTDC zacytował przy tym Petera Zarrasa, prezesa firmy integratorskiej Cloud Strategies, który w 2012 r. na łamach CRN powiedział: „Gdyby ktoś mnie zapytał dwa lata temu, co dystrybutorzy wniosą do modelu chmurowego, odpowiedziałbym: chyba żartujesz, dystrybutorzy powoli zwiijają interes. Teraz dostrzegam, jak bardzo ich rola od tamtej pory wzrosła”.

BRANŻOWY ROZŁAM: ŚWIATOWI KONTRA EUROPEJSCY

Należy podkreślić, że na tegorocznym Summit EMEA zabrakło takich firm, jak ALSO, Esprinet, Exertis oraz Westcoast, które kilka miesięcy temu utworzyły nową organizację branżową pod nazwą The Technology Channels Alliance (TCA). Chcą w ten sposób koncentrować się na promocji europejskich dystrybutorów, podczas gdy GTDC to organizacja grupująca również światowych graczy.

– GTDC ma swoją siedzibę w Ameryce i reprezentuje największych światowych dystrybutorów. Regionalne firmy czuły się pokrzywdzone – Robert Norum, szef TCA.

Dodaje, że europejskie firmy potrzebują współpracy we własnym gronie, ponieważ w światowym związku GTDC część z nich jest marginalizowana. ■

ScanSource

bliżej lokalnych partnerów

VAD zmienił swoją strukturę w Europie, tworząc pięć regionów, w tym jeden obejmujący rynek polski i wschodnią część Europy. W Warszawie powstaje regionalny oddział amerykańskiego dystrybutora.

KRZYSZTOF PASŁAWSKI, MALTA

Stajemy się firmą regionalną – podkreśla Maurice van Rijn, dyrektor zarządzający ScanSource POS and Barcode w Europie, podczas konferencji partnerskiej „The Executive Advantage”. Szefowie VAD-a, który specjalizuje się w rozwiązaniach automatycznej identyfikacji i POS, deklarują, że dzięki utworzeniu

regionalnych struktur dystrybutor będzie mógł szybciej reagować na zmiany rynkowe. Powołanie oddziałów z fachowcami skoncentrowanymi na obsłudze lokalnych partnerów i użytkowników ma zapewnić im lepsze niż dotychczas wsparcie.

W Polsce trzon zespołu biura mają stanowić menedżerowie odpowiedzialni za

współpracę z integratorami. Do końca roku firma planuje zatrudnić w Polsce około 10 osób. Dyrektorem sprzedaży na Europę Wschodnią została Viktoria Zeleńska, związana ze ScanSource'em od 2005 r. (do 2012 r. jako dyrektor sprzedaży w regionie EMEA). Business development managerem w Polsce jest Anna Dulaska (w ScanSource od 2014 r.), zaś Andrea Gambetti pełni funkcję BDM na Europę Wschodnią. Kolejne nowe biuro dystrybutora będzie działać w Hiszpanii, która staje się regionalnym centrum ScanSource w Europie Południowej.

Celem strategicznym amerykańskiego VAD-a jest zwiększenie sprzedaży poza rodzimym rynkiem. Docelowo może to być nawet 50 proc. obrotów wobec 26 proc. w II kw. 2016 r. (10 lat wcześniej było to jedynie 10 proc.). Europa generuje obecnie 14 proc. zagranicznych wpływów ScanSource'a. W naszej części świata jego sprzedaż zwiększyła się z 2,9 mld dol. w 2014 r. do 3,2 mld dol. w roku ubiegłym.

Większa aktywność na regionalnych rynkach i zacieśnienie współpracy z partnerami ma zapewnić dalszy rozwój dystrybutora w czasach, gdy konkurencja staje się coraz ostrzejsza. Maurice van Rijn zwrócił uwagę na konsolidację rynku, zarówno w segmencie dystrybucji, jak i wśród producentów. Wskutek dotychczasowych przejęć, w branży automatycznej identyfikacji i systemów POS dominuje obecnie trzech graczy: Zebra, Datalogic i Honeywell. Jak podkreślił szef europejskiego ScanSource'a, nowymi konkurentami są przede wszystkim lokalne firmy, stąd strategia wzmocnienia



Trzy pytania do...

VICTORII ZELEŃSKIEJ, DYREKTORA SPRZEDAŻY SCANSOURCE NA EUROPĘ WSCHODNIĄ

CRN W Warszawie powstaje regionalne biuro ScanSource, powołano dyrektora sprzedaży na Europę Wschodnią. Co te zmiany oznaczają dla polskich partnerów?

VICTORIA ZELEŃSKA Otwarcie nowego biura w Warszawie umożliwi nam dotarcie do szerszego grona klientów. Nowi pracownicy wesprą dział sprzedaży firmy. Dzięki temu zwiększymy jakość oferowanych

usług i szybkość reakcji na zapytania naszych partnerów. Regionalny dyrektor sprzedaży ugruntuje pozycję i obecność ScanSource'a zarówno w Polsce, jak również w całej Europie Centralnej i Wschodniej.

CRN Na jakie wsparcie mogą liczyć resellerzy i integratorzy w najbliższym czasie?

VICTORIA ZELEŃSKA Aktualnie mamy możliwość wystawiania faktur w złotych. Partnerzy otrzymują wsparcie polskojęzyczne w dziale finansowym. Planujemy również szereg lokalnych aktywności, jak szkolenia czy webinaria.

CRN Jakie są cele firmy w kanale partnerskim w Polsce?

VICTORIA ZELEŃSKA Naszym celem jest przede wszystkim dotarcie oraz pozyskanie jak największego grona klientów. Ugruntowanie naszych relacji z największymi producentami, a także pogłębienie współpracy z nowymi dla nas vendorami. Kolejne cele to promocja szerokiej oferty produktów oraz całego wachlarza usług dodatkowych, które oferuje ScanSource jak np. PartnerPad.



regionalnych struktur i większego wsparcia miejscowych partnerów.

DYSTRYBUTOR INTERNETU RZECZY

Branża Auto ID i POS staje się częścią Internetu rzeczy, ponieważ na znaczeniu zyskuje kompleksowość rozwiązań, które generują i gromadzą dane czy też ułatwiają oraz przyspieszają procesy w przedsiębiorstwach. Podkreślano, że IoT to już rzeczywistość, a konkretnie kombinacja czujników, łączności sieciowej, procesów, ludzi i inteligentnych produktów, czyli zasobów, które może dostarczyć użytkownikom ScanSource wraz z partnerami. Tego typu rozwiązania są wdrażane w branżach produkcyjnej, energetyce, firmach dostawczych czy służbie zdrowia. W ostatnim czasie odnotowano duży wzrost w sektorze motoryzacyjnym. Kolejnym istotnym rynkiem są inteligentne domy i miasta, a także segment konsumencki (wearables). Przychody na rynku IoT w Europie Środkowej i Wschodniej według IDC mają rosnąć średnio o 20,9 proc. rocznie do 2020 r., w którym osiągną wielkość 24 mld dol.

Największy popyt na rozwiązania IoT ScanSource odnotowuje w handlu detalicznym, a także w transporcie i logistyce. Klienci będą coraz częściej wdrażać strategię oparte na chmurze, związane z automatyzacją procesów, zwłaszcza w handlu – obejmujące sprzedaż, obsługę klienta i dystrybucję. Obiecujący dla partnerów dystrybutora jest także rynek medyczny.

Na IoT stawiają najwięksi producenci, z którymi współpracuje ScanSource. Honeywell buduje system połączonych urzą-

dzeń, którego centrum są rozwiązania do skanowania oraz mobilne, umożliwiające monitoring, gromadzenie i analizę danych. W tym kontekście podczas konferencji przypomniano partnerom, że dzięki łączeniu usług i sprzętu da się wygenerować wyższe marże.

– *Chcemy być Apple'em sektora przemysłowego* – oznajmił Bertrand Lombardo, dyrektor kanału partnerskiego Honeywella w regionie EMEA.

Giulio Berzuini z Datalogica podkreślał, że portfolio tego producenta to „połączony świat”, a jego rozwiązania pozwalają stworzyć cały ekosystem: od centrum dystrybucyjnego poprzez dom towarowy aż

po domowe zakupy konsumentów. Z kolei Zebra Technologies przewiduje rosnący popyt na wearables.

BOOM NA RFID

Ewolucja branży w kierunku Internetu rzeczy wiąże się z rosnącym zapotrzebowaniem na technologię RFID. Liczba czytników RFID wbudowanych oraz instalowanych w urządzeniach mobilnych ma sięgnąć na świecie 1 mln w 2019 r. wobec blisko 0,4 mln w 2016 r., a liczba tagów RFID – odpowiednio 14 mld wobec ponad 5 mld. W kolejnych latach prognozowany jest jeszcze większy skok. Tym bardziej że według danych przytaczanych na konferencji w sieciach detalicznych trafność dostaw po wdrożeniu RFID wzrosła średnio z 70 do 96 proc., a obroty zwiększyły się o 6 proc. Tego typu informacje korzystnie wpływają na popyt w czasach rosnącej konkurencji.

Polscy partnerzy ScanSource'a, z którymi rozmawialiśmy, zwracali uwagę na potencjał rozwoju Auto ID w firmach przemysłowych, logistyce, serwisach (np. urządzeń takich jak windy). Zwłaszcza w przemyśle i logistyce oraz handlu jest wciąż wiele firm, które nie wdrożyły automatyzacji procesów. Integratorom komplikują biznes sprzedawcy oferujący tanio goły sprzęt w Internecie (np. czytniki kodów czy skanery), bez żadnego wsparcia i usług dla klientów. Potrzebne jest więc uświadomienie użytkowników, że kupowanie samych urządzeń – bez fachowego wdrożenia i wsparcia – to dla przedsiębiorców koszt, a nie korzyść.

Zdaniem integratora

Magdalena Badowska-Bak, dyrektor handlowy, RFID Solutions

Nasza firma zajmuje się wdrożeniami RFID w różnych dziedzinach przemysłu, począwszy od logistyki, transportu, produkcji aż do handlu a także w placówkach edukacyjnych. Klienci sami do nas dzwonią i pytają o rozwiązania, czyli świadomość użytkowników w zakresie RFID rośnie. Bardzo dużym zainteresowaniem cieszą się systemy do elektronicznego pomiaru czasu w sporcie – obecnie nikt nie używa stoperów, zastąpiły je tagi i czytniki RFID które dają 100 proc. skuteczności odczytu. Innym przykładem są hotele, gdzie systemy RFID pomagają w zabezpieczeniu wyposażenia placówek i w inwentaryzacji.



Fun in Japan

Wielu resellerów i integratorów zwiedziło już kawał świata, prywatnie lub na zaproszenie producentów. Tym bardziej trudno zorganizować wyjątkową podróż, która nie tylko ich zrelaksuje i zaciekawia, ale także czegoś nauczy. Epsonowi to się udało.

Najlepsi partnerzy Epsona przekonali się, że Japonia to miejsce, gdzie nowoczesność przenika się z tradycją w stopniu wręcz ekstremalnym. W ciągu dwóch godzin można wprost z rozświetlonego milionem neonów Tokio pomknąć superszybkim pociągiem Shinkansen do położonej ponad 450 km dalej tradycyjnej japońskiej gospody. No chyba, że wcześniej zdecydujemy się na relaks podczas odświeżającego wieczornego rejsu po Zatoce Tokijskiej z widokiem na pięknie oświetlony Rainbow Bridge. Na jego linach umieszczone są lampy, które co noc rozświetlają Tęczowy Most w trzech różnych barwach: czerwonej, białej i zielonej, korzystając z pobieranej w ciągu dnia energii z baterii słonecznych.

To właśnie w Japonii można jednego wieczoru zgubić się na najbardziej zatłoczonym skrzyżowaniu świata (dziennie

przechodzi przez nie nawet do 1 miliona pieszych), aby następnego dnia o świcie wziąć udział w buddyjskiej ceremonii Goma w Koyasan – świętym miejscu sekty shingon, japońskiego odłamu buddyzmu. Następnie warto odwiedzić buddyjski cmentarz Okunoin, gdzie pochowano – począwszy od IX wieku n.e. – około 200 tys. wyznawców tej filozofii.

W ciągu tygodnia, jaki Epson wraz z partnerami spędził w Kraju Kwitnącej Wiśni, trudno było skorzystać ze wszystkich atrakcji wyspiarskiej potęgi, ale z pewnością warto zdecydować się na zwiedzanie świątyni Meiji Jingu lub równie ciekawej Świątyni Tysiąca Bram (Fushimi Inari). Następnie, w myśl zasady „coś dla ducha i coś dla ciała”, można zaopatrzyć się w składniki do sushi na najsłynniejszym na świecie targu rybnym Tsukiji. Ewentualnie w jednej z setek restauracji

skosztować już gotowych, tradycyjnych lokalnych potraw: sushi, makaronu udon czy „douzen nabe”, a więc potrawy z okresu Edo, w którym władzę sprawowali shoguni z rodu Tokugawa (XVII–XVIII w.).

Partnerzy Epsona mieli ponadto unikalną możliwość treningu sztuki walki kendo przy akompaniamencie tradycyjnych bębnow (w dawniejszych czasach w trakcie bitew z ich pomocą zagrzewano samurajów do walki). Zajęcia poprowadził sensei Tetsuyuki Okuzono, którego umiejętności zapewniły mu zdobycie 6 dan mistrzowskich. Co typowe dla kultury japońskiej, kendo to nie tylko brutalne zmagania przy pomocy kijów, ale także konieczność znajomości i stosowania zasad kodeksu Bushido – „drogi samurajów”. W tym też duchu przedstawiciele polskiego oddziału Epsona podarowali wszystkim uczestnikom wyprawy szyte na wymiar piękne bluzy keikogi i hakama z intencją: „Samuraju! Licząc na to, że Twoja Osobowość jest większa niż Twoje Ego, ofiarujemy Ci keikogi i hakamę. Życzymy powodzenia!”.

Epson zaprosił swoich najlepszych partnerów do Japonii w maju br. Organizatorem tygodniowego wydarzenia była firma Wagabundo Travel.

» **Brexit** może spowodować w 2017 r. skurczenie się brytyjskiego rynku IT o 15 proc. – przewiduje Canalis. Takie opinie są niepokojące dla lokalnych sprzedawców, tym bardziej że niedawno analitycy tej firmy obniżyli o 10 proc. prognozowaną wartość dotyczącą wyników w bieżącym roku. Wcześniej uważali, że klienci w UK wydadzą na sprzęt, oprogramowanie i usługi od 90 do 100 mld dol. Teraz sądzą, że 90 mld dol. to górna granica. Główną przyczyną takiego stanu rzeczy mają być cięcia wydatków w sektorze publicznym oraz biznesowym.

» **OMNI 3D**, polski producent nowej drukarki przemysłowej 3D Factory 2.0 Production System, znalazł już nabywców na swoje urządzenie nie tylko w Europie, ale także w Ameryce Północnej i Australii. Wśród nich znajdują się firmy z takich sektorów, jak elektronika użytkowa, przemysł maszynowy, motoryzacyjny i lotniczy, oraz przedsiębiorstwa zajmujące się projektowaniem linii produkcyjnych i usługodawcy oferujący druk 3D na zlecenie. Polski dostawca szacuje, że koszt zakupu Factory 2.0 Production System jest 4-krotnie niższy, a koszty eksploatacji mogą być nawet 5-krotnie niższe w porównaniu z kosztami rozwiązań konkurencyjnych.

» **Włoski resort obrony** zdecydował się na wykorzystanie darmowego pakietu biurowego Libre Office zamiast programów Microsoftu. Na razie wdrożenie dotyczy 5 tys. komputerów obsługujących wojska lądowe, powietrzne i marynarkę wojenną. Docelowo z pakietu open source ma korzystać 100 tys. pecetów (75 tys. do 2017 r., zaś pozostałe do roku 2020). Kalendarz migracji jest uzależniony od czasu trwania obecnych licencji na Microsoft Office.

» **Asseco Poland** nabyło 30 proc. akcji R-Style Softlab z siedzibą w Moskwie za 12,09 mln dol. Wcześniej polski producent wszedł w posiadanie 70 proc. watorów rosyjskiej spółki, więc obecnie jest właścicielem 100 proc. udziałów. R-Style Softlab znajduje się w czołówce producentów oprogramowania dla sektora bankowego i finansowego w Rosji. Spółka zatrudnia prawie 700 specjalistów.

» **Toshiba i WD** zamierzają w ciągu najbliższych trzech lat zainwestować 14,6 mld dol. w pamięci flash. W ten sposób oba koncerny chcą rzucić wyzwanie Samsungowi, zaś Toshiba liczy na pozycję wicelidera światowego rynku tych rozwiązań. Środki trafiają do wspólnie zarządzanej fabryki w Yokkaichi, która ma przede wszystkim zwiększyć produkcję pamięci flash 3D, cechujących się kilkukrotnie większą pojemnością od klasycznych NAND-ów. W 2017 r. tego typu produkty mają mieć 50 proc. udziału w produkcji, a w 2018 r. – już 80 proc.

» **Acer i szwedzka firma Starbreeze** powołały spółkę, która zajmie się rozwojem zestawów do wirtualnej rzeczywistości. Pierwszy

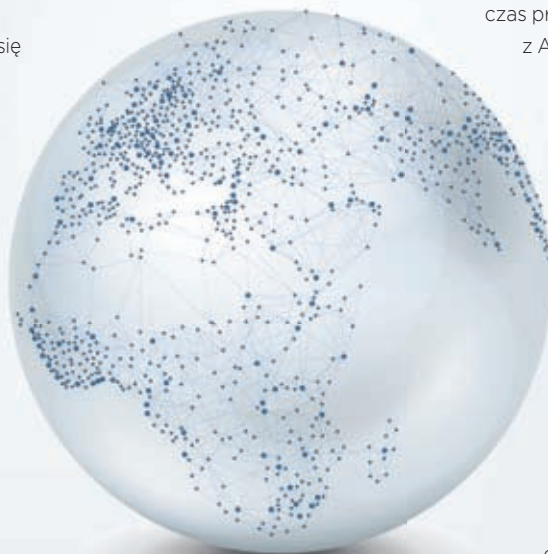
wspólny zestaw VR ma być przeznaczony dla profesjonalnych użytkowników (kin, salonów gier, a także firm sprzedających samochody i oferujących trening dla pilotów). Nowy podmiot, AcerStarbreeze Corporation, zajmie się projektowaniem, sprzedażą i marketingiem gogli do wirtualnej rzeczywistości. Do dyspozycji ma kapitał wielkości 25 mln dol., wniesiony po połowie przez obie firmy założycielskie.

» **HTC** powołało fundusz, który ma sfinansować inwestycje w ekosystem VR. Fundusz VR Venture Capital Alliance (VRVCA) wzmocni swoim kapitałem, oprócz HTC, 26 różnych funduszy. W sumie wyłożył 10 mld dol. na przedsięwzięcia związane z wirtualną rzeczywistością i rozszerzoną rzeczywistością (AR). Tworząc sojusz kapitałowy, HTC zrobiło decydujący krok w kierunku rozwoju własnego ekosystemu VR w sytuacji, gdy sprzedaż smartfonów przynosi straty. W kwietniu br. producent przeznaczył 100 mln dol. na projekty związane ze swoimi goglami VR Vive – w ramach jednego z funduszy, nazwanego Vive X.

» **Dell** rezygnuje z tabletów z Androidem i zamierza skoncentrować się na urządzeniach 2w1 z Windows 10. Dotychczas producent próbował sił w niszy urządzeń z Androidem z wyższej półki, wyposażonych np. w wyświetlacz wysokiej rozdzielczości i takie komponenty jak kamera 3D. Jednak topniejąca sprzedaż na rynku klasycznych tabletów i rosnąca popularność modeli 2w1 z Windows skłoniła firmę do zmiany strategii. Dell wycofa także z oferty swojego PC Sticka z Androidem.

» **Microsoft** ma nową szefową światowego kanału partnerskiego, którą została Gavriella Schuster. Menedżerka ma już ponad 20-letnie doświadczenie na różnych stanowiskach w koncernie z Redmond. Dotychczas była dyrektorem generalnym odpowiedzialnym za światowe programy partnerskie i marketing (od 2014 r.), a wcześniej m.in. dyrektorem generalnym w amerykańskim oddziale, zajmując się rozwiązaniami dla przedsiębiorstw, takimi jak chmura i platformy Windows Server, System Center i SQL. Na stanowisku szefa Worldwide Partner Group Gavriella Schuster zastąpiła Phila Sorgena, który pełnił tę funkcję od 2013 r., a ostatnio objął kierownictwo grupy obejmującej amerykańskich klientów korporacyjnych i partnerów.

» **Kevin Turner**, dyrektor operacyjny Microsoftu, opuszcza firmę. Piastował to stanowisko przez ostatnie 11 lat. Odpowiadał za grupę sprzedaży, marketingu i usług (MSG) oraz 50 tys. pracowników w 190 krajach. Podlegały mu sprzedaż i kanały partnerskie na świecie. Teraz Kevin Turner przejmie stery spółki Citadel Securities, zaś jego miejsce w Microsoftzie ma zająć Judson Althoff (obecnie na czele Worldwide Commercial Business), ewentualnie Jean-Philippe Courtois (Global Sales, Marketing and Operations) bądź Chris Cappelletti (Worldwide Marketing and Consumer Business).



Przeszliśmy na tryb regionalny

CRN Polska rozmawia z **ILONĄ WEISS, PREZES ZARZĄDU ABC DATA**, na temat realizacji strategii spółki w kontekście turbulencji na rynku IT i problemów warszawskiej giełdy.

CRN Zaczniemy od rekordowo szybkiej rezygnacji Pawła Szymańskiego z funkcji wiceprezesa ABC Daty ds. finansowych. Zrezygnował po zaledwie miesiącu od objęcia stanowiska. Co go tak przeraziło?

ILONA WEISS Jak podaliśmy w komunikacie giełdowym, rezygnacja nastąpiła z przyczyn osobistych.

CRN Po tak krótkim czasie od objęcia stanowiska? Uwierzę raczej, że uświadomił sobie, jakim wyzwaniem jest opieka nad finansami broadlinera: niesamowicie szybkie tempo pracy, potężne obroty przy mikroskopijnych marżach i ciągle poszukiwanie najlepszego modelu biznesowego na zmieniającym się rynku...

ILONA WEISS W jednym punkcie się zgodzę. Poprzeczka w ABC Dacie jest zawieszona bardzo wysoko. Pracujemy bardzo dynamicznie i tej dynamiki oczekuję od wszystkich pracowników. A rozwijamy się obecnie na wielu frontach – biznesowym, operacyjnym, finansowym – i nie odpuścimy na żadnym z nich.

CRN A może chodziło o tzw. trupa w szafie w postaci problemów z VAT-em?

ILONA WEISS To oczywiście nie jest prawda. Przepisy dotyczące odwróconego VAT weszły w połowie minionego roku.

CRN To nie było jedyne zaskoczenie w tym roku. Powodem kolejnego było RRC, najpierw negocjując z wami warunki ewentualnego przejęcia, a potem wykonując wolte i dogadując się z Ingram Micro. Skoro nie udało wam się pozyskać RRC, musicie rozglądać się za nowymi okazjami. Jakimi?

ILONA WEISS Zgodnie z przyjętą strategią najbardziej zależy nam na takich VAD-ach, którzy działają nie tylko w Polsce, ale również w innych krajach naszego regionu. Zakłada ona sukcesywne umacnianie naszej pozycji na dziewięciu rynkach Europy Centralnej i Wschodniej.

CRN To zrozumiałe, ale na przykład w ubiegłym roku Adam Rudowski, szef Veracompu, zwracał uwagę w roz-

mowie z CRN Polska, że „próba zaimplementowania kultury broadline’owej u VAD-a skutkuje porażką tego drugiego, gdyż cele operacyjne obu typów firm są różne, włącznie z innymi sposobami raportowania”. W jaki sposób chcecie uniknąć negatywnego scenariusza po spodziewanym wcześniej czy później przejęciu jednego z dystrybutorów z wartością dodaną?

ILONA WEISS Absolutna zgoda. Do tej kwestii trzeba podchodzić bardzo elastycznie. Ale wiemy, co zrobić, żeby taka operacja się udała. Proszę mnie jednak nie namawiać, żebym zdradziła naszej konkurencji receptę na sukces.

CRN W pierwszym kwartale br. wasz zysk rok do roku spadł aż o 5,3 mln zł. Tymczasem mieliście walczyć o wyższą rentowność kosztem przychodów, które zresztą też maleją. Co się dzieje?

ILONA WEISS Proszę pamiętać, że w połowie 2015 r. zmieniło się nasze otoczenie regulacyjne. Zmianie uległy regulacje VAT-owe, podobnie zresztą jak w Czechach. Dlatego w wynikach za trzeci i czwarty kwartał ubiegłego roku mieliśmy rok do roku podobną dysproporcję jak w przypadku pierwszego kwartału tego roku. Po prostu teraz porównujemy ze sobą kwartały przed wprowadzeniem regulacji z kwartałami po wprowadzeniu regulacji, a więc jabłka z gruszkami. Począwszy od trzeciego kwartału bieżącego roku, znowu porównywać jabłka z jabłkami, a więc kwartał do kwartału, z których każdy będzie odnosił się do sytuacji po wprowadzeniu zmian prawnych.

CRN Tak czy inaczej, pozostaje pytanie: czym zasypać tę dziurę po tzw. odwróconym VAT?

ILONA WEISS Sposobem na to jest dalsza, systematyczna realizacja naszej strategii na lata 2016–2018. To już przynosi duże korzyści, bo kiedy popatrzymy na wszystkie inne segmenty, niezwiązane z odwróconym VAT-em, to widzimy wyraźne wzrosty. Jeszcze w 2014 r. w Rumunii i na Węgrzech byliśmy w drugiej dziesiątce największych dystrybutorów. Rok później znaleźliśmy się już wśród kluczowych graczy na tym →



→ rynku. Tę dynamikę powinniśmy utrzymać, zresztą nie tylko na wspomnianych rynkach. W pierwszym kwartale 2016 r. w Rumunii nasze przychody wzrosły o 82 proc., na Słowacji o 42 proc., zaś na Węgrzech było to 36 proc. W krajach bałtyckich natomiast podwoiliśmy liczbę aktywnych klientów.

CRN Tym bardziej widać, jak dużo znaczył obrót produktami, które podlegają od roku nowym regulacjom...

ILONA WEISS To dotyczy całego rynku IT. Tak czy inaczej, polski rząd zrobił bardzo dobrą rzecz! Im więcej takich decyzji, tym bardziej będziemy uważani za dojrzałą gospodarkę przez europejskich i światowych graczy. To dla nas bardzo ważne, jako grupy pretendującej do pozycji regionalnego lidera. Z punktu widzenia długofalowej strategii jestem więc bardzo zadowolona z tego, co się stało.

CRN W 2014 r. za akcję ABC Daty trzeba było zapłacić prawie 4,5 zł. Teraz poniżej 3 zł. Jak w takim razie realizować zakładany w waszej strategii cel, że ABC Data będzie warta 1 mld złotych?

ILONA WEISS Proszę spojrzeć, co działo się z akcjami spółek na polskiej giełdzie od czasu ogłoszenia przez nas strategii (czerwiec 2015 r. – przyp. red.) do tej chwili. W połowie ubiegłego roku rząd chiński opublikował prognozę rozwoju na kolejne trzy lata, z której wynikało, że tamtejsza gospodarka będzie się rozwijać rocznie w tempie 6,7 proc. To oznaczało wyraźne spowolnienie, w wyniku którego nastąpiło tąpnięcie na światowych rynkach finansowych. Potem nie było żadnych mocnych czynników wzrostu, więc nie nastąpiło odbicie. Kilka miesięcy temu Bloomberg wyliczył, że polska giełda w ciągu roku stopniała o 50 mld dol. Nastąpił więc wyraźny odpływ kapitału.

CRN Niezależnie od przyczyn, wasz cel się oddala.

ILONA WEISS Nie podzielam tej opinii. WIG20 w ciągu 12 miesięcy, licząc od maja 2015 do maja tego roku, spadł o 22 proc. Tymczasem w tym samym okresie wycena ABC Daty wzrosła o 19 proc., bez odliczenia wartości dywidendy.

CRN Skoro mówimy o porównywaniu jabłek z jabłkami, to należałoby w ten sam sposób traktować spółki z WIG20, czyli nie odliczać od cen akcji wypłacanych przez nie dywidend.

ILONA WEISS To słuszny tok rozumowania, ale proszę wziąć pod uwagę, że ABC Data płaci jedną z największych dywidend na rynku kapitałowym w Polsce. Gdyby więc uwzględnić wspomniany czynnik, to faktycznie mielibyśmy do czynienia z różnicą, ale nie drastyczną. Nadal WIG20 byłby na minusie, a my na plusie.

CRN Teraz przyszedł Brexit i nawet porównania z WIG20 nie pomogą w zbudowaniu pozytywnej atmosfery...

ILONA WEISS Wszystkim, którym udzieliły się negatywne emocje związane z brytyjskim wynikiem referendum, zalecałabym więcej spokoju. Naprawdę nie mam 100 proc. przekonania, że Brexitu dojdzie. Owszem, opowiedziała się za tym większość Brytyjczyków. Ale na razie nie widać na Wyspach osoby, która byłaby chętna do uruchomienia oficjalnej procedury wyjścia z UE. Wracając do

sposobów wyceny. Są dwa podejścia. Jedno to wycena giełdowa, gdzie często nie mamy wpływu na sytuację i decyzje inwestorów. Natomiast faktyczna wycena ABC Daty to siedmiokrotna wartość EBIDTA minus dług. W ten sposób uzyskujemy fundamentalną, można powiedzieć realną, obiektywną wartość spółki. To właśnie dlatego cena wykupu spółek notowanych na światowych giełdach jest średnio 20 proc. wyższa niż ich wartość wynikająca z cen akcji.

CRN Niedawno ruszył wasz magazyn na Węgrzech. Czy skąd tamtejszego biznesu ABC Daty uzasadnia jego otwarcie?

ILONA WEISS Jak najbardziej. Uruchomienie magazynu na Węgrzech było konsekwencją dynamicznego rozwoju, o czym już powiedziałam. Teraz celem jest zwiększenie naszego dotychczasowego potencjału. Na Węgrzech podpisujemy kontrakt z Huawei. W niedługim czasie powinniśmy zacieśnić współpracę z dwoma kolejnymi producentami. Tym samym umocnimy swoją pozycję w kanale dystrybucyjnym. Magazyn ten daje nam także dodatkowy atut w przypadku rozwijania eksportu na rynki bałkańskie. Trzeci argument wiąże się z niepewną sytuacją w Europie i na świecie. Istnieje przecież ryzyko, że nastąpi powrót do stanu sprzed wprowadzenia strefy Schengen. Wtedy przepływ towarów pomiędzy państwami się wydłuży. Ale magazyny na Węgrzech, w Rumunii i Polsce dają nam pewność, że w niemal całym regionie środkowo-wschodniej i południowej Europy nasze produkty będą przechodzić co najwyżej przez jedną granicę.

CRN Obecnie ABC Data generuje za granicą trochę mniej niż połowę obrotów grupy, ale ten odsetek ma się wyraźnie zwiększyć. Z myślą o tym budujecie regionalną strukturę zarządzania, która – w waszym żargonie korporacyjnym – „zajmie się jednolitą polityką kliencką i strategią wobec producentów w ujęciu skonsolidowanym”. Jak to rozumieć?

ILONA WEISS To, że generujemy za granicą „trochę mniej niż połowę obrotów grupy”, jest dużym osiągnięciem. Przecież ABC Data rozpoczęła działalność na większości rynków w Europie Centralnej i Wschodniej zaledwie kilka lat temu! Mimo to już dziś zajmujemy tam pozycje w pierwszej trójce lub piątce. I dalej rośniemy, prowadząc w tym celu szereg działań. Przytoczę kilka przykładów. Uruchamiany przez nas zespół zakupowo-sprzedawczy oraz logistyczny zajmuje się planowaniem, optymalizacją i organizacją pracy na poziomie już nie tylko lokalnym, ale też całego regionu. Do tego powołaliśmy w firmie komórkę odpowiedzialną za wszystkie kraje, w których bezpośrednio działamy. Do jej obowiązków należy m.in. ustalanie warunków współpracy z producentami na poziomie regionalnym przy uwzględnieniu czynników zmiennych, w tym specyfiki każdego lokalnego rynku, uwarunkowań prawnych, sytuacji gospodarczej. Dzięki temu możemy rzeczywiście myśleć i działać nie tyle lokalnie, co regionalnie. Dzieje się to z korzyścią dla producentów, jak również resellerów. Przykładem są już rozwiązania Lenovo.

CRN Niedawno była pani uczestnikiem spotkań biznesowych podczas wizyty prezydenta Xi Jinpinga w Polsce, związanej z tworzeniem Nowego Jedwabnego Szlaku. Jaki ma w tym interes ABC Data?



Kiedy popatrzymy na wszystkie inne segmenty, niezwiązane z odwróconym VAT-em, to widzimy wyraźne wzrosty.

Fot. Focus Images, Tomasz Pisiński

ILONA WEISS Przede wszystkim mówimy o wydarzeniu epokowym. Nowy Jedwabny Szlak ma przebiegać przez obszar zamieszkały przez 4,5 mld ludzi i generować połowę światowego PKB. Chińczycy mają gigantyczną nadprodukcję, a jednocześnie spada im popyt wewnętrzny. Muszą sobie zatem z tym poradzić i długofalowo myślą o rozwiązaniu tego problemu.

CRN Czy zamierzacie eksportować do Chin, co planuje robić chociażby Action?

ILONA WEISS W przypadku Chin nie mamy dziś takich planów, choć faktem jest, że oprócz prowadzenia bezpośredniej działalności w Europie Centralnej i Wschodniej sprzedajemy też produkty do wielu innych państw. Przy czym uważnie obserwujemy, jakie są trendy na świecie, żeby reagować z odpowiednim wyprzedzeniem.

CRN Ale jak konkretnie gigantyczne chińskie przedsięwzięcie może wpłynąć na interesy ABC Daty?

ILONA WEISS Reguły gry zmieni chociażby planowany szlak kolejowy, którym powstałe w Chinach produkty dojadą dużo szybciej

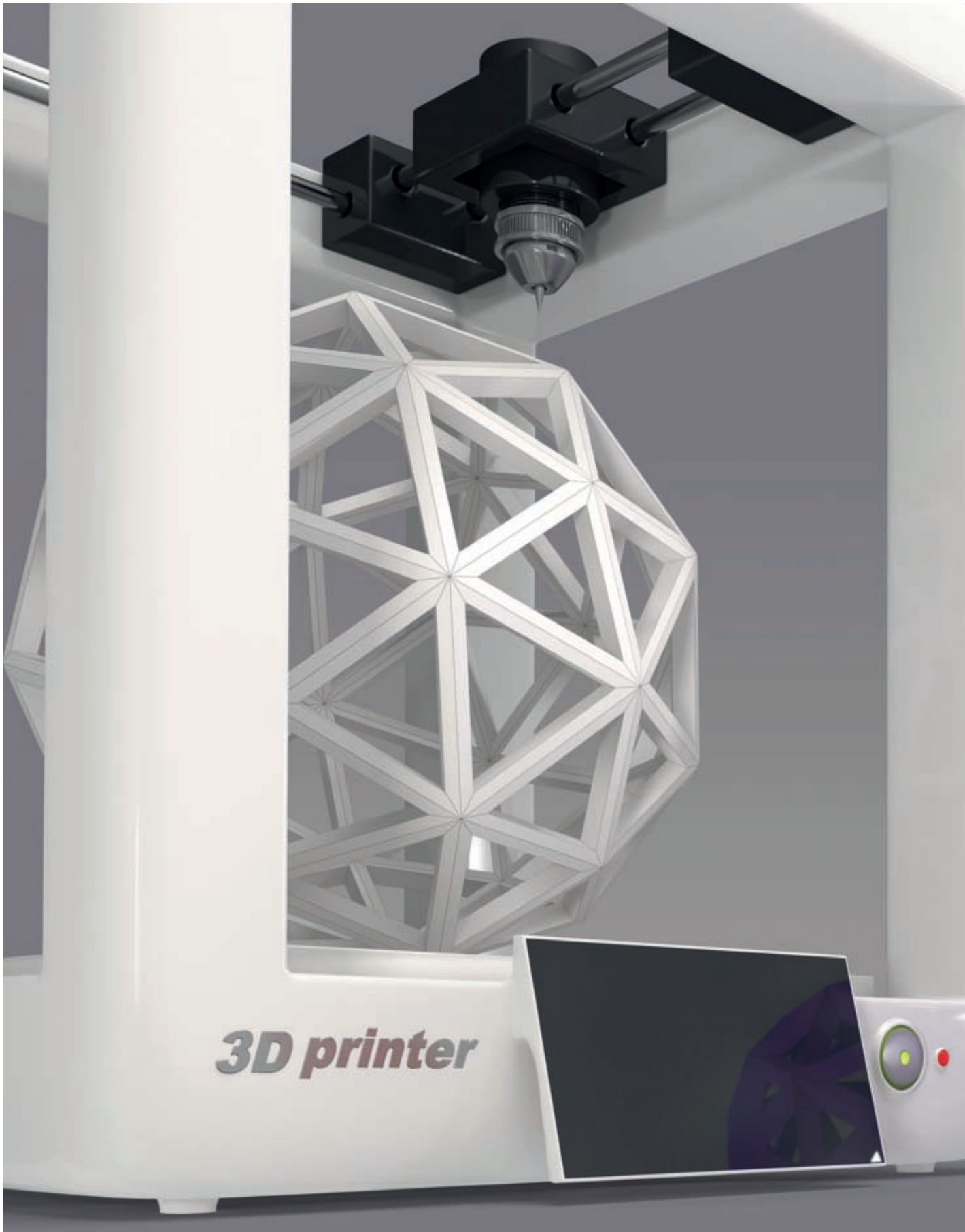
niż drogą morską. To może wpłynąć nie tylko na tempo rotacji, ale też na ceny. Dlatego musimy wiedzieć, kiedy przełączyć łańcuch logistyczny z jednego modelu na drugi. Poza tym podczas niedawnej wizyty prezydenta Xi Jinpinga zostały podpisane porozumienia pomiędzy polskimi a chińskimi bankami, co oznacza dostęp do ogromnego kapitału. Dla mnie, jako finansisty, jest bardzo ważne, żeby wiedzieć, w jaki sposób strumień pieniędzy porusza się po światowych rynkach.

CRN Rozmawiamy na początku lipca, więc jeszcze zapytam: gdzie spędzi pani urlop?

ILONA WEISS Tak się składa, że w Chinach. Wraz z rodziną przejedziemy przez cały ten kraj od północy do południa, z metą w Hongkongu. Chcę, żeby moje dzieci dobrze rozumiały kulturę państwa, które coraz bardziej zyskuje na znaczeniu.

ROZMAWIAŁ **TOMASZ GOŁĘBIEWSKI**

Na CRN.pl ZAMIESZCZAMY PEŁNĄ WERSJĘ WYWIADU.



Druk przestrzenny: od popularyzacji do specjalizacji

Na rynku niskobudżetowego druku 3D, również polskim, powoli zaznacza się coraz wyraźniejsza segmentacja.

KAROLINA MARSZAŁEK

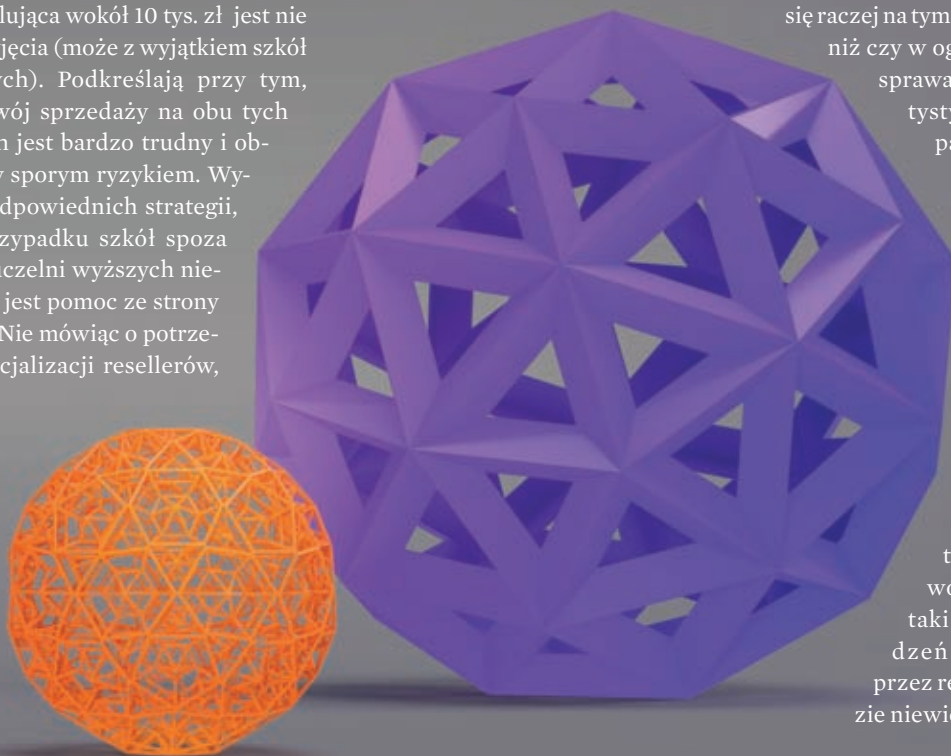
Kluczowym odbiorcą drukarek 3D niezmiennie pozostaje biznes, do którego kierowany jest sprzęt w cenie między 6 a 10 tys. zł. Jednak młodzi producenci zdążyli już lekko okrzepnąć przez ostatnich kilka lat i dążą do rozwijania rozwiązań wyższej klasy. Mowa o urządzeniach z przedziału cenowego powyżej 50 tys. zł, przeznaczonych do specjalistycznych zastosowań, np. prototypy. Ponadto dostawcy kierują uwagę na odbiorców z rynku konsumentkiego i edukacyjnego, dla których cena oscylująca wokół 10 tys. zł jest nie do przyjęcia (może z wyjątkiem szkół wyższych). Podkreślają przy tym, że rozwój sprzedaży na obu tych rynkach jest bardzo trudny i obciążony sporym ryzykiem. Wymaga odpowiednich strategii, a w przypadku szkół spoza kręgu uczelni wyższych niezbędna jest pomoc ze strony władz. Nie mówiąc o potrzebie specjalizacji resellerów,

którzy mieliby współpracować z placówkami edukacyjnymi.

Co ważne, segmentacja pociąga za sobą intensywny rozwój filamentów, jak też oprogramowania do tworzenia modeli 3D i skanerów. Rośnie przy tym różnorodność bibliotek gotowych modeli. Wszystkie te produkty, wraz z drukarkami 3D, będą musiały tworzyć kompletne rozwiązanie jak najlepiej dostosowane do potrzeb odbiorców końcowych. To właśnie komplementarność oferty będzie miała coraz większe znaczenie w walce o klienta. Zresztą sami resel-

lerzy działający na tym rynku zgłaszają konkretne potrzeby swoje oraz firm, które obsługują. Podczas marcowej konferencji „Nowe technologie – druk 3D” zorganizowanej przez ABC Datę pytali na przykład o licznik zużycia filamentu – bardzo przydatny, jeśli ktoś planuje w przyszłości zarabiać na druku 3D w modelu Managed Print Services.

Na pewno dobrze rokującymi odbiorcami z rynku edukacyjnego są uczelnie techniczne. Z dotychczasowych doświadczeń sprzedawców wynika, że komunikacja z tego typu odbiorcami skupia się raczej na tym, jaki produkt dostarczyć niż czy w ogóle to zrobić. Podobnie sprawa ma się z uczelniami artystycznymi. W tym przypadku również mamy do czynienia ze sporym zainteresowaniem możliwościami realizacji ciekawych projektów przy wykorzystaniu przyrostowej techniki druku. Dużo trudniej jest oferować rozwiązania do druku 3D szkołom podstawowym. Wprawdzie trzy lata temu z myślą o podstawówkach zamieszczono taki sprzęt na liście urządzeń rekomendowanych przez resort edukacji, ale na razie niewiele to dało. →



→ Jeśli jednak w końcu coś się w tej kwestii zmieni, warto pamiętać, że do najmłodszych użytkowników przemówi przede wszystkim prostota obsługi. Najlepiej, gdyby była zbliżona do pracy z drukarką 2D. Dziecko powinno intuicyjnie, poprzez wprowadzone profile dla każdego z materiałów, wybrać model, drukować i potem bezpiecznie zabrać wydruk z urządzenia. Taki sposób działania zapewni maksymalnie uproszczone menu. Niezwykle ważny jest także rozwój tak zwanych bibliotek gotowych edukacyjnych modeli 3D, choć wraz z wprowadzeniem druku przestrzennego do szkół dzieci powinny uczyć się również samodzielnego modelowania. Temu z kolei będzie sprzyjał rozwój rynkowej oferty tanich, ale funkcjonalnych programów, co już da się zaobserwować.

Ważną przeszkodą utrudniającą wejście druku 3D do szkół podstawowych jest oczywiście cena. Obecnie szkoła, jeśli będzie mogła wydać między 6 a 10 tys. zł na rozwiązanie z zakresu nowych technologii, to zakupi sprzęt, z którym jest już obeszana, np. laptopy. Trzeba więc z jednej strony edukować nauczycieli, z drugiej wywierać nacisk na rząd, aby w działaniach zwiększających udział nowych technologii w procesie dydaktycznym wziął pod uwagę również druk przestrzenny. Aby tak się stało, dostawcy muszą stworzyć silne lobby – możliwe, że pomoże w tym tworzące się właśnie stowarzyszenie, które ma zrzeszać polską branżę druku 3D. Nadziejają mogą napawać rządowe plany wskrzeszenia szkolnictwa zawodowego. W tym przypadku włączenie w proces edukacyjny druku 3D wydaje się dość oczywiste.

Wrażliwi konsumenci

Szkoły, począwszy od podstawowych, mogą odegrać dużą rolę w kształtowaniu świadomości i umiejętności konsumentów, którzy w przyszłości będą kupować rozwiązania druku 3D do domów. Mówi się, że jeśli za cztery lata drukarka 3D stałaby się standardem w szkołach, to za około dziesięć mogłaby zawitać pod strzechy. Nie chodzi tu oczywiście o realizację idei „drukarka 3D w każdym domu”, do której sami producenci niskobudżetowych rozwiązań (przynajmniej krajowi) są nastawieni bardzo sceptycznie. Ale, jak mówią, potencjał segmentu konsumenckiego będzie systematycznie wzrastał.

Popyt na drukarki 3D wśród odbiorców hamują między innymi ograniczenia popularnej technologii druku – FDM. Krótko mówiąc, sprawiają one, że drukarka 3D jest mało „plug and play”. To technologia stosunkowo niedroga, ale wymagająca cierpliwości i doświadczenia, a przede wszystkim – świadomości jej ograniczeń. Nawet jeśli teraz zwykli konsumenci jakimś cudem masowo sięgnęliby po drukarki 3D, bardzo szybko by się do nich zniechęcili.

RYNEK FILAMENTÓW...

...rozwijają się obecnie dynamiczniej niż rynek niskobudżetowych drukarek 3D. Jak mówi Paweł Ślusarczyk, twórca portalu CD3D, nieustannie trwają prace nad rozwojem coraz to nowszych materiałów. Szczególny postęp widać w badaniach nad filamentami, dzięki którym wydruki będą powstawały szybciej.

– Obecnie potrzeba na to stosunkowo długiego czasu. Przyczyniają się do tego właściwości chemiczne i fizyczne materiałów. Jeśli będziemy chcieli przyspieszyć proces, wydruki będą po prostu nieudane – wyjaśnia Paweł Ślusarczyk.

Do nowych, atrakcyjnych dla użytkownika końcowego filamentów, które są dostępne od pewnego czasu, ekspert zalicza na przykład elastyczne materiały gumopodobne. Niestety, wydruki z ich użyciem również powstają wyjątkowo wolno, ze względu na miękkość materiału i niebez-

pieczeństwo jego odkształcenia w niepożądanym miejscu. Technologia jest więc ciągle udoskonalana.

– Pojawia się coraz więcej materiałów metalicznych. Ciągle jednak ich główna funkcja ogranicza się do podnoszenia atrakcyjności wizerunkowej wydruków. Prawdziwym przełomem technologicznym byłyby natomiast np. materiały miedziane, z których można drukować obwody. Na to jednak musimy jeszcze poczekać. Na rynek wchodzi natomiast filamenty zapachowe, które stanowią ciekawą propozycję dla wszelkiego rodzaju agencji reklamowych czy działów marketingu – twierdzi szef CD3D.

Według opinii firmy badawczej Frost & Sullivan rynek druku przestrzennego przechodzi obecnie od tworzenia prototypów do produkcji części końcowych. To oznacza, że firmy dostarczające materiały będą się starały opracowywać je z myślą o określonym zastosowaniu, rezygnując ze strategii czynienia ich uniwersalnymi.

Canon wchodzi na polski rynek druku 3D

Producent w ramach umowy partnerskiej z 3D Systems rozpoczął w czerwcu dystrybucję drukarek 3D w Polsce. Ma w ofercie rozwiązania profesjonalne, przeznaczone dla firm z branży produkcyjnej, architektonicznej i inżynierskiej oraz dla sektora edukacji. Poza sprzedażą urządzeń Canon ma dostarczać polskim klientom oprogramowanie do przygotowywania danych do druku. Producent dysponuje certyfikowaną siecią serwisową. Według Rafała Osiekowicza, dyrektora marketingu WFG w Canonie, jednym z kluczowych problemów przy inwestycjach w urządzenia do projektowania przestrzennego jest brak profesjonalnego wsparcia, zarówno przy instalacji, jak i w ramach obsługi posprzedażnej. Oprócz partnerstwa w zakresie dystrybucji rozwiązań do druku 3D innych vendorów, Canon ma zamiar wprowadzić na rynek również własny sprzęt, przeznaczony zarówno do prototypowania, jak i druku krótkich serii. Urządzenie do pracy wykorzystuje żywicę światłoutwardzalną.

SZTUKA, NIE SZTUKA

Do tego, żeby zostać producentem filamentów, wystarczy 35 tys. dol. Mniej więcej tyle wnoszą ceny najtańszych chińskich linii do ich produkcji. Korzystają z nich firmy, które nastawiają się na szybki zysk. Jednak warunki, w jakich powstają takie produkty, często pozostawiają sporo do życzenia i mogą negatywnie wpływać na jakość materiałów eksploatacyjnych. Podobnie zresztą jak niekiedy zerowa wiedza właścicieli takich linii na temat przetwórstwa tworzyw sztucznych.

Zdaniem specjalisty

❑ Paweł Twardo, współtwórca Monkeyfab

Konsumenci muszą oswoić się z samym pojęciem druku 3D, zdawać sobie sprawę, że w ogóle istnieje taka metoda stworzenia przedmiotu przydatnego w domu. Niebawem pojawią się nowe technologie, dzięki którym zaoferowanie rozwiązań druku przestrzennego tego typu odbiorcom stanie się mniej ryzykowne niż w przypadku FDM.

❑ Andrzej Szłapa, członek zarządu, założyciel 3DKreator

Dziś świadomość potencjalnych użytkowników z sektora edukacyjnego, z wyjątkiem uczelni wyższych, dotycząca możliwości, jakie oferuje druk 3D, jest na bardzo niskim poziomie. Drukarki kojarzą się albo z bardzo zaawansowanymi urządzeniami, współpracującymi jedynie z kosztownymi programami do projektowania, albo ze sprzętem do druku nikomu niepotrzebnych plastikowych maskotek. Żeby to uległo zmianie, potrzebne są bazy gotowych modeli 3D strictly edukacyjnych, przykładowo obrazujących budowę serca, a nawet komórki na zajęcia z biologii lub rozkładany model piramidy na lekcje historii. Zmiany w tej dziedzinie będą następować szybko.

Na razie firmy garażowe dość dobrze się trzymają, bo klienci nie nabrali jeszcze odpowiedniego doświadczenia. Ale taryfa ulgowa prędzej czy później się skończy. Najszybciej na własnych błędach nauczy się oczywiście biznes. Dlatego edukacja przedsiębiorców w zakresie sposobu wyboru filamentów stanowi istotne i potencjalnie zapewniające profity pole działania dla resellerów. Swoją rolę i pieniądze, po wielu doświadczeniach z kiepskim filamentem, zaczną również szanować konsumenci. Zamiast cieszyć się, że pokonali opór materii w postaci niskiej jakości materiału eksploatacyjnego, i chwalić się tym na forach internetowych, dojdą wreszcie do wniosku, że warto zastosować wyrób pochodzący z profesjonalnej linii produkcyjnej.

– Przeciwwagę dla garażowych firm stanowią te wywodzące się chociażby z branży przetwórstwa tworzyw sztucznych i zajmujące się tym na dużą skalę – mówi Paweł Ślusarczyk. – Mają wysokiej jakości linie produkcyjne i korzystają z bardzo dobrych surowców, bo kupując setki ton, nabywają je w odpowiednio niższych cenach.

Specjalista podkreśla, że domorośli producenci nie znikną jednak z rynku. Po prostu nigdy się nie rozwiną i docelowo nie będą raczej obsługiwać odbiorców biznesowych. Tak jak w przypadku każdego produktu, zawsze będzie grupa klientów, którym zależy głównie na cenie.

Canalys wiesz czy duży wzrost

Co roku wartość sprzedaży na rynku druku 3D w skali światowej będzie rosła o 43,5 proc. – prognozuje Canalys. Dane obejmują sprzedaż drukarek 3D, a także powiązanych z nimi materiałów i usług. W 2016 r. zdaniem analityków te segmenty wygenerują łącznie 4,9 mld dol. przychodów, a w 2020 r. – 22,4 mld dol. W przypadku drukarek przewidywany jest roczny wzrost ilościowy średnio o 67,2 proc., do 2,4 mln szt. w 2020 r. wobec 182 tys. szt. w 2015 r. W ub.r. największy udział w rynku drukarek w ujęciu ilościowym miała tajwańska firma XYZ (38 proc.).

POLITYKA PARTNERSKA PILNIE POTRZEBNA

Resellerzy IT generalnie łatwo nie mają. Niemniej w większości segmentów przez lata rozwoju branży wykształciły się standardy, które czynią współpracę vendora i partnera w miarę przewidywalną. Producentom zależy na coraz lepszej kooperacji z resellerami, a rola uporządkowanego, opartego na jasnych zasadach kanału sprzedaży ciągle rośnie. Na taki stan rzeczy wpłynęły lata doświadczeń wszystkich uczestników kanału oraz dojrzałość rynku.

Tymczasem funkcjonowanie resellerów w bardzo młodym segmencie niskobudżetowego druku 3D można porównać do przeskakiwania z kamienia na kamień, i to na morzu gorącej lawy. Niektórzy zaszli już tak daleko, że trudno im się cofnąć, choć równie trudno utrzymać na powierzchni. Dlaczego? Jak słychać z wielu stron, sami producenci – często młode firmy o zacięciu technologicznym, ale bez biznesowego doświadczenia – nie mogą się do końca zdecydować na model sprzedaży. Wciąż wahają się na przykład, czy wprowadzać do kanału dodatkowe ogniwo w postaci dystrybutora. I chociaż coraz więcej producentów zaczyna działać w dojrzałym, trójstopniowym modelu sprzedaży, to nie znaczy, że rezygnują z innych jej form, konkurując nierzadko z własnymi partnerami. Ciągłe brakuje programów partnerskich, które tak bardzo ceni branża IT, a które zapewniają jej jasne zasady gry. Korzyści z tego chce wyciągnąć ABC Data, która

przygotowała taki program z myślą o firmach IT zdecydowanych wejść na rynek niskobudżetowego druku 3D. Ale prawda jest taka, że z tego typu inicjatywami powinni raczej wychodzić producenci.

Z naszych rozmów ze specjalistami wynika, że nierzadko samym resellerom trudno zdecydować, czy współpracować bezpośrednio z producentem, czy kupować rozwiązania od dystrybutorów. Problematyczny w przypadku vendorów jest chociażby wymóg okresowego zatowarowania w drukarki i filamenti, co w razie braku popytu wiąże się z ryzykiem utraty płynności finansowej. Zamawiać urządzenia i materiały eksploatacyjne w zależności od aktualnych potrzeb mogą resellerzy kupujący rozwiązania w dystrybucji (to jeden z punktów, który podkreśla ABC Data, mówiąc o swoim programie partnerskim), ale nie wszyscy chcą się dzielić marżą z dystrybutorem. Można to zrozumieć w sytuacji, gdy przychody ze sprzedaży drukarek 3D nie osiągnęły jeszcze znaczącej skali i nie są regularne. Biznes na nieokrzesanym rynku opiera się przede wszystkim na osobistych relacjach, a zdarza się, że bardziej zależy na nich resellerom niż producentom. Ci ostatni jednak prędzej czy później przekonają się, że oprócz pracy nad rozwojem produktów będą musieli zadbać o stworzenie jasnej polityki partnerskiej i cenowej. Porządek w kanale sprzedaży wychodzi na dobre wszystkim stronom. ■

Druk 3D: producenci muszą być „open”

CRN Polska rozmawia z **PAWŁEM ŚLUSARCZYKIEM**, TWÓRCĄ PORTALU **CD3D**, o znaczeniu rozwiązań open source na rynku niskobudżetowego druku 3D.

CRN Rozdrobnienie wśród producentów niskobudżetowych drukarek 3D jest ogromne. Kiedy nastąpi konsolidacja?

PAWEŁ ŚLUSARCZYK Założyłbym, że w okresie do pięciu lat. Ale z drugiej strony jest to na tyle młody rynek i żyjemy w na tyle specyficznych czasach, że naprawdę nie wiadomo, jak to się potoczy.

CRN Specyficznych, czyli?

PAWEŁ ŚLUSARCZYK Dotychczasowi producenci drogich rozwiązań, jak Stratasys, 3D Systems, TierTime, przyzwyczajeni do sprzedaży małej liczby urządzeń z dużą marżą, nie odnaleźli się w świecie masowej produkcji. Przesadą byłoby stwierdzenie, że już udało się to małym dostawcom, ale ich gigantyczna liczba i determinacja decydują o wysokiej dynamice wzrostu na tym rynku.

CRN Skąd ta nieporadność gigantów?

PAWEŁ ŚLUSARCZYK Postawili na nowoczesny design urządzeń, działanie plug and play, zaimplementowali wysokiej jakości rozwiązania techniczne. Jednocześnie zamknęli ekosystem, odmawiając użytkownikom stosowania różnych filamentów i „zabawy” z ustawieniami. Okazuje się, że te dwie ostatnie cechy mniejsi klienci cenią najbardziej. Przez to duża ich część nie przyjęła tej oferty. Odwrócili się od niej również więksi klienci, którzy – dzięki rozwojowi segmentu niskobudżetowych drukarek – przestali być skazani wyłącznie na kosztowne rozwiązania.

CRN To dlatego open source’owe drukarki 3D Ultimaker cieszą się dużym powodzeniem?

PAWEŁ ŚLUSARCZYK Ten największy europejski dostawca w polityce otwartości zdecydowanie wykracza poza umożliwienie klientom eksperymentowania z różnymi filamentami. Po około roku od premiery swoich nowych urządzeń pozwala innym producentom tworzyć na ich podstawie własne wersje drukarek.

CRN Firma, która nie patentuje wszystkiego co możliwe, aby umocnić pozycję, osiągnęła światowy sukces.



PAWEŁ ŚLUSARCZYK Z drukarek Ultimaker korzystają zarówno klienci indywidualni, jak i duże przedsiębiorstwa, np. Airbus czy Siemens. W 2015 r. według danych SmarTech producent sprzedał 27 tys. urządzeń, osiągając 10-proc. udział w światowym rynku. Ultimaker oprócz hardware’u udostępnia software o otwartym kodzie. Korzysta z tego cała masa firm, które produkują drukarki 3D. Taką otwartą politykę prowadził też amerykański Makerbot. W pewnym momencie z niej zrezygnował, sprzedał się większej korporacji i przeniósł produkcję do Chin, aby utrzymać wyniki finansowe. Ultimaker działa w Europie i zwiększa zatrudnienie.

CRN Faktem jest, że zalety otwartego kodu są coraz bardziej doceniane i rozumiane.

PAWEŁ ŚLUSARCZYK Ciekawe, jak idea open source nadal będzie się rozwijała w przypadku drukarek 3D. Na przykład w sytuacji, gdy producenci tych rozwiązań będą bardziej zdecydowanie wchodzić w specjalistyczne dziedziny, np. medycynę. Pojawi się pytanie, czy w szpitalach należy w ogóle korzystać z systemu o otwartym kodzie, czy raczej z wysoce specjalistycznego i zamkniętego.

CRN Tymczasem tajwański XYZPrinting odnosi sukcesy, nie stosując polityki otwartości...

PAWEŁ ŚLUSARCZYK Ten producent postawił na bardzo niskie ceny, oscylujące wokół 500 dol., i rzeczywiście jest teraz liderem w segmencie konsumenckim. Jednak jego rozwiązania pozostawiają bardzo dużo do życzenia.

CRN HP – znane z szerokiej ochrony prawnej swoich technologii druku tradycyjnego – w przypadku 3D zamierza stosować otwartą politykę w zakresie filamentów.

PAWEŁ ŚLUSARCZYK To oczywiście nie oznacza, że ktoś w garażu wymyślił proszek zamienny do drukarek 3D HP Multi Jet Fusion. Na tym polu będą współdziałały duże firmy – związane z przemysłem chemicznym. To pokazuje rewolucję w myśleniu producenta. Być może HP za kilka lat zmieni strategię, ale póki co pierwszy raz w swojej historii vendor powiedział: zapraszamy.

ROZMAWIAŁA **KAROLINA MARSZAŁEK**

SMUKŁOŚĆ LAPTOPA,
WYDAJNOŚĆ KOMPUTERA
STACJONARNEGO

ThinkCentre^{X1}



Lenovo[™]

 Windows 10 Pro

Poznaj ThinkCentre X1
z systemem Windows 10 Pro

Windows 10. Najlepszy Windows w historii.

© 2016 Lenovo. Wszelkie prawa zastrzeżone. Lenovo, ThinkCentre oraz logo Lenovo to znaki towarowe firmy Lenovo. Microsoft, Windows, oraz logo Windows to znaki towarowe firmy Microsoft Corporation. Inne nazwy firm, produktów lub usług mogą być znakami towarowymi bądź usługowymi należącymi do innych właścicieli. Powyższa treść nie stanowi oferty w rozumieniu prawa i ma charakter informacyjny. Za ewentualne błędy firma Lenovo nie ponosi odpowiedzialności.

Mistrzowie drugiego planu

O gamingu, e-sporcie mówi się ostatnio coraz więcej i z pewnością będzie o nim coraz głośniej. To już nie tylko domena wąskiej elity entuzjastów elektronicznej rozrywki, a zjawisko masowe, w którym właściwie nie istnieją bariery pokoleniowe.

Każdy gracz dobrze wie, że nawet najlepszy komputer to nie wszystko. Tak jak dla audiofila ważne jest specjalistyczne okablowanie czy kondycjonery, tak dla gamera istotne są akcesoria. Dzięki specyficznym właściwościom umożliwiają one dużo łatwiejsze i lepsze sterowanie grą niż w przypadku urządzeń standardowych. Mogą również potęgować wrażenie realizmu rozgrywki, a także istotnie zwiększać szanse wygranej.

– Akcesoria gamingowe różnią się od tradycyjnych konstrukcją, precyzją wykonania, ergonomią, żywotnością, możliwością programowania przycisków czy specjalnymi dodatkami, jak odważniki zapewniające dostosowywanie ciężaru myszy do własnych upodobań – tłumaczy Mariusz Wojciech Sołek, Key Account Manager w ABC Data.

Zwraca przy tym uwagę, że osprzęt gamingowy wyposaża się w rozwiązania, które mogą decydować o zwycięstwie. Dobrym przykładem są tu technologie stosowane w słuchawkach, umożliwiające zlokalizowanie przeciwnika dzięki wzmocnieniu odgłosów kroków czy też przeładowywania broni.

– O tym, jakie to ważne, wie każdy fan gier FPS – dodaje przedstawiciel ABC Data.

Oprócz typowych akcesoriów do gamingu, jak klawiatury, myszy czy właśnie słuchawki, na rynku nie brakuje również biurków, a nawet specjalnych foteli dla graczy. Rośnie też oferta urządzeń związanych z wirtualną rzeczywistością. Wiele wskazuje na to, że w upowszechnieniu tej techniki wydatnie pomogą gogle PlayStation VR, których premierę zapowiedziano



na październik. Warto więc już dziś mieć je na uwadze. W ofercie nie powinno zabraknąć także bardziej klasycznych akcesoriów gamingowych, również po to, aby klienci poszukujący takiego sprzętu i specjalistycznej wiedzy przyzwyczajali się do zakupów u resellerów.

Konstrukcje przeznaczone dla graczy kosztują zwykle kilkanaście, a nawet kilkadziesiąt razy więcej niż modele do użytku „cywilnego”. Jednak pasjonatów e-sportu, z choćby minimalnym stażem, z pewnością nie trzeba przekonywać do wyboru przeznaczonego dla nich sprzętu. Dobrze wiedzą, że jego ceny są całkowicie uzasadnione. I choć często urządzenia nie odbiegają wyglądem od standardowych, to mają z nimi niewiele wspólnego – podobnie jak auto w wersji rajdowej przypomina seryjnie jedynie z kształtu nadwozia.

Resellerom, którzy na co dzień mają do czynienia z gamingiem, z pewnością nie trzeba wyjaśniać znaczenia takich funkcji jak antyghosting czy zasadność stosowania mechanicznych klawiszy w klawiaturach. Ci, którzy zetknęli się z e-sportem jedynie w niewielkim stopniu, docenią z kolei sprawdzone źródło zaopatrzenia,

dysponujące nie tylko bogatą ofertą, lecz także specjalistyczną wiedzą. Obie grupy resellerów znajdują to, czego szukają, w ABC Data. Dystrybutor przykładą do swojej oferty gamingowej wyjątkowo dużą wagę, a znaleźć w niej można – oprócz komputerów i monitorów – także klawiatury, myszy, podkładki, słuchawki i inne akcesoria gamingowe większości liczących się dostawców tego typu urządzeń.

– Partnerzy mogą zaopatrzyć się u nas w sprzęt gamingowy marek bardzo dobrze znanych na całym świecie, jak Razer, Logitech, SteelSeries, MadCatz, Corsair czy HyperX – wylicza Tadeusz Staniszewski, Product Manager w ABC Data.

Ofertę tę uzupełniają produkty takich dostawców, jak znany producent obudów i zasilaczy Zalman czy zaawansowanych słuchawek Turtle Beach.

– W naszym portfolio znajdują się też akcesoria dla graczy Asus, MSI i Gigabyte, a więc marek bardzo dobrze znanych na polskim rynku z płyt głównych i kart graficznych – dodaje specjalista.

Mimo konkurencji ze strony sieci detalicznych resellerzy z pewnością powinni mieć w swojej ofercie takie produkty.

– Rynek akcesoriów gamingowych jest na tyle szeroki, że jest miejsce na resellerów, retail czy e-tail – podsumowuje Tadeusz Staniszewski.

Każdy z tych kanałów ma swoje mocne strony. W Internecie można znaleźć najlepszą cenę, w markecie można obejrzeć i porównać produkty, zaś unikatową wartością oferowaną przez resellerów jest wspieranie klienta wiedzą i doświadczeniem.

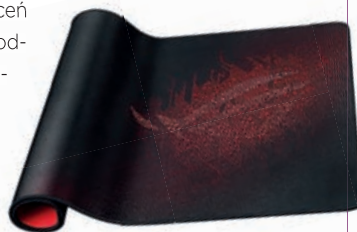


Xtrfy M2 – stworzona do wygrywania

W ofercie ABC Data są już dostępne myszy gamingowe Xtrfy M2, które powstały we współpracy z profesjonalnymi graczami. Klasyczna symetryczna obudowa kryje najwyższej jakości podzespoły. Sercem urządzenia jest sensor optyczny Pixart PMW3310, który gwarantuje wyjątkową precyzję działania. Mysz ma pięć przycisków: dwa standardowe, dwa z lewej strony i scroll. Minimalistyczny układ zapewnia jednak niezwykłą efektywność, a zastosowane przełączniki Omron odpowiednią trwałość. Na obudowie znajdują się także przyciski CPI, umożliwiające szybką zmianę czułości sensora od 400 do 4000 dpi.

Asus ROG Sheath – perfekcyjna płynność ruchu

Do pełnej płynności w rozgrywce nawet najlepsza mysz potrzebuje równie doskonałej podkładki. Odpowiedzią na to jest Asus ROG Sheath – podkładka zaprojektowana z myślą o najbardziej wymagających użytkownikach. Antypoślizgowa podstawa idealnie trzyma się w miejscu, z kolei gładka nawierzchnia zapewnia doskonałą precyzję ruchu oraz niezrównane możliwości wydawania poleceń i kontroli. Wszystko po to, aby ułatwić wygrywanie. Podkładkę poddawano intensywnym testom, m.in. prowadzono po niej mysz na dystansie ponad 250 km oraz wystawiano na działanie ekstremalnych temperatur. Asus ROG Sheath ma wymiary 900 x 440 x 3 mm. Można ustawić na niej wszystkie urządzenia: laptop, klawiaturę i mysz.



Arozzi Monza – długodystansowe wsparcie



Zapaleni gamerzy dobrze wiedzą, że wybór odpowiedniego fotela jest równie ważny jak wybór specjalistycznej myszki, klawiatury czy podkładki. Arozzi Monza stanowi efektywne wsparcie dla graczy, a przy tym doskonale wygląda. Ergonomicznie zaprojektowany sprawdzi się zarówno podczas krótkich, jak i nawet najdłuższych rozgrywek. Pokryta syntetyczną skórą, gruba wyściółka siedziska, podłokietników i oparcia zapewnia maksymalny komfort użytkowania. Z kolei regulacja wysokości fotela i kąta nachylenia oparcia umożliwiają idealne dostosowanie go do własnych upodobań.

Gogle VR Sony jesienią w Polsce

Sony Interactive Entertainment wprowadzi gogle PlayStation VR na polski rynek równocześnie z globalną premierą, tj. 13 października br. – poinformował serwis ISBNews. Urządzenia tworzą system do wirtualnej rzeczywistości zintegrowany z konsolą PlayStation 4. Mają być podstawą nowej platformy rozrywkowej i biznesowej. Wraz z debiutem gogli na rynek wejdzie ok. 50 gier stworzonych do wirtualnej rzeczywistości. Kolejne 160 tytułów jest w przygotowaniu w 230 studiach deweloperskich.

Większy zysk z PC dla graczy

Producenci powinni skoncentrować się na komputerach dla graczy, aby generować zyski w dłuższym terminie – uważają analitycy Gartnera. Ich zdaniem taka strategia jest opłacalna mimo dużej konkurencji w tym sektorze rynku. Jest związana z tym, że średnie ceny sprzętu gamingowego są duże wyższe niż innych modeli. Wahają się od ok. 850 do 1,5 tys. dol. Komputery dla graczy mają jednak niewielki, kilkuprocentowy udział w całym światowym rynku PC (roczna sprzedaż to kilka milionów sztuk).

AMD kupiło spółkę gamingową

Producent kupił HiAlgo, firmę produkującą oprogramowanie gamingowe. Jest ono dostosowane do kart graficznych AMD Radeon z serii RX, ma zwiększać wydajność i poprawiać jakość obrazu w grach. Według AMD zakup to wstęp do wdrażania innowacji związanych z grami w kartach Radeon. W przyszłości rozwijane oprogramowanie ma zapewnić odpowiednią jakość m.in. w nowych wyświetlaczach oraz rozwiązaniach do wirtualnej rzeczywistości. Wartość transakcji nie została ujawniona.



Pogoda na UPS-y

Letnie upały i burze mogą sprawić, że klienci niestosujący rozwiązań zasilania gwarantowanego szczególnie boleśnie odczują ich brak. To oczywiście jeden z argumentów sprzedażowych. Czy jednak wystarczający?

TOMASZ JANÓŚ

Nie ma wątpliwości, że upały oznaczają gwałtowny wzrost zapotrzebowania na energię. W biurach na najwyższych obrotach zaczynają działać systemy klimatyzacji. W zakładach większego chłodzenia wymagają linie produkcyjne. Do obciążenia linii energetycznych swoje dokładają użytkownicy indywidualni, którzy nie chcą rezygnować z komfortu przebywania w przyjemnie klimatyzowanych domach i mieszkaniach.

Nie dalej jak w zeszłym roku Polskie Sieci Elektroenergetyczne apelowały o oszczędzanie energii w upał i ostatecznie wprowadziły ograniczenia w jej dostarczaniu oraz poborze na obszarze całego kraju. W rezultacie wiele firm musiało na pewien czas zmniejszyć produkcję albo zamknąć

biura. Opisana sytuacja może się powtórzyć w bieżącym roku. Jak niedawno poinformowały PSE, 24 czerwca wystąpiło rekordowe zapotrzebowanie na moc elektryczną, wynoszące 22 750 MW, czyli o ponad 500 MW więcej od ubiegłorocznego rekordu, gdy wprowadzono 20. stopień zasilania. Jedynie import mocy z sąsiednich krajów sprawił, że nie doszło do poważnego blackoutu. Co gorsza, do uciążliwych upałów dochodzą gwałtowne burze i nawałnice, szalejące w różnych regionach kraju. Na czołówki wiadomości trafiają wówczas zdjęcia powalonych i połamanych drzew, uszkodzonych samochodów, informacje o opóźnionych pociągach oraz problemach z dostępem do prądu.

Kłopoty te są szczególnie uciążliwe dla przedsiębiorstw. Przerwy w dostawie

energii elektrycznej oznaczają dla firm wymierne straty finansowe, które – jak podaje Schneider Electric – w przypadku sektora handlowego mogą wynieść nawet 30 tys. złotych na godzinę, a sektora ubezpieczeniowego aż 45 tys. zł na godzinę. Z kolei dla indywidualnych użytkowników sprzętu elektronicznego uderzenie pioruna albo nagle zmiany parametrów zasilania mogą oznaczać uszkodzenie czy wręcz spalenie kosztownych urządzeń. Z tego wniosek, że anomalie pogodowe są w stanie skłonić klientów do większego zainteresowania się rozwiązaniami zasilania gwarantowanego. Klienci powinni być uświadamiani, że UPS-y w razie awarii prądu podtrzymują zasilanie w podpiętych urządzeniach niezależnie od tego, czy będą to komputery, rolety elektryczne, bramy



wjazdowe, systemy monitoringu czy szeroko rozumiany sprzęt RTV i AGD.

Można przypuszczać, że w lecie resellerom – wspartym medialnymi doniesieniami o problemach z prądem – łatwiej jest przekonać klientów o konieczności zabezpieczenia się przed ich skutkami. Przy czym użytkownikom biznesowym do wyobraźni mogą przemówić straty spowodowane przestojami, zaś tym z rynku konsumenckiego warto wyjaśnić, że kupując UPS-y i listwy przepięciowe, nie tylko zaoszczędzą na ewentualnych kosztach wymiany urządzeń, ale również uchronią się np. przed możliwością wystąpienia pożarów wywołanych przez spięcia w gniazdkach. Jednak lato jest krótkie, a co z resztą roku?

SPADA OFFLINE, ROŚNIE ONLINE

Polski rynek zasilania gwarantowanego, choć nie należy do szczególnie rozwiniętych, jest w miarę stabilny. Jedni producenci odnotowują niewielkie spadki, inni twierdzą, że udało im się wypracować nieznaczne wzrosty. Wyjątkiem od tej reguły mogą być wyniki podane przez Delta Energy Systems Poland, która chwali się wysokim, 39-proc. wzrostem sprzedaży rok do roku. Jednak Michał Semeniuk, dyrektor handlowy firmy, sam przyznaje, że wynika to przede wszystkim stąd, iż Delta jest stosunkowo nowym graczem na polskim rynku. Niemniej osiągnięte w ze-

szłym roku rezultaty sprawiły, że udział dostawcy w rynku UPS-ów w Polsce przekroczył 5 proc.

Tak czy inaczej polski rynek jest wciąż opanowany przez kilku największych producentów. Zdaniem Krzysztofa Jabłońskiego, business unit managera w ABC Data Value+, pojawienie się na rynku nowego gracza, nawet z lokalnym biurem, raczej nie wpłynie znacząco na zmianę obowiązującego układu sił. Jeśli chodzi o typ rozwiązań, to według specjalistów większą dynamiką wzrostu sprzedaży odznaczają się rozwiązania trójfazowe w porównaniu z jednofazowymi. Dzieje się tak ze względu na rosnące zapotrzebowanie na kompleksowe systemy zasilania gwarantowanego dla większych projektów.

Potwierdza to m.in. Ever, który odnotował wzrosty w segmencie trójfazowych rozwiązań online, natomiast poniżej oczekiwań polskiego producenta wygląda sprzedaż małych zasilaczy. W przypadku tych ostatnich brak barier wejścia na rynek sprawia, że mamy do czynienia ze sporą konkurencją i walką cenową. Wyzwaniem staje się duże rozdrobnienie i działania podmiotów sprowadzających zasilacze z Chin. W opinii Sebastiana Warzechy, dyrektora handlowego firmy Ever, to „pseudoproducenci”, którzy nie skupiają się na jakości i bezpieczeństwie.

– *Taka sytuacja jest możliwa, bo nie ma właściwych organów kontrolujących samych dostawców oraz jakość wprowadzanych przez nich na rynek rozwiązań* – twierdzi przedstawiciel rodzimej marki.

Producenci markowego sprzętu wyliczają wiele problemów, z jakimi muszą liczyć się nabywcy najtańszych UPS-ów. Zwracają uwagę na złą jakość baterii, brak odpowiedniego serwisu i przeglądu urządzeń, niewystarczającą stabilność elektroniki oraz kłopoty z wyegzekwowaniem

praw wynikających z gwarancji i reklamowaniem zakupionych produktów.

Dla ABC Data Value+ pozytywnym sygnałem z rynku jest utrzymywanie się na dotychczasowym poziomie sprzedaży zasilaczy jednofazowych głównie niskiej i średniej mocy. Jednak w przypadku jednostek o najmniejszej mocy, zbudowanych w topologii offline, dystrybutor odnotowuje mniejsze zainteresowanie klientów.

– *Rosnąca z każdym rokiem popularność urządzeń przenośnych wyposażonych w autonomiczne źródła zasilania sprawia, że segment komputerów PC, który do niedawna był kluczowy dla małych UPS-ów, nieustannie się zmniejsza* – zauważa Krzysztof Jabłoński.

Według przedstawiciela dystrybutora obecnie dominuje sprzedaż UPS-ów o topologii line-interactive. Ponieważ oferują one wyjątkowo korzystny stosunek jakości do ceny, stanowią ponad 50 proc. całego rynku. Nieustannie rośnie sprzedaż najbardziej zaawansowanych systemów o topologii online. Podłączone do nich urządzenia są całkowicie odizolowane od sieci energetycznej, a tym samym odporne na wszelkie zakłócenia.

Zdaniem Jacka Parysa, dyrektora sprzedaży w pionie IT Business Schneider Electric, polski rynek UPS-ów stanowi odzwierciedlenie sytuacji w krajach Europy Zachodniej, ale w znacznie mniejszej skali. Wszelkie zmiany i zachodzące trendy w zasilaniu gwarantowanym są tu i tam bardzo podobne.

SEKTOR PUBLICZNY PONIŻEJ OCZEKIWAŃ

Nie tylko w opinii Michała Semeniuka z Delta Energy Systems Poland w minionym okresie największym motorem napędowym rynku były kończące się →



ADRIAN PECYNA
Product Manager, Eaton Electric

W segmencie MŚP zawsze istniała agresywna konkurencja cenowa, natomiast z roku na rok rośnie zainteresowanie produktami premium. Proces sprzedaży rozwiązań zaawansowanych czy przemysłowych jest trochę bardziej skomplikowany i dużo większe znaczenie niż cena ma w tym przypadku kompletność oferty, niezawodność rozwiązań oraz zaufanie do marki.

→ właśnie fundusze z perspektywy unijnej 2007–2013 i konieczność wydatkowania środków publicznych. Dlatego najistotniejszą część inwestycji zrealizowano w sektorze publicznym.

I to się nie zmienia. Krzysztof Jabłoński z ABC Data Value+ potwierdza, że budżetówka nadal stanowi motor napędowy biznesu zasilania. Przedstawiciel dystrybutora zwraca także uwagę na istotną rolę rozwijającego się rynku medycznego. Ze względu na wymogi specjalistycznej aparatury stabilne zasilanie stanowi w tym segmencie niezwykle istotną kwestię. Nowoczesne rozwiązania UPS cieszą się również rosnącym powodzeniem wśród przedstawicieli sektora kolejowego, jak też w szeroko rozumianym przemyśle.

Przy tak wielkim wpływie funduszy UE na polski rynek UPS-ów wszelkie kłopoty związane z ich pozyskiwaniem znajdują swoje odbicie w wynikach sprzedaży. Poprzednia perspektywa unijna już za nami, a od momentu uruchomienia pro-

gramów unijnych na lata 2014–2020 notuje się opóźnienie w ich realizacji. Dlatego zarówno producenci, jak i dystrybutorzy narzekają na brak znaczących inwestycji w infrastrukturę IT ściśle powiązanych z funduszami unijnymi, gwarantującymi chociażby częściowe dofinansowanie przewidzianego budżetu. Jeśli do opóźnień w pozyskiwaniu środków unijnych doda się nieuniknione zawirowania związane z obecną sytuacją we wspólnocie, to trochę trudniej o optymizm i nagłe ożywienie w gospodarce.

Już teraz Sebastian Warzecha z Evera przyznaje, że swoją rynkową pozycję polski producent utrzymuje dzięki długoterminowym kontraktom, a także zamówieniom z sektora prywatnego, który dysponuje funduszami i ma swoje stałe potrzeby. Zamówienia publiczne zostały natomiast wstrzymane, jednak większość graczy liczy, że to stan tymczasowy.

– *Ożywienie może przynieść zakończenie prac nad zmianą ustawy o zamówieniach publicznych, jak również pojawienie*

**KRZYSZTOF
JABŁOŃSKI**
Business Unit Manager, ABC Data



Na rynku zasilania gwarantowanego w bieżącym roku można zaobserwować minimalny spadek sprzedaży. Czynnikiem, który bez wątpienia wpływa na kondycję branży, jest brak znaczących inwestycji w infrastrukturę IT. Są one powiązane z funduszami unijnymi, które gwarantowały do tej pory przynajmniej częściowe dofinansowanie budżetu przewidzianego na określoną inwestycję.

się wyczekiwanych funduszy unijnych – wyraża nadzieję przedstawiciel Evera.

BRANŻA LICZY NA KONSUMENTÓW

Do niedawna podstawowym zadaniem małego UPS-a, w przypadku zaniku zasilania z sieci, było wydłużenie pracy domowego peceta, co zapewniało zapisanie otwartych dokumentów i bezpieczne zamknięcie systemu. Obecny, nieodwracalny spadek sprzedaży małych zasilaczy kupowanych właśnie do takich celów wcale nie musi oznaczać końca ich kariery na rynku użytkowników indywidualnych. Wręcz przeciwnie: choć UPS-y nie stały się jeszcze produktem typowo konsumenckim, to coraz częściej pojawia się potrzeba ich instalacji w warunkach domowych. Wiąże się to z wymogiem zabezpieczenia przede wszystkim systemów alarmowych i monitoringu, bram wjazdowych, pomp centralnego ogrzewania, kotłów, kominków z płaszczem wodnym czy systemów ogrzewania solarne. Poza tym niewystarczającej jakości energia, jaka jest czasem dostarczana z sieci, wymaga stosowania filtra w postaci UPS-a, który zabezpieczy systemy audiowizualne, domowe centra danych (typu NAS) czy routery Wi-Fi, a także zintegrowaną automatykę smart home. A liczba tego typu instalacji będzie systematycznie rosła. Oby z korzyścią dla sprzedawców zasilaczy bezprzerwowych. ■

Czy chmura zagraża rynkowi UPS-ów?

Decyzja zarządu firmy o budowie własnego centrum danych oraz inwestycji w wewnętrzne zasoby, które miałyby zaspokajać wszystkie potrzeby rozwijającego się biznesu, staje się ze względów ekonomicznych coraz bardziej nieuzasadniona. To efekt rosnącego znaczenia kolokacji, hostingu i chmury. Analitycy z firmy IHS twierdzą, że dostawcy UPS-ów nie mogą tego trendu bagatelizować. Za spadek globalnej wartości sprzedaży zasilaczy bezprzerwowych w ubiegłym roku – poza zmiennymi kursami walut i innymi problemami światowej gospodarki – odpowiada także coraz powszechniejsze wykorzystanie przez firmy i instytucje zewnętrznych data center.

Analitycy uważają jednak, że pomimo trudności na rynku UPS-ów działający na nim dostawcy wciąż mają szansę na rozwój. Z tym że zyskają jedynie tacy, którzy będą potrafili się dostosować do zmieniających się potrzeb klientów. O ile liczba nowych, budowanych przez firmy własnych centrów danych będzie spadać, o tyle nie powinno brakować inwestycji związanych z dużymi ośrodkami tworzonymi z myślą o świadczeniu zewnętrznych usług. Oznacza to – zdaniem specjalistów IHS – wzrost zapotrzebowania na duże systemy UPS, umożliwiające łatwą i ekonomiczną rozbudowę w miarę rozwoju tego rodzaju centrów danych. Dodatkowo, ponieważ dostępność usług z chmury jest stawiana na pierwszym miejscu, usługodawcy będą zwracać większą uwagę na bezpieczne zasilanie infrastruktury, przeznaczając na to większe budżety.

Chociaż polscy dostawcy UPS-ów nie ujawniają żadnych danych związanych z trendem przechodzenia klientów do chmury, to wykazywana przez nich większa dynamika sprzedaży trójfazowych rozwiązań większej mocy może wskazywać na słuszność tego rodzaju obserwacji. Żeby przeciwdziałać niekorzystnym trendom, dostawcy i ich resellerzy starają się rozwijać swój biznes w branżach spoza IT, takich jak przemysł czy ochrona zdrowia. Dodatkowe możliwości zysków dają także usługi powiązane z nowymi systemami zasilania gwarantowanego, takie jak zdalny monitoring i zarządzanie.

Pasywna strona mocy

Wdrożenia UPS-ów wciąż mogą przynosić godziwe zyski.

Trzeba tylko zrezygnować ze schematycznego myślenia o sprzęcie zasilającym i zacząć szukać pieniędzy w niszach.

Taką tezę potwierdza przykład Grupy Romi – warszawskiego dystrybutora urządzeń elektro-technicznych. Spółka nie jest broadline-rem, a raczej VAD-em wspomagającym partnera podczas wdrożeń systemów zasilających, czasem do bardzo nietypowych zastosowań. Jej sztandarowymi produktami są zasilacze marki G-Tec i GT, często wykorzystywane w „nieortodoksyjny” sposób. Zostały one użyte m.in. w gospodarstwie rolnym w okolicach Płońska, gdzie w wielkich kurnikach hoduje się ponad 10 tys. kurczaków. Nadmiarowy system składa się z agregatu prądowłórczego i zasilaczy, a jego zadanie polega na stabilizowaniu działania klimatyzacji. Ponieważ konstrukcja fermy jest specyficzna, kilkuminutowa awaria wentylacji może doprowadzić do tego, że odcięte od tlenu ptaki padną. Budynki gospodarcze znajdują się niemal w szczerym polu – niezawodne zasilanie jest więc kwestią życia i śmierci zwierząt, a co za tym idzie ciągłości biznesu płońskiego rolnika. Opisana sytuacja nie należy oczywiście do odosobnionych – miejsc, w których instaluje się UPS-y marki GT, jest więcej.

– *Polskie prawo warunkuje konieczność dodatkowego zasilania bram wjazdowych w budynkach przemysłowych, także windy muszą być wyposażone w nadmiarowe systemy dostarczające prąd* – mówi



Michał Dłużniewski, dyrektor zarządzający Grupy Romi.

Generalnie produkty z tej rodziny można stosować wszędzie tam, gdzie chroni się systemy chłodnicze, wentylacyjne, a także banki czy centra logistyczne. Wykorzystują je też firmy ochroniarskie do zabezpieczania elektrycznego systemów alarmowych. Ich uniwersalność polega na tym, że za ich pośrednictwem można zasilac zarówno komputery w niewielkich biurach, jak i duże serwerownie.

PRZESZKOLĄ KAŻDEGO

Przez ponad 10 lat działalności firma zbudowała sieć partnerską liczącą ok. 80 przedsiębiorstw. Michał Dłużniewski nie ukrywa, że Grupa Romi woli współ-

pracować z dużymi integratorami, choć w strategii dystrybutora jest też miejsce dla mniejszych firm wdrożeniowych. Aby zachęcić je do współpracy, spółka przygotowała szkolenia ułożone w kilku blokach tematycznych. Potencjalny partner może więc liczyć na kursy dotyczące instalacji okablowania, projektowania serwerowni i wdrażania systemu zasilania.

Charakterystyczną cechą Romi jest wąska specjalizacja przy jednoczesnym szerokim wyborze urządzeń, przede wszystkim pasywnych i zasilania gwarantowanego. W magazynach firmowych znajdują się zasilacze UPS, agregaty, szafy 19” (ponad 400 różnych modeli), okablowanie strukturalne i akcesoria elektryczne – słowem wszystko to, co dystrybutor sprzętu elektrycznego mieć powinien. Sprzedaż jako taka to nie jedyny żywioł Grupy Romi. Wiadomo, że przedsiębiorstwo dość aktywnie wspiera swoich partnerów podczas wdrożeń. Pomoc, której udziela współpracującym z nim firmom, dotyczy w zasadzie każdego etapu wdrożenia.

– *Pomagamy w fazie zarówno projektowania, jak i wykonania instalacji. Co więcej, oferujemy wsparcie także po sprzedaży* – zapewnia Michał Dłużniewski.

Ponadto Romi ma własny dział projektowy, który pomoże zaprojektować serwerownię. Firma wybudowała mobilną serwerownię dla klienta. Dysponuje własnym showroosem. Dystrybutor może też działać jako podwykonawca. Dzięki relacjom z producentami agregatów prądowłórczych i zasilaczy UPS dostawca jest w stanie w taki sposób zaprojektować urządzenie i pomieszczenie, w którym ma stać agregat, aby było ono zgodne z wymaganiami klienta.

Charakterystyczną cechą Romi jest wąska specjalizacja.



Mikrocentra danych: *dlaczego duże jest niewielkie?*

Termin „mikrocentrum danych” nie jest nam obcy. W sieci jest mnóstwo powiązanych z tym określeniem materiałów. Jeśli jednak zapytamy o nie dziesięć osób, najpewniej otrzymamy dziesięć różnych odpowiedzi. Dlatego warto wiedzieć, z czym tak naprawdę mamy do czynienia.

W słownikach „mikro” to element wskazujący na bardzo małe rozmiary lub bardzo małą skalę czegoś. Pojawienie się członu „mikro” powinno być więc dla nas bardzo jasną wskazówką. Problem polega na tym, że to, co dla jednej osoby jest małe, dla kogoś innego może być duże. Na przykład giganci branży internetowej i technologicznej budują obiekty zasilane mocą 50–100 megawatów. Dla nich centrum danych o mocy jednego megawata będzie małe, ale czy zasługuje na określenie „mikro”? Z pewnością nie.

Niektórzy posługują się określeniem „mikromodułowe” centra danych. Odno-

si się ono najczęściej do centrów danych występujących w formie prefabrykowanych kontenerów lokowanych na środku pustyni lub w innym odległym miejscu. Jeszcze inni, mówiąc o mikrocentrach danych, mają na myśli małe centra funkcjonujące w budynkach biurowych. Wyglądają one jak tradycyjne data center, tyle że działają na mniejszą skalę.

Kiedy słyszymy o mikrocentrach danych, nie myślimy jedynie o ich fizycznej skali, lecz również ilości obsługiwanych urządzeń IT przy dostępnej liczbie kilowatów. Ilość kilowatów mocy dysponuje mikrocentrum danych? To oczywiście zależy od producenta. Niestety, nie istnieje żąd-

na powszechnie przyjęta jednostka pomiarowa ani definicja mikrocentrum danych. A przynajmniej nie istniała do tej pory.

Schneider Electric zdefiniował mikrocentra danych jako „samodzielne bezpieczne środowisko komputerowe wyposażone w rozwiązania do magazynowania i przetwarzania danych oraz łączność sieciową, które są niezbędne do obsługi aplikacji klientów”. Mikrocentra danych są montowane i testowane w fabryce, a następnie wysyłane do klientów w formie pojedynczego kontenera zaopatrzonego we wszystkie niezbędne systemy zasilania, chłodzenia, bezpieczeństwa i zarządzania (DCIM).

Podsumowując, mikrocentra danych mogą mieć najróżniejszą formę, rozmiary i znajdować się zarówno w biurach, jak i kontenerach terenowych. Ich głównym zadaniem jest minimalizacja nakładów kapitałowych, redukcja śladu węglowego i zużycia energii oraz umożliwienie szybkiego wdrażania data center.



PAWEŁ WRÓBEL
Senior Solution Data Center Architect, APC by Schneider Electric

W związku z rozwojem rynku mikrocentrów danych istnieje zapotrzebowanie na centra wyposażone w od 1 do 10 szaf serwerowych, czyli rozwiązania szybkie we wdrożeniu, a jednocześnie nadające się do wielu różnych zadań oraz zapewniające niewielkie opóźnienia i wysoką przepustowość łączny.

Kontakt DO SE CUSTOMER CARE: +48 801 171 500

Urszula Fijałkowska,
dyrektor sprzedaży dla
sektora Home & Business
Networks w Schneider
Electric/APC

”

*Dziękujemy
za zaufanie!*

Partnerzy to podstawa

Schneider Electric/APC zostało wybrane przez resellerów i integratorów „Producenem systemów zasilania 2015” w plebiscycie CRN Polska oraz kwartalnika „Vademecum VAR-ów i integratorów”. Producent jest od lat liderem w swoim segmencie rynku. Rezultat głosowania potwierdził czołową pozycję tej marki na polskim rynku.

Co jest powodem sukcesu we współpracy APC z partnerami?

Niewątpliwie kluczowym elementem sukcesu APC by Schneider Electric jest znajomość marki, a co się z tym wiąże, szerokość oferty, jakość produktów i ich dostępność w autoryzowanym kanale. To właśnie współpraca z resellerami jest jednym z najważniejszych filarów sukcesu. Nasza strategia działania oparta jest przede wszystkim na bliskiej współpracy z partnerami. Udział w naszym Programie Partnerskim przewiduje szereg wymiernych korzyści. Wspieramy ich biznesowo, budujemy ich kompetencje techniczne w zakresie zasilania gwarantowanego, udostępniamy szereg narzędzi do samodzielnego dokonywania doboru urządzeń. Ponadto cenimy sobie zdanie naszych partnerów – słuchamy wszelkich uwag, wyciągamy wnioski i znajdujemy takie rozwiązania, aby obie strony były usatysfakcjonowane.

Dlaczego APC od lat tak mocno stawia na kanał partnerski?

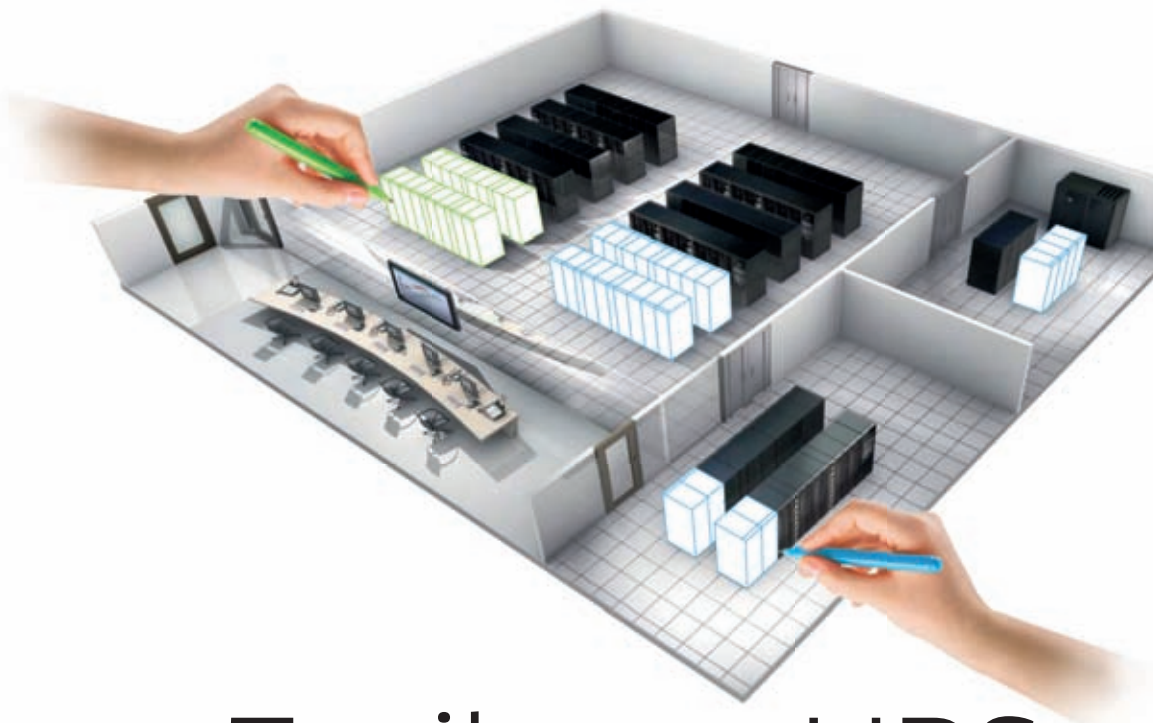
To wynik konsekwentnej, od wielu lat realizowanej strategii działania na rynku. Dzięki partnerom z różnych sektorów i specjalizujących się w różnych dziedzinach, możemy szerzej docierać z naszą ofertą do klientów końcowych i realizować nasze zadania biznesowe. Bez partnerów nie byłoby to możliwe. Konsekwencja we współpracy z kanałem partnerskim to stała komunikacja. Wsparcie, doradztwo czy konsultacje stanowią korzyść dla wszystkich.

Co partnerzy cenią sobie najbardziej we współpracy z marką APC?

O to raczej należałoby zapytać naszych partnerów... Wiem jednak, że cenią sobie oni zawsze przejrzyste zasady działania i możliwość otrzymania wsparcia na każdym etapie realizacji projektu: od podstawowego doboru urządzeń po konsultacje techniczne czy spotkania z klientem końcowym. Muszę w tym miejscu zaznaczyć, że dzięki autoryzowanej dystrybucji (AB, ABC Data, Action, RRC, Tech Data, Veracomp) nasza oferta – szczególnie jeśli chodzi o rozwiązania jednofazowe – jest dostępna w zasadzie od ręki. Dzięki dystrybutorom i ich platformom do komunikacji z partnerami mamy możliwość organizowania wielu atrakcyjnych kampanii promocyjnych, szkoleń, prezentacji i innych.

Co jest wartością dodaną przy współpracy partnera ze Schneider Electric?

W ramach organizacji Schneider Electric mamy możliwość oferowania partnerom znacznie szerszej oferty niż nasi konkurenci. Ponadto gwarantujemy sprawną i bezpośrednią komunikację. Myślę, że niezwykle ważny jest aspekt stabilności naszego działania – bez względu na zmiany, jakie dokonują się w organizacjach, nasi partnerzy mają zawsze poczucie bezpieczeństwa i kontynuacji prowadzonych projektów, a to wartość w zasadzie nie do przecenienia. Dlatego dziękujemy naszym dystrybutorom i partnerom za wieloletnie zaufanie. Statuetka dla „Producera systemów zasilania 2015” przyznana przez czytelników CRN Polska oraz kwartalnika „Vademecum VAR-ów i integratorów” jest dla nas ogromnym wyróżnieniem i zobowiązaniem do dalszej owocnej pracy w 2016 roku.



Zasilacze UPS w erze *Big Data*

W epoce Big Data ze względu na dynamiczne zmiany potrzeb biznesowych rośnie rola standaryzacji i modułowości, także w dziedzinie zasilaczy UPS. Na szczególną uwagę zasługują zasilacze modułowe, których budowa zapewnia nie tylko skalowanie mocy w miarę potrzeb, ale też ma bezpośredni wpływ na całkowity koszt użytkowania systemu zasilania gwarantowanego.

Z myślą o małych i dużych centrach danych Delta dostarcza pełną gamę zasilaczy UPS, umożliwiając użytkownikowi właściwe dopasowanie systemu UPS do swoich potrzeb. Ofertę producenta otwierają zasilacze jednofazowe w typologii line-interactive z serii **Amplon M** o mocy 1–3 kVA, standardowo wyposażone w funkcję montażu w szafie rack z możliwością zaopatrzenia w dodatkowe moduły bateryjne. Do aplikacji wymagających wysokiej jakości zasilania jednofazowego (on-line) przewidziane są zasilacze z serii **Amplon R** oraz **RT**, które dzięki mocy w zakresie od 1 do 10 kVA oraz kompaktowym wymiarom, możliwości instalacji w układzie redundantnym 1+1 i opcji montażu w szafie rack – stanowią idealne rozwiązanie do zasilania pojedynczych szaf.

Do zasilania małych i średnich centrów danych, wymagających głównie zasilania trójfazowego, przeznaczone są zasilacze typu monoblok z serii **Ultron** (20–120 kVA) oraz modułowe

zasilacze z serii **Modulon** (25–200 kVA). Charakterystyczną cechą produktów z obu tych grup są wysokie parametry techniczne, m.in. w postaci współczynnika mocy wyjściowej 1 kVA = 1 kW, sprawności AC-AC sięgającej 96 proc. oraz kompaktowych wymiarów. Konstrukcja urządzenia **Modulon DPH** umożliwia wymianę uszkodzonych modułów lub bezprzerwową rozbudowę zasilacza w trybie hot-swap. Zwiększenie mocy zasilacza z uwzględnieniem potrzeb klienta w połączeniu z wysoką sprawnością urządzenia, osiągającą 95 proc. już przy obciążeniu 30 proc., zapewnia skalowanie oraz oszczędności w zakresie całkowitego kosztu posiadania systemu (TCO).

Z kolei zasilacze UPS z serii **Ultron HPH** (20–120 kVA) sprawdzą się jako element zasilania procesów technologicznych w firmach oraz małych i średnich centrach danych. Są to zasilacze typu monoblok, ale o modułowej konstrukcji wewnętrznej, co bardzo ułatwia diagnostykę oraz wymianę uszkodzonych elementów.

ZASILANIE DUŻYCH CENTRÓW DANYCH

Duże centra przetwarzania danych wymagają takiej samej niezawodności, elastyczności oraz wydajności jak mniejsze, ale mają znacznie większe zapotrzebowanie na moc elektryczną (rzędu kilku lub kilkunastu megawatów). Do tego rodzaju obiektów Delta również ma rozwiązania w postaci UPS z serii **Ultron DPS** o mocy 160–500 kVA, co przy połączeniu równoległym jednostek umożliwia osiągnięcie mocy systemu zasilania 4 MW (8 x 500 kVA).

Duży pobór mocy przez centrum danych sprawia, że efektywność zużywanej energii elektrycznej staje się kluczową kwestią funkcjonowania obiektu. Tutaj niezmiernie ważnym jest wybór urządzeń o wysokiej sprawności, a od zasilaczy oczekuje się wysokiej sprawności przy jak najmniejszym obciążeniu. Takie wymagania wobec zasilaczy UPS wynikają z ich charakteru pracy, gdyż infrastruktura tego typu obiektów często jest zasilana z dwóch linii z równomiernie rozłożonym obciążeniem. W odpowiedzi na potrzeby tego typu instalacji Delta oferuje zasilacze UPS z serii Ultron DPS o sprawności 94–96 proc. przy obciążeniu zasilacza 50-100 proc., co zapewnia znaczące oszczędności kosztów operacyjnych centrum danych.

DELTA INFRA SUITE

Poza zasilaczami UPS również inne elementy infrastruktury centrów danych, czyli urządzenia chłodzące, szafy rack, a także rozdzielnie PDC i PDU, mają istotny wpływ na płynną skalowalność i rozbudowę data center. Powstałe z myślą o tym rozwiązanie Delta InfraSuite umożliwia rozbudowę centrów danych przez stopniowe dodawanie kolejnych urządzeń bez obaw o zastosowanie zbyt dużej ochrony zasilania w stosunku do aktualnych potrzeb.

Wzrost objętości danych wymaga także coraz większej wydajności serwerów. Wysoka gęstość mocy na szafę rack staje się wówczas nieuniknioną konsekwencją, co prowadzi do powstawania ognisk wysokiej temperatury w data center. Aby rozwiązać ten problem, w bezpośredniej bliskości rozgrzanych urządzeń producent poleca zastosowanie systemu chłodzenia RowCool, który umożliwia sprawne odprowadzanie ciepła i gwarantuje niezawodność poszczególnych elementów infrastruktury. Ponadto wraz ze wzrostem ilości danych można zwiększać liczbę modułowych szaf rack, a także zabezpieczeń odbiorów w rozdzielniach PDC oraz PDU – wszystko według potrzeb. Niezależnie od wielkości centrum danych, jego środowisko IT można centralnie monitorować i sterować nim za pomocą oprogramowania InfraSuite Manager.

Grupa produktów oferowanych przez Delta InfraSuite zawierająca wszystkie wspomniane elementy infrastruktury stanowi kompleksowe rozwiązanie dla centrów danych i zapewnia użytkownikowi zachowanie elastyczności w skalowaniu infrastruktury oraz optymalizacji kosztów.

Więcej informacji: DELTA ENERGY SYSTEMS (POLAND), TEL. 22 335-26-00,
UPS.POLAND@DELTAWWW.COM, WWW.DELTAPOWERSOLUTIONS.COM

Misją grupy Delta,
jako światowego lidera
w dziedzinie rozwiązań
z zakresu zarządzania energią,
jest dostarczanie innowacyjnych,
czystych i efektywnych energetycznie
rozwiązań dla lepszego jutra.



Oferta firmy Delta Energy
Systems (Poland) obejmuje:

- Systemy zasilania prądem stałym 48VDC i przemiennym
- Systemy zasilania UPS
- Oświetlenie LED
- Fotowoltaikę
- Stacje ładowania pojazdów elektrycznych

www.delta-emea.com

 **DELTA**
Smarter. Greener. Together.

Liebert® PSA 500–1500 VA



Wydajne zasilanie awaryjne komputerów i urządzeń biurowych

Topologia line-interactive

Najważniejsze zalety

- Od trzech do sześciu gniazd wyjściowych z podtrzymaniem akumulatorowym, zależnie od wielkości modelu
- Możliwość wymiany akumulatorów przez użytkownika

- Jedno lub dwa gniazda z zabezpieczeniem przepięciowym, oznaczone innym kolorem
- Komunikacja z wykorzystaniem USB, zawiera oprogramowanie do automatycznego wyłączenia oraz przewód
- Zabezpieczenie przed wyładowaniem atmosferycznym i przepięciem (TVSS)

Przykładowe zastosowania

- Profesjonalne komputery stacjonarne
- Profesjonalne stacje robocze
- Małe routery, huby i koncentratory
- Terminale punktów sprzedaży
- Inne czułe urządzenia elektroniczne

Liebert® GXT4 UPS 700–3000 VA



Inteligentna, niezawodna ochrona UPS

Topologia podwójna konwersja online

Najważniejsze zalety

- Konstrukcja online oznacza bezprzerwowe przełączanie. W przypadku awarii zasilania systemy o znaczeniu krytycznym będą podtrzymywane przez nieprzerwany dopływ prądu
- Łatwe serwisowanie dzięki akumulatorom wymiennym podczas pracy

- Dwie sterowalne grupy gniazd
- Wiele opcji komunikacji (SNMP, Modbus i Relay)
- Wczesne ostrzeżenie o stanie systemu UPS i przedłużony czas podtrzymywania
- Wysoki współczynnik mocy wyjściowej (0,9), aby zmaksymalizować dostępność zasilania
- Modele posiadające certyfikat ENERGY STAR®

Przykładowe zastosowania

- Sieciowe stacje robocze
- Serwery
- Szafy sieciowe
- Urządzenia peryferyjne do obsługi dużych sieci
- Systemy VoIP
- Komputery PC

Liebert® GXT4 UPS 5–10 kVA



Inteligentna, niezawodna ochrona UPS

Topologia podwójna konwersja online

Najważniejsze zalety

- Kompaktowa wysokość 5U lub 6U i niewielka głębokość (<600 mm)
- Automatyczna detekcja i zdolność konwersji częstotliwości
- Możliwość wymiany wewnętrznych akumulatorów przez użytkownika podczas pracy urządzenia

- Możliwość wydłużenia czasu podtrzymania dzięki dodatkowym modułom bateryjnym
- Wbudowane styki sygnałowe
- Awaryjne wyłączenie zasilania (EPO)
- Wewnętrzny bypass automatyczny i ręczny
- 10 kVA w konfiguracji równoległej / nadmiarowej do 2+1

- Szerszy zakres tolerancji napięcia wejściowego minimalizuje zużycie akumulatora

Przykładowe zastosowania

- Serwery LAN i WAN
- Sprzęt sieciowy
- Wdrożenia telefonii IP
- Biurowe systemy telekomunikacyjne
- Urządzenia testowe i diagnostyczne
- Aplikacje finansowe

Liebert® APS 5–20 kVA



Modułowa ochrona zasilania

Topologia podwójna konwersja online

Najważniejsze zalety

- Moduły zasilania z wyjściami jednofazowymi 5 kVA/4,5 kW
- Możliwość konfiguracji na miejscu z wejściem jedno- lub trójfazowym
- Wersja wolnostojąca lub do montażu w szafach

- Moduły zasilania i akumulatory z możliwością wymiany podczas pracy
- Kompaktowe moduły akumulatora pozwalają na znaczne wydłużanie czasu podtrzymania zasilania bez zwiększania całkowitej powierzchni zajmowanej przez obudowę
- Odłączany panel wyświetlacza

Przykładowe zastosowania:

- Urządzenia sieciowe
- Obwody telefonii IP
- Pomieszczenia komputerowe małej i średniej wielkości
- Środowiska serwerów wirtualizowanych
- Skalowalne systemy przechowywania danych

Liebert® ITA 10-40 kVA



Zabezpieczenie zasilania do instalacji w wersji rack/tower

Topologia podwójna konwersja online

Najważniejsze zalety

- Zasilanie jedno- i trójfazowym napięciem wyjściowym (10-20 kVA)
- Bardzo wysoka gęstość mocy
- Współczynnik mocy wejściowej o wartości 0,99

- Współczynnik mocy wyjściowej o wartości 0,9
- Sprawność w trybie podwójnej konwersji przekraczająca 95 proc.
- Duża wydajność ładowania
- Porty styków bezpotencjałowych
- Wewnętrzne gniazdo Intellislot do komunikacji za pomocą protokołu SNMP, Modbus lub przekaźników

Przykładowe zastosowania

- Małe serwerownie
- Zastosowania wymagające długiego czasu podtrzymania (>30 minut)
- Serwery
- Komputery i urządzenia peryferyjne działające w sieci
- Urządzenia pamięci masowej
- Systemy VoIP

Klimatyzatory rządowe Liebert® CRV



Freonowy system chłodzenia (DX) o wydajności 11-20 kW

Najważniejsze zalety

- Kontrola parametrów środowiska w czasie rzeczywistym przy użyciu czujników w szafach rack
- Oszczędność energii oraz pełna modulacja przepływu powietrza i mocy chłodniczej zgodnie z obciążeniem serwerów dzięki sprężarce scroll

z falownikiem prądu stałego, elektronicznemu zaworowi rozprężnemu oraz wentylatorom EC o zmiennej prędkości

- Automatyczna optymalizacja wydajności dzięki sterownikowi iCOM i trybom pracy zespołowej
- Sterowanie nawet 20 czujnikami w szafach w celu zapewnienia odpowiedniej ilości zimnego powietrza

- Filtr klasy F5 o wysokiej skuteczności z czujnikiem zapchania filtra
- Łatwy dostęp do wszystkich komponentów z przodu urządzenia na potrzeby prostej konserwacji i serwisowania

Przykładowe zastosowania

- Pojedyncze szafy rack
- Małe i średnie serwerownie – także z ograniczoną przestrzenią na system klimatyzacji precyzyjnej

InstaRack™ Server



Gotowa do montażu szafa rackowa

Najważniejsze zalety

- Stabilna rama 19" pozwala na zintegrowanie obciążeń do 800 kg
- Duża perforowana powierzchnia optymalizuje wentylację pojedynczych komponentów zarówno w jednej szafie,

- jak i w rzędzie szaf – maksymalny przepływ powietrza wynosi 83 proc.
- Pionowo oddzielone panele boczne zapewniają szybki, prosty dostęp do zamontowanego wyposażenia
- Bezramowa konstrukcja eliminuje konieczność przewlekania kabli w celu

optymalnego prowadzenia okablowania

- Brak konieczności użycia narzędzi podczas montażu listew PDU MPH2 i pionowych paneli bocznych

Przykładowe zastosowania

- Serwery
- Urządzenia sieciowe
- Małe i średnie serwerownie

Avocent® ACS



Zaawansowane serwery konsolowe

Najważniejsze zalety

- Bezpieczny, zdalny dostęp do portów konsolowych RS-232 urządzeń sieciowych

- Funkcja alternatywnych połączeń w przypadku awarii sieci
- Wykorzystanie technologii uwierzytelniania o wysokiej wydajności, takich jak RADIUS, TACACS+, LDAP, i hasła jednorazowego (OTP) – tylko autoryzowani użytkownicy mogą uzyskać dostęp do zasobów firmy
- Zaawansowane serwery konsoli Avocent ACS są dostępne jako modele

- z 4, 8, 16, 32 i 48 portami oraz zajmują tylko jedną jednostkę w szafie
- W połączeniu z inteligentnymi listwami zasilającymi PDU (np. MPH2) możliwe jest zdalne wyłączenie, włączanie i reset urządzeń

Przykładowe zastosowania

- Przełączniki, routery, zapory
- Centrale PBX/VoIP oraz serwery Linux/Unix
- Systemy bezpieczeństwa

HID ułatwia zarządzanie energią

Najnowsze modele UPS-ów marki PowerWalker zostały wyposażone w interfejs USB HID. Dzięki temu łatwiejsze jest zarządzanie zgromadzoną w urządzeniu energią, jak również dobór właściwego modelu do pracy z nietypowymi systemami IT.

Human Interface Device to zbiór reguł stanowiących fragment specyfikacji standardu USB. Określają one, w jaki sposób urządzenia peryferyjne powinny komunikować się z komputerami, do których są podłączone. W swoich pierwotnych założeniach HID przeznaczony był dla bardzo prostych urządzeń – takich, które nie wymagają rozbudowanych sterowników, jak klawiatury, myszy czy kontrolery gier. Możliwe okazało się jednak stworzenie uniwersalnych sterowników także dla zasilaczy awaryjnych. Z tego udogodnienia skorzystał producent urządzeń marki PowerWalker.

UPS-ami kompatybilnymi ze standardem USB HID można zarządzać za pośrednictwem systemów Windows, Mac OS oraz Linux bez konieczności instalowania dodatkowego oprogramowania. Najważniejszą funkcją jest wysyłanie do zasilanego urządzenia informacji o przerwaniu w dostawie energii, a następnie ustawianie minimalnego poziomu naładowania akumulatora w UPS-ie, poniżej którego następuje kontrolowane wyłączenie danego komputera lub innego urządzenia.

– Nie spotkaliśmy się jeszcze z systemem operacyjnym, z którym nie współpracowałyby oferowane przez nas zasilacze – mówi Łukasz Wardak, dyrektor działu sieciowego w firmie Impakt, która jest dystrybutorem UPS-ów PowerWalker. – Natomiast najważniejsze jest to, że standard USB HID umożliwia podłączanie UPS-ów do urządzeń, w których wykorzystywane są zwykle systemy operacyjne, ale zablokowana została możliwość instalowania dodatkowych sterowników.

Wśród takich „zamkniętych” urządzeń znajdują się przede wszystkim różnego typu kioski internetowe, bankomaty, systemy rejestracji obrazu z kamer monitoringu czy serwery NAS. Wiele z tych systemów jest kompatybilnych z wybranymi przez poszczególnych producentów modelami zasilaczy UPS. Jednak konieczność dokonywania wyboru na podstawie listy kompatybilności ogranicza swobodę decyzji, a także często niekorzystnie wpływa na cenę całej infrastruktury.

Wykorzystanie UPS-ów z interfejsem USB HID do zasilania tego typu systemów zwiększa przede wszystkim poziom bezpieczeństwa przechowywanych w nich danych oraz ogranicza do minimum konieczność przeprowadzania niezaplanowanych prac serwi-

sowych. W przypadku nagłego zaniku zasilania niekontrolowane wyłączenie bankomatu może skutkować przykrymi konsekwencjami dla klienta (zatrzymanie karty płatniczej, niewypłacenie banknotów po wcześniejszym zaksięgowaniu ich wypłaty itp.). Z kolei gdy mowa o serwerach NAS czy rejestratorach CCTV, uszkodzeniu może ulec struktura systemu przechowywanych plików, co z reguły skutkuje utrudnionym dostępem do danych, a czasem wręcz ich utratą.

HID TAKŻE W DOMU I BIURZE

UPS-y wyposażone w interfejs USB HID świetnie nadają się także do ochrony zwykłego sprzętu IT. Brak konieczności instalowania dodatkowego oprogramowania jest szczególnie doceniany przez mniej doświadczonych użytkowników.

W przypadku komputerów stacjonarnych, po dołączeniu do nich zasilacza PowerWalker, wśród ikonki na pasku narzędzi pojawia się symbol baterijki, tak samo jak w laptopach. Daje to możliwość szybkiej weryfikacji poziomu naładowania baterii oraz pozostałego czasu pracy przy zasilaniu z UPS-a. Z kolei po dołączeniu takiego urządzenia do laptopa pojawia się druga ikonka baterii, obok tej obrazującej stan naładowania wbudowanego akumulatora.

Modele UPS z interfejsem USB HID można wykorzystywać również do zasilania serwerów. Szczególnie tam, gdzie środowisko nie jest duże i nie ma sensu zarządzania połączonymi ze sobą urządzeniami przez protokół SNMP. W serwerach tych nie trzeba też instalować dodatkowego oprogramowania do zarządzania UPS-ami.

ŁUKASZ WARDAK
dyrektor działu sieciowego,
Impakt



Obecnie mamy w ofercie kilkanaście modeli UPS-ów PowerWalker klasy line-interactive wyposażonych w interfejs USB HID. Cieszą się dużym zainteresowaniem – ich użytkownicy szybko przyzwyczajają się do możliwości łatwego sprawowania w ten sposób kontroli nad zasilaczem. Natomiast resellerom i integratorom pracującym nad nietypowymi wdrożeniami zapewniamy pulę sprzętu demonstracyjnego, dzięki któremu będą w stanie zweryfikować jego kompatybilność z instalowanymi systemami.



PowerWalker VI SH FR

Tryb pracy: line-interactive

Zakres mocy: 650 VA (360 W) / 850 VA (480 W) / 1200 VA (600 W) / 2200 VA (1200 W)

Gniazda z podtrzymaniem bateryjnym: 2 x French, 2 x IEC (tylko modele 1200 i 2200 VA)

Gniazda z ochroną przeciwprzepięciową: RJ11, RJ45 (tylko modele 1200 i 2200 VA)

Liczba baterii: 1 (modele 650 i 850 VA), 2 (modele 1200 i 2200 VA)

Czas przełączenia: 4-8 ms

Automatyczna regulacja napięcia (AVR)

Oprogramowanie monitorujące: WinPower

USB HID

Diody sygnalizacyjne



PowerWalker VI SHL FR

Tryb pracy: line-interactive

Zakres mocy: 650 VA (360 W) / 850 VA (480 W) / 1200 VA (600 W) / 2200 VA (1200 W)

Gniazda z podtrzymaniem bateryjnym: 2 x French, 2 x IEC (tylko modele 1200 i 2200 VA)

Gniazda z ochroną przeciwprzepięciową: RJ11, RJ45 (tylko modele 1200 i 2200 VA)

Liczba baterii: 1 (modele 650 i 850 VA), 2 (modele 1200 i 2200 VA)

Czas przełączenia: 4-8 ms

Automatyczna regulacja napięcia (AVR)

Oprogramowanie monitorujące: WinPower

USB HID

Wbudowany wyświetlacz



PowerWalker VI RT HID IEC

Tryb pracy: line-interactive

Zakres mocy: 1000 VA (900 W) / 1500 VA (1350 W) / 2000 VA (1800 W) / 3000 VA (2700 W)

Gniazda z podtrzymaniem bateryjnym: 8 x IEC C13, 1 x IEC C19 (model 3000 VA)

Gniazda z ochroną przeciwprzepięciową: RJ11, RJ45

Liczba baterii: 3 (modele 1000 i 1500 VA), 6 (modele 2000 i 3000 VA)

Czas przełączenia: 2-6 ms, maks. 10 ms, 13 ms w trybie generatora

Automatyczna regulacja napięcia (AVR)

Oprogramowanie monitorujące: WinPower

USB HID

Wbudowany wyświetlacz



PowerWalker VI T/HID IEC

Tryb pracy: line-interactive

Zakres mocy: 500 VA (350 W) / 750 VA (500 W) / 1000 VA (700 W) / 1500 VA (900 W)

Gniazda z podtrzymaniem bateryjnym: 4 x IEC (modele 500 i 750 VA), 8 x IEC (modele 1000 i 1500 VA)

Gniazda z ochroną przeciwprzepięciową: RJ11, RJ45

Liczba baterii: 1 (modele 500 i 750 VA), 2 (modele 1000 i 1500 VA)

Czas przełączenia: 3-7 ms, maks. 10 ms

Automatyczna regulacja napięcia (AVR)

Oprogramowanie monitorujące: WinPower

USB HID

Wbudowany wyświetlacz

UPS Legrand: innowacyjne rozwiązania UPS

Jednym z najbardziej unikatowych i interesujących rozwiązań marki Legrand są rozwiązania modułowe, w których producent się specjalizuje.

Legrand, który obchodzi 20-lecie obecności w Polsce, jest znany przede wszystkim jako producent, który dostarcza kompleksowe rozwiązania infrastruktury elektrycznej i cyfrowej w budynkach. Co ciekawe, producent w ujęciu globalnym jest zarazem jednym z największych dostawców zasilaczy UPS. W ciągu ostatnich lat Legrand przejął kilka nowych fabryk, dzięki czemu siła marki znacznie wzrosła. Na ofertę producenta składają się zarówno zasilacze małej mocy (do 10 kVA) jak i większe jednostki (do 800 kVA). Nowoczesne rozwiązania w portfolio Legrand są efektem stałych inwestycji w badania i rozwój, których skala sięga 5 proc. rocznych przychodów.

ZASILACZE DO SERWEROWNI

Dużym zainteresowaniem użytkowników, a tym samym resellerów, cieszą się UPS-y **Daker DK** (VFI) oraz **Keor Line RT** (VI). Oba modele charakteryzują bardzo dobre parametry techniczne, wysoka jakość oraz przystępna cena. Są przeznaczone do szaf teletechnicznych w serwerowniach i mniejszych centrach danych. Mogą być zamontowane w szafie rack lub pracować jako urządzenia wolnostojące. Ułatwia to odwracalny wyświetlacz oraz standardowo dostarczane akcesoria.

Omawiane UPS-y Legrand zostały wyposażone w funkcję zimnego startu, ochronnik przeciwprzepięciowy i wbudowane porty komunikacyjne SNMP/USB. O tym, że zasilacze te są długoletnią, pewną inwestycją decyduje to, że mają łatwo wymienne akumulatory w trybie „hot-swap” od frontu urządzenia. O wartość wejściowego współczynnika mocy dba wbudowany korektor mocy PFC działający już od poziomu 20 proc. obciążenia. Urządzenia cechują się także umiarkowanym natężeniem dźwięku, dzięki płynnie

Serwis blisko klienta

Każdy zasilacz UPS marki Legrand posiada 2-letnią gwarancję door-to-door na urządzenie i baterie. Istnieje możliwość przedłużenia gwarancji o kolejne lata. Serwis własny producenta mieści się w pięciu lokalizacjach w Polsce. Główne punkty serwisowe są w Krakowie, Poznaniu i Ząbkowicach Śląskich. Legrand współpracuje także z zewnętrznymi firmami świadczącymi usługi serwisowe na terenie całego kraju.



sterowanym wentylatorom. Zasilacze Daker DK są dostępne w wersjach o mocy znamionowej od 1 do 10 kVA, a warianty o mocy 4,5–10 kVA zostały przystosowane do pracy równoległej dla zwiększenia redundancji zasilania. Z kolei Keor Line RT to cztery modele o mocach 1, 1,5, 2,2 i 3 kVA.

UNIKATOWE ZASILACZE MODUŁOWE

Do najbardziej unikatowych i interesujących rozwiązań marki Legrand należą rozwiązania modułowe, w których producent się specjalizuje. Francuski dostawca od ponad 20 lat rozwija technologię jedno- i trójfazowych UPS-ów modułowych. Są one wyposażone w dobrze sprawdzone, jedyne w swoim rodzaju i innowacyjne rozwiązania – układy zasilania składające się z jednofazowych modułów mocy. Zasilacze modułowe to najbardziej odpowiednie modele do zastosowania w instalacjach, w przypadku których przerwa w zasilaniu może wiązać się ze znacznymi stratami.

Producent zwraca uwagę, że zasilacze modułowe marki Legrand zostały

zaprojektowane w taki sposób, aby uodpornić je na awarię każdego pojedynczego krytycznego elementu sterującego lub modułu mocy. W ofercie producenta znajdziemy małe jednofazowe zasilacze modułowe **Megaline** o zakresie mocy 1,25–10 kVA. Występują one także w wariantcie przeznaczonym do montażu w szafie rack 19” – modele **Megaline Rack**. Seria zasilaczy **Archimod HE**, w których każda jednostka sterująca jest zduplikowana i zdecentralizowana, cechuje się architekturą modułową wewnątrz redundancją. Dzięki jednofazowym modułom mocy uproszczony jest serwis, co obniża ogólne koszty utrzymania zasilacza.

W 2015 r. oferta zasilaczy modułowych Legrand rozszerzyła się o rozwiązania wysokich mocy i obecnie jest to zakres mocy od 1,25 do 480 kVA. Dzięki podwyższonej sprawności 96 proc. i współczynnikowi mocy wynoszącemu 1, zasilacze te okazują się niezwykle ekonomiczne podczas eksploatacji. W ofercie producenta dostępne są także budżetowe rozwiązania trójfazowe modułowe **Trimod HE**.

Eaton 9PX 2,2 i 3 kW – moc zamknięta w małej obudowie

Nowe zasilacze UPS amerykańskiej marki Eaton doskonale sprawdzają się jako wysokiej jakości zabezpieczenie zasilania wirtualnych serwerów, elementów infrastruktury hiperkonwergentnej, urządzeń sieciowych i małych systemów przechowywania danych.

Zabezpieczając szereg różnych urządzeń w zakresie mniejszych obciążeń, zasilacze o mocy 2,2 oraz 3 kW wykazują zalety znane już użytkownikom większych modeli z serii 9PX (5–11 kVA). Ponieważ działają na zasadzie podwójnej konwersji, skutecznie chronią przed wszystkimi problemami związanymi z niską jakością zasilania. Nowe urządzenia wyróżniają się współczynnikiem mocy równym 1, co oznacza, że dane znamionowe (kW) UPS-a i dane dostarczanego zasilania są sobie równe. Dzięki temu klienci mogą uzyskiwać większą moc użyteczną ze swoich zasilaczy i nie ma potrzeby przeprowadzania obliczeń w celu poznania wartości obciążenia, które może obsługiwać UPS. Inaczej mówiąc, przy tych samych danych znamionowych nowy produkt Eaton może zasilać więcej urządzeń niż jego konwencjonalne odpowiedniki.

Zasilacze 9PX należą do klasy Energy Star – podczas pracy w trybie online mogą uzyskać sprawność na poziomie aż 94 proc. A to przekłada się na redukcję kosztów eksploatacyjnych i mniejsze potrzeby chłodzenia. Nowe modele UPS-ów dostępne są także w wersjach sieciowych, co umożliwia obsługę środowisk wirtualnych.

NIEZAWODNOŚĆ I EFEKTYWNOŚĆ

Nowe modele wyposażono ponadto w automatyczne obejścia celem podtrzymania zasilania, gdyby doszło do przeciążeń lub awarii UPS-a. W razie konieczności wymiany akumulatora można to zrobić bez przerw w dostawach zasilania (funkcja



hot-swap). Zespół wysokiej jakości akumulatorów oferuje spory zapas energii: testy wykazały, że Eaton 9PX 3 kW w trybie baterijnym, przy średnim obciążeniu 400 W, podtrzymuje zasilanie przez ponad 45 minut. Gdy potrzebny jest dłuższy czas podtrzymania, łatwo można podłączyć do urządzenia zewnętrzne akumulatory, tworząc rozbudowany system UPS. Co więcej, dzięki zaawansowanemu zarządzaniu energią akumulatora (Advanced Battery Management) zdołamy wydłużyć jego żywotność o 50 proc.

Każdy UPS 9PX ma wbudowany wyświetlacz LCD, na którym podawane są wszystkie informacje o stanie zasilacza oraz wyświetlane analizy robocze wraz ze zużyciem energii monitorowanej na poziomie grupy wyjściowej. Kontrola obciążenia segmentu jest możliwa dla dwóch grup, co ułatwia sekwencyjny rozruch, ustalanie priorytetów i wyłączanie zbęd-

nych w danym momencie urządzeń oraz zdalne ponowne uruchamianie serwerów.

INTEGRACJA ZE ŚRODOWISKAMI WIRTUALNYMI

W ofercie autoryzowanych dystrybutorów Eaton dostępne są wersje zasilaczy UPS 9PX, które można podłączyć do sieci komputerowej i zintegrować ze środowiskami wirtualnymi VMware, HyperV, RedHat i Citrix. Dzięki oprogramowaniu Intelligent Power Manager można wówczas z jednej konsoli i z dowolnego miejsca monitorować zasilacze UPS i nimi zarządzać. Łatwo jest także wdrażać funkcje rozkładu zasilania oraz zasady automatycznego przywracania systemu po awarii w przypadkach utraty zasilania. W celu wydłużenia czasu pracy na bateriach można wstrzymywać zbędne maszyny wirtualne, konsolidować je i wyłączać. W razie spodziewanego dłuższego przestoju oprogramowanie umożliwi bezpieczne wyłączenie kolejnych serwerów.

Wszechstronność zastosowań UPS 9PX związana jest nie tylko z różnorodnością chronionych obciążeń. Nowe zasilacze firmy Eaton są produkowane w wersjach 2U i zapewniają efektywne wykorzystanie przestrzeni w konwencjonalnych głębokich szafach rackowych. Dostępne są także wersje 3U, które idealnie nadają się do montażu w mniejszych obudowach o ograniczonej głębokości lub do zabezpieczenia urządzeń wolnostojących typu „tower”.

Więcej informacji: WWW.POWERQUALITY.EATON.COM/POLSKA

Ultramobilne dadzą zarobić najwięcej

Komputery ultramobilne, czyli przede wszystkim konstrukcje 2w1 oraz ultralekkie laptopy z górnej półki, będą generować zyski nawet na poziomie 25 proc. – prognozuje Gartner, którego analitycy dodają, że chodzi o marże producentów na urządzeniach klasy high-end, w cenie od 1 tys. dol. w górę. Gartner przewiduje, że w 2019 r. modele ultramobilne premium będą generować największą część obrotów na rynku PC – 57,6 mld dol. wobec 34,6 mld dol. w 2015 r. (dla porównania: przewidywane przychody na całym rynku PC w 2016 r. to 122 mld dol.). Oznacza to średni roczny wzrost na poziomie 16 proc. Analitycy zakładają, że ceny tych urządzeń będą wynosić średnio około 600 dol. Ich zdaniem ze względu na funkcjonalność ultramobilnych premium, które mogą działać jak laptop lub tablet, użytkownicy będą nimi zastępować tradycyjne pecety albo kupować je jako dodatkowe urządzenie.

Źródło: Gartner



Najwięksi polscy eksporterzy IT

Wśród eksporterów z branży IT działających na terenie Polski przodują producenci oprogramowania i usługodawcy – wynika z raportu ITwiz Best 100. Łączna wielkość ich przychodów z tego tytułu wynosi odpowiednio: 840 mln zł i ponad 1 mld zł. Największy udział w eksporcie mają przychody z usług bazujących na pracy polskich programistów (tworzenie aplikacji na zamówienie) oraz outsourcingu i wynajmie pracowników. Liderem jest CD Projekt, który w 2015 r. wygenerował za granicą aż 95 proc. swoich przychodów. Wiceliderem wśród eksporterów z polskiego rynku jest Wincor Nixdorf. W tym przypadku 80 proc. wartości eksportu stanowiła sprzedaż sprzętu, zaś 20 proc. koncern zarobił na usługach.

Pierwsza piątka największych eksporterów IT działających w Polsce w 2015 r.:

1. CD Projekt (665 mln zł wartości eksportu),
2. Wincor Nixdorf (360 mln zł),
3. Atos (325 mln zł),
4. Ericpol (318 mln zł),
5. Comarch (314 mln zł).

Źródło: Raport ITwiz Best 100 2016

Rosną budżety na bezpieczeństwo

Aż 39 proc. dużych polskich przedsiębiorstw, liczących ponad 250 pracowników, planuje zwiększenie budżetu na bezpieczeństwo IT w bieżącym roku. Natomiast 52 proc. z nich informuje, że ma elastyczny budżet, tzn. taki, który można zwiększyć w razie potrzeby. Gros pytanym firm poinformowało o rozbudowie budżetów przeznaczonych na cyberochronę w ciągu ostatniego roku – najczęściej o 10–19 proc. (42 proc. wskazań). Przedsiębiorstwa usługowe, w porównaniu z tymi z innych branż, znacznie częściej planują pomnożenie wydatków na bezpieczeństwo IT.

Ponad połowa (56 proc.) dużych przedsiębiorstw uważa, że korzystanie ze sprzętu mobilnego niesie ze sobą spore ryzyko. Nieco mniej (44 proc.) sądzi, że cloud computing stanowi zagrożenie dla bezpieczeństwa IT, lecz – co istotne – w znacznej części są to odpowiedzi firm, które nie korzystają z chmury.

Brak reguł korzystania z urządzeń mobilnych w przedsiębiorstwie to jedno z najczęściej wymienianych zagrożeń w obsłudze IT. Tylko 50 proc. firm twierdzi, że radzi sobie z zabezpieczaniem urządzeń swoich pracowników.

Źródło: Raport Orange Insights, ICAN Research



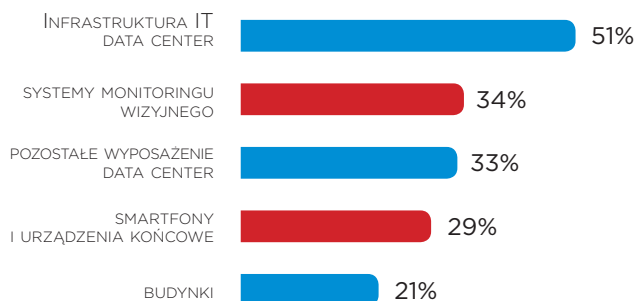
65 proc. firm używa Internetu rzeczy

Jak wynika z raportu 451 Research, większość firm korzysta z Internetu rzeczy w znaczeniu gromadzenia danych generowanych przez urządzenia (71,5 proc. przypadków), ludzi albo oprogramowanie i wykorzystania tych informacji w celach biznesowych. Najczęściej jako źródło danych w systemach IoT wskazywano data center.

Respondenci pytani o korzyści z wdrożeń IoT wskazywali przeważnie ograniczenie ryzyka (66 proc.) i optymalizację operacji (63 proc.). W dalszej kolejności wyliczano rozwój nowych lub doskonalenie już oferowanych produktów i usług (33 proc.) oraz lepszy wybór klientów (21 proc.).

Odpowiadając na pytanie, co utrudnia wdrożenia Internetu rzeczy, wymieniano najczęściej obawy związane z bezpieczeństwem (46 proc.), brak wewnętrznych kompetencji (32 proc.), a także niedostosowanie infrastruktury IT (29 proc.).

GŁÓWNE ŹRÓDŁA DANYCH W SYSTEMACH IoT



Źródło: 451 Research

Dlatego duży odsetek firm, które zarządzają projektami IoT bez pomocy zewnętrznych doradców i dostawców usług (61 proc.), może niebawem znacząco się zmniejszyć.

Przełączniki i routery – spadki w Europie

Według IDC wartość sprzedaży na globalnym rynku przełączników ethernetowych (warstwy 2/3) i routerów dla przedsiębiorstw nieznacznie wzrosła w br. W I kw. wyniosła odpowiednio 5,48 mld dol. (+1,4 proc. rok do roku) i 3,47 mld dol. (+3,3 proc.).

W Europie odnotowano jednak wyraźne spadki sprzedaży przełączników: na Zachodzie o 6,3 proc., zaś w Europie Środkowej i Wschodniej – o 7,5 proc. W ocenie analityków popyt w krajach EMEA osłabia niepewność co do dalszego rozwoju gospodarek poszczególnych państw. Ponadto negatywny wpływ na przychody dostawców ma erozja cen, zwłaszcza urządzeń o przepustowości 10/40 GbE.

W przypadku przełączników 10 Gb (warstwy 2/3) wartość globalnej sprzedaży była podobna jak w ub.r. – 2 mld dol., ale w przeliczeniu na liczbę portów wzrost wyniósł 29,8 proc. Jeśli chodzi o modele 40 Gb, odnotowano wzrost sprzedaży na poziomie 32,9 proc.,



NAJWIĘKSI PRODUCENCI PRZEŁĄCZNIKÓW W I KW. BR. (WARTOŚĆ SPRZEDAŻY W MLN DOL.)

Cisco	3231,38
HPE	531,87
Arista	212,48
Huawei	211,52
Juniper	173,60
Inni	1116,85

Źródło: IDC

do 679,6 mln dol., a w przeliczeniu na porty było to 112 proc. W ocenie analityków urządzenia 10 Gb i 40 Gb będą generować większość sprzedaży w 2016 r.

Z kolei w przypadku routerów z segmentu enterprise za ponad 3-proc. wzrostem w br. stoją głównie dostawcy usług (+4,9 proc.). Przedsiębiorstwa zamawiały o 1,6 proc. mniej. W Europie Zachodniej spadek sprzedaży wyniósł 1,9 proc., a w regionie CEE – 7,9 proc.

Wśród producentów zdecydowanym liderem na rynku switchy jest Cisco, ale sprzedaż koncernu spadła o 4 proc., natomiast 33,2-proc. wzrost osiągnęło Huawei.



Pogonić pirata

Resellerzy i integratorzy, którzy przegrywają w rywalizacji ze sprzedawcami pirackiego oprogramowania, nie są bezbronni. Zamiast oglądać się na producentów, mogą wziąć sprawy w swoje ręce.

Zwykle po swoich wystąpieniach przed gronem sprzedawców IT spotykam się z zarzutami ze strony resellerów, że producenci zbyt opieszale walczą z plagą nielegalnego handlu oprogramowaniem – mówi Krzysztof Jani-

szewski, właściciel IPR Ekspert, firmy zajmującej się monitoringiem rynku nielegalnego oprogramowania. – Wyjaśniam wówczas, że to nieprawda, i podaję szereg przykładów. Niemniej bez wsparcia kanału partnerskiego i zrozumienia ze strony użyt-

kowników końcowych żaden dostawca nie wygra z coraz bardziej profesjonalnie zorganizowanymi grupami przestępczymi.

To właśnie z myślą o resellerach i integratorach Microsoft przygotował już kilka lat temu stronę internetową skie-

rowaną do wszystkich, którzy chcą odróżnić nielegalne kopie programów tego producenta od oryginałów (microsoft.com/pl-pl/howtotell). Niedawno została otwarta kolejna witryna tego typu, pod adresem microsoft.com/poland/obliczpiractwa. Partnerzy Microsoftu mogą, a w zasadzie powinni, propagować zawarte tam treści wśród swoich obecnych i potencjalnych klientów. Znajduje się tam m.in. dokument „Falszywe oprogramowanie – przewodnik dla Klienta”, którym warto dzielić się z klientami indywidualnymi, a także biznesowymi. Nie trzeba przy tym odwoływać się do ich sumień, przytaczając argument kradzieży. Nie brakuje bowiem innych istotnych przesłanek do tego, żeby nie oszczędzać na legalnych kopiach.

Klientom indywidualnym należy uświadamić, że kupując od piratów, narażają swoje domowe komputery i inne urządzenia na działania przestępców szukających dostępu do informacji poufnych. Muszą też liczyć się ze zwiększonym ryzykiem kradzieży tożsamości oraz danych logowania do konta bankowego. Oczywiście w razie problemów poniosą wyższe koszty i będą denerwować się dłuższymi przestojami w trakcie ich rozwiązywania.

W przypadku firm jest podobnie, choć należy liczyć się z dużo poważniejszymi stratami, zresztą nie tylko finansowymi. Ich przyczyną mogą być szkody spowodowane przez złośliwe oprogramowanie i wirusy bądź nieuprawniony dostęp do poufnych informacji firmowych. Ci, którzy skuszają się na tańsze, pirackie programy, mogą się spodziewać spadku produktywności i konieczności pokrycia kosztów za rozwiązanie problemów dotyczących bezpieczeństwa. Nie wspominając o znaczącym obniżeniu standardów obsługi klienta przez producenta lub integratora podczas rozwiązywania wspomnianych problemów.

SUCHE FAKTY

Powyższe ostrzeżenia nie są jedynie zwykłym straszakiem. Według danych BSA dyrektorzy odpowiedzialni za IT szacują, że 15 proc. pracowników instaluje oprogramowanie w firmowej sieci bez ich wiedzy. Okazuje się, iż nie doceniają oni skali problemu, bo w rzeczywistości

Ryzyko związane z fałszywym oprogramowaniem (argumenty dla klientów)

Wirusy, złośliwe oprogramowanie, kradzież tożsamości >>> 1 na 3 komputery osobiste, na których zainstalowany jest fałszywy software, zostanie zainfekowany złośliwym oprogramowaniem. Zwiększa to ryzyko kradzieży tożsamości i danych logowania do bankowości internetowej, a także prawdopodobieństwo przekazania wirusa współpracownikom i znajomym.

Uszkodzenie komputerów osobistych i urzędzeń >>> fałszywe oprogramowanie może drastycznie pogorszyć wydajność komputerów osobistych i urzędzeń, zarówno tych wykorzystywanych w pracy, jak i użytkowanych w domu. Warto zadbać o to, żeby inwestycje w technologie były wolne od tych zagrożeń.

Chytry dwa razy traci >>> rozwiązywanie poważnych problemów spowodowanych korzystaniem z fałszywego oprogramowania jest czasochłonne i kosztowne. Koszty naprawy szkód szybko pochłaniają pozorne oszczędności płynące z zakupu fałszywego oprogramowania. To się po prostu nie opłaca.

Źródło: „Falszywe oprogramowanie – przewodnik dla Klienta” (Microsoft)

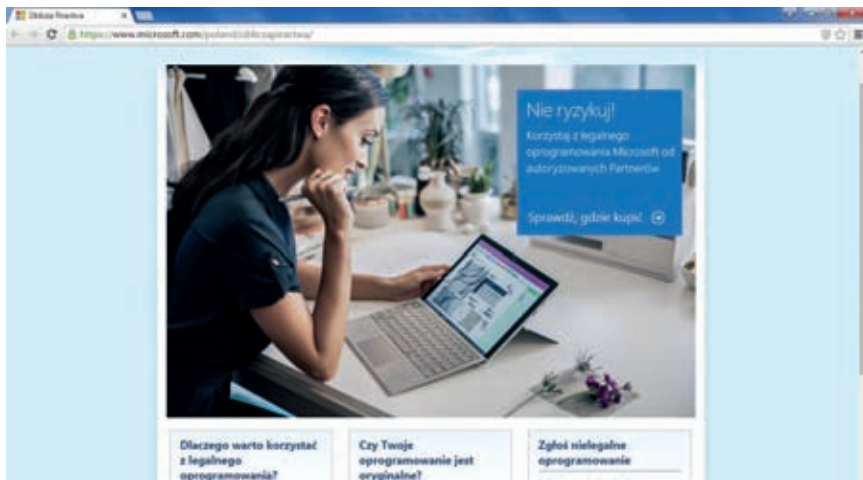
26 proc. pracowników przyznaje, że instaluje w firmowej sieci nieautoryzowane oprogramowanie. A jednak autorzy badania podkreślają, że wynika z niego duża świadomość problemu używania nielicencjonowanych aplikacji. Dyrektorzy IT twierdzą, że najbardziej niepokoi ich perspektywa utraty krytycznych danych wskutek naruszenia zabezpieczeń sieciowych. Dodają też, że aby uniknąć cyberzagrożeń, dbają o to, aby oprogramowanie wykorzystywane w ich sieciach było legalne. Z kolei 60 proc. pracowników wskazało

zagrożenia związane z nielicencjonowanym oprogramowaniem jako kluczowy powód do przejścia na legalne wersje.

Opinię BSA podziela także Związek Pracodawców Technologii Cyfrowych Lewiatan (należą do niego m.in. Assec, Innergo Systems, Sygnity, IBM i Microsoft). W niedawnym liście do prezesa Urzędu Zamówień Publicznych związek podkreśla, że obserwuje się coraz bardziej niepokojącą tendencję: wprowadzanie złośliwego kodu do nielicencjonowanego oprogramowania jest popularną metodą →

Uwaga na fałszywe ESD

Jeżeli klient kupuje nowy klucz w dystrybucji elektronicznej, czyli ESD, powinien otrzymać unikalny klucz produktu (nie używany do wcześniejszych aktywacji oprogramowania) oraz fakturę zakupu od autoryzowanego sprzedawcy Microsoftu. Proces polega na tym, że autoryzowany sprzedawca, fakturując klienta, występuje do producenta lub jego autoryzowanego dystrybutora, który następnie przesyła drogą elektroniczną klucz produktu bezpośrednio do klienta. W takim modelu działania sprzedawca nie ma możliwości zapoznania się z takim kluczem ani tym bardziej skopiowania go. Nie może tu być więc mowy o automatycznym dostarczaniu kluczy do klientów. Poza fakturą nie ma żadnych fizycznych dowodów legalności. Warto zwrócić klientowi uwagę na to, żeby sprawdził, czy sprzedawca nie oferuje szybkiej wymiany klucza na nowy, w przypadku gdyby pierwszy otrzymany klucz nie zadziałał. Zapewnienie takie powinno być sygnałem ostrzegawczym, gdyż klucze elektroniczne z reguły nie są wymieniane, a ewentualna procedura reklamacyjna musi odbywać się za pośrednictwem Microsoftu.



MICROSOFT URUCHOMIŁ W TYM ROKU NOWĄ STRONĘ ANTYPIRACKĄ, Z PORADAMI DLA PARTNERÓW I UŻYTKOWNIKÓW KOŃCOWYCH. ZNAJDUJE SIĘ RÓWNIEŻ NA NIEJ WYSZUKIWARKA AUTORYZOWANYCH SPRZEDAWCÓW OPROGRAMOWANIA TEGO PRODUCENTA.

→ wykorzystywaną przez cyberprzestępców w celu zainfekowania komputerów nieświadomych ofiar i przejęcia nad nimi kontroli. Potwierdza to Krzysztof Janiszewski, który jakiś czas temu otrzymał do analizy przedmioty dostarczone do klienta w ramach przetargu.

– Chodziło o jeden z oddziałów bardzo ważnej instytucji, która zarządza poufnymi danymi osobowymi Polaków. W ramach przetargu klient ten otrzymał płyty DVD z oprogramowaniem, w którym zaszyto pliki znane z tego, że są często obudowane złośliwym, niebezpiecznym oprogramowaniem – mówi specjalista IPR Ekspert.

Zgodnie z analizą opublikowaną przez IDC w styczniu 2014 r., istnieje 33-proc. prawdopodobieństwo, że konsumenci i przedsiębiorcy będą mieli kontakt ze złośliwym oprogramowaniem w przypadku pozyskania i zainstalowania pakietu pirackiego oprogramowania lub zakupu komputera z zainstalowanym pirackim oprogramowaniem. Dowodzą tego m.in. wyniki analizy nośników zakupionych (w ramach działań antyprackich Microsoftu) od sprzedawców z polskiego portalu aukcyjnego, na których znalazły się takie wirusy jak Conficker i Dorkbot.

ZARZĄDZAĆ OPROGRAMOWANIEM
Resellerzy i integratorzy powinni uświadamiać klientom biznesowym, że mogą ograniczyć cyberzagrożenia stwarzane

przez nielicencjonowane oprogramowanie poprzez wdrożenie systemu zarządzania oprogramowaniem (SAM – Software Asset Management). W ten sposób zyskają kontrolę nad swoimi zasobami i licencjami, a także będą mogli zoptymalizować koszty używania oprogramowania, choćby poprzez eliminację zbędnych produktów. Pod tym względem nadal sytuacja w Polsce jest daleka od ideału.

– Wielu dyrektorów i menedżerów odpowiedzialnych za środowisko IT nie wie, ile

Jeśli argument kradzieży nie działa, należy sięgnąć po inne.

o jakiej dokładnie oprogramowanie jest zainstalowane w ich systemach oraz czy jest ono legalne – zauważa Victoria A. Espinel, prezes i dyrektor generalny BSA.

Tak czy inaczej, sytuacja na polskim rynku oprogramowania, choć nadal fatalna (według BSA 48 proc. używanego software’u to nielegalne kopie), bardzo powoli się poprawia. W 2015 r. po raz pierwszy odsetek pirackich licencji spadł poniżej 50 proc. W poprzednich latach (2007, 2011 i 2013 r.) ten wskaźnik wyniósł odpowiednio: 57 proc., 53 proc. i 51 proc.

Szacowana, łączna wartość rynkowa nielegalnego oprogramowania wykorzystywanego w Polsce w 2015 r. wyniosła 447 mln dol. wobec 536 mln dol. w 2013 r., którego dotyczyło poprzednie badanie.

Na widoczne polepszenie sytuacji mający wpływ – według analityków IDC – takie czynniki jak: stabilizacja cen na rynku komputerów osobistych, stosunkowo długi okres użytkowania zakupionych urządzeń, spadek zainteresowania niemarkowym sprzętem (nierzadko wyposażonym w oprogramowanie wątpliwego pochodzenia) oraz coraz większa popularność licencjonowanego oprogramowania wśród firm i przedsiębiorstw.

Natomiast w ocenie szefa polskiego biura BSA poprawa na krajowym rynku ma nieco inne źródła. Jego zdaniem trzy rzeczy najbardziej przyczyniły się do mniejszego wykorzystania nielegalnego oprogramowania. Po pierwsze istotny wzrost skuteczności działań prawnych prowadzonych w ramach programu antyprackiego BSA, czego dowodem są liczne ugody na poważne kwoty, w tym z jedną z firm na 1 mln dol. Duże znaczenie ma także powołanie przy każdej komendzie wojewódzkiej i Komendzie Głównej Policji wydziałów do walki z cyberprzestępczością.

– Trzecim elementem jest wzrost poziomu zarządzania oprogramowaniem, choć trzeba przyznać, że polskich firm, które są gotowe sprostać wymaganiom normy ISO/IEC 1977-1, nie ma wiele – podsumowuje Bartłomiej Witucki, przedstawiciel BSA w Polsce.

Przypomnijmy, że norma ISO/IEC 19770 to międzynarodowy standard, który koncentruje się na zarządzaniu oprogramowaniem SAM (Software Asset Management), umożliwiając lepszą kontrolę nad posiadanymi systemami oraz aplikacjami. Bartłomiej Witucki odniósł się do pierwszej części związanej z tą normą dokumentacji (1977-1), która opisuje „procesy biorące udział w zarządzaniu majątkiem programowym”. Warto zachęcić klientów do tego, aby zapoznali się z treścią tego dokumentu.

TEMATYKĘ PIRACTWA NA POLSKIM RYNKU OPROGRAMOWANIA BĘDIEMY KONTYNUOWAĆ W KOLEJNYCH WYDANIACH CRN POLSKA.



Komputery według Kluski

KILKA TYGODNI TEMU NA GALI TECH TRENDY BIZNES 2016 SPOTKAŁEM ROMANA KLUSKĘ.
WYPRODUKOWANY PRZEZ JEGO FIRMĘ PECET SŁUŻYŁ MI PRZEZ... 12 LAT.

DAMIAN KWIEK

W 1993 r. kupiłem swój pierwszy komputer, wyprodukowany przez Optimusa. Pecety tej marki uchodziły wtedy za nieco lepsze od konkurencji, nazywanej klonami. Mój służył mi do... 2005 r. Oczywiście pod koniec tego okresu bardzo rzadko z niego korzystałem, bo właściwie nadawał się już wtedy prawie wyłącznie do pisania. Powstała na nim jeszcze moja praca magisterska. Nie mogłem oczywiście surfować po Internecie, nie miałem dostępu do portu USB ani CD-ROM-u. Jedyną możliwość „komunikacji” ze światem zewnętrznym stanowiła stacja dyskietek, tzw. małych. To zresztą jedyny podzespół, który przez te 12 lat uległ awarii. Wezwany do naprawy informatyk był bardzo zdziwiony, że ktoś jeszcze czegoś takiego używa. Ale zdobył „nową” stację, przyjechał i wymienił. Co ciekawe, po zdjęciu obudowy okazało się, że wewnątrz jest czyste, a więc musiała być prawie doskonale szczelna. Prawie, bo pod jednym z elementów coś „obcego” jednak było. A konkretnie... mała banieczka z osami.

Wróćmy do początku lat 90. Mam trochę „niemiecki” charakter. Zatem zanim kupiłem komputer, chciałem się do tego merytorycznie przygotować. Merytorycznie i metodycznie. Zapisalem się w krakowskim Pałacu Młodzieży (centrum kultury) na kurs komputerowy, taki intensywny, weekendowy. To było naprawdę ciekawe. Prawie w ogóle nie umiałem obsługiwać komputera. Nie miałem wcześniej żadnej Amigi ani Commodore’a. Kurs był interesujący nie tylko dlatego, że wykładowca skutecznie, krok po kroku, uczył nas, „jak to się robi”. Ale też dlatego, że prowadzący kurs rozpoczął od opowiedzenia nam, „jak to wszystko jest zrobione”. Czyli uczył nas nie tylko obsługi. Dowiedziałem się wtedy, jak zbudowany jest komputer, co to jest bajt, z czego się składa, jak dane są zapisywane na dysku, jaką strukturę mają ka-

talogi, pliki itd. To ostatnie stanowiło konieczność, bo uczyliśmy się jeszcze obsługi DOS-u (co prawda, z Nortonem Commandem jako nakładką, ale bez Windows). Dzięki takiej metodzie nauki miałem poczucie, że nie tylko umiem używać komputera, ale trochę rozumiem, jak to działa.

Ale o tym, że biznesmen z Nowego Sącza miał pewien wpływ na moje komputerowe początki, dowiedziałem się znacznie później. Byłem już dziennikarzem, kiedy w 2002 r. cała Polska usłyszała o zatrzymaniu Romana Kluski. Urzędnicy skarbowi podejrzewali założyciela Optimusa o wyłudzenie podatku VAT. Ostatecznie przedsiębiorca został oczyszczony z zarzutów, a państwo przegrywało kolejne procesy zarówno z Kluską, jak też z następcą prawnym Optimusa, CD Projektem.

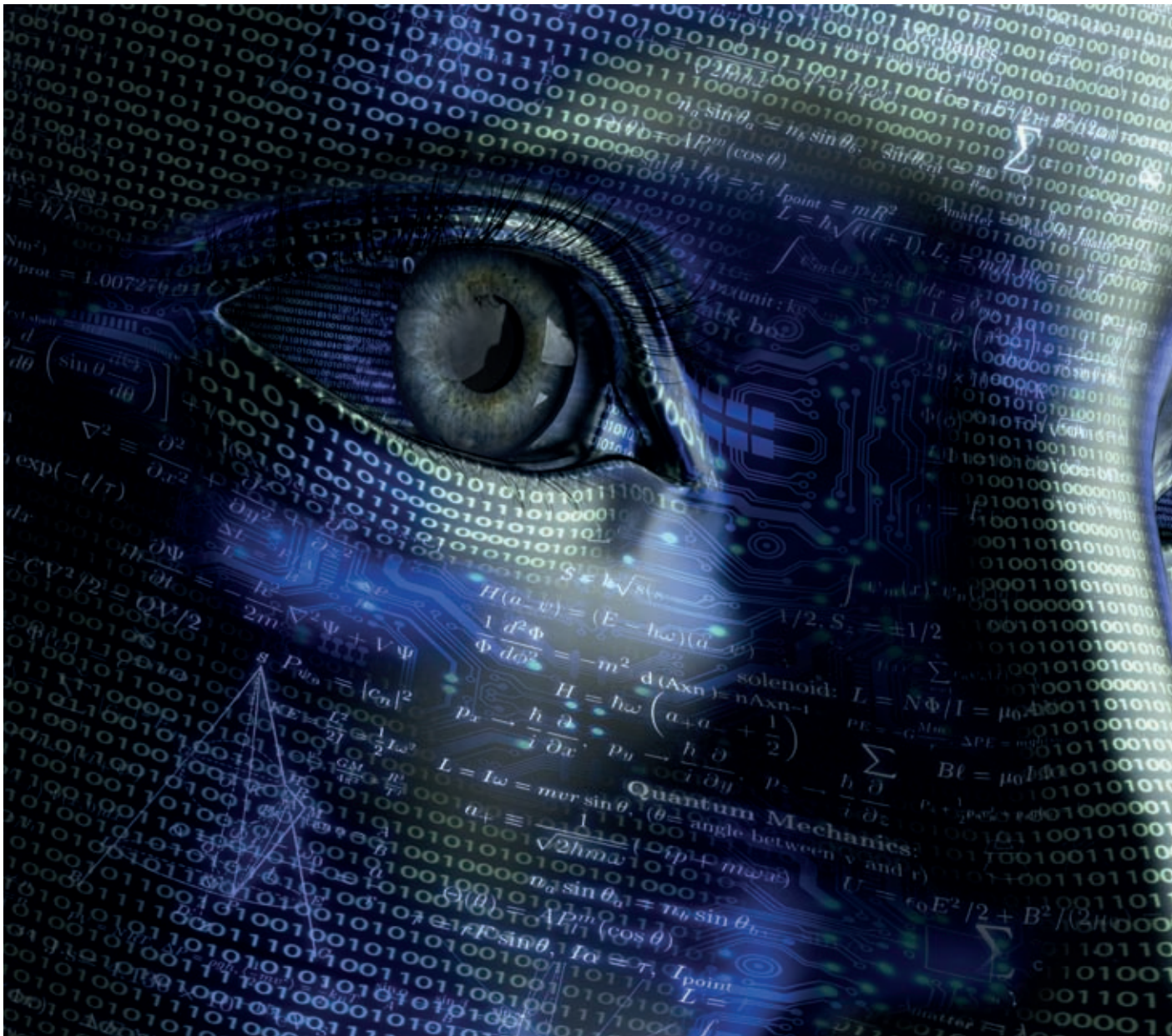
Z czasem Kluska stał się ikoną nie tylko ery komputerowej w Polsce. Zaczął być traktowany jako symbol przedsiębiorczości niszczonej przez aparat państwowy. Wreszcie trafił i na orbitę polityczną. Został doradcą premiera i opracowywał tzw. Pakiet Kluski, który miał ułatwić działalność ludziom biznesu. Z oporami i z upły-

wem lat, ale część jego pomysłów została zrealizowana.

W 2016 r. Roman Kluska nadal powtarza, że w IT technologia daje wszystkim dość podobne możliwości. A to, czy dany kraj osiąga sukces, zależy od warunków prawnych, jakie stworzy się firmom. Wybiegając z Tech Trendów Biznes na kolejne spotkanie, przekonywał mnie, że Polska nie musi koniecznie handlować chińskimi urządzeniami. Ma rynek i potencjał, żeby być w światowej czołówce.

**Nie musimy
handlować
chińskimi
produktami.**

AUTOR JEST DZIENNIKARZEM PROGRAMU 3 POLSKIEGO RADIA
(M.IN. PROWADZI AUDYCJĘ „CYBER TRÓJKA” ORAZ „PULS TRÓJKI”).



PAM, czyli przywileje pod specjalnym nadzorem

Warto przyrzeć się jednemu z najszybciej rosnących segmentów rynku bezpieczeństwa. Zwłaszcza że rozwiązania do zarządzania dostępem uprzywilejowanym są czymś na tyle nowym, iż można liczyć na dobre marże oraz spore zainteresowanie klientów.

TOMASZ JANOŚ



pracownik zdobył poufne informacje dotyczące 20 mln Koreańczyków (40 proc. krajowej populacji!), a wszystkie wyniki z tego straty finansowe muszą pokryć związane z tą firmą instytucje wydające karty kredytowe.

Każde z trzech wspomnianych zdarzeń łączy to, że przestępcy mieli uprzywilejowany dostęp do systemów IT – taki z prawami administratora, przydzielany pracownikom firmy, ale także zewnętrznym partnerom. Snowden był właśnie zewnętrznym zleceniobiorcą zatrudnionym przez NSA. Również sprawca wycieku z Korea Credit Bureau miał zapewniony dostęp do wewnętrznych systemów koreańskich operatorów kart kredytowych, zaś w przypadku Anthem posłużono się danymi logowania jednego z administratorów firmy. Jeśli tak potężne instytucje nie potrafiły zadbać o kontrolę dostępu uprzywilejowanego, to znaczy, że problem jest poważny. Potwierdzają to statystyki. Według „2015 Verizon Data Breach Report” aż 55 proc. naruszeń bezpieczeństwa określanych jako wewnętrzne jest związanych z wykorzystaniem kont uprzywilejowanych.

Wobec tego bez wątpienia warto zainteresować się rynkiem PAM – rozwiązań, które mają chronić przed tego rodzaju zagrożeniem. Rynkiem, który według szacunków analityków odnotowuje około 30-proc. wzrost rok do roku.

ZAUFIANIE MA SWOJE GRANICE

Firmowe systemy IT są pod kontrolą administratorów, ale czy ktoś ma kontrolę nad nimi? Mariusz Stawowski, dyrektor działu technicznego w Clico, zwraca uwagę, że często informatycy w ramach wykonywania swoich obowiązków zyskują ogromną władzę, co sprawia, że mogą stanowić realne zagrożenie dla bezpieczeństwa przedsiębiorstwa.

– W firmach, w których nie zostały zastosowane odpowiednie środki nadzoru, administratorzy baz danych mają dostęp do najbardziej poufnych informacji, administratorzy poczty elektronicznej mogą śledzić korespondencję innych pracowników, administratorzy aplikacji mogą podszywać się pod jej użytkowników, a administrowanie

rze zabezpieczeń mogą je wyłączyć w celu umożliwienia naruszenia bezpieczeństwa – wylicza ekspert z Clico.

Podobne zagrożenie stanowią zewnętrzni serwisanci, którzy często mają zdalny dostęp do najbardziej krytycznych systemów przedsiębiorstwa. Mariusz Stawowski przypomina, że atak, który w ubiegłym roku sparaliżował system energetyczny Ukrainy, polegał na wykorzystaniu zdalnego dostępu do stacji SCADA, a więc urządzeń odpowiedzialnych za sterowanie systemem dystrybucji energii. Dlatego jego zdaniem zastosowanie przez klientów specjalistycznych →

PAM i wiele innych skrótów

O tym, że rynek jest młody i zmienny, świadczy choćby spore zamieszanie w terminologii. Bywa, że PAM jest tłumaczony jako Privileged Account Management (zarządzanie kontami uprzywilejowanymi), ale coraz częściej funkcjonuje jako Privileged Access Management.

Na dodatek można spotkać się z produktami lub funkcjami – w ramach bardziej kompleksowych rozwiązań – określanymi jako PSM (Privileged Session Management) czy PIM (Privileged Identity Management), a nawet PUM (Privileged User Management). W szerszym ujęciu wszystkie rozwiązania, które mają w nazwie przymiotnik „uprzywilejowane”, funkcjonują w obszarach IdM, czyli Identity Management, bądź IAM – Identity Access Management.

Bez względu na to, jak są nazywane, produkty PAM mają pomagać klientom chronić zasoby i ułatwić im utrzymanie zgodności z regulacjami prawnymi bądź branżowymi poprzez zabezpieczanie, zarządzanie i monitorowanie uprzywilejowanych kont oraz uzyskiwanego za ich pomocą dostępu. Ochrona ta może obejmować różne elementy systemowe i infrastrukturalne: od systemów operacyjnych, baz danych, middleware i aplikacji po urządzenia sieciowe, wirtualizatory i chmurowe aplikacje SaaS.

Kiedy Edward Snowden ujawnił kilkaset tysięcy tajnych i ściśle tajnych dokumentów NSA, prasa opisała to zdarzenie jako największy wyciek informacji w historii USA, który miał bardzo poważne konsekwencje w polityce międzynarodowej. Z kolei wykradzenie danych około 80 mln klientów i pracowników amerykańskiego zakładu ubezpieczeń zdrowotnych Anthem będzie zapewne skutkowało lawiną pozwów i wypłatą gigantycznych odszkodowań, jak również utratą reputacji na zawsze. Podobnie jak stało się w przypadku Korea Credit Bureau, które

→ narzędzi PAM, służących do kontroli i zarządzania dostępem użytkowników uprzywilejowanych, ma duże uzasadnienie biznesowe.

Piotr Kawa, Network Department Manager Poland & CEE w Bakotechu, powołuje się na raporty wiodących organizacji zajmujących się bezpieczeństwem, takie jak „Insider Threat Report” oraz „CERT Insider Threat Center”. Na ich podstawie twierdzi, że dużo trudniej wykrywa się i zapobiega zagrożeniom wewnętrznym (generowanym

w dużej mierze przez użytkowników uprzywilejowanych) niż tym pochodzącym z zewnątrz. Chcąc im przeciwdziałać, klienci muszą odpowiedzieć sobie na pytania: jacy uprzywilejowani użytkownicy mają dostęp do krytycznych zasobów, jak z nich korzystają i czy nie dochodzi do wykroczeń bądź naruszeń polityk bezpieczeństwa.

Przedstawiciel Bakotechu zauważa, że choć wiele organizacji korzysta z systemów zbierania logów, to nie są one zbyt użyteczne, z uwagi na zbyt wiele danych

do interpretacji. Poza tym są one również zasobochłonne.

– *Kluczem jest monitorowanie i analizowanie działań użytkowników uprzywilejowanych w czasie rzeczywistym* – przekonuje Piotr Kawa.

Zdaniem Pawła Rybczyka, business developera CEE&Russia w firmie Wallix, w ostatnim czasie na rozwiązania PAM patrzy się bardziej w kontekście monitoringu dostępu i rejestracji dostępu zdalnego. Choć elementem tego typu systemów jest funkcja zarządzania kontami uprzywilejowanymi i hasłami, to moduł ten może zabierać bardzo dużo czasu przy implementacji polityki bezpieczeństwa.

– *Nagrywanie sesji jest dużo łatwiejsze i możliwe do zastosowania od razu, bez potrzeby dodatkowej edukacji firm zewnętrznych czy użytkowników lokalnych* – uważa przedstawiciel Wallixa.

Gdy przyjrzeć się bliżej ofercie PAM, widać znaczne różnice w tym, co oferują poszczególne produkty. Z jednej strony można znaleźć kompleksowe rozwiązania zapewniające wiele funkcji zarządzania uprzywilejowanym dostępem, z drugiej – rozwiązania punktowe, których zadaniem jest wypełnienie konkretnej luki w firmowym systemie zabezpieczeń. Duża jest także rozpiętość cenowa produktów różnych dostawców. Opisując branżę Privileged Access Management, Gartner zestawia kilkadziesiąt firm z większymi i mniejszymi udziałami w światowym rynku. W Polsce działa obecnie kilku producentów PAM: Balabit, CyberArk, Dell Software, Imperva, ObserveIT, Wallix i Wheel Systems.



Trzy pytania do...

PAWEŁ RYBCZYK, BUSINESS DEVELOPERA CEE&RUSSIA W FIRMIE WALLIX

CRN PAM to nisza na rynku bezpieczeństwa?

PAWEŁ RYBCZYK Staram się unikać nazywania PAM niszowym rozwiązaniem. Jeśli już tak je traktujemy, to tylko z zastrzeżeniem, że jest to stan przejściowy. Staram się tłumaczyć partnerom, że choć klient jest najczęściej wyposażony w firewalle i inne zabezpieczenia, to potrzebuje jeszcze czegoś, co będzie zachowywać się jak system kamer w budynku – monitorować i rejestrować wszystkie działania administracyjne. Takie elementy PAM, jak nagrywanie sesji i zarządzanie hasłami, staną się niedługo podstawowym elementem polityki bezpieczeństwa dowolnej wielkości firmy.

CRN Na czym to dokładnie polega?

PAWEŁ RYBCZYK Bardzo ważną funkcjonalnością PAM jest wspomniane nagrywanie sesji. Nie jest ono tym, co robi firewall, który może jedynie „odnotować” fakt zainicjowania połączenia i jego zakończenia (np. przez jednego z zewnętrznych kontraktorów IT). PAM dostarczy pełne nagranie sesji – informacje, co działo się na docelowym serwerze, routerze, sterowniku itp. – między zalogowaniem a wylogowaniem. Również to, co zostało wpisane z klawiatury, jakie procesy zostały uruchomione itp. W efekcie powstaje zapis wszystkiego, co zrobił konkretny człowiek, który dysponuje uprzywilejowanym dostępem do infrastruktury firmowej.

CRN Czy łatwo jest przekonać klienta do zakupu PAM?

PAWEŁ RYBCZYK Choć w przypadku rozwiązań ochronnych czasem nie jest prosto przedstawić ROI, czyli zwrot z inwestycji, to z PAM sprawa może być znacznie prostsza. W rozmowach z klientami wciąż napotykam na potrzebę kontrolowania wynajętych firm outsourcingowych, co do których nie ma pewności, że uczciwie wykonują i wyceniają swoją pracę. PAM pokaże dokładnie, co, kiedy i jak zrobili, a to będzie miało swoje przełożenie na wystawiane przez zewnętrzne firmy faktury i potencjalne, bardzo wymierne oszczędności. Niektórzy klienci mówią mi wprost, że w ten sposób zakup rozwiązania PAM zwróci się u nich bardzo szybko.

KTO POTRZEBUJE OCHRONY PAM?

Zdaniem Gábora Marosvári, product marketing managera w firmie Balabit, rozwiązania do zarządzania uprzywilejowanym dostępem, a w szczególności do monitorowania uprzywilejowanej aktywności użytkowników, w pierwszym rzędzie są wykorzystywane przez duże przedsiębiorstwa, zobowiązane przepisami prawa do przestrzegania restrykcyjnych regulacji i wymogów polityki bezpieczeństwa IT oraz zasad

Privileged Access Management – made in Poland

Polska nie jest białą plamą na mapie producentów PAM. Z tego powodu światowi dostawcy tego rodzaju rozwiązań mają z jednej strony łatwiej, bo często nie muszą polskim klientom od początku tłumaczyć, czym są takie narzędzia. A z drugiej strony wchodzi w obszar, na którym od kilku lat prężnie działa lokalny producent i zdążył już odnieść spory sukces. Mowa o firmie Wheel Systems, sprzedającej swoje rozwiązania informatyczne największym klientom na polskim rynku – z sektora finansowego, energetycznego, telekomunikacyjnego, przemysłu, branży internetowej i wielu innych.

Działający za pośrednictwem partnerów polski producent stworzył najpierw CERB AS – wieloskładnikowy system uwierzytelnienia, który umożliwia scentralizowane zarządzanie użytkownikami oraz kontrolę dostępu do zasobów z wykorzystaniem różnych metod uwierzytelnienia. Zdobył uznanie głównie w sektorze finansowym. A ponieważ klienci zgłaszali Wheel Systems potrzebę posiadania rozwiązania do nagrywania sesji i zarządzania hasłami, powstał system FUDO. To obecnie sztandarowy produkt warszawskiej firmy, służący do stałego monitoringu, kontroli i rejestracji zdalnych sesji dostępu do systemów informatycznych.



compliance (np. PCI DSS, ISO 27 001 czy lokalnych rozporządzeń prawnych). Poza tym zainteresować się nimi muszą te firmy i instytucje, które korzystają z zewnętrznych dostawców usług IT, w tym usług w chmurze. A także te utrzymujące skomplikowaną sieć IT, do której dostęp ma kilku różnych administratorów. I wreszcie organizacje, które mogą być celem zaawansowanych cyberataków ze względu na charakter swojej działalności.

Z kolei, gdy przyjrzeć się poszczególnym branżom, to widać, że takich, które teoretycznie powinny być zainteresowane zakupem PAM-u, jest coraz więcej. Oczywiście przoduje sektor finansowy, bo wydana przez KNF dla banków Rekomendacja D mówi wprost, że „obowiążujące w banku zasady zarządzania uprawnieniami powinny w szczególności uwzględniać zagrożenia związane z nieprawidłowym wykorzystaniem uprawnień użytkowników uprzywilejowanych”. PAM staje się niezbędny także dla firm z tak strategicznych sektorów jak produkcja i dostawa energii czy gazu. Do grona

potencjalnych klientów należą operatorzy telekomunikacyjni, dostawcy usług IT w chmurze, instytucje rządowe oraz zarządzający obiektami użyteczności publicznej. Ze względu na ochronę danych osobowych zarządzaniem dostępem uprzywilejowanym interesuje się branża medyczna. Systemy PAM są poza tym coraz bardziej potrzebne przedsiębiorstwom, które wykorzystują outsourcing i chcą chronić się przed wrogimi działaniami konkurencji. Przede wszystkim chodzi o duże firmy, ale także mniejsze, choć w wypadku tych drugich barierą może być cena. Niektóre z nich ratują się w ten sposób, że nagrywają sesje przy użyciu darmowej aplikacji Team Viewer.

– *Gdy ktoś się łączy za pomocą tego oprogramowania, uruchamia funkcję „nagraj”, a czasem na żywo śledzi na monitorze połączenie i w razie zagrożenia rozłącza sesję. Nie jest to jednak w żadnym razie optymalne i bezpieczne podejście* – mówi Paweł Rybczyk.

Lepszym sposobem na obejście bariery cenowej może być „PAM as a Service”.

Przedstawiciel Wallixa daje przykład prowadzonego obecnie projektu, który ma działać w modelu usługowym – kilku partnerów chce oferować rozwiązanie tej marki klientom dysponującym tylko dwoma, trzema serwerami, przekierowując ruch do swoich zasobów i nagrywając u siebie sesje. W tym modelu PAM jest sprzedawany głównie w w centrach danych – oprócz hostingu klient otrzymuje dodatkową usługę, dzięki której na specjalnym panelu może uzyskać dostęp do kompleksowej informacji na temat każdej sesji zdalnej.

Nowość szansa dla partnerów

Gábor Marosvári z Balabitu wymienia korzyści, jakich mogą spodziewać się partnerzy sprzedający rozwiązania PAM. Po pierwsze mają oni okazję wdrażać nową technologię oferowaną przez zaledwie kilka firm na rynku. A rynek ten ma duży potencjał, generując roczny wzrost przychodów szacowany przez analityków na ponad 30 proc. W tej sytuacji mogą oni liczyć na rozsądną marżę na sprzedaży oprogramowania, a dodatkowy przychód da im implementacja usług, które obejmują także serwisowanie. Powinni też pamiętać, że pracę nad projektami ułatwi im możliwość skorzystania z bezpośredniego technicznego i sprzedażowego wsparcia od dostawcy.

Rozwiązania PAM to nowy typ produktu w obszarze security, więc dla integratorów wciąż świeży temat do rozmów z klientami, zarówno obecnymi, jak i nowymi. Handlowiec może dość łatwo przedstawić potencjalnemu użytkownikowi (w tym osobom mniej technicznym) zasadę jego działania i korzyści z zastosowania. Pomocą w sprzedaży będą na pewno pojawiające się kolejne przepisy, które wymuszają lub rekomendują zarządzanie dostępem użytkownika uprzywilejowanego. Mowa np. o certyfikatach ISO/COBIL, audytach wewnętrznych (sektor publiczny) lub zbliżającym się wejściu w życie unijnej dyrektywy General Data Protection Regulation (GDPR). ■

Macierze to nie cel, ale środek do niego

CRN Polska rozmawia z **MICHAŁEM GAŚIOREM, PRODUCT MANAGEREM W LENOVO**, o planach dotyczących rozwoju oferty pamięci masowych i współpracy w tym zakresie z IBM-em.

CRN Praktycznie wszyscy dostawcy klasycznych macierzy dyskowych odnotowują spadek zysku w tym segmencie produktowym. Tymczasem Lenovo decyduje się na rozszerzenie oferty właśnie o storage...

MICHAŁ GAŚIOR Postawiliśmy sobie za cel zbudowanie pełnej oferty dla serwerowni, kierowanej do małych i średnich firm, dzięki której integratorzy mogliby zapewniać kompleksowe rozwiązania, a nie tylko pojedyncze produkty. Bez pamięci masowych taka oferta byłaby niepełna, a mamy już przecież w portfolio zarówno serwery, jak i rozwiązania sieciowe. Rzeczywiście, segment dużych macierzy dyskowych trochę kuleje, a głównie ta grupa produktów wpływa na wspomniany spadek zysków. Po prostu jest bardzo niewiele klientów, którzy potrzebują tak rozbudowanych, pojemnych systemów. My skupiliśmy się na rozwiązaniach mniejszych, na które popyt cały czas rośnie...

CRN ...ale w tym obszarze jest też największa konkurencja. Czym chcecie się wyróżniać, żeby zapewnić sobie sprzedaż?

MICHAŁ GAŚIOR Oprócz oferty zwykłych macierzy dyskowych rozwijamy współpracę z firmami, z którymi tworzymy i dostarczamy klientom rozwiązania klasy Software Defined Storage. Wspólnie z Cloudianem przygotowujemy system do obiektowego przechowywania danych w chmurze prywatnej. Z Nextent będziemy oferować skalowalne rozwiązanie do przechowywania plików i bloków danych. Natomiast z firmą Nutanix tworzymy konwergentny system do obsługi środowiska wirtualizacyjnego i baz danych. Intensywnie współpracujemy również z SimpliVity – dostarczamy konwergentne rozwiązania bazujące na naszych serwerach z rodziny System x.

CRN Czy to oznacza, że klasyczne macierze dyskowe będą stanowić tylko dodatek do całego portfolio rozwiązań?

MICHAŁ GAŚIOR Absolutnie nie. Ich oferta cały czas jest rozwijana. W tej chwili pod własną marką oferujemy dwie macierze: S2200 i S3200, przeznaczone dla sieci SAN, ale wkrótce pojawią się ich nowe wersje – S2200 V2, S4200 V2 i S6200 V2. Cały czas mamy też w ofercie systemy dyskowe klasy premium IBM Storwize, z których od czerwca dwa modele są dostępne także pod marką Lenovo – V3700 V2 oraz V5030. Urządzenia z rodziny S przeznaczone są



dla małych i średnich firm, a te z rodziny V – dla średnich i dużych.

CRN Wprowadzenie do oferty macierzy Storwize pod własną marką Lenovo wygląda na przygotowywanie gruntu pod kolejną potencjalną transakcję, o której wspominają obserwatorzy tego rynku. Mam na myśli przejście przez Lenovo działu pamięci masowych od IBM...

MICHAŁ GAŚIOR Tego oczywiście nie możemy komentować. Natomiast trzeba zaznaczyć, że macierze Storwize kupione od IBM nie są kompatybilne z tymi nabytymi od Lenovo. Przykładowo nie można

między nimi prowadzić replikacji. Są też drobne różnice w stopniu skalowalności, a poza tym w rozwiązaniach oferowanych pod naszą marką licencje na kopie migawkowe będą dołączone, podczas gdy za snapshoty w podobnych macierzach IBM trzeba dodatkowo płacić.

CRN IBM wprowadził ostatnio do oferty urządzenia Storwize wyposażone wyłącznie w dyski SSD. Czy analogiczne rozwiązanie trafi też do Lenovo?

MICHAŁ GAŚIOR Umożliwiamy instalację dysków SSD obok zwykłych napędów i w ten sposób stworzenie z nich najszybszej warstwy. Natomiast pamięci flash to nadal bardzo drogie rozwiązanie i raczej nie widzimy wśród firm, do których kierujemy naszą ofertę, zainteresowania macierzami wyposażonymi wyłącznie w SSD.

CRN Jak przebiega współpraca z partnerami w kontekście oferty pamięci masowych?

MICHAŁ GAŚIOR Kanał partnerski Lenovo jest bardzo szeroki. Jeśli nasi mniej doświadczeni partnerzy chcą zająć się nowymi rozwiązaniami, muszą przejść proces edukacyjny – zapewniamy im warsztaty, webinaria, konferencje itd. Natomiast mało jest dziś partnerów, którzy skupiają się wyłącznie na pamięciach masowych. Większość z nich chce obsługiwać klientów w zakresie całej zaawansowanej oferty dla centrum danych. Dlatego przygotowaliśmy program partnerski, w ramach którego wybranym firmom dajemy dodatkowe wsparcie w postaci szkoleń, bonusów czy rozszerzonej dostępności sprzętu demonstracyjnego.

ROZMAWIAŁ **KRZYSZTOF JAKUBIK**



Windows 10 Pro

Dzięki urządzeniom z systemem Windows 10 Pro zyskujesz doskonałego partnera w biznesie. Posiada on wszystkie funkcje Windows 10 Home, rozszerzone o ważne funkcjonalności biznesowe obejmujące szyfrowanie, zdalne logowanie, tworzenie maszyn wirtualnych i wiele więcej. Zyskasz szybsze uruchamianie, znajome, ale rozszerzone menu Start, znakomite nowe sposoby realizacji zadań oraz innowacyjne funkcje, takie jak całkiem nowa przeglądarka zaprojektowana do działania w Internecie.



Smartfony



Tablety



Urządzenia 2 w 1



Laptopy



Urządzenia all-in-one



AB S.A.
ul. Europejska 4 55-040 Magnice
tel. 71/3240457, www.abonline.pl



Microsoft Partner
Gold Distributor

KNOX

CUSTOMIZATION:

nowe możliwości dla partnerów

Samsung poszerzył funkcjonalność platformy Knox, służącej do ochrony wymiany informacji za pomocą urządzeń mobilnych. Dla resellerów oznacza to nowe możliwości generowania przychodów.

Rozwiązanie Knox Customization ułatwia pracę przede wszystkim administratorom IT, ale nie tylko (o czym w dalszej części artykułu). Otóż klient otrzymuje wstępnie skonfigurowany system, na który składają się rozmaite profile użytkownika sprzętu mobilnego przez pracowników. Przykładowo za pomocą takich predefiniowanych ustawień można zablokować ściąganie na telefon dowolnych programów z sieci, a umożliwić wgrywanie specyficznych aplikacji firmowych. Jest także opcja zmiany ekranu powitalnego, np. z logo firmy. Są profile określające politykę zarządzania zabezpieczeniami (choćby jak długie ma być hasło dostępu) i zmieniające ustawienia smartfonu (w tym wyłączenie GPS lub aparatu fotograficznego). Profili może być wiele i można je generować w niemal dowolny sposób dla konkretnego klienta, np. zastosować inne ustawienia dla handlowców, a inne dla działu księgowości. Generalnie da się tak skonfigurować urządzenia, by zapobiec naruszeniom zasad bezpieczeństwa

przez pracowników (i osoby postronne), co obecnie stanowi jedno z największych zagrożeń dla firm.

Administrator się nie napracuje

Dla administratorów IT w firmach Knox Customization jest bardzo wygodnym narzędziem do zarządzania, zwłaszcza dla tych z korporacji liczących setki czy tysiące pracowników. Ręczna konfiguracja profili zabezpieczeń dla każdego smartfonu z osobna wymaga dużego nakładu pracy, bo na jeden telefon trzeba poświęcić 10–15 min.



PAWEŁ LISOWSKI
Senior Business Solutions
Specialist, Samsung Electronics

Razem z Knox Customization warto proponować rozwiązanie Knox Workspace Premium, które zapewnia łatwe zdalne aktualizowanie, usuwanie firmowych danych i zablokowanie dostępu do nich w razie kradzieży lub zgubienia telefonu. Rozmawiając z klientami, należy ich uspokoić, że poufne dane nie są przechowywane w konsoli zarządzania, do której dostęp ma integrator. Tego typu wątpliwości niekiedy się pojawiają, tymczasem dane są przetwarzane na smartfonie lub tablecie i serwerze klienta.



– Należy podkreślać w rozmowach z klientami, że zmiany nie wymagają pracy nad pojedynczymi urządzeniami – zaznacza Łukasz Kosuniak, odpowiedzialny za marketing B2B w Samsungu.

Ze względu na możliwość elastycznego predefiniowania profili integrator powinien dowiedzieć się, jak i nad czym pracują ludzie w danej firmie, posługując się urządzeniami mobilnymi, i zaproponować odpowiednie ustawienia. Po ustaleniu szczegółów i zakontraktowaniu wdrożenia reseller udostępnia profile, które są następnie przez smartfony pobierane automatycznie po podłączeniu do Internetu. Integrator zarabia w takim przypadku przede wszystkim na sprzedaży licencji. Warto też proponować szkolenia, zaś w mniejszych przedsiębiorstwach, które nie mają własnych działów IT, można również przejąć rolę administratora i czerpać z tego profity.

Rozmawiając z klientami, należy podkreślać bardzo dobrą jakość zabezpieczeń Knox i dużą wygodę użytkowania. System tworzy odrębne, ściśle chronione środowisko danych i aplikacji w urządzeniu mobilnym, kontrolowane przez



administradora, a wykorzystywane przez użytkownika, całkowicie odseparowane od prywatnej strefy telefonu (na poziomie software'u powstają w istocie dwa telefony), z której do firmowego środowiska nie przenikną żadne zagrożenia. Także w drugą stronę, czyli do strefy prywatnej, żadne dane nie wyciekną. Ponadto – co istotne – Samsung Knox to jedyny system zabezpieczeń mobilnych wykorzystujący szyfrowanie sprzętowe, przez co obciążony jest maksymalnie tylko jeden z wielu procesorów urządzenia (dla odróżnienia szyfrowanie programowe zajmuje więcej niż jeden procesor, spowalniając działanie całego urządzenia i jednocześnie zwiększając drastycznie zużycie baterii). Z doświadczenia Samsunga wynika, że to kluczowa cecha dla wielu przedsiębiorców. Nikt nie lubi, gdy w połowie dnia roboczego w telefonie lub tablecie wyczerpie się akumulator, i to akurat wtedy, kiedy jesteśmy z dala od źródła zasilania elektrycznego.

Specjalizacja w cenie

Knox Customization może znaleźć zastosowanie nie tylko w korporacjach. Kolejną grupą potencjalnych nabywców są firmy, które korzystają z urządzeń dedykowanych. Chodzi o sprzęt zakupiony do ściśle określonego celu.

– Klienci coraz częściej potrzebują urządzeń i aplikacji do konkretnych zasto-

sowań. To wyraźny trend na rynku – uważa Łukasz Kosuniak.

Użytkownikami sprzętu mobilnego mogą być różne służby (jak policja, straż miejska, firmy energetyczne i ochroniarские), pracownicy szpitali, szkół, sklepów. Wszystkie te podmioty potrzebują smartfonów albo tabletów do wąskiego zakresu zastosowań, co można zdefiniować dzięki profilom, wyłączając ryzykowne funkcje za pomocą Knox Customization. W efekcie służby mogą korzystać tylko z ustalonej puli aplikacji i sposobu łączności. W tablecie wystawionym jako tzw. kiosk informacyjny w sklepie, punkcie usługowym czy urzędzie da się programowo wyłączyć niektóre klawisze i funkcje, aby np. jakiś dowcipniś czegoś nie zmienił.

Kolejną grupą użytkowników Knox Customization są firmy oferujące sprzęt mobilny w ramach programów motywacyjnych i lojalnościowych. W Polsce takie sytuacje miały już miejsce w niektórych bankach i dużych sieciach handlowych. Ich klient jako nagrodę w konkursie – czy też za lojalność lub za założenie określonego rodzaju konta – otrzymywał smartfon Samsunga wraz z chronioną przez system Knox aplikacją do usług bankowych lub do komunikacji z klientem. A to według producenta bardzo skuteczne narzędzie. Wiadomości przekazywane bezpośrednio na smartfon otwiera ponad 90 proc. użytkowników, a w przypadku mailingu odsetek ten wynosi jedynie kilka procent. Bank czy inna instytucja zyskuje więc bardzo skuteczną drogę przekazywania informacji o promocjach i nowej ofercie.

– *Firmy przekonuje to, że wybierając takie rozwiązanie, będzie zawsze mieć bezpośredni kontakt z klientem* – podpowiada Łukasz Kosuniak.

Nowe przepisy, większe ryzyko

Warto uświadamiać firmom, że w 2018 r. wejdą nowe przepisy dotyczące ochrony danych osobowych, co wiąże się ze wzrostem kar za naruszenie zasad – sięgną do 4 proc. globalnych obrotów firmy. Już teraz przedsiębiorcy powinni się do tego przygotować, a resellerzy mają okazję wyprzedzić konkurencję, zanim ta zainteresuje się tematem. Trzeba pamiętać, że nierzadko z systemów CRM pracownicy

POTENCJALNI UŻYTKOWNICY ROZWIĄZAŃ SAMSUNG KNOX CUSTOMIZATION

- >> korporacje i firmy, które muszą zarządzać sprzętem mobilnym
- >> firmy i przedsiębiorstwa korzystające ze specjalistycznych urządzeń i aplikacji
- >> firmy oferujące programy motywacyjne i lojalnościowe

mogą korzystać w swoich niezabezpieczonych telefonach, co w świetle nowych przepisów byłoby bardzo ryzykowne.

Generalnie integratorzy powinni coraz częściej pełnić rolę doradcą. Warto dowiedzieć się na przykład, jaki jest sposób uwierzytelniania przy dostępie do poufnych danych. Co się stanie, gdy telefon zostanie zgubiony? I jaka jest polityka cyfrowej ochrony u klienta? Należy wskazać użytkownikowi obszar, który stwarza ryzyko, i zaproponować odpowiednie zabezpieczenia za pomocą Samsung Knox.

Przyda się doświadczenie w zarządzaniu

Knox Customization łatwiej będzie zaoferować integratorom zarządzającym komputerami i serwerami w przedsiębiorstwach, bo mają już doświadczenie w zarządzaniu sprzętem, a klient im ufa i rozumie znaczenie takiej ochrony. Ponadto można przynajmniej częściowo przenieść już zdefiniowane polityki bezpieczeństwa z PC do profili zarządzania sprzętem mobilnym. Zarówno pecetami, jak i innymi urządzeniami wystarczy zarządzać za pomocą jednej konsoli. W efekcie integrator może nawet dwukrotnie zwiększyć przychody przy stosunkowo niewielkich nakładach. Przykładowo jeśli w firmie działa 100 komputerów, to zapewne w użyciu jest podobna liczba urządzeń mobilnych.

Knox Customization powinny zainteresować się także firmy specjalizujące się w zarządzaniu licencjami. Trzeba uświadamiać klientom, że jest ono potrzebne nie tylko w kontekście komputerów i serwerów, lecz także urządzeń mobilnych. ■



HoReCa:

przede wszystkim sieci

Rynek hotelowy należy do sektorów o największym potencjale wzrostu w najbliższych latach. Jednak możliwości zarobku nie brakuje także w przypadku lokali gastronomicznych.

KRZYSZTOF PASŁAWSKI

Najważniejsze potrzeby użytkowników z branży HoReCa to integracja usług i systemów wspomagających sprzedaż oraz usprawniających współpracę. Poza tym niezbędny jest im rozwój sieci bezprzewodowych, specjalistyczne rozwiązania mobilne oraz systemy Digital Signage.

Zwłaszcza w branży hotelowej należy spodziewać się w najbliższych latach wzrostu popytu na rozwiązania informatyczne i to z kilku różnych powodów. Po pierwsze jest to jeden z tych sektorów gospodarki, które po kryzysach rynkowych stosunkowo późno wracają do większych inwestycji – a ostatni więk-

szy kryzys miał miejsce dobrych kilka lat temu. Ponadto według prognoz ruch turystyczny w Polsce będzie coraz większy, stąd potrzeba modernizacji obiektów i budowy nowych. Kolejny czynnik to rosnąca liczba hoteli i restauracji ściśle współpracujących z siłownią, fryzjerem, salonem kosmetycznym etc.

Do sprawnego obsługi powiązanych ze sobą usług potrzebne jest odpowiednie oprogramowanie.

Na poprawie sytuacji w segmencie hotelowym, po stagnacji w latach 2013–14, korzysta m.in. Smart Signage Poland, dystrybutor multimedialnych systemów informacyjnych. W bieżącym roku jego obroty w segmencie hoteli są ok. 30 proc. wyższe niż w roku ubiegłym. Według Piotra Ostaszewskiego, dyrektora sprzedaży, zwłaszcza hotele trzy- i cztero-gwiazdkowe mają obecnie duży potencjał rozwoju. W obiektach wyższej klasy nasylenie rozwiązaniami IT jest już dość duże, zaś placówki z mniejszą ilością gwiazdek nie są zbyt skłonne do inwestycji.

W segmencie hotelowym najszybciej rośnie sprzedaż rozwiązań Digital Signage wykorzystywanych do wyświetlania informacji i reklam, a także instalowanych w salach konferencyjnych. Dostawcy informują nawet o dwukrotnym wzroście sprzedaży w porównaniu z rezultatami osiągniętymi w 2015 r. Jednym z produktów, które spotykają się z coraz lepszym przyjęciem klientów, są monitory z nakładkami dotykowymi.

TELEWIZJA HOTELOWA

W ocenie Samsunga w branży hotelarskiej następuje przejście na systemy telewizyjnej interaktywnej, które zapewniają oferowanie gościom szeregu różnych usług. Przykładem jest wyświetlenie oferty salonu spa, siłowni czy restauracji, ale także linii lotniczych, z możliwością rezerwacji. Klienta do wdrożenia może przekonać fakt, że system umożliwia zwiększenie sprzedaży własnych dodatkowych usług lub generowanie przychodów dzięki prezentacji oferty zewnętrznych firm. Wygodna jest także zdalna obsługa ekranów

umieszczonych w pokojach, chociażby w celu zarządzania reklamami. Ponadto telewizor hotelowy może służyć jako hotspot, co pozwala np. na bezprzewodowe wyświetlanie na ekranie zdjęć ze smartfonu – to powinno spodobać się zwłaszcza rodzinom z dziećmi, które robią mnóstwo fotografii. System może być także skorelowany ze sterowaniem elektroniką, dzięki czemu po wejściu gościa do pokoju telewizor włączy się automatycznie.

– *Szczególnie w grupie hoteli 3-gwiazdkowych widać rosnące zainteresowanie telewizją interaktywną. Ponieważ w większości takich obiektów w ogóle jej nie ma, jest to rynek daleki od nasycenia – uważa Łukasz Kosuniak, B2B Marketing Manager w Samsungu.*

Potencjalnych klientów jest niemało, bo w Polsce działa ponad 2,5 tys. obiektów hotelowych, głównie 3-gwiazdkowych lub o niższym standardzie. Integrator może zarobić na sprzęcie, sprzedaży licencji systemu, a także na wdrożeniu, serwisie i ewentualnym nadzorowaniu wyświetlanych treści. Przy czym hotelarze mogą przekonać stosunkowo niskie ceny dostosowanych do zarządzania telewizorów hotelowych w porównaniu z cenami zwykłych odbiorników z marketu. W rozmowach z potencjalnymi klientami warto podkreślać, że w przypadku modeli o porównywalnych parametrach (jak wielkość i rozdzielczość ekranu), hotelowy telewizor jest tylko nieznacznie droższy (są także tańsze opcje), natomiast ma więcej funkcji i większą wytrzymałość.

Kolejnym rozwiązaniem, w które inwestują i będą inwestować hotele, są sieci bezprzewodowe. Te, które już działają w obiektach, często są niedostosowane do coraz większego ruchu (teraz praktycznie każdy gość ma smartfon), a kiepska jakość

ADAM WYGODNY
Regional Sales Manager,
Fortinet



Sektor HoReCa to z pewnością przyszłościowy rynek. Firmy z tej branży w coraz szerszym zakresie będą wykorzystywać rozwiązania IT do świadczenia usług, np. w postaci systemów elektronicznego zamawiania czy sterowania wyposażeniem. Integrator, by skutecznie działać na tym rynku, powinien mieć doświadczenie w integracji rozwiązań mobilnych i medialnych (np. systemów wideokonferencyjnych). Zarabiać można na utrzymaniu systemów informatycznych, ponieważ większość firm z branży HoReCa nie ma własnych działów IT. Do tego dochodzi serwis urządzeń i usługi.

sieci to coraz częściej jedna z przyczyn niezadowolonych gości.

RFID WKRACZA DO HOTELI

Integratorzy zwracają uwagę na nowy, rosnący biznes w branży hotelarskiej – oznaczanie przedmiotów za pomocą tagów (czujników) RFID. Chodzi nie tylko o sprawną inwentaryzację, ale także szybkie sprawdzenie, gdzie i jak giną przedmioty z wyposażenia pokoju. Jak wynika z rozmów z resellerami działającymi w branży, znikające ręczniki, szlafroki, talerze, szklanki, a nawet pościel, to spory problem w hotelach i pensjonatach każdej kategorii. „Pamiętki” zabierają nie tylko goście. Nierzadko również z pralni wraca do hotelu mniej rzeczy, niż do niej trafiło. Warto więc przekonać klienta, że straty z tym związane ograniczy oznakowanie wyposażenia oraz instalacja anten systemu RFID przy wejściach wraz z odpowiednim oprogramowaniem, co zagwarantuje wyłapanie prób wynoszenia „souvenirów” na zewnątrz. Natomiast po przykładowym przyjeździe z pralni system sam policzy, czy czegoś nie brakuje.

– *Znakowanie RFID to stosunkowo nowe zjawisko. Na razie jest więcej →*

Zdaniem integratora

❑ Paweł Nowak, dyrektor sprzedaży, Alltrim

Z naszych doświadczeń wynika, że ok. 25 proc. lokali gastronomicznych, w których już działa system informatyczny, najczęściej sprzedażowy i magazynowy, jest zainteresowanych jego wymianą bądź zmianą integratora zajmującego się wsparciem. Zazwyczaj przyczyną jest jego zła praca albo niewiedza, bo wdrażająca firma słabo zna się na instalowanym oprogramowaniu i nie gwarantuje sprawnego serwisu.

→ *zapytań niż wdrożeń, ale ten rynek na pewno się rozwinie* – ocenia Piotr Ostaszewski.

Koszt tańszych tagów RFID wynosi 60–80 gr, a za 10 tys. sztuk przedsiębiorca zapłaci ok. 25 tys. zł. Integrator zarobi dodatkowo na drukarce kodów RFID, nakładce na tablet i kolejne pieniądze na wdrożeniu, a potem szkoleniach i utrzymaniu systemu.

MAŁE LOKALE CHCĄ OSZCZĘDZAĆ

W segmencie gastronomii, poza dużymi sieciami, zapotrzebowanie na systemy IT ogranicza niechęć do ponoszenia kosztów, ale także duża rotacja lokali. Nowy właściciel na początek dąży do jak najszybszego zwrotu z inwestycji, więc niechętnie wydaje więcej, niż musi. Kiedy biznes mu nie wyjdzie, w to samo miejsce przychodzi inny przedsiębiorca, który często ma podobne podejście do innowacji. Ponadto trudno namówić mały lokal na wydanie większej kwoty niż na kasę fiskalną, skoro jego menu jest ograniczone do kilku pozycji (np. kebabów, zapiekanek, gofrów, lodów).

Znaczenie ma także sezonowość w tym biznesie. Zwłaszcza w okresie wakacyjnym w miejscach, gdzie jest wzmożony ruch turystyczny, przedsiębiorcy są raczej niechętni do wprowadzania zmian, obawiając się problemów w szczycie sezonu. Na większy popyt można liczyć po wakacjach. Ponadto w mniejszych miejscowościach, gdzie poza latem jest mało gości, również trudniej o potencjalnych klientów, gotowych zainwestować w rozwiązania informatyczne w gastronomii.

Można też wyodrębnić inną grupę klientów: osoby, które nie mając wcześniej do czynienia z hotelarstwem i gastronomią,

**JUSTYNA
WŁODARCZYK**
Product Manager, Comarch SFA



Popyt na rozwiązania IT w branży HoReCa dynamicznie rośnie. Według danych Statista w ostatnich latach branża hotelarsko-gastronomiczna stanowi najszybciej rozwijający się sektor rynku w Europie i na świecie. Jednak duże sieci zdecydowanie częściej wykorzystują pojawiające się na rynku nowoczesne technologie, takie jak beacony. Mniejsze przedsiębiorstwa napotykać na problemy finansowe. Zakup innowacyjnych systemów IT jest poza ich zasięgiem.

otwierają restaurację czy bar, przekonane, że to prosty biznes. Tacy właściciele często nie zdają sobie sprawy, jak funkcjonuje taki lokal i czego tak naprawdę potrzebują. W takim przypadku doświadczony reseller może wykazać się kompetencjami – nierzadko większymi niż właściciel – i wskazać na potencjalne problemy oraz sposób ich rozwiązania. Warto przy tym powoływać się na przykłady z okolicy („bar X na sąsiedniej ulicy ma taki a taki system, działa już od X lat i ciągle ma klientów”). W każdym razie integrator działający w branży gastronomicznej powinien wiedzieć, gdzie otworzy się nowy lokal albo czy dojdzie do zmiany właściciela, i zawczasu przygotować się do wykorzystania takiej informacji.

Istnieją oczywiście również takie miejsca, w których właściciele są skłonni wymienić już zainstalowany system. W większości to pojedyncze lokale, bo w sieciach, zwłaszcza dużych, taka wy-

miana oznacza spore koszty. Poza tym w przypadku międzynarodowych przedsiębiorstw decyzje w tej sprawie nierzadko zapadają poza Polską. Dotyczy to zwłaszcza lokali gastronomicznych, które mają bogate, często zmieniające się menu, własną kuchnię i rozbudowane zaplecze lub dużą powierzchnię. Oprócz typowych restauracji potencjalnymi klientami są również pizzerie, ze względu na mnogość używanych składników i rodzajów pizzy (tym bardziej że klient ma z reguły możliwość zmiany pojedynczych dodatków). Właściciele pizzerii nierzadko muszą zapanować nad obsługą zamówień i dostaw do klientów w domach i mieszkaniach.

Kolejną grupą klientów, którym raczej trudno obejść się bez rozwiązań informatycznych, są sieci lokali, także te mniejsze. Ta kategoria przedsiębiorstw także jest bardziej zainteresowana wdrożeniami. Warto też zwrócić uwagę na lokale i ośrodki wypoczynkowe finansowane przez gminy, które mogą uzyskać środki unijne na inwestycje. Z doświadczeń poprzednich sezonów wynika, że dysponując grantami, gminy są skłonne do zakupu sprzętu i systemów z wyższych półek cenowych.

Tak czy inaczej, integrator, który chce się liczyć na tym rynku, powinien zainwestować w szkolenia certyfikujące u dostawców oprogramowania i sprzętu lub zatrudnić fachowców mających doświadczenie na rynku HoReCa. Szczególnie trudno funkcjonować na nim firmom IT bez uprawnień serwisowych, dotyczących zarówno sprzętu, jak i aplikacji. Takie kompetencje umożliwiają szybką, fachową pomoc w razie problemów, na co integrator powinien być przygotowany organizacyjnie. Najlepiej mieć w zespole specjalistę, który o każdej porze jest w stanie zająć się naprawą zgłoszonej usterki. Dla klientów szybki czas interwencji to kluczowa sprawa, zwłaszcza że lokale gastronomiczne i hotele działają także w późnych godzinach wieczornych. Warto też pamiętać, że na rynku systemów do obsługi hoteli i gastronomii działają deweloperzy oprogramowania, którzy wdrożenia przeprowadzają zarówno sami, jak i we współpracy z resellerami. W każdym takim przypadku trzeba sprawdzić, czy

Klienci z potencjałem wzrostu

- hotele 3-gwiazdkowe
- lokale gastronomiczne o rozbudowanym menu, dysponujące własną kuchnią i kelnerami
- pizzerie

Być doradcą klienta

W przypadku systemu z monitorami kasowymi istotne jest ich rozmieszczenie. Warto dowiedzieć się, gdzie wygodniej jest kelnerom wpisywać zamówienia do systemu i drukować rachunki, np. przy barze (wtedy wystarczy jeden monitor) czy też na sali (tam można zainstalować kolejny).

dana firma przypadkiem nie konkuruje ze swoimi partnerami.

ARGUMENT: PRZYSPIESZENIE PROCESÓW I ANALIZA

Uproszczenie i przyspieszenie pracy, zmniejszenie kosztów i poprawa obsługi klienta – to kwestie, które powinny być ważne dla większości właścicieli lokali hotelowych i gastronomicznych. Aby jednak rzeczowo o tym z nimi rozmawiać, trzeba znać realia poszczególnych typów biznesu. Przykładowo w sektorze restauracyjnym poszczególnym daniom trzeba przypisać kody PLU, potrzebne do ewidencji sprzedaży. Przy każdej zmianie standardowego zestawu (np. klient chce schabowego z ogórkami, a nie kapusta) najlepiej przypisać danie nowy kod. W systemie można takie zmiany zaprogramować, podczas gdy bez niego pracownicy muszą wpisywać kody ręcznie, co zabiera czas i rodzi ryzyko pomyłek. Jeśli reseller widzi, że w jakimś lokalu pani

Integrator zarabia na...

...sprzedaży sprzętu,
...wdrożeniu,
...szkoleniach,
...serwisie i monitoringu systemu.

przy kasie z kartek wpisuje nowe kody, to jest to potencjalny klient.

Systemu sprzedażowego może potrzebować restaurator zwłaszcza wtedy, gdy w lokalu często zmienia się personel (co w gastronomii jest częstym zjawiskiem), a nowego pracownika trzeba uczyć wszystkiego od początku. Warto podkreślać, że system sprzedażowy umożliwia sprawną ewidencję obrotu przy modyfikacjach receptur i menu, a także rotacji załogi w restauracji.

Lokale rzadziej decydują się na system zaplecza (magazynowy), który obsługuje dostawy i pracę kuchni. Chyba że mamy do czynienia z restauracjami, które dys-

ponują kuchnię z prawdziwego zdarzenia (a nie mikrofalówką, w której odgrzewa się potrawy) i kelnerami. Warto zaznaczyć, że instalując taki system, przedsiębiorca ograniczy straty związane z marnotrawstwem lub celowym zabieraniem produktów przez pracowników. Będzie miał też dostęp do analiz, jakie potrawy i kiedy są najczęściej zamawiane, co umożliwi lepsze dostosowanie menu do realnego popytu. Przykładowo system pomoże skorelować wielkość dostaw z ilością dań, które można przyrządzić, mając do dyspozycji zakupione produkty. Gdy więc kucharz zrobi 50 kotletów z 50 kg fileatów drobiowych, nieprawidłowość automatycznie zostanie zasygnalizowana menedżerowi placówki.

W gastronomii powinno poza tym rosnąć zapotrzebowanie na systemy kolejkowe i przywoławcze. Zamiast pani wychylającej się z okienka z okrzykiem „numerek 10 poproszę!”, goście mogą dostać czipy, które świecą, gdy danie jest gotowe. Innym sposobem jest ekran, na którym wyświetlają się numery klientów. ■

ZyXEL

Masz wybór...



ZyXEL. Zawsze pełna moc.

Gwarancja Wireless Expert



WAC6103D-I

Punkt dostępowy 802.11ac z podwójnie zoptymalizowaną anteną 3x3

220 €*

www.zyxel.pl

* Promocyjna Cena Resellerska bez VAT dla czytelników CRN. Oferta jest ograniczona czasowo. ZyXEL zastrzega sobie prawo do zmiany jej warunków.



Fot. © tashatuwango - Fotolia.com

Start-upy dla biznesu

Slack, Dropbox czy Evernote to doskonale znane wszystkim start-upy, z których usług korzystają powszechnie zarówno użytkownicy domowi, jak i pracownicy wielu firm. W poniższym zestawieniu prezentujemy godne uwagi projekty, które powstały z myślą o użytkownikach biznesowych.

DARIUSZ HAŁAS

Start-upy od strony czysto technicznej to po prostu firmy, które rozpoczynają działalność. Ich celem jest – jak w przypadku większości firm, również tych zaślaniających się szczególną misją, generowanie zysku. W przeciwieństwie jednak do jednostek biznesowych zbudowanych w oparciu o reguły klasycznej ekonomii i bazują-

cych na znanych od dawna strategiach prowadzenia biznesu, start-upy cechuje z jednej strony mniejszy nakład inwestycyjny wymagany do uruchomienia działalności, z drugiej znacznie większe ryzyko wynikające z nieszablonowego podejścia do prowadzonego biznesu. Start-up to firma z pomysłem, ważne tylko czy udanym.

>>>>>

MEDALLIA
www.medallia.com

<<<<<

To jeden z najstarszych start-upów w niniejszym zestawieniu, firma powstała w 2001 r. i od początku działalności specjalizuje się w opracowywaniu i wdrażaniu specjalistycznego oprogramowania oferowanego w modelu SaaS. Są to głów-

nie rozwiązania klasy CEM (Customer Experience Management), do analizy potrzeb klientów za pośrednictwem praktycznie dowolnego środka przekazu: stron internetowych, sieci społecznościowych, urządzeń mobilnych, a także istniejących kanałów komunikacji z klientami. W połowie ubiegłego roku start-up ten doczekał się dokapitalizowania ze strony funduszu Sequoia Capital, jednego z największych graczy na rynku funduszy venture capital.

»»»»»» <<<<<<<<
QUALTRICS
www.qualtrics.com

Ten start-up oferuje przede wszystkim specjalistyczne oprogramowanie przeznaczone do badania zachowań i reakcji klientów, prowadzenia analiz rynkowych, a także zarządzania zasobami ludzkimi w firmie. Qualtrics chwali się długą listą klientów korporacyjnych. Z jego usług korzystają np. Boeing, Pfizer czy Microsoft, a także wiele renomowanych placówek edukacyjnych (m.in. Harvard University).

»»»»»» <<<<<<<<
PULSATE
www.pulsatehq.com

Irlandzki podmiot oferujący usługi w chmurze polegające na zarządzaniu beaconami, czyli małymi nadajnikami umożliwiającymi świadczenie usług lokalizacyjnych wewnątrz budynków czy przekazywanie określonych informacji użytkownikom w danym miejscu. Pulsate to firma nastawiona przede wszystkim na zwiększenie efektywności wykorzystania beaconów w punktach sprzedaży. Pomaga w realizowaniu idei „marketingu w czasie rzeczywistym”.

»»»»»» <<<<<<<<
SKYGIRAFFE
www.skygiraffe.com

Coraz więcej firm decyduje się na opracowanie własnej aplikacji mobilnej, np. w celu zwiększenia efektywności sprzedaży, zapewnienia lepszej komunikacji z klientami czy ciekawszej prezentacji oferty. Jednak nie każda firma dysponuje własnym zapleczem programistycznym, które umożliwia opracowanie mobilnej aplikacji. SkyGiraffe to założony w 2012 r. izraelski start-up specjalizu-

jący się w usługach dla biznesu, a ściślej w tworzeniu spersonalizowanych aplikacji mobilnych na zlecenie, związanych z obsługą sprzedaży, zarządzaniem relacjami z klientami, kontrolą zamówień czy zarządzaniem zasobami ludzkimi. Pomysł SkyGiraffe znalazł uznanie wśród szefów funduszy venture capital takich jak Trilogy Equity Partners, Microsoft Ventures czy 500 Start-ups. Przedstawiciele SkyGiraffe podkreślają, że ich siłą jest szybkość działania, na co zwracają uwagę hasłem zamieszczonym w witrynie projektu: „We make enterprise mobility a reality... in a single day”. Aplikacja gotowa w jeden dzień, wobec jakże częstego rozwleczenia projektów informatycznych – to musi robić wrażenie.

»»»»»» <<<<<<<<
FIELDBOOK
www.fieldbook.com

Najpopularniejszy na świecie arkusz kalkulacyjny – Excel – jest często wykorzystywany jako program do zarządzania danymi, a nie do wykonywania obliczeń. Twórcy założonego w San Francisco start-upu Fieldbook zauważyli ten paradoks i postanowili opracować narzędzie skierowane właśnie do osób używających arkusza kalkulacyjnego w celach, które powinny być realizowane za pomocą narzędzi do przetwarzania baz danych. Śledzenie przychodów ze sprzedaży czy też jakichkolwiek innych danych, które powinny być monitorowane, jest w Fieldbooku bardzo proste. Łatwość posługiwania się narzędziami dla biznesu zbudowanymi przez twórców Fieldbooka docenili również zarządzający funduszami venture capital, inwestując w ten start-up w ubiegłym roku 500 tys. dol.

»»»»»» <<<<<<<<
RAIN
www.rainlocal.com

Prowadzenie działalności handlowej bez reklamy jest cokolwiek trudne. Niełatwe okazuje się również dotarcie z przekazem reklamowym do właściwej grupy klientów. W przypadku mniejszych firm, działających na rynku lokalnym, jest to tym trudniejsze, że nie stać ich na kampanie proponowane przez duże media, a z kolei na rynku lokalnym może być zbyt

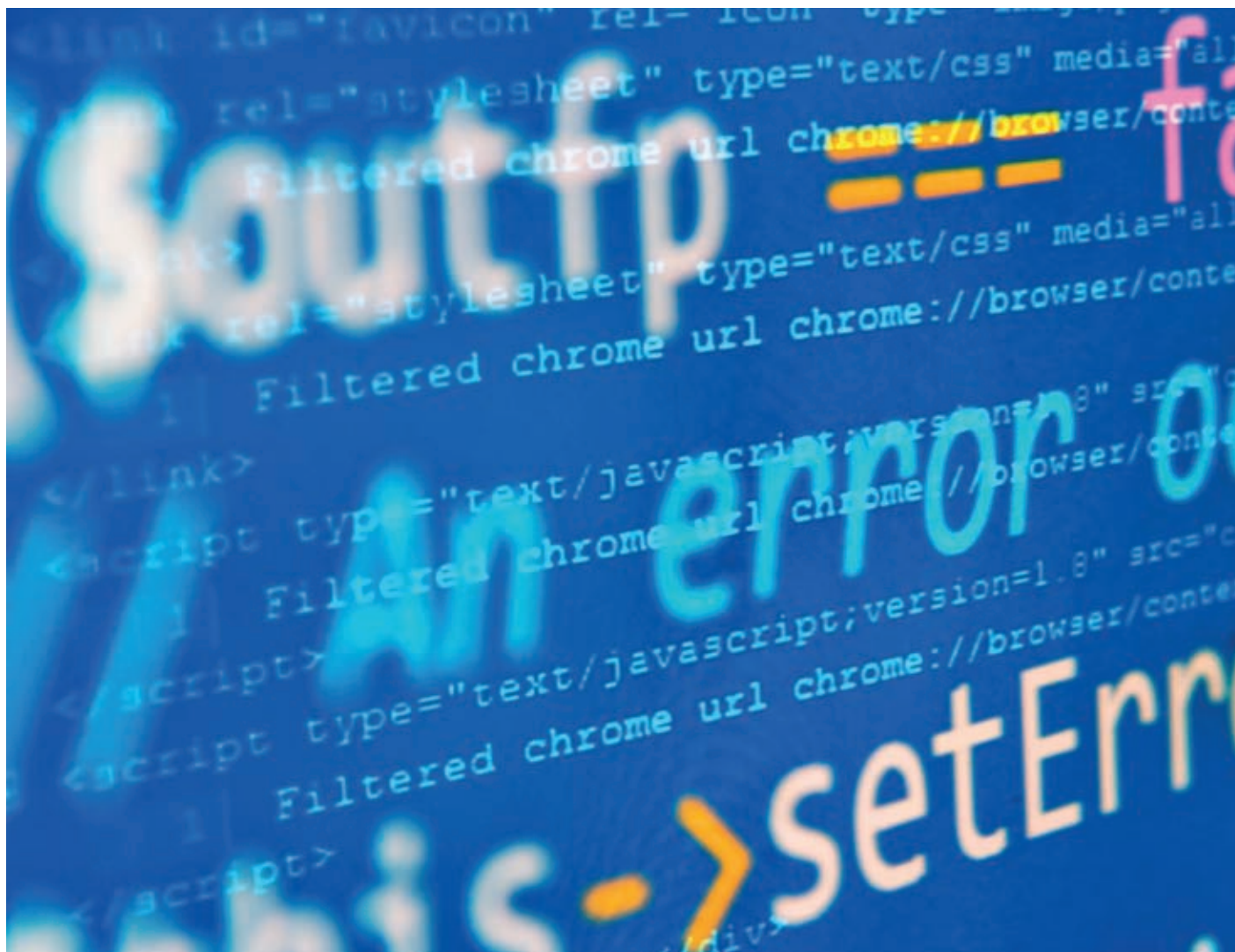
mało nośników reklamy, by zapewnić odpowiednie rezultaty. Pomysł założycieli Rain polega na budowie sieci reklamowej, w której treści przekazywane są na urządzenia mobilne za pośrednictwem wielu serwisów i aplikacji mobilnych z jednoczesnym ograniczeniem terytorialnym ich emisji. Rain to kolejne przedsięwzięcie wspierane przez 500 Start-ups.

»»»»»» <<<<<<<<
DEEM
www.deem.com

Deem to start-up działający w chmurze, w modelu CaaS (Commerce-as-a-Service). Firma jest jednym z „jednorożców”, czyli start-upów o wartości przewyższającej miliard dolarów – aktualna wycena Deem wynosi ok. 1,4 mld dol. Głównym zadaniem realizowanym przez tę firmę jest dostarczanie usług dla biznesu pomocnych w analizie, a następnie zmniejszaniu kosztów działalności. Funkcjonalność rozwiązań proponowanych przez Deem obejmuje również narzędzia typu CRM (oprogramowanie do zarządzania relacjami z klientami).

»»»»»» <<<<<<<<
INSIDESALES
www.insidesales.com

Największą siłą start-upu InsideSales jest Neuralytics – samouczący się, predykcyjny silnik analityczny zbudowany z wykorzystaniem sieci neuronowych. Jak zapewnia InsideSales, ich rozwiązanie umożliwia znaczne zwiększenie poziomu sprzedaży dzięki rekomendacjom wygenerowanym w wyniku szczegółowej analizy danych oraz dodatkowym usługom będącym również wynikiem zaawansowanej technologii analitycznej. Cała platforma „przyśpieszania sprzedaży”, jak ją nazywają przedstawiciele InsideSales, składa się z wielu modułów, m.in. do śledzenia i analizy komunikacji kanału sprzedaży, predykcyjnej analizy procesu rekrutacji do działów sprzedaży czy systemów motywacyjnych opartych na mechanice gier. Generalnie podejście InsideSales można wyrazić zdaniem: przez naukę i technologię do sukcesu w biznesie. Rozwiązanie współpracuje z wieloma popularnymi systemami CRM (m.in. SAP, Salesforce, Microsoft Dynamics, Oracle). ■



Wady systemu informatycznego *a możliwość odstąpienia od umowy*

Zamawiając wdrożenie oprogramowania, klient oczekuje przede wszystkim, że będzie ono działało poprawnie. Powtarzające się błędy i inne wady mogą w praktyce uniemożliwić sprawne korzystanie z systemu. Jednakże nie w każdym przypadku wystąpienie błędów uzasadnia odstąpienie od umowy.

AGNIESZKA WACHOWSKA, JOANNA JASTRZĄB



wywołuje jedynie skutek w odniesieniu do części umowy, np. jednego ze świadczeń (dajmy na to pakietu szkoleń w ramach wdrożenia).

Zasadnicze znaczenie dla możliwości skorzystania z uprawnienia do odstąpienia od umowy z powodu ujawnienia wad w systemie ma moment ich ujawnienia, czyli stan prac nad systemem w chwili wykrycia wad. Odmiennie są bowiem uprawnienia zamawiającego w trakcie prac nad systemem, jeszcze przed jego odbiorem, od tych po jego ukończeniu i odebraniu. Jednocześnie trzeba zaznaczyć, że nie powinno się utożsamiać momentu przekazania oprogramowania zamawiającemu z jego odbiorem. Odbiór systemu powinien stanowić świadomą decyzję zamawiającego: że akceptuje on system w wersji mu przekazanej i potwierdza jego przyjęcie, tj. zasadniczą zgodność zamówionego systemu z umową.

Redagując umowę, strony mają dużą swobodę w ustalaniu znaczenia oraz zasad odbioru dzieła. Możliwe jest uzależnienie dokonania odbioru od niestwierdzenia żadnych wad lub np. niestwierdzenia wad istotnych czy krytycznych. Jeżeli inaczej tej kwestii nie uregulujemy, to w razie milczenia zamawiającego, zgodnie z art. 55 ust. 4 ustawy o prawie autorskim, utwór uważa się za przyjęty, jeśli zamawiający nie zawiadomi wykonawcy w ciągu sześciu miesięcy o jego przyjęciu (bez lub z zastrzeżeniami) bądź odmowie przyjęcia.

Chociaż moment odbioru ma kluczowe znaczenie dla ukształtowania uprawnień zamawiającego, szczegółowa procedura z nim związana nie zawsze jest precyzyjnie określana w umowach. Aby wykluczyć wszelkie wątpliwości, pożądane jest określenie jednoznacznej procedury odbioru i posługiwanie się dokumentami, np. piśmennymi protokołami odbiorów, które zawierają datę akceptacji (odbioru) utworu – w pełni lub pod pewnymi warunkami.

ODSTĄPIENIE W TRAKCIE TWORZENIA SYSTEMU

W takim przypadku – z uwagi na to, że oprogramowanie stanowi również utwór w rozumieniu prawa autorskiego – może powstać wątpliwość, czy do oprogramowania tworzono na zamówienie →

Możliwość skorzystania z tego skrajnego uprawnienia zamawiającego będzie uzależniona przede wszystkim od zawartej umowy wdrożeniowej, a także od tego, kiedy wady w oprogramowaniu zostaną ujawnione. W praktyce złożenie jednostronnego oświadczenia o odstąpieniu od umowy powoduje, że umowa traktowana jest jako niezawarta. Odstąpienie różni się zatem od wypowiedzenia umowy tym, że rzutuje nie tylko na przyszłość, ale także na przeszłość.

W związku z tym strony zobowiązane są do zwrotu wszelkich świadczeń, które od siebie otrzymały w toku wykonywania umowy. Co istotne, nie jest wykluczone, aby strony dokładnie zdefiniowały skutek odstąpienia, przewidując chociażby, że odstąpienie z określonych przyczyn

BEZPŁATNA PRENUMERATA

Korzystaj z naszej wiedzy i rozwijaj swój biznes z CRN Polska,

najlepiej poinformowanym pismem B2B IT!



Załącz konto na stronie CRN.pl

wypełniając odpowiedni formularz

Prenumerata jest aktualna przez 12 miesięcy.

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



Więcej informacji:

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

→ znajdują zastosowanie przepisy kodeksu cywilnego właściwe dla zamawiania wszelkich dzieł czy regulacje prawa autorskiego właściwe dla zamawiania utworów. Mając na uwadze to, że zamawiane oprogramowanie będzie elementem dzieła w postaci wdrożenia oprogramowania, a także stanowić będzie utwór prawnautorski, warto przytoczyć obie, dosyć zbliżone regulacje w tym zakresie.

Zgodnie z art. 55 prawa autorskiego odstąpienie przed odbiorem utworu jest możliwe w przypadku wystąpienia usterek, pod warunkiem wcześniejszego wyznaczenia twórcy odpowiedniego terminu na ich usunięcie i jego upływu. W razie braku odmiennych postanowień umownych powyższe uprawnienie przysługuje zamawiającemu jedynie do chwili przyjęcia utworu, a więc dokonania jego odbioru, z którą to chwilą wygasa. Niezależnie od powyższego, jeśli dostarczone oprogramowanie będące utworem ma wady prawne, to zgodnie z art. 55 ust. 2 prawa autorskiego zamawiający w każdym czasie może od umowy odstąpić i żądać naprawienia poniesionej z tego tytułu szkody.

Również przepisy kodeksu cywilnego uzależniają możliwość odstąpienia od umowy o dzieło w przypadku wykonywania dzieła w sposób wadliwy lub sprzeczny z umową od wezwania wykonawcy do jej prawidłowej realizacji i wyznaczenia odpowiedniego terminu na zmianę sposobu wykonywania umowy. Dopiero brak takiej zmiany w wyznaczonym przez zamawiającego terminie upoważnia go do odstąpienia od umowy z powodu nieusuniętych wad. Aby nie pojawiły się wątpliwości, co uznawane będzie za wadliwe lub sprzeczne z umową, tzn. co będzie traktowane jako „wada oprogramowania” uprawniająca zamawiającego do odstąpienia, jak również jaki termin strony uznają za „odpowiedni”, warto dookreślić dopuszczalne przesłanki, a także procedurę, która musi zostać przeprowadzona, aby z takiego uprawnienia skorzystać.

MOŻLIWOŚĆ ODSTĄPIENIA PO ODBIORZE SYSTEMU

Przesądzenie, jakie przepisy są właściwe na etapie prac nad systemem (prawo autorskie czy kodeks cywilny), ma zna-

czący wpływ na uprawnienia zamawiającego po jego odbiorze. W tym zakresie doktryna prawna nie jest jednoznaczna. Z jednej bowiem strony dostarczane w ramach wdrożenia oprogramowanie stanowi utwór, co przemawia za stosowaniem przepisów prawnautorskich, czego skutkiem jest wygaśnięcie uprawnień zamawiającego do naprawy usterek z chwilą odbioru utworu (art. 55 ust. 3). Z drugiej strony dostarczenie oprogramowania następuje w ramach umowy wdrożeniowej, stanowiącej zwykle umowę o dzieło, dla której przepisy kodeksu cywilnego ustanawiają rękojmię za wady.

Jeśli wady w oprogramowaniu wynikają z błędnie wykonanego dzieła, jakim jest wdrożenie, wówczas do wad takich stosuje się przepisy kodeksu cywilnego. Obecnie obowiązujące przepisy (art. 560 par. 1 w zw. z art. 638 par. 1 k.c.) uprawniają zamawiającego do odstąpienia od umowy o dzieło już po jego odbiorze w okresie rękojmi za wady, jeśli wady te są istotne. Ponadto skorzystanie z takiego uprawnienia w razie wystąpienia istotnych wad w okresie rękojmi jest możliwe jedynie pod warunkiem, że po zgłoszeniu wad wykonawca nie usunie ich niezwłocznie i bez nadmiernych niedogodności dla zamawiającego.

Powyżej opisane uprawnienie dotyczy ustawowej rękojmi. Częstą praktyką jest jednak udzielanie przez wykonawcę gwarancji na usuwanie wad i usterek na szczegółowych zasadach określonych w umowie. Nie ma przy tym przeszkód, aby strony w ramach udzielanej gwarancji wyłączyły uprawnienia z rękojmi, a także aby przewidziały dodatkowe uprawnienie do odstąpienia, np. w wypadku nieusunięcia wad w określonym terminie czy braku płatności wynagrodzenia za gwarancję. Ważne, aby te uprawnienia szczegółowo opisać w umowie.

CO UZNAĆ ZA WADĘ OPROGRAMOWANIA?

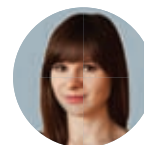
Kluczowe dla dopuszczalności odstąpienia od umowy jest wystąpienie wad lub usterek – konieczne staje się więc ustalenie zakresu tych pojęć. Definicja pierwszego z nich została ujęta w kodeksie cywilnym, gdzie wyróżniono wady fizyczne (których odpowiednikiem w prawie

autorskim są właśnie usterki) oraz prawne. Trzeba przy tym zauważyć, że wady fizyczne, mimo swojej nazwy, dotyczą także przedmiotów niematerialnych, a tym samym oprogramowania.

Zgodnie art. 556 k.c. wady fizyczne „polegają na niezgodności rzeczy sprzedanej z umową”. Przepis ten ma zastosowanie także do umowy o dzieło, na mocy art. 638 par. 1 k.c. Dookreślając to pojęcie, ustawa wskazuje na brak właściwości, które ta rzecz powinna mieć ze względu na cel umowy lub o których istnieniu zapewnił wykonawca, ewentualnie wydano ją w stanie niepełnym. Przykładowo, jeśli użytkownik zamówił system CRM, który w założeniu miał usprawnić jego kontakty z klientami, a którego moduł umożliwiający wysyłanie do nich wiadomości nie funkcjonuje poprawnie, można mówić o jego wadzie fizycznej.

Z kolei wady prawne oprogramowania dotyczyć będą sytuacji, kiedy wykonawca nie miał prawa nim dysponować, modyfikować go lub sprzedawać, gdyż wykorzystał cudze oprogramowanie, nie nabywając do niego autorskich praw majątkowych.

Podsumowując, przepisy i piśmiennictwo nie przesądzą jednoznacznie, czy w przypadku wystąpienia wad oprogramowania należy stosować regulację prawnautorską czy wynikającą z kodeksu cywilnego. Stąd w razie wadliwości systemu mogą pojawiać się wątpliwości co do tego, w jakim zakresie zamawiający uprawniony jest do odstąpienia od takiej umowy. Co więcej, przepisy regulujące możliwość odstąpienia od umowy zarówno na etapie jej realizacji i odbiorów, jak i w okresie rękojmi za wady są bardzo ogólne i nieprecyzyjne. Z powyższych względów, mając dodatkowo na uwadze poważne i daleko idące skutki odstąpienia od umowy – rekomendowane jest kompleksowe uregulowanie tego zagadnienia w umowie.



AGNIESZKA WACHOWSKA – RADCA PRAWNY,

JOANNA JASTRZĄB – APLIKANT RADCOWSKI (KANCERLARIA TRAPLE, KONARSKI, PODRECKI I WSPÓLNICY).



Samsung zrobił swoje...

...ALE NIE MOŻE TAK PO PROSTU ODEJŚĆ.
ZWŁASZCZA JEŚLI MOWA O WIRTUALNEJ RZECZYWISTOŚCI.

KONSTANTY MŁYNARCZYK

Samsung zobaczył przyszłość. Przyszłość była pełna ludzi z dziwnymi goglami zakrywającymi oczy, zanurzonych bez reszty w wirtualnych światach: grających w gry, zwiedzających miejsca, w które nigdy nie pojadą, albo oglądających swoje własne wirtualne wspomnienia z wakacji. Samsung uwierzył w tę wizję i postanowił, że zrobi wszystko, aby na większości gogli przyszłości widniało właśnie jego logo.

Dla wielu osób wyglądało to niezrozumiale, wręcz absurdalnie: partnerstwo z Oculusem, potężne inwestycje w treści VR, globalne akcje marketingowe... I wszystko to po co? Żeby sprzedać kilka par gogli kosztujących ponad pół tysiąca złotych, działających z jednym tylko modelem smartfonu, za który trzeba zapłacić kolejne trzy tysiące? Szaleństwo! Samsung jednak był konsekwentny i cierpliwy. Na rynku pojawiały się kolejne iteracje Gear VR, coraz bardziej dopracowane i zarazem coraz tańsze, rosła też gama współpracujących z nimi smartfonów. Koreańczycy wciąż jednak nie atakowali masowego rynku – zamiast szukać za wszelką cenę sposobów na obniżenie kosztów, stawiali przede wszystkim na jakość doświadczania wirtualnej rzeczywistości.

Tymczasem reszta świata bawiła się kartonowymi goglami i tylko niektórzy gracze zaczęli zauważać coraz wyraźniej rysującą się „wirtualną” przyszłość oraz gorączkowo myśleć, jak można by zapewnić sobie w niej miejsce. Samsung miał kolosalną przewagę, którą potwierdził, dodając kolejny kluczowy element: kamerę Gear 360. Jej popularyzacja sprawi, że nawet niezainteresowani grami użytkownicy znajdą zastosowanie dla gogli VR i zapragną je mieć, żeby móc pokazywać znajomym zdjęcia z wakacji w sposób, który zupełnie zmienia wrażenia z oglądania. Do zbudowania przyszłości ze swojej wizji pozo-

stał Samsungowi już tylko ostatni krok – obniżenie cen tak, żeby zestawy VR stały się dostępne dla większej grupy użytkowników. I wtedy na scenę wkroczył Google.

Od dłuższego czasu zastanawiające było, czemu swoich gogli VR nie pokazuje najpoważniejszy rywal Samsunga – chiński Huawei. Odpowiedź okazała się prosta. Huawei, wraz ze wszystkimi liczącymi się na rynku firmami produkującymi smartfony z Androidem, był partnerem projektu Google Daydream – platformy VR pod każdym względem dorównującej tej rozwijanej przez Samsunga, ale z przeogromnym potencjałem polegającym na jej otwartości oraz wsparciu firmy, która praktycznie jest „właścicielem” Androida. Biorąc pod uwagę liczbę zaangażowanych w projekt producentów, można bezpiecznie założyć, że w sprzedaży znajdzie się wiele zgodnych z nowym standardem VR telefonów i gogli, z których część będzie lepsza, a część zapewne tańsza niż rozwiązanie Samsunga.

Ostatnia przewaga samsungowego Gear VR – treści dostępne na platformie Oculus – może szybko stopnieć, kiedy programiści i twórcy zabiorą się za projekty dla Daydream’a. A zabiorą się, bo stoi za nim cały rynek androidowy. Bo Daydream ma szansę, ogromną szansę, stać się faktycznym standardem.

Jednak Samsung nie został na lodzie. Koreańska firma także jest partnerem projektu Daydream i też ma produkować zgodne z nim urządzenia. Ale budowana przez lata przewaga nagle gwałtownie straciła na znaczeniu. Przyznaję, że Samsung porwał mnie swoją wizją i zaimponował konsekwencją oraz uporem. I teraz jakoś mi żal...

Jednak Samsung nie został na lodzie. Koreańska firma także jest partnerem projektu Daydream i też ma produkować zgodne z nim urządzenia. Ale budowana przez lata przewaga nagle gwałtownie straciła na znaczeniu. Przyznaję, że Samsung porwał mnie swoją wizją i zaimponował konsekwencją oraz uporem. I teraz jakoś mi żal...

Daydream
może być
standardem.

AUTOR JEST REDAKTOREM NACZELNYM MIESIĘCZNIKA CHIP.



Fot. photobyMysluk.pl

S4E: coraz bardziej VAD

XVI konferencja Wiosenne Spotkania S4E z partnerami była okazją do rozmowy o transformacji IT i pokazem tego, jak w praktyce dystrybutor chce się do niej dostosowywać.

TOMASZ JANÓŚ

W otwierającym konferencję wystąpieniu Paweł Piętka, prezes S4E, wspomniał, że kilka lat temu zapytanie ofertowe dotyczyło głównie szczegółów technicznych, takich jak parametry dysków do macierzy. Jego zdaniem przy wyborze storage'u cała filozofia sprowadzała się wtedy do określenia, czy na przykład HDD mają mieć 10 czy 15 tys. obr./min. Zmiana postrzegania IT doprowadziła do tego, że komunikacja z klientem przeobraziła się w skomplikowany dialog, w którym trzeba prawidłowo ocenić potrzeby na poziomie baz danych i aplikacji, a dopiero na końcu jest mowa o konkretnym sprzęcie. Według

prezesa dystrybutor będzie rozwijać się w taki sposób, aby ułatwiać partnerom dostosowanie się do tych zmian, co umożliwi im generowanie większych dochodów. Ma to się odbywać m.in. przez poszerzenie oferty, przede wszystkim rozwiązań z segmentu bezpieczeństwa. Paweł Piętka zapowiedział też kilka nowych inicja-

tyw, które umożliwią partnerom łączenie produktów z oferty dystrybutora w kompleksowe rozwiązania, aby skuteczniej zaspokajać potrzeby klientów.

S4E zapowiada, że będzie kłaść szczególny nacisk na edukację partnerów, i to w dużo szerszym zakresie niż dotychczas. Dział S4EDU ma zapewniać nie tylko kompetencje technologiczne, ale także tzw. miękkie umiejętności związane z procesem sprzedaży. Odpowiadająca za kształt S4EDU Magdalena Włodarczyk tłumaczy, że ścieżka „Sales Academy” ma wprowadzać partnerów w tajniki technik sprzedażowych i autoprezentacji. Co ciekawe, w ramach szkoleń związanych z Huawei

Nagrodzeni partnerzy

Pion Commvault - **Bezpieczne IT, IT Partner**
 Pion EMC - **Comtegra, SoftData, Talex**
 Pion Huawei - **Intros, Koma Nord, Gumak**
 Pion Nutanix - **UpWare, Itelligence**
 Pion Quantum - **SoftData**
 Pierwsze wdrożenie rozwiązania Backupcube - **Synergy IT**

partnerzy mogą uczestniczyć w warsztatach poświęconych efektywnej komunikacji w biznesie z partnerem z Chin, aby różnice kulturowe nie przeszkadzały we współpracy.

– W naszym warszawskim ośrodku szkoleniowym dysponujemy salami treningowymi oraz – co najważniejsze – laboratoriami, w których partnerzy mogą zobaczyć, dotknąć, a nawet „wywrócić do góry nogami” systemy, jakie później będą wdrażane u klientów – tłumaczy Magdalena Włodarczyk.

Z kolei zespół S4Engineers, prowadzony od kilku miesięcy przez Arkadiusza Możdżenia, ma pomagać partnerom we wdrożeniach najbardziej skomplikowanych projektów, zapewniać serwis sprzedawanych rozwiązań na wymaganym poziomie oraz wsparcie projektowe na etapie proof of concept.

S4E ma też zamiar rozwijać kompetencje partnerów w zakresie data center. Będzie dostarczać im wiedzę o podstawach budowy centrum danych, o wypełnianiu go elementami pasywnymi i o tym, jak z sukcesem zamknąć wymagający projekt. Wsparcie dystrybutora ma obejmować także możliwość przeprowadzania przez partnerów optymalizacji energetycznej data center, znajdowania przyczyn zbyt dużego zużycia energii przez klientów oraz oferowania im na przykład rozwiązań wykorzystujących źródła energii odnawialnej, jakimi są panele fotowoltaiczne.

Ostatnie wymienione rozwiązanie w wielu, także zaskakujących zastosowaniach prezentował na konferencji Dawid Cycoń, CEO firmy ML System, polskiego producenta zintegrowanych systemów wykorzystujących ogniwa fotowoltaiczne. S4E chce zainteresować tą technologią partnerów, aby mogli łączyć ją z rozwiązaniami informatycznymi i brać udział między innymi w projektach związanych z „inteligentnymi miastami”.

WIOSENNE SPOTKANIA Z DOSTAWCAMI

Wiosenne Spotkania S4E umożliwiły integratorom kontakt z przedstawicielami dostawców i bliższe zapoznanie się z ich ofertą. Podczas konferencji prezentacje



Trzy pytania do...

PAWEŁ PIĘTKA, PREZESA S4E

CRN Zaczęliście od pamięci masowych i przez lata działalność S4E można było zamknąć w haśle: Storage for Enterprise. To się zmieniło...

PAWEŁ PIĘTKA Po włączeniu do naszego portfolio rozwiązań Huawei działamy w bardziej zaawansowanym modelu, w którym S4E oznacza Solutions for Enterprise. Zaczęliśmy uczestniczyć w coraz bardziej innowacyjnych projektach, korzystając z tego, że wielu innych dostawców ciekawych produktów nie bardzo wie, jak skutecznie dotrzeć z nimi do potencjalnych użytkowników.

CRN Jaki wy macie na to sposób?

PAWEŁ PIĘTKA Dam taki przykład: klient mówi, że chciałby stworzyć data center, ale nie ma pieniędzy i brakuje mu dofinansowania z funduszy unijnych. Co wtedy zrobić? Po sprawdzeniu szans na wsparcie unijne możemy wyjść od badania sprawności energetycznej budynku i na tej podstawie zaprojektować kompleksowo całą infrastrukturę, w tym np. farmy serwerów chłodzonych wodą. A następnie dodać do tego energię odnawialną i znaleźć taki program dofinansowania z EU, który może objąć nawet 85 proc. kosztów projektu. Co ważne, nie robimy tego bezpośrednio, ale jako support dla partnerów.

CRN Macie w swojej ofercie producentów, którzy na rynku mocno ze sobą konkurują. Jak sobie z tym radzicie?

PAWEŁ PIĘTKA W 2014 r. stworzyliśmy coś, od czego inni dystrybutorzy odchodzą – silosy produktowe. Mamy wewnętrzną konkurencję między pionierami biznesowymi, w których pracownicy są skupieni na jednym celu, jednym dostawcy i jednym planie motywacyjnym. Co ciekawe, wewnętrzna konkurencja nie doprowadziła do pokrywania się obszarów rynkowych, tylko do odkrywania nowych, z różnymi klientami i partnerami. W ten sposób działamy już półtora roku. Osiągnięty w 2015 r. 60-procentowy wzrost dochodów rok do roku potwierdził, że taka strategia ma rację bytu.

mieli trzech największych producentów z portfolio dystrybutora. Adam Wojtkowski, dyrektor generalny EMC Polska, komentował fuzję koncernu z Dellem, tłumacząc, że powstający w wyniku połączenia Dell Technologies staje się największą firmą infrastrukturalną nie tylko na świecie, ale i na polskim rynku. Jego zdaniem skala działania dostawcy, oferującego rozwiązania pamięci masowych, serwerowe i sieciowe, ułatwi partnerom rozwój ich biznesu.

Todd Liu, wiceprezes odpowiedzialny za kanał partnerski w Huawei Enterprise Business Group, zachęcał do współpracy, wskazując, że Huawei jest obecnie najszybciej rozwijającą się firmą w branży IT, która w dodatku dużą część swo-

ich zysków inwestuje w R&D. Z kolei Commvault, który według Gartnera jest liderem światowego rynku oprogramowania do backupu dla centrum danych, zaprosił na konferencję Jarosława Smulskiego z IDC, a ten tłumaczył zgromadzonym partnerom, że ogromny przyrost danych musi się przekładać na zwiększony popyt na rozwiązania do ochrony i analizowania gromadzonych informacji. Podczas konferencji partnerzy mogli też zapoznać się z ofertą i warunkami współpracy z takimi producentami jak: Quantum (rozwiązania do backupu i archiwizacji danych), Leviton (systemy okablowania strukturalnego) i Cool IT (techniki chłodzenia cieczą w centrum danych). ■



HPE liczy na *pomysłowość partnerów*

Przedsiębiorcy oczekują innowacji IT, które pozwolą im iść naprzód szybko i zgodnie z oczekiwaniami ich klientów. Dlatego zdaniem HPE integratorzy powinni stawiać na własną kreatywność.

KAROLINA MARSZAŁEK

Przedsiębiorcy przestają patrzeć na informatykę przez pryzmat poniesionych wydatków. Coraz częściej postrzegają technologie IT jako sposób na zwiększenie wydajności biznesu. Stają się one podstawą wprowadzania nowych usług i produktów na rynek. Obecnie głównym kryterium oceny projektów informatycznych jest czas ich wdrożenia oraz to, jak szybko przyniosą wymierne korzyści. Klienci biznesowi coraz częściej zadają też sobie pytanie, czy aktualnie wykorzystywana przez nich infrastruktura informatyczna sprosta nadchodzącym wyzwaniom. To wnioski z badania HPE, które przedstawiono uczestnikom czerwcowego roadshow zorganizowanego przez tego producenta – wspólnie z Intellem – we Wrocławiu, Krakowie,

Warszawie oraz Gdańsku pod hasłem „Partnership First”.

Zdaniem Rafała Słowińskiego z HPE rezultaty badania należy określić jako pozytywne zarówno dla samego producenta, jak i jego partnerów. Powstaje bowiem zapotrzebowanie na projekty, które dostawca określa mianem Nowego IT. Chodzi o wdrożenia, gdzie oprócz samej technologii ogromne znaczenie ma pomysł na jej wykorzystanie. Rafał Słowiński zwraca uwagę, że dziś nawet mała firma informatyczna jest w stanie wymyślić i – we współpracy z producentem – dostarczyć klientowi rozwiązanie, dzięki któremu zdoła on stosunkowo szybko zagrozić swojej bezpośredniej konkurencji, a nawet firmom dotychczas od niego silniejszym.

Przykładem tego typu podejścia jest chociażby Uber. Pod jego wpływem „stare” firmy już teraz zmieniają swój stosunek do biznesu. Wśród nich jest Airbus, który rozważa wprowadzenie usługi zamawiania helikopterów za pomocą „uberowej” aplikacji. Nie każdy przykład będzie tak spektakularny – wiele tego rodzaju wydarzeń da się zaobserwować na rynkach lokalnych.

HPE podkreśla, że zmiany związane z informatyką w przedsiębiorstwach dotyczą trzech podstawowych elementów: po pierwsze sposobu, w jaki jest ona wprowadzana do firmy (mowa tu o chmurze i kierunku everything as a service, a także trendach BYOD i mobility), po drugie tego, jak może ona zwiększyć wydajność procesów biznesowych (np. mobile



Trzy pytania do...

RAFAŁA SŁOWIŃSKIEGO, PEŁNIĄCEGO FUNKCJĘ POLAND EG INDIRECT AND SMB SALES DIRECTOR W HEWLETT PACKARD ENTERPRISE

CRN We współpracy z polskimi partnerami podkreśla pan ogromne znaczenie komunikacji. Czego przede wszystkim ma ona dotyczyć?

RAFAŁ SŁOWIŃSKI Pomysłów na innowacyjne wykorzystanie rozwiązań HPE u klientów. Mamy bogate doświadczenia wdrożeniowe spoza Polski. Chcemy się nimi dzielić z naszymi partnerami. Oni natomiast, znając potrzeby lokalnych przedsiębiorstw i ich możliwości, powinni umieć twórczo wykorzystać zagraniczne przykłady, wdrażając rozwiązania HPE u swoich klientów. Z drugiej

strony liczymy także na autorskie projekty polskich partnerów, którymi z kolei będzie można pochwalić się zagranicą.

CRN Czy polscy partnerzy HPE są gotowi na taką współpracę?

RAFAŁ SŁOWIŃSKI Tak. Mamy już przykłady polskich rozwiązań wpisujących się w to, co HPE nazywa Nowym IT. Jeden z naszych partnerów wymyślił model chmurowy dla usług R&D. Nigdy wcześniej się z tym nie spotkaliśmy.

CRN Nowe IT było motywu przewodnim pana wystąpienia. Jak w tym kontekście zmienia się rola specjalistów HPE współpracujących bezpośrednio z kanałem?

RAFAŁ SŁOWIŃSKI W pracy mojej, jak również innych specjalistów HPE, coraz większe znaczenie odgrywa inspirowanie integratorów do bardziej innowacyjnego myślenia i dzielenie się wiedzą. Chcemy udostępnić ją partnerom i zależy nam, żeby docelowo postrzegali oni takie działania jako dużą wartość, wspomagającą rozwój ich biznesu.

banking, Video on Demand), i wreszcie po trzecie kwestii nowego modelu biznesowego, który jest możliwy do zrealizowania dzięki nowym rozwiązaniom IT. Należy do nich chociażby druk 3D, który może zrewolucjonizować rynek części zamiennych. Jeśli te ostatnie będą odtwarzane na miejscu, zamiast sprowadzane z hurtowni, wpłynie to także znacząco na sektor transportu.

WIEDZA, PORTFOLIO, POMYSŁY

Zmiany, o których mówiono podczas roadshow „Partnership First”, zachodzą również w Polsce i mają wpływ na sposób współpracy z partnerami. Producent deklaruje, że zapewni im wiedzę o zre-

alizowanych wdrożeniach, którą można przełożyć na polskie warunki i zastosować. HPE liczy przy tym na innowacyjność polskich integratorów. Zdaniem przedstawicieli koncernu firmy IT muszą za punkt wyjścia przyjąć, że siłą napędową biznesu ich klientów jest pomysł na wykorzystanie informatyki w sposób, w jaki nikt do tej pory tego nie zrobił.

Mają w tym pomóc produkty z portfolio HPE, czego przykładem są rozwiązania Software Defined Storage. Maciej Kalisiak, Converged Infrastructure Solutions Architect, przekonywał uczestników roadshow, że jest to element, dzięki któremu można zapewnić użytkownikom szybkie wdrożenia, dużą skalowalność i ograniczenie kosztów. Natomiast

Piotr Zacharek, BCS Product Manager, podkreślał znaczenie systemów konwergentnych i hiperkonwergentnych, które stanowią alternatywę dla silosowej infrastruktury IT, zapewniając szybkie wdrożenie i łatwe zarządzanie. Dla mniejszych integratorów szczególnie atrakcyjne są systemy hiperkonwergentne, oferowane w postaci fabrycznie skonfigurowanego, gotowego do podłączenia i łatwego w utrzymaniu urządzenia. Uzupełnieniem wcześniejszych uwag o rosnącym znaczeniu mobilności w biznesie była z kolei prezentacja rozwiązań Aruba. Mocną stroną technologii tej marki jest możliwość stworzenia sieci czysto bezprzewodowej, bez włączania elementów kablowych. ■





BUILD Tour Warsaw

W ramach cyklu konferencji BUILD Tour eksperci Microsoftu odwiedzili osiem miast na całym świecie, w tym Warszawę.

DARIUSZ HAŁAS

Fakt, że stolica Polski znalazła się w gronie, do którego należą Amsterdam, Barcelona, Toronto, Londyn, Melbourne, San Francisco i Pune, to wyraźny sygnał ze strony Microsoftu, że nasz rynek stanowi ważny punkt na globalnej mapie branży IT, a jednocześnie solidne zaplecze edukacyjne dla przyszłych programistów. W końcu to właśnie z myślą o twórcach oprogramowania przeznaczonego do urządzeń mobilnych i desktopów organizowane są konferencje z cyklu BUILD Tour.

Prezentacje, które pokazywano w Warszawie, z oczywistych względów pokrywały się tematycznie z tym, co Microsoft zaprezentował podczas inauguracyjnej konferencji w San Francisco

(patrz: „Microsoft Build Developer Conference 2016”, CRN Polska nr 4/2016, str. 20). Nie było to jednak dokładne powtórzenie wcześniejszych wystąpień, co dobrze świadczy o randze warszawskiego wydarzenia.

W trakcie prezentacji otwierającej konferencję w Warszawie, którą prowadził Steve Teixeira, główny menedżer działu Windows Partner App Experience, wyraźnie zaznaczono podział rozwiązań technologicznych według stopnia ich ważności. Amerykańska korporacja, kojarzona na rynku konsumenckim (i nie tylko) głównie z systemem operacyjnym Windows, stawia w tej chwili przede wszystkim na rynek związany z produktami i usługami funkcjonującymi w chmu-

rze. Następne w „kolejce ważności” są biznesowe rozwiązania powiązane głównie z platformą Office, a dopiero w dalszej kolejności Microsoft koncentruje się na Windows.

Promowanie rozwiązań opartych na przetwarzaniu w chmurze wynika z ekonomicznych założeń rozwoju amerykańskiego giganta. Nie po to przez ostatnie lata koncern inwestował miliardy dolarów w rozmieszczone na całym globie centra danych, by pozostawały one niewykorzystywane. Według danych prezentowanych na warszawskiej konferencji ponad 85 proc. firm z listy Fortune 500 korzysta z takich usług, jak chociażby Azure, Power BI czy Microsoft Graph. Łącznie funkcjonuje już trzydzieści „Azure re-

gions”, czyli rozmieszczonych na całym świecie wielkich serwerowni Microsoftu. Pod tym względem firma Satyi Nadelli wyprzedza takich tuzów branży jak Google czy Amazon (łącznie).

Do chmury Azure miesięcznie zapisuje się ponad 120 tys. subskrybentów, 5 mln przedsiębiorstw korzysta z usług Azure Active Directory, zaś w chmurze Microsoftu funkcjonuje 1,4 mln baz SQL. Z kolei z pakietu biurowego Microsoft Office korzysta obecnie już ponad 1,2 mld użytkowników, a subskrybenci Office 365 Small Business, których miesięcznie przybywa o ponad 50 tys., rozesłali już za pomocą narzędzi Microsoft ponad 4 bln e-maili. Nie mogło również zabraknąć kilku liczb dotyczących Windows 10. Według zaprezentowanych przez Microsoft danych na świecie działa już ponad 350 mln urządzeń z tym systemem, przy czym chodzi o sprzęt używany regularnie, nie same tylko instalacje.

ROZWIĄZANIA DLA BIZNESU

Podczas konferencji zwracano szczególną uwagę na rozwiązania, które mogłyby usprawnić działanie biznesu. Z oczywistych względów większość z nich była ściśle powiązana z pracą programistów. Pierwsza z zaprezentowanych nowości dotyczyła usprawnienia pracy osób odpowiedzialnych za zarządzanie heterogenicznymi środowiskami sieciowymi i komputerowymi. Stało się to możliwe dzięki wprowadzeniu do Windows 10 popularnej, znanej z systemów Linux czy UNIX konsoli bash. Jej pełna nazwa to Bash on Ubuntu on Windows. Konsola ta nie tylko umożliwi korzystanie z wielu linuxowych poleceń, ale też daje dostęp do praktycznie wszystkich funkcji systemu. Nie jest to powłoka na maszynie wirtualnej, lecz aplikacja, która bezpośrednio działa w systemie Windows, znacznie poszerzająca profesjonalistom możliwości administrowania różnymi środowiskami.

Kolejnym zaprezentowanym rozwiązaniem był Project Centennial – zestaw narzędzi programistycznych umożliwiających zmianę klasycznych programów Win32 i .NET na platformę Windows w aplikacje UWP, które twórcy mogą umieszczać w Sklepie Windows.

Dotychczas liczba dostępnych w nim programów znacznie ustępowała liczbie aplikacji w konkurencyjnych „sklepach”, ale Microsoft liczy, że dzięki projektowi Centennial i bezpłatnemu programowi Desktop App Converter szybko pokona dzielący go od konkurencji dystans.

Czy jednak rozwiązanie to jest korzystne dla samych twórców? To zależy. W przypadku producentów oprogramowania, którzy już mają wypracowane ścieżki dystrybucji swoich produktów, niekoniecznie. Natomiast z pewnością mogą skorzystać na tym mniejsze firmy programistyczne, gdyż umieszczenie klasycznej aplikacji w Sklepie Windows uwalnia od pracochłonnej i kosztownej budowy sieci dystrybucyjnej.

Szczególnie ciekawym i perspektywicznym ruchem wykonanym przez Microsoft jest udostępnienie API do programowania usług kognitywnych.

FABRYKA BOTÓW I FUNKCJE KOGNITYWNE

Dość dużo czasu podczas warszawskiej konferencji poświęcono praktycznemu wykorzystaniu funkcji kognitywnych w oprogramowaniu (rozpoznawania głosu, tekstu, obrazu, translacji, automatycznej konwersacji itp.). Dobitym przykładem ich wykorzystania pokazanym w trakcie warszawskiego BUILD-a był tzw. Bot Framework, czyli gotowy zestaw narzędzi do budowy inteligentnych botów konwersacyjnych. Zadaniem programisty jest połączenie biznesowej logiki bota (czyli tego, co on dokładnie ma robić, np. prezentować ofertę handlową danej firmy) z udostępnianymi w ramach Bot Framework funkcjami, np. rozpoznawaniem głosu i tekstu, zapytań zadawanych w języku naturalnym czy też dodawaniem

interfejsu konwersacyjnego zgodnego z popularnymi komunikatorami (Skype, Facebook Messenger, Slack, Kik, a także SMS-y itp.). Możliwość tworzenia takich automatycznych asystentów, którzy są w stanie, dajmy na to, przez całą dobę, siedem dni w tygodniu prezentować w witrynie jakiegokolwiek firmy jej pełną ofertę handlową, dyskutując przy tym z potencjalnymi klientami – wydaje się atrakcyjna. Tym bardziej że twórcy takiego bota nie muszą dbać o tworzenie funkcji rozpoznawania tekstu, mowy i całej „inteligencji” konwersacyjnej. Te mechanizmy są już gotowe.

PROGRAMOWANIE KOGNITYWNE

Szczególnie ciekawym i perspektywicznym ruchem wykonanym przez Microsoft jest udostępnienie API do programowania usług kognitywnych. Oznacza to, że z technik wyrafinowanej analizy zbiorów danych, w tym zdolności rozpoznawania mowy, znaków, obiektów, dźwięku itp., może korzystać każdy zainteresowany nimi programista. Microsoft udostępnił Skype Bot Platform oraz Microsoft Bot Framework – narzędzia dla deweloperów do budowania programów-botów. Producent chce w ten sposób przekonać do swoich rozwiązań jak największą grupę twórców aplikacji – usługi Cognitive Services już działają (www.microsoft.com/cognitive-services) i są oferowane bezpłatnie.

Koncern z Redmond zaprezentował również bardzo rozbudowany zestaw narzędzi do analityki biznesowej (Business Intelligence), które można wykorzystywać i wbudowywać np. w witryny internetowe czy własne aplikacje. Rozwiązanie o nazwie Power BI Embedded umożliwi programistom wbudowywanie w tworzone aplikacje zaawansowanych narzędzi analitycznych i biznesowych systemów raportujących. Usługa Power BI Embedded może być wykorzystywana nie tylko przez programistów. Przykładowo interakcyjne raporty niewymagające pisania kodu jest w stanie stworzyć każdy zainteresowany użytkownik. Wystarczy, że skorzysta z udostępnianej przez Microsoft aplikację Power BI Desktop. ■

Brother: szybkie maszyny dla firm

Monochromatyczne laserowe urządzenia wielofunkcyjne – DCP-L6600DW, MFC-L6800DW i MFC-L6900DW – są przeznaczone dla grup roboczych. DCP-L6600DW umożliwia drukowanie, skanowanie i kopiowanie, a MFC-L6800DW i MFC-L6900DW także faksowanie.

Urządzenia charakteryzuje prędkość druku 46 str./min (w przypadku DCP-L6600DW i MFC-L6800DW) oraz 50 str./min (MFC-L6900DW). Wszystkie skanują z prędkością do 50 str./min (do 100 obrazów na minutę w trybie duplex). Maszyny działają w sieciach bezprzewodowych i przewodowych.

Modele MFC-L6800DW i DCP-L6600DW są oferowane w zestawie z tonerem umożliwiającym według producenta wydruk do 8 tys. stron, a MFC-L6900DW – do 12 tys. stron.

Sugerowane ceny detaliczne:

DCP-L6600DW – 3080 zł,

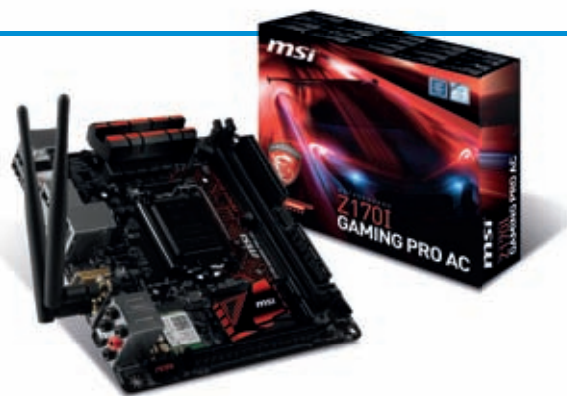
MFC-L6800DW – 3420 zł,

MFC-L6900DW – 4220 zł.

Gwarancja: 3 lata.



- **ABC DATA**, www.abcddata.pl
- **ACTION**, www.action.pl
- **FOR EVER**, www.for-ever.pl
- **TECH DATA**, www.techdata.pl



MSI: 5-gigahercowa płyta

Z170I Gaming Pro AC to pierwsza na rynku płyta główna, która przekroczyła 5000-megahercową barierę taktowania pamięci. Konstrukcja w formacie mini-ITX z czipsetem Intel Z170I (socket LGA 1151) umożliwia instalację modułów pamięci DDR4, dla których można ustawić prędkość taktowania do 5002,4 MHz. Taki wynik został osiągnięty z modułami G.Skill 4 GB. Przyspieszenie zapewnia oprogramowanie MSI DDR Boost. Płytę wyposażono w moduł sieciowy Gigabit LAN Intela z Audio Boost 3, Wi-Fi ac, interfejs SATA Express oraz Turbo M.2, a także m.in. złącza USB 3.1, USB 2.0, HDMI, DisplayPort.

Sugerowana cena detaliczna: 659 zł. Gwarancja: 2 lata.

- **AB**, www.ab.pl
- **ABC DATA**, www.abcddata.pl



Vivitek: 8-metrowy obraz

Projektor do kina domowego H1060 może wyświetlić obraz o przekątnej długości od 30 do 317 cali (76-805 cm). Natywna rozdzielczość projektor to Full HD, jasność – 3000 ANSI lumenów, a współczynnik kontrastu wyświetlanego obrazu wynosi 15 tys. : 1. Urządzenie jest kompatybilne z 3D DLP Link i Direct 3D (HDMI 1.4a). Umożliwia oglądanie trójwymiarowego obrazu zarówno z aktywnymi, jak i pasywnymi okularami.

Dwa wejścia HDMI zapewniają podłączenie dwóch źródeł obrazu. Dzięki funkcji MHL projektor może wyświetlać zdjęcia, filmy i inne treści bezpośrednio z urządzenia mobilnego (przez kabel). Żywotność lampy sięga 10 tys. godz.

Cena detaliczna brutto: 4059 zł. Gwarancja: 2 lata na urządzenie, 1 rok na lampę (lub 1 tys. godz. pracy).

- **VIDIS**, www.vidis.pl

Sharp: Big Pad

Monitor Big Pad PN-70TW3 to pierwszy ekran interaktywny Sharp'a (IFPD) ze zintegrowaną funkcją komunikacji bezprzewodowej. Umożliwia przeprowadzanie prezentacji bez konieczności podpięcia kablem laptopa, telefonu czy tabletu. Jednocześnie z monitorem może połączyć się bezprzewodowo 10 osób. Jest to według producenta również pierwszy na rynku monitor interaktywny oferujący tryb emulacji DICOM, czyli umożliwiający zastosowania w medycynie. Na 70-calowym ekranie dotykowym o rozdzielczości Full HD można pisać za pomocą cyfrowego pióra albo palca. W pakiecie oprogramowania jest aplikacja do gromadzenia i porządkowania danych z pracy grupowej. Jasność ekranu wynosi 300 cd/mkw., a kontrast – 3000:1. Wśród złączy są: HDMI, DisplayPort, VGA, USB, RS232, LAN.

Sugerowana cena detaliczna netto: 35 460 zł. Gwarancja: 3 lata.

- **SHARP**, www.sharp.pl



Technologia Brocade Campus Fabric



Infrastruktura



Optymalizacja



Redukcja kosztów

www.avnet.pl

Bezproblemowa łączność, mobilność, bezpieczeństwo i łatwość wdrażania aplikacji

Innowacyjna technologia Brocade Campus Fabric pozwala na łączenie wielu warstw sieciowych w jeden logiczny switch, spłaszczając sieć i eliminując złożoność wdrożenia przy jednoczesnym uproszczeniu zarządzania siecią oraz redukcji kosztów operacyjnych.

Zalety technologii Brocade Campus Fabric:

- Skonsolidowane zarządzanie siecią

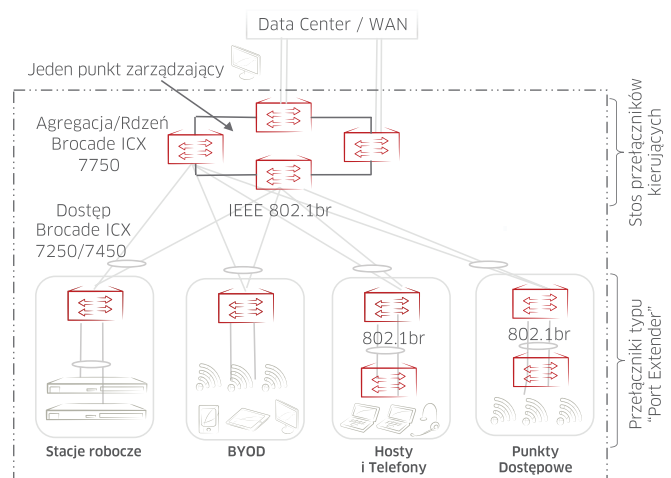
Zmniejszenie ilości zbędnych warstw sieciowych umożliwiające tworzenie dużych domen zarządzania.

- Wspólne usługi sieciowe

Łączenie podstawowych i zaawansowanych switchy w jeden switch logiczny udostępniający zaawansowane usługi warstwy 2/3.

- Skalowanie sieci

Integrowanie switchy wysokiej wydajności w jeden rozproszony switch logiczny w dowolnym czasie i miejscu niezależnie od fizycznej lokalizacji.



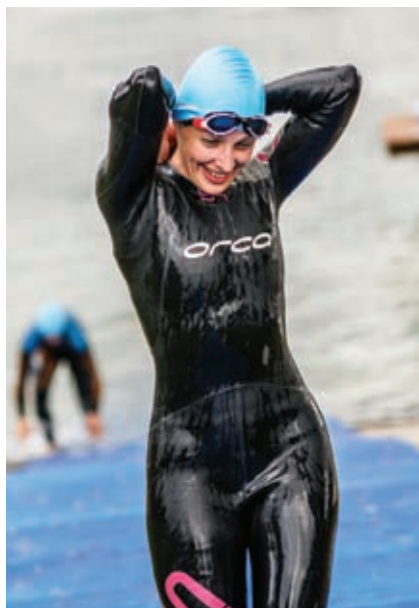
Pojedynczy Przełącznik Logiczny

BROCADE

Masz pytania dotyczące produktów Brocade?

Adam Bandura – Business Development Manager, adam.bandura@avnet.com,
tel.: +48/22 878 77 43, tel. kom.: +48 691 464 474

Accelerating Your Success™



Samsung Knox Triathlon IT 2016

Podczas trzeciej edycji branżowego triathlonu wysoką formę potwierdziło kilku zawodników, którzy zdobywali już trofea na tej imprezie.

Nie zabrakło jednak nowych liderów, którym nie przeszkodziły znacznie gorsze warunki pogodowe niż w poprzednich latach.

TOMASZ GOŁĘBIOWSKI

Niewątpliwie jednym z najbardziej pracowitych i utalentowanych triathlonistów w branży IT jest Przemysław Szuder z Microsoftu, który w tym roku startował z numerem 1, co zapewnił sobie, wysoko licytując podczas aukcji charytatywnej. Dwa lata temu na

dystansie olimpijskim był trzeci, rok temu ósmy, zaś tym razem zdobył drugie miejsce, tracąc niespełna 5 minut do zwycięskiego Andrzeja Drabota z Asseco Active Team. Tegoroczny lider na tym szczególnie wymagającym dystansie (1,5 km pływania, 40 km jazdy rowerem, 10 km biegu) rok

temu zajął siódme miejsce. Z kolei spośród pań na dystansie sprint (750 m pływania, 20 km jazdy rowerem, 5 km biegu) najlepsza okazała się Dagmara Paszun z Team One, która świętowała zwycięstwo ze swoim mężem Mateuszem Paszunem – najlepszym w tym roku sprinterem wśród panów





(zajął pierwsze miejsce również podczas ubiegłorocznych zawodów). Mistrzowskie małżeństwo zdobyło poza tym puchary CRN Polska za najszybszą zmianę, czyli zrzucenie z siebie kombinezonu pływackiego przed jazdą rowerem, a następnie pozostawienie roweru i założenie butów do biegania.

Jak podkreśla Marcin Sowiński, pomysłodawca i dyrektor zawodów, Samsung Knox Triathlon IT to coś więcej niż rywalizacja sportowa. Impreza ma zachęcić osoby, które są aktywne zawodowo, do tego, aby wstać z za biurka i zadbać o formę. Przy czym nie chodzi tu o bicie rekordów, a głównie o dobrą zabawę. Atmosfera zawodów rozgrywanych nad malowniczym Jeziorem Powidzkim jest zgodna z intencjami organizatorów: jest dużo sportowych zmagani i ambicji, ale temu wszystkiemu towarzyszy radość z tego, że ludzie z jednej branży mogą spędzić ze sobą – nierzadko także w gronie rodzinnym – dwa radosne dni.



Zwycięzcy w tegorocznym triathlonie

▶ Zwycięzcy na dystansie olimpijskim (mężczyźni)

Andrzej Drabot (łączy czas 2:26:39)
Przemysław Szuder (2:31:23)
Filip Mańczak (2:36:54)

▶ Zwycięzcy na dystansie sprint (kobiety)

Dagmara Paszun (łączy czas 1:23:38)
Olga Kamińska (1:32:20)
Lidia Grzelak (1:33:45)

▶ Zwycięzcy na dystansie sprint (mężczyźni)

Mateusz Paszun (łączy czas 1:11:50)
Jakub Kimmer (1:14:47)
Tomasz Stryczyński (1:15:18)

▶ Klasyfikacja drużynowa (dystans olimpijski)

Billenium Team (łączy czas zespołu 11:01:51)
Asseco Active Team (11:21:24)
JIT Solutions Pro Team (11:47:57)

▶ Klasyfikacja drużynowa (dystans sprint)

Team One (łączy czas zespołu 5:18:41)
Asseco Active Team (5:20:40)
EFitness Racing Team (5:22:44)

▶ Puchary CRN Polska za najszybszą zmianę

Dagmara Paszun oraz Mateusz Paszun.

Wszystkim gratulujemy!

Fot. Maciej Zygmunt



Aktywność fizyczna dla... *nieaktywnych (cz. 1)*

Najdłużej żyjącymi nacjami są Japończycy i Chińczycy, dla których codzienne ćwiczenia są nieodłącznym rytuałem dnia.

MARCIN SOWIŃSKI

Spotykam się często ze stwierdzeniem: sport nie jest dla mnie. Dotyczy to zarówno kobiet, jak i mężczyzn. Można snuć wiele teorii na ten temat i każda będzie miała w sobie trochę prawdy. Mógłbym tu przytoczyć spostrzeżenie jednego z polskich kabaretów: „facet nie jest od wyglądanania, ale od zarabiania pieniędzy”. Jednak nawet

to nie powinno usprawiedliwiać lenistwa ani braku czasu, powszechnie używanej wymówki.

Jeżeli jeszcze nie jesteście przekonani, a mówiąc językiem „korpo”, zmotywowani do podjęcia wyzwania, weźcie przykład z Churchilla, który twierdził, że nie cierpi uprawiać sportu. Być może, ale mało kto wie, że regularnie jeździł konno oraz grał

w polo. Jak wiadomo, najsłynniejszy premier Wielkiej Brytanii zachował świeżość umysłu i dobrą kondycję do późnych lat. Przy czym ten przykład przypomina nam, że aktywność fizyczna to nie tylko bieganie. To przyspieszone bicie serca, radość i często emocje.

Zalóżmy więc, że jesteście już zmotywowani, ale okazuje się, że „nie macie

czasu”. Co dalej? Tutaj najchętniej znalazłbym analogię do oszczędzania pieniędzy. Jest taki ciekawy blog mojego znajomego, który krok po kroku mówi, jak oszczędzać pieniądze. Tak samo jest z oszczędnością czasu. Ci, którzy pracują dla korporacji, znają termin „work-life balance”. Ci bardziej spostrzegawczy upatrują w tym manipulacji ze strony korporacji: dlaczego work-life, a nie life-work balance – pytają. I słusznie. Przecież większość czasu spędzamy poza pracą (a przynajmniej powinniśmy). Dlaczego więc mamy na pierwszym miejscu stawiać „work”? Zwłaszcza że w Europie Polacy pracują najdłużej! Ale czy na pewno dobrze wykorzystujemy czas?

MOŻNA? MOŻNA!

I tutaj przypomina mi się rozmowa z jedną z koleżanek z pracy. Miało to miejsce podczas modnych szkoleń dotyczących coachingu. Dyskutowaliśmy o tym, jak to każdy musi znaleźć motywację w sobie, a pokolenie Y chce, aby ich zmotywować. I jakimś trafem rozmowa zesłała na aktywność fizyczną. Wszyscy się zgodzili, że to potrzebne, że pomaga, że lepiej się wtedy człowiek czuje i generalnie – jest to „cool”, a nawet modne. Z tym że... koleżanka upierała się przez dłuższą chwilę, że przy dwójce dzieci i pracy nie ma czasu. Coach prowadzący przysłuchiwał się z uśmiechem, inni też. Wymieniała wszystkie możliwe powody (zresztą zgodnie z regułą nie tylko biznesową: jak chcesz, szukasz sposobów, jak nie, szukasz powodów), aż dotarliśmy do... Internetu. Tak właśnie. Zapytałem: „A gdybyś tak odpuściła Pudelka, Facebooka, Zalando i inne, to znalazłabyś czas na inne rzeczy?”. Zapadła cisza...

Naturalnie, że się da! Wystarczy zrobić rachunek „wydatkowania” czasu i wszystko jest możliwe. W tygodniu mamy do dyspozycji 168 godzin, a zatem 4 godziny stanowią wtedy tylko 2,5 proc. naszego czasu. Oczywiście, że jest praca, sen, posiłki, ale dalej 4 godziny tygodniowo to niedużo, a tyle wystarczy, aby usprawnić działanie naszego organizmu.

To, że osoby aktywne fizycznie funkcjonują lepiej, przekłada się zarówno na wy-

Jak zacząć, aby szybko nie zrezygnować, nie zaszkodzić sobie i mieć z tego „fun”?

▶ Jeżeli już podjąłeś wyzwanie, to wpisz aktywność na stałe w swój kalendarz. Możesz to zrobić gdziekolwiek: w komputerze, telefonie czy na kartce przyklepionej do lodówki. Kieruj się zasadą pochodzącą z filmu „The Edge”: *good plan for Today, than best plan for Tomorrow.*

▶ Nie przesadzaj! Jeśli wpiszesz w kalendarz 10 godz. treningu, oczywiście będzie to fajnie wyglądać na początku tygodnia, natomiast możesz mieć wyrzuty sumienia, jeżeli pod koniec stwierdzisz, że udało się zrealizować tylko 30 proc. swojego planu.

▶ Zaczynaj od aktywności, którą lubisz najbardziej. Jeżeli jest to na przykład rower, zaplanuj wycieczki rowerowe w weekend. Staraj się, aby to nie były tzw. jazdy turystyczne, czyli jazda – piwo – jazda – grill – jazda. Jeśli chcesz, aby aktywność przyniosła pożądany efekt, powinieneś zadbać o większą intensywność.

niki w pracy, jak i sukces firm, w których ci ludzie pracują lub którymi zarządzają. Nie tak dawno temu zostało przeprowadzone badanie „Fit CEO versus Company Values”. Przebadano grupę menedżerów zarządzających przedsiębiorstwami. Z badania wynikało, że firmy, którymi zarządzali menedżerowie aktywni fizycznie, miały średnio o 5 proc. wyższą wartość niż inne, gdzie CEO nie był aktywny fizycznie. Ciekawe?



AUTOR JEST POMYSŁODAWCĄ I DYREKTOREM SAMSUNG KNOX TRIATHLON IT.



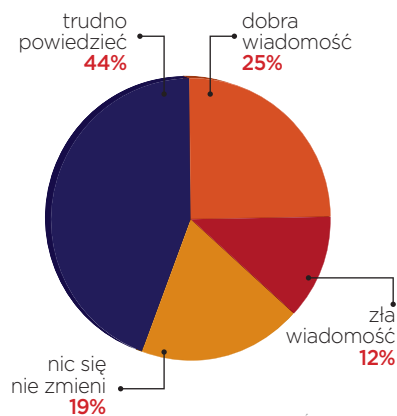
CRN.PL

NAJLEPIEJ
POINFORMOWANY
PORTAL B2B IT

Jeszcze
więcej
informacji

SONDA

Zakończenie współpracy EMC i Lenovo to dla polskich partnerów Lenovo...



POLECAMY

- ➔ Partnerzy wolą szybkich dystrybutorów niż tanich
- ➔ Bat na oszustów wyłudających VAT
- ➔ Media Expert dzieli się na kilkaset spółek
- ➔ Nie widać ożywienia na rynku IT
- ➔ Nowa instytucja zajmie się cyberbezpieczeństwem Polski

Za 5 lat będzie umiał to każdy samochód

Tesla, Mercedes klasy S, BMW S, BMW Seria 7 – to, czym obecnie dysponują luksusowe auta, w przyszłości znajdzie się w wyposażeniu seryjnym samochodów wszystkich klas.

ROMAN WOLAŃSKI, CHIP

Składane drzwi

Czujniki ultradźwiękowe w Tesla Model X rozpoznają przeszkody i w ciasnych zatokach parkingowych system podwójnych zawiasów otwiera drzwi do góry.



Model na autostradę przyszłości

Bawarska autostrada A9 służy producentom samochodów za odcinek testowy dla zautomatyzowanych i zsięciowanych pojazdów. Z tego powodu na całym odcinku jest dziś dostępna łączność LTE. Dzięki temu auta przez radio łączą się także ze sobą (car to car communication). W przyszłości systemy pokładowe samochodów będą się nawzajem informować o zagrożeniach i z wyprzedzeniem ostrzegać kierowcę. Realizowany na A9 projekt Cyfrowa Autostrada ma zmienić ją w najnowocześniejszą drogę szybkiego ruchu na świecie.

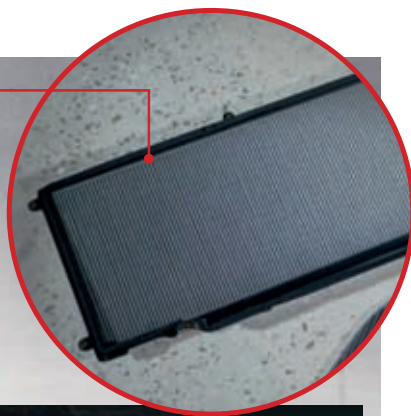
Niedrogie luksusowe rozwiązania

Nowy Opel Astra „drażni klasę wyższą” – tak mówi reklama. Dlaczego? Kosztujący od około 75 tys. zł samochód ma wiele funkcji dostępnych dotychczas tylko w autach wyższej klasy. Są to m.in. matrycowe światła LED, które z zasięgiem 350 m może nie dorównują nowym światłom laserowym, ale tak jak one mają automatyczne zabezpieczenie przed oślepieniem innych uczestników ruchu. Oprócz tego Astra zapewnia funkcję hamowania awaryjnego, która w przypadku zagrożenia kolizją redukuje szybkość. Obowiązkowy w całej EU od roku 2018 system automatycznego zawiadamiania o wypadkach eCall w Oplu pod nazwą OnStar już teraz jest montowany seryjnie, jak punkt dostępowy do Internetu oraz funkcja Hotline, podobna do opcjonalnego w samochodach BMW ConnectedDrive.



Filtr powietrza

Filtr powietrza Hepa, jak ten stosowany w aktualnym Tesla Model X, potrafi wyfiltrować 100 proc. wszystkich bakterii i wirusów. Wnętrze jest sterylne niczym sala operacyjna.



Jazda częściowo autonomiczna

Za pomocą 12 radarów i czujników ultradźwiękowych oraz kamer dzisiejsze samochody Tesla przy każdej prędkości automatycznie trzymają się jednego pasa ruchu, stosują się do ograniczeń prędkości i podążają za innymi autami w zadanym przez kierowcę odstępnie. Jako pierwsze samochody modele S i X na życzenie również automatycznie zmieniają pas ruchu.



Parkowanie z pilotem

Gdy naciśnie się odpowiedni przycisk, aktualne pojazdy kategorii premium potrafią samoczynnie zaparkować – nieważne, czy wzdłuż czy w poprzek pasa ruchu. Pozostaje jeden problem: jeśli obok zaparkuje inny pojazd, wyjście z samochodu lub zajęcie w nim miejsca mogą stać się problematyczne. O ile Tesla rozwiązuje ten problem za pomocą specjalnych drzwi, o tyle BMW w swoich pojazdach stosuje pilota. Użytkownik tak zwanego display-key może przez radio uruchomić samochód i przez ekran dotykowy nakazać pojazdowi jazdę do przodu lub do tyłu. Czujniki ultradźwiękowe zapobiegają kolizji z innymi pojazdami bądź ścianami. Dodatkowo kluczyk informuje, czy okna są zamknięte, a drzwi zablokowane. Inne funkcje kluczyka to informowanie o pozostałym zasięgu oraz możliwość sterowania systemem klimatyzacji.

Światło laserowe bez oślepienia

BMW Seria 7 i Audi A8 jako pierwsze modele samochodów otrzymały nieoślepiające światła laserowe. Przez 420 tys. mikrozwierciadeł światło pada na drogę w taki sposób, że samochody nadjeżdżające z przeciwnika i jadące przed nami są „omijane” przez zamontowane lampy. Zapewnia to wbudowana w szybę przednia kamera, która obserwuje zdarzenia na drodze i odpowiednio ogniskuje laserowe oświetlenie. Zaletą nowej technologii: z jasnością 340 luksów światła laserowe są o jeden procent słabsze od dopuszczalnego ustawowo maksimum, a ich wynoszący ok. 600 m zasięg jest prawie dwa razy większy niż zasięg tradycyjnych świateł drogowych LED – co istotne, zużywają one przy tym o połowę mniej energii.



Poduszka w pasie i bezpieczny fotel

Mercedes i Ford oferują poduszkę gazową w pasie bezpieczeństwa dla pasażerów tylnej kanapy, gdzie nie ma poduszki przedniej. Więcej bezpieczeństwa zapewniają pasażerom nowe fotele Mercedes: przy uderzeniu z boku podparcie pleców odpycha pasażera od drzwi. Dodatkowo radio emituje głośny dźwięk, którego zadaniem jest ochrona słuchu przed traumą wystrzału poduszki gazowej.





Ciało doskonale czarne

PÓJŚCIE NA ŁATWIZNĘ I STOSOWANIE UPROSZCZEŃ W OPISIE RZECZYWISTOŚCI PROWADZI DO KONTRPRODUKTYWNYCH REZULTATÓW, KTÓRYCH SKUTKI TRUDNO POTEM SZYBKO ODWRÓCIĆ.

IRENEUSZ DĄBROWSKI

Jak zapewne wszyscy pamiętają z lekcji fizyki w szkole, ciało doskonale czarne nie istnieje w rzeczywistości, jest jedynie teoretycznym bytem stworzonym na potrzeby wyjaśnienia natury światła. Takich uproszczeń fizyka zna wiele. Dzięki nim realny świat staje się łatwiejszy do zrozumienia przez maluczkich. Gorzej, gdy uproszczenia wkradają się do świata polityki czy biznesu. Tu mogą prowadzić do manipulacji czy wręcz fałszerstw.

W polityce stosowaniu uproszczeń sprzyja obowiązujący sposób podejmowania decyzji. Kiedyś o wszystkim decydował władca, król, cesarz. Z czasem uznane to zostało za niesprawiedliwą metodę rządzenia, a większość cywilizowanego świata wybrała demokrację, czyli sposób podejmowania decyzji przez większość obywateli. W demokracji starożytnej był to proces bezpośredni, natomiast dziś narody i społeczeństwa dokonują tego poprzez wybieralnych przedstawicieli. W niewielu sprawach obywatele decydują bezpośrednio, czyli poprzez referendum (wyjątek stanowi Szwajcaria). Aby wybierać, naród musi mieć przedstawione opcje, czyli możliwości, za którymi się opowiada. Opcje te nie mogą być zaprezentowane w zbyt skomplikowany sposób, bo wiadomo, że tylko ograniczona część społeczeństw zdoła je zrozumieć i rozróżnić, a głosować może każdy: „i profesor, i woźnica”, jak mawiał jeden z największych przeciwników demokracji pod koniec XIX wieku.

Dlatego politycy w systemach demokratycznych bardzo szybko nauczyli się stosować uproszczenia – a zwłaszcza używać czegoś na kształt pojęcia „ciała doskonale czarnego” do opisu dokonań i osiągnięć swoich konkurentów. Bo czymże innym niż ciało doskonale czarne było hasło z naszych zeszłorocznych wyborów parlamentarnych „Polska w ruinie” albo „zależą nas

terroryści”? Jak inaczej wytłumaczyć uproszczenie, którym posługują się zwolennicy Brexitu, że emigranci z Europy Wschodniej, a zwłaszcza Polacy, zabierają rodowitym Brytyjczykom miejsca pracy. Nawet w tak demokratycznym społeczeństwie jak amerykańskie na kilka miesięcy przed wyborami prezydenckimi kandydat na prezydenta głoszący hasło „Ameryka musi wstać z kolan” zyskuje coraz więcej zwolenników.

Tyle polityki. A czy w biznesie też stosuje się metodę „na ciało doskonale czarne”? Odpowiem autentycznym przykładem z końca lat 90. Pewien angielski dystrybutor postanowił wówczas rozszerzyć swoje działania i wkroczyć na rynek polski.

Otworzył biuro, zatrudnił ludzi i zderzył się z czymś, czego nie oczekiwał: żaden z działających podmiotów nie upadł przed nim na kolana. Resellerzy też byli zdystansowani i masowo nie przenieśli swoich zakupów do nowego gracza. Szło mu średnio, i to do tego stopnia, że postanowił zatrudnić najlepszych od dystrybucji IT specjalistów, którzy akurat byli wtedy do wynajęcia. Ci eksperci jako warunek przystąpienia do pracy postawili przeprowadzenie bilansu otwarcia, który mieli sporządzić sami w ramach rozpoznania firmy. Wynik ich prac nie odbiegał

od opisu ciała doskonale czarnego. Znalazło się w nim wiele negatywów – o wiele więcej niż w rzeczywistości. Chodziło o to, żeby po następnym roku działalności, już pod nowymi rządami, przedstawić właścicielowi skalę swych osiągnięć i pozytywnych zmian. Niestety, wbrew tym zapędom, właściciel na widok „ciała doskonale czarnego” od razu doszedł do wniosku, że Polska to rynek nie dla niego i szybko zamknął swój tutejszy oddział.

Jak widać, używanie uproszczeń – zarówno w fizyce, polityce, jak i biznesie – może odbić się rykoszetem, i to w najmniej oczekiwanym czasie i w najmniej spodziewany sposób.

Demokracja
chwytliwych
haseł.

POZNAWAJ ŚWIAT

 NATIONAL
GEOGRAPHIC



Tylko dla czytelników CRN Polska

Roczna prenumerata
National Geographic Polska
w supercenie 99 zł ~~156 zł~~

-36%

ŁATWO ZAMÓWISZ:

 bok@burdamedia.pl  +48 22 360 37 77  mBank 26 1140 1977 0000 5026 5400 1002,
w tytule pełne dane adresowe + kod oferty **NGF99**

Zostań Członkiem National Geographic i ciesz się korzyściami. Sprawdź: www.national-geographic.pl/klub

Informujemy Państwa, iż w przypadku zamówienia prenumeraty National Geographic Polska przekazane dane osobowe będą przetwarzane przez Burda NG Polska Sp. z o.o. Sp. Komandytowa, ul. Marynarska 15, 02-674 Warszawa, w celu prawidłowego wykonania zamówienia oraz dla celów marketingowych związanych z ofertami Towarzystwa National Geographic. Dane osobowe będą chronione zgodnie z Ustawą o ochronie danych osobowych (tj. Dz. U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926 ze zm.). Informujemy także, że przysługuje Państwu prawo do wglądu i poprawiania swoich danych osobowych.

Więcej ofert i regulamin na stronie www.prenumerata.national-geographic.pl

TP-LINK®
The Reliable Choice



EKWADOR

Copa America czy Copa Libertadores przyciąga przed ekrany telewizorów wszystkich mieszkańców Ameryki Południowej. Nasz Copa Ecuadores może nie wzbudzi większych emocji na kontynencie, za to pomoże Ci się na nim znaleźć.

Kupuj produkty TP-LINK u wskazanych partnerów, wygraj rywalizację w grupie i pojedź na 8-dniową przygodę do Ekwadoru!

W samolocie czeka 16 miejsc, o które rywalizacja będzie się toczyć w 12 grupach oraz jednej kategorii ogólnej. W swojej grupie znajdziesz wyłącznie firmy podobne do Twojej, tak że każdy, nawet mała firma resellerska, ma szansę na wygraną!

Czas trwania od 1 lipca do 31 października 2016 roku. Szczegóły na www.tp-partner.pl