

CRN

Nadzór
wideo:

*czas
na IQ*

Chmura oczami integratorów

„Stadionowe” IT

Pecety: przyszłość B-brandów

SKOK W PRZYSZŁOŚĆ

Nowe procesory Intel® Xeon® Scalable zostały zoptymalizowane w celu wzmocnienia infrastruktury chmury hybrydowej oraz obsługi najbardziej wymagających aplikacji. Pozwalają wyciągać wnioski z analiz danych, zapewniają zabezpieczenia sprzętowe i umożliwiają wdrożenie dynamicznego dostarczania usług.



NEW LEVELS



HUGE PERFORMANCE LEAPS



EASIER RECOMMENDATIONS



FLEXIBLE PORTFOLIO



SECURITY WITHOUT COMPROMISE



DYNAMIC SERVICE DELIVERY

SCALABLE FAMILY



**14 Z dużej chmury...
duży biznes**

Huawei Connect 2017

**18 Monitoring IP:
biznes na inteligencji**Zyskują na znaczeniu dane
wizyjne pochodzące
z systemów nadzoru**32 Nie wyrzucam
pieniędzy w błoto**Rozmowa z Iloną Weiss,
prezes zarządu ABC Data**35 Branża IT na wojnie
z terrorem**

Felieton Roberta Falety

**38 Chmura ze znakami
zapytania**Polscy integratorzy mają mieszane
uczucia odnośnie do cloudu**48 Puls branży IT****54 Partnerzy: do usług**Rozmowa z Rafałem Szczapem,
nowym szefem polskiego
oddziału Xerox**60 Producenci B-brandów
chcą być bliżej klienta**Czy na topniejącym
rynku PC jest miejsce
dla lokalnych marek?**63 Tu Nokia
– znowu wróciłam**

Felieton Damiana Kwieka

**64 Midmarket w miejsce
przetargów**Rozmowa z Maciejem Deką,
country channel managerem
w HP Inc Polska**66 Widowiskowe IT**Powstają konsorcja złożone z firm
działających w obszarze IT i AV

Usługi na odległość: z daleka (czasem) lepiej widać

Fot. chombosan - Fotolia.com



42

W dzisiejszych czasach potrzeby klientów
nie są zaspokajane w momencie zainstalowania rozwiązania.

**72 Zarządzanie danymi:
oddzielić ziarna od plew**Innowacyjne rozwiązania
umożliwiające zapanowanie
nad cyfrowym chaosem**74 Rewolucja
cyfrowych nomadów**Telekomunikację w firmach
czeka radykalna zmiana**76 10 błędów niszczących
kulturę innowacji**Centrum Wiedzy Menedżera
pod patronatem
Harvard Business Review Polska**78 Nie jesteś kreatywny?
Nic w tym złego...**

Centrum Wiedzy Menedżera

**80 XII Regaty Lenovo:
rekordowa liczba
uczestników**Spotkanie pasjonatów
żeglarstwa z branży IT**82 Nowości produktowe****83 Po co sprzedawcom
w B2B segmentacja?**Felieton Agnieszki Węglarz,
eksperta ICAN Institute**84 Polacy,
nic się nie stało!**

Felieton Ireneusza Dąbrowskiego

**86 Kupa zabawy
w Cupertino**

Felieton Wojciecha Urbanka



Tomasz Gołębiowski
Redaktor naczelny

Po ilości czas na jakość.

Czego oczy nie widzą

Na monitoring pierwszy w Polsce publicznie narzekał Maks z „Seksmisji”, wykrzykując swoje słynne: „Permanentna inwigilacja! Nie wytrzymam!”. Po latach jego słowa okazały się prorocze, bo na przykład w jednym z puławskich gimnazjów kamery zostały umieszczone w toalecie dla chłopców. Aferę „Pisuargate” ujawniła niedawno Najwyższa Izba Kontroli. Zwykle pełni ona rolę takiej instytucjonalnej kawy, podnosząc ciśnienie szefom placówek budżetowych, bez innych skutków ubocznych. Z jej raportów płyną jednak nierzadko ciekawe wnioski. Także dla firm IT, jak w przypadku tegorocznej kontroli, która objęła w sumie 28 wybranych szkół publicznych.

Okazuje się, że o ile przed 2007 rokiem jedynie siedem spośród kontrolowanych szkół dysponowało w sumie trzynastoma kamerami, to obecnie „monitorują się” wszystkie, korzystając w tym celu z grubo ponad 400 urządzeń. Wzrost popytu jest więc co najmniej pokaźny. Co z tego jednak, skoro najczęściej kamery pełnią rolę jedynie prewencyjną. Krótko mówiąc, niegrzeczna młodzież swoje sprawy (szarpaniny, kradzieże, przytulanki – niepotrzebne skreślić) „ogarnia” poza terenem monitorowanym. Tak było w przypadku gdańskiego gimnazjum nr 3, przed którym grupa młodych „bandytek” przez dłuższy czas znęcała się nad jakąś nieszczęśliwą. Ponieważ wydarzenie miało miejsce wprawdzie przed szkołą, ale nie na jej terenie, monitoring niczego nie zarejestrował. Co zresztą skutkowało postulatem, żeby kamer było więcej.

Przy czym jego spełnienie niekoniecznie oznaczałoby wzrost bezpieczeństwa. Aby dojść do takiego wniosku, wystarczy chwila „guglania”: „miasto wydało pieniądze na monitoring, który się nie sprawdza – na dziewięć kamer cztery nie działają” (Otwock), „warte pół miliona złotych kamery w centrum są obsługiwane tylko za dnia, w nocy policjanci zerkają na nie... od czasu do czasu” (Słupsk), „niestety mimo poniesionych poważnych wydatków (70 tys. zł) okazuje się, że obraz z kamer jest tak kiepskiej jakości, że niewiele da się z niego odczytać” (Puszczykowo). A to tylko kilka pierwszych z brzegu przykładów dotyczących problemów z monitoringiem miejskim. A gdzie biurowce? Magazyny? Osiedla? Klatki schodowe? Parkingi?

Dlatego – nawet jeśli rynek monitoringu pod względem liczby kamer jest bliski nasycenia – gdy mowa o precyzyjnych, wielofunkcyjnych i dzięki temu naprawdę skutecznych systemach wykorzystujących nowoczesne technologie, do nasycenia wciąż bardzo daleko. I chociażby z tego powodu warto zapoznać się z naszym materiałem okładkowym.

CRN COMPUTER RESELLER NEWS POLSKA

Rok 19, numer 9 (421) 27 września 2017
PL ISSN 1429-8945

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

Tomasz Gołębiowski **tg** (redaktor naczelny)
tel. (22) 36-03-991, tomasz.golebiowski@crn.pl
Wojciech Urbanek **wu**
(zastępca red. naczelnego)
tel. 691-672-065, wojciechurbanek@crn.pl
Dorota Smusz **ds** (sekretarz redakcji)
tel. (22) 36-03-809, dorota.smusz@crn.pl
Karolina Marszałek **km**
tel. (22) 36-03-642, karolina.marszalek@crn.pl
Krzysztof Pasławski **kp**
krzysztof.paslowski@crn.pl
Krzysztof Jakubik **kj**
tel. (22) 24-42-923, krzysztofjakubik@crn.pl
Tomasz Janos **tj** tomasz.janos@crn.pl
Rafał Janus **rj** rafal.janus@crn.pl

Dariusz Halas **dh** dariusz.halas@crn.pl
Andrzej Gontarz **ag** andrzej.gontarz@crn.pl

FELIETONY: Ireneusz Dąbrowski,
Damian Kwiek, Konstanty Młynarczyk
ŁAMANIE I GRAFIKA: Aneta Mikulska
FOTOGRAFIA NA OKŁADCE:
FoT.peshkov - Fotolia.com

FOTOGRAFIE: Focus Images Tomasz Pisiński,
PhotobyMysluk.pl, Piotr Syndoman,
Marek Zawadzki, archiwum
KOREKTA: Katarzyna Winińska

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

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

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

Director Managing Luxury
& Special Interest Segment:
Edyta Pudłowska
Chief Commercial Officer:
Michał Helman
Strategy & Sales Support Director:
Małgorzata Teodorowicz
Sales Director:
Małgorzata Nocuń-Zygmuntowicz
Deputy Sales Director:
Katarzyna Nowakowska
Director of Monetization Digital Burda Media:
Katarzyna Cieślak
Chief Digital Officer:
Anna Podkowińska-Tretyn

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

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

ZESPÓŁ:
Sales Team Manager: Agata Myśluk
agata.mysluk@burdamedia.pl
Account Executive: Szymon Zieborak
szymon.zieborak@burdamedia.pl

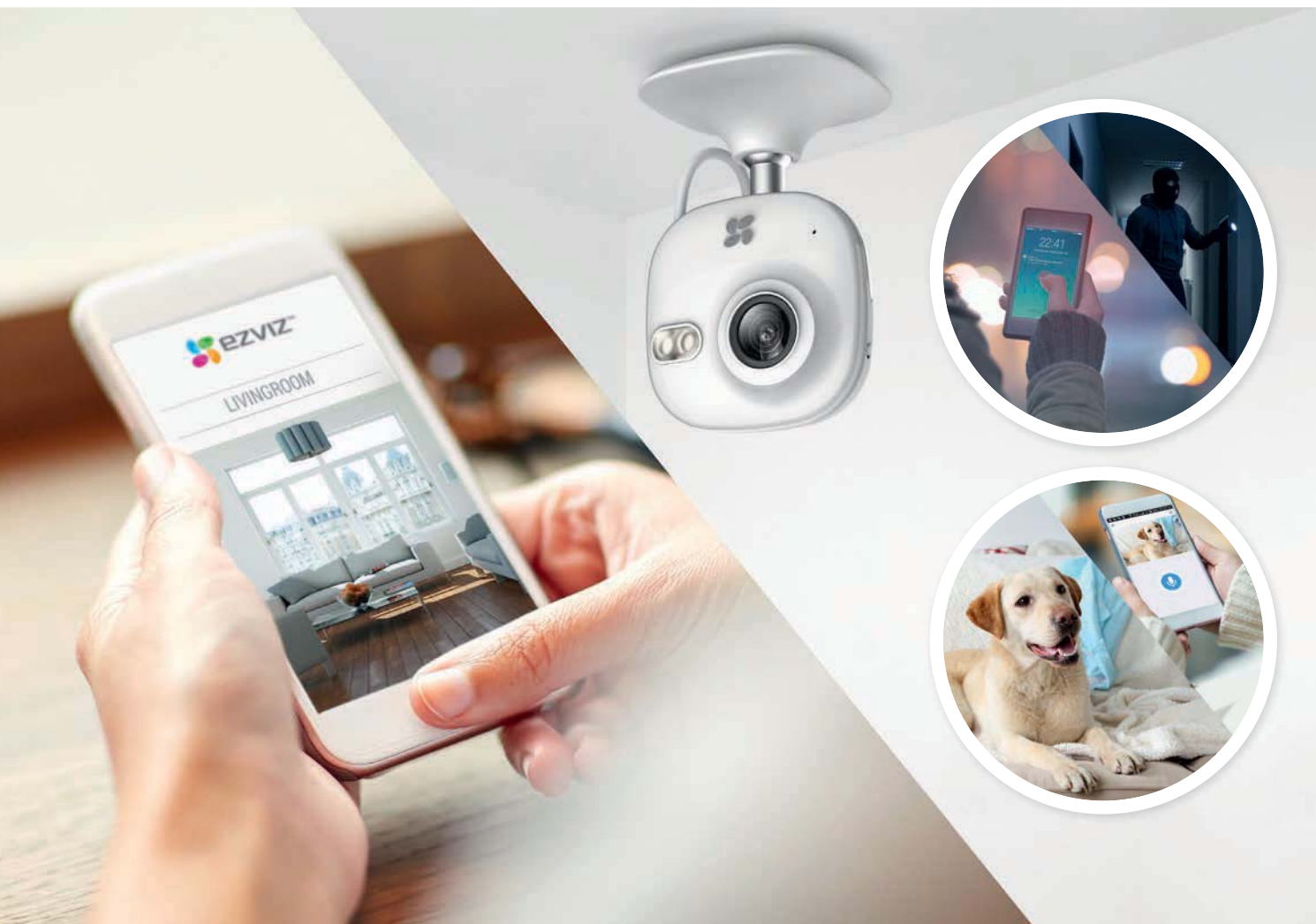
PROJEKTY SPECJALNE:
Senior Project Manager: Jacek Goszczycki
jacek.goszczycki@burdamedia.pl

Reklamy przyjmowane są w siedzibie wydawnictwa.
Za treść ogłoszeń redakcja nie ponosi odpowiedzialności.
© Copyright 1998 Burda Communications sp. z o.o.
Wszelkie prawa zastrzeżone. Computer Reseller News
Polska contains articles under license from CMP Media Inc.
© 1998 CMP Media Inc. All rights reserved.

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

Ezviz - Bezpieczeństwo na wyciągnięcie ręki.

Profesjonalne rozwiązania Ezviz zmieniają każdy dom lub firmę w inteligentny budynek i jednocześnie bezpieczne miejsce



App your life

+ **Comtegra** i Centrum Przetwarzania Danych Ministerstwa Finansów zawarły umowę, której przedmiotem jest usługa Disaster Recovery Center (DRC), stanowiąca kluczową część projektu „HARF”. Łączna wartość umowy wynosi 55,46 mln zł. Realizacja „HARF” ma zapewnić sprawne działanie prywatnej chmury obliczeniowej przewidzianej dla tzw. e-usług resortu finansów (dotyczących ceł, podatków i finansów publicznych).

+ **Asseco Poland** podpisało czteroletnią umowę z Ministerstwem Sprawiedliwości na utrzymanie i modyfikację systemu teleinformatycznego Elektroniczne Księgi Wieczyste (EKW), który zapewnia obsługę rejestru ksiąg wieczystych w Polsce. W ramach umowy, oprócz bieżącego utrzymania systemu, Asseco będzie świadczyć m.in. usługi wsparcia technicznego, rozwoju systemu oraz przeprowadzi cykl szkoleń dla użytkowników wewnętrznych. Wartość kontraktu to ponad 14,3 mln zł.

+ **Matrix Media** zostało operatorem trzeciego w Warszawie salonu firmowego Samsung. Obiekt o powierzchni blisko 160 mkw. znajduje się w centrum handlowym Galeria Północna. Nowy Samsung Brand Store jest siedemnastym z kolei w Polsce. Pierwszy na naszym rynku sklep firmowy koreańskiej marki otwarto w Warszawie w 2013 r.

+ **TomTom** otworzy kolejne biuro na naszym rynku, tym razem w Poznaniu. Oficjalne otwarcie zaplanowano na grudzień br. Na jego czele stanie Grzegorz Leopold, od sierpnia br. Director Software Engineering w TomTomie, a wcześniej szef i założyciel spółki Secorda oraz niezależny konsultant IT. W Poznaniu TomTom zamierza zatrudnić ponad 100 specjalistów – inżynierów, programistów i architektów IT, fachowców od Big Data, sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego oraz automatyzacji przetwarzania informacji i produkcji oprogramowania. Producent niedawno otworzył biuro w Łodzi.

+ **Cube.ITG** pozyskało 19,7 mln zł w wyniku subskrypcji akcji. W sumie 42 podmioty (w tym 13 osób prawnych) objęły ponad 4,9 mln papierów integratora w cenie po 4 zł każdy. Udana operacja była konieczna m.in. ze względu na złą sytuację na rynku przetargów publicznych. W 2016 r. wartość sprzedaży Cube.ITG w tym sektorze spadła aż o 90 proc. Aby wzmocnić swój budżet, integrator w tym roku został zmuszony do sprzedaży biurowca we Wrocławiu za ponad 7 mln zł. W końcu ubiegłego roku nowym prezesem Cube.ITG został Marek Girek. W ostatnich miesiącach odeszli natomiast dwaj wiceprezisi.

- **HP Inc.** musiało zareagować na problemy związane z nową aktualizacją firmware'u do urządzeń HP OfficeJet, która uniemożliwiła używanie alternatywnych kartridżów w kilku modelach z rodziny OfficeJet. Bez uprzedzenia w niektórych drukarkach przestały działać materiały eksploatacyjne, które nie mają odpowiednich czipów bezpieczeństwa. Przy próbie uruchomienia ich użytkownicy otrzymywali informację, że kartridż jest uszkodzony i trzeba go wymienić. Producent oświadczył, że blokada alternatywnych materiałów nie była celowa i udostępnił aktualizację firmware'u, która usuwa narzędzie powodujące problemy.

- **Zarząd Comarchu**, zdaniem DM BOŚ, musi się liczyć z tym, że bieżący rok nie będzie dla spółki tak dobry, jak poprzednie. Analitycy obniżyli cenę docelową akcji Comarchu z 205 zł do 163,40 zł, a rekomendację zmienili na „sprzedaj” (poprzednio: „trzymaj”). Zwrócili przy tym uwagę na trzy niekorzystne czynniki: zauważalny wzrost ogólnych kosztów zatrudnienia, bardzo prawdopodobny spadek (w ujęciu rok do roku) przychodów z licencji oprogramowania o wysokiej marży oraz niekorzystne dla Comarchu kursy walutowe (silny złoty w stosunku do dolara i euro).

- **Dell Technologies** wciąż jest na minusie w związku z kosztami przejścia EMC. Kwartalna strata korporacji sięgnęła blisko 1 mld dol. (979 mln dol.). Jednocześnie w tym okresie producent wypracował przychody większe o 48 proc. niż rok wcześniej (19,3 mld dol.). Dell osiągnął m.in. większą sprzedaż komputerów niż przed rokiem – o 3,6 proc., zyskując największy udział w światowym rynku od 2006 r. Także sprzedaż serwerów i rozwiązań sieciowych była wyższa niż przed rokiem (+16 proc.) – sięgnęła 3,7 mld dol. Tyle samo firma wypracowała w przypadku pamięci masowych, głównie dzięki EMC.

- **Equifax**, agencja zajmująca się doradztwem i analizą kredytową, padła ofiarą ataków hakerów, którzy przejęli dane poufne aż 143 milionów Amerykanów. Internetowi łodzieje wykradali informacje od maja do końca lipca br. W ich ręce trafiły numery ubezpieczeń społecznych, imiona, nazwiska, numery telefonu, adresy zamieszkania, a czasem nawet numery praw jazdy i numery kart kredytowych. W USA mieszka 324 miliony osób, co oznacza, że ofiarą ataku padła niemal połowa obywateli tego kraju. Sprawą zajęli się agenci FBI.

- **Sygnity** potrzebuje większego dofinansowania w związku z trudną sytuacją w spółce. Walne zgromadzenie jej akcjonariuszy uchwaliło już wprowadzić emisję akcji, z której spółka zamierza pozyskać od 10 do 12 mln zł, ale potrzeby są większe. Dlatego Sygnity znów zwróci się do inwestorów, w ramach kolejnej emisji, o kwotę od 10 do 20 mln zł. Decyzję w sprawie nowej możliwości dofinansowania podejmie walne zgromadzenie zwołane na koniec września.

MIESIĄC NA PLUSIE, MIESIĄC NA MINUSIE



– *Samsung to okręt bez kapitana* – **Yoon Boo-Keun**, szef biznesu konsumenckiego Samsung Electronics oraz CEO



– *Nie mówię, że nie warto wycofać się z giełdy. Są scenariusze, jak w przypadku firmy Dell, kiedy taki ruch jest optymalny* – **Ilona Weiss**, prezes zarządu ABC Data



– *Widzimy dużo większe korzyści z niewypłacania dywidendy niż z jej płacenia* – **Andrzej Przybyło**, prezes zarządu AB

POWIEDZIELI

Duży rządowy przetarg rozstrzygnięty

Centrum Obsługi Administracji Rządowej zawarło ramowe umowy z 5 wykonawcami, którzy dostarczą 6,2 tys. komputerów stacjonarnych, 4,3 tys. monitorów oraz 2,7 tys. laptopów do 50 jednostek administracji państwowej. Czas realizacji zamówienia to 2 lata.

W postępowaniu przetargowym wybrano: konsorcjum NTT System i NTT Technology (wartość oferty 42,6 mln zł brutto), konsorcjum Computex i Qumak (41,1 mln zł), Galaxy Systemy Informatyczne (40,6 mln zł), konsorcjum Maxto i DR IT (42,8 mln zł) oraz Suntar – tylko zestawy stacjonarne (24,6 mln zł). Do wybranych wykonawców COAR będzie wysyłał w wersji elektronicznej szczegółowe zapytania o dostarczenie sprzętu.

Przetarg ogłoszono w marcu br. Przy wyborze oferty cena stanowiła 60 proc. wagi, 20 proc. – okres gwarancji, a resztę – termin realizacji zamówienia i posiadanie certyfikatu TCO. COAR gotów był przeznaczyć na zamówienie do 34,2 mln zł netto (41,1 mln zł brutto).



Nowy segment w AB

W strukturze AB pojawił się nowy segment – Smart Home. Prezes Andrzej Przybyło przekonuje, że to perspektywiczny rynek, a już dostępna oferta dystrybutora oraz baza partnerów grupy ułatwi rozwój tego biznesu. Smart Home ma być naturalnym rozszerzeniem asortymentu wrocławskiej firmy w zakresie bezpieczeństwa IT, RTV i AGD oraz oświetlenia.

– *To rynek, na którym chcemy zaistnieć* – deklaruje Andrzej Przybyło. Wyjaśnia także, że większość rozwiązań z obszaru inteligentnego domu AB ma już w swojej ofercie. Dystrybutor zdecydował się na rozwój w dziedzinie Smart Home m.in. z uwagi na prognozy szybkiego wzrostu tego rynku i spore przychody, jakie ma on generować w najbliższych latach. Otóż w 2017 r. wartość rynku inteligentnego domu w Polsce szacuje się na 120 mln zł (według MEC Analytics&Insight). W 2021 r. ta kwota ma wzrosnąć do 700 mln zł. Z badań wynika, że 70 proc. Polaków jest przekonanych, że za pięć lat inteligentne domy staną się standardem.

Kuźniewski: zostałem oszukany

Dariusz Kuźniewski twierdzi, że jego firma została celowo zniszczona przez cztery osoby ze ścisłego kierownictwa kuzniewski.pl. Zarzuca im oszustwo, manipulację i jeszcze cięższe przewinienia.

Utrzymuje, że pod pozorem ratowania kuzniewski.pl byli dyrektorzy założyli spółkę BlackBerg i wykradli bazę klientów, z której teraz korzystają. Formuluje też inne zarzuty pod ich adresem, w tym przejęcie sprzętu i najważniejszych pracowników, jak też wyciągnięcie kapitału.

Z wyjaśnień przedsiębiorcy wynika, że zgubnym dla niego okazał się pomysł powołania nowej spółki, która przejmie zobowiązania kuzniewski.pl i pozyska inwestora. Według przedsiębiorcy plan polegał na tym, że pracownicy kuzniewski.pl zostają zwolnieni, ale od razu zatrudni ich BlackBerg, który zostanie operatorem sklepów kuzniewski.pl i GameRagon.pl. Sam Dariusz Kuźniewski miał nadal zarządzać działaniem sklepów w Internecie. Jednak w jeden dzień został – jak utrzymuje, wskutek oszustwa i manipulacji – w praktyce pozbawiony stworzonego przez siebie biznesu. Zapowiada wytoczenie spraw karnych i cywilnych w związku z całą sprawą.

Zarząd BlackBerg stwierdza, że zarzuty Dariusza Kuźniewskiego są bezpodstawne i stanowią próbę przerzucenia odpowiedzialności za upadek spółki na inne osoby.

„Stanowczo zaprzeczamy wszelkim zarzutom kierowanym pod adresem spółki oraz członków jej zarządu, jakoby spółka, jej wspólnicy lub zarząd podejmowali jakiegokolwiek działania, których skutkiem jest aktualny stan (w tym finansowy) firmy kuzniewski.pl Dariusz Kuźniewski” – stwierdza zarząd BlackBerg. „Nie ponosimy żadnej odpowiedzialności za aktualny stan firmy kuzniewski.pl” – utrzymuje BlackBerg w oświadczeniu. Zapowiada kroki prawne wobec Dariusza Kuźniewskiego.

Dobre wieści dla Avayi

W końcu sierpnia amerykański sąd zaakceptował porozumienie dotyczące wsparcia dla planu restrukturyzacji Avayi. Przyjął również harmonogram przyszłych działań. 15 listopada rozpocznie się rozprawa, podczas której sąd może zatwierdzić plan. Przybliżyłoby to spółkę do zakończenia postępowania restrukturyzacyjnego, które rozpoczęło się na początku 2017 r. Niedawno firma doszła do porozumienia z komitetem wierzycieli niezabezpieczonych w sprawie poparcia uzupełnionego planu. Wcześniej kredytobiorcy zgodzili się anulować ponad 3 mld dol. długu firmy.

FEN Tech Meets: kompleksowe wdrożenia

Trzecia edycja Tech Meets – spotkań dla partnerów – rozpocznie się w październiku 2017 r., a zakończy w kwietniu 2018 r. Będzie okazją do poznania nowych rozwiązań w portfolio dystrybutora i sposobów na zwiększenie przychodu i marży. Tym razem Konsorcjum FEN zebrało producentów specjalizujących się w pamięciach masowych, bezpieczeństwie i monitoringu, których oferta uzupełnia się wzajemnie i umożliwi kompleksowe wdrożenia. Zaprezentowane zostanie działanie rozwiązań, na miejscu będzie można zapoznać się ze sprzętem i oprogramowaniem. Partnerami Tech Meets są: Sophos, QNAP, Dahua, Xopero, Kingston, Nakivo i CyberPower.

Tech Meets zaplanowano w następujących miastach: Poznań (12.10.2017), Szczecin (26.10.2017), Gdańsk (23.11.2017), Lublin (18.01.2018), Warszawa (22.02.2018), Katowice (22.03.2018), Wrocław (12.04.2018).

Więcej informacji i rejestracja: www.techmeets.fen.pl.



Action: połączenie uchwalone

Action przejmie spółki zależne: Actina, Sferis, Retailworld oraz Gram.pl. Uchwały w sprawie połączenia przegłosowano 6 września podczas nadzwyczajnego walnego zgromadzenia akcjonariuszy Actionu oraz zgromadzenia wspólników każdej ze spółek. Połączenie następuje przez przeniesienie całego majątku wspomnianych spółek na Action, który w każdej z nich bezpośrednio lub pośrednio kontroluje 100 proc. udziałów.

O zamiarze fuzji poinformowano na początku lipca br. Zarząd Actionu przekonuje, że zmiana oznacza dla spółki i grupy szereg korzyści. Ma doprowadzić m.in. do ograniczenia kosztów (np. zarządów, magazynowania, dystrybucji produktów), zwiększenia marży i poszerzenia kręgu odbiorców Action SA. Uporządkowana struktura powinna działać sprawniej, m.in. dzięki uproszczeniu zarządzania grupą i ułatwieniu kontroli. Profity mają przynieść również efekty synergii.



Oszuści porzucili branżę IT

Ryzyko oszustw podatkowych w branży elektronicznej diametralnie spadło – ocenił w końcu sierpnia wiceszef Krajowej Administracji Podatkowej, Piotr Walczak, na spotkaniu z liderami największych dystrybutorów i przedstawicielami firm ubezpieczeniowych. Według niego to zasługa działań uszczelniających system podatkowy.

Wiceszef skarbowki uspokajał przedsiębiorców, że zmieniło się podejście do kontrolowanych firm. Jego zdaniem przedłużające się i przewlekłe kontrole skarbowe wśród polskich dystrybutorów IT to „problem historyczny”. Uczestnicy spotkania uzgodnili, że będą wspólnie pracować nad wytycznymi dla kontrolerów skarbowych dotyczącymi prowadzenia kontroli skarbowych w branży elektronicznej. Mają one pomóc urzędnikom bliżej poznać specyfikę sektora i wykazać, jaki typ transakcji może być dla nich podejrzany, a jaki nie. Mniejsze ryzyko oszustw może skłonić ubezpieczycieli do złagodzenia polityki wobec branży, które ostatnio przejawiało się cięciem limitów kredytowych, co ograniczyło możliwości rozwoju firm, a mniej odporne wpędziło w problemy finansowe. Jaka jednak będzie ich reakcja na informacje z organów skarbowych, na razie nie wiadomo.

Allegro szykuje przejęcia

– *Będziemy mieli kilka niespodzianek w najbliższych sześciu miesiącach. Również w przypadku takich produktów, które są oderwane od core biznesu Allegro* – zapowiedział prezes Allegro Przemysław Budkowski w wp.tv. Dodał, że jest dużo usług, które są komplementarne i wspierają funkcjonowanie przedsiębiorców, np. usługi finansowe, ubezpieczeniowe, logistyczne. – *To są na pewno obszary, które nas interesują* – stwierdził szef największej krajowej platformy e-commerce.

Sugerował, że bardziej niż startupami Allegro interesuje się firmami, które są rozwinięte, długo funkcjonują na polskim rynku i działają na nim z powodzeniem.

Nie ujawnił kwoty przeznaczonej na przejęcia. Na początku roku Allegro zostało kupione przez konsorcjum funduszy inwestycyjnych za cenę blisko 13 mld zł.

Powstał gigant na rynku oprogramowania

Micro Focus sfinalizował przejęcie działu oprogramowania HPE za 8,8 mld dol. Wstępną umowę w tej sprawie podpisano we wrześniu ub.r. Zakup obejmuje m.in.: chmurowe oprogramowanie Autonomy, za które HP zapłaciło kilka lat temu 11 mld dol., jak też narzędzia do analizy Big Data, zarządzania oprogramowaniem i cyberochrony. Udziałowcy HPE mają ponad połowę akcji wspólnej spółki. Nowy Micro Focus ma dostarczać oprogramowanie w obrębie hybrydowego środowiska IT. Zajmie się również bezpieczeństwem i zarządzaniem ryzykiem oraz analizą predykcijną. W ocenie spółki hybrydowe IT to przyszłość oprogramowania.

Arest.pl zamknięty

Sklep komputerowy arest.pl został zamknięty w końcu sierpnia br. Zajmował się sprzedażą sprzętu komputerowego i oprogramowania. Rafał Janicki, właściciel firmy Rafał Janicki ArestComputers Technology (działa od 1998 r.) zapewnia, że sklep nie zakończył sprzedaży z powodów finansowych. Informuje przy tym, że zobowiązania z tytułu gwarancji są nadal realizowane.

– *Zamknięcie sklepu nie było podyktowane sytuacją finansową firmy, która była i jest bardzo dobra. Wszystkie zobowiązania za zakup towaru zawsze regulowaliśmy długo przed terminem płatności, a na dzień dzisiejszy wynoszą one 0 zł. Jednocześnie u wszystkich naszych dostawców mamy otwarte dość duże linie kredytowe. Firma nadal będzie istnieć i będzie związana z branżą IT. Nie planujemy jednak wznawiać w najbliższym czasie działalności handlowej skierowanej do klientów indywidualnych* – informuje Rafał Janicki.

Elektroodpady: likwidacja absurdu

Zmienia się zasady rozliczeń zbiórki zużytych tonerów i kartridżów. W 2016 r. wprowadzono obowiązek raportowania ilości wprowadzonych na rynek wkładów do drukarek. Ale problemem okazało się rozliczenie ich wagi jako elektroodpadów, bo zużyte, puste pojemniki są lżejsze niż nowe. Aby wymagana ustawą masa elektrośmieci się zgadzała, zużyte tonery i tusze do drukarek zastępowano w rozliczeniu innymi elektroodpadami, jak telefony czy tablety. ZIPSEE „Cyfrowa Polska” postulował, by tusz nie był wliczany do masy całego wkładu drukarek. Związek skierował do resortu pismo w tej sprawie pod koniec czerwca br. Ministerstwo Środowiska w sierpniu zgodziło się z tą interpretacją.

CZAS NA ZMIANĘ I NOWĄ PRZYSZŁOŚĆ Z EPSONEM

ROADSHOW EPSON - DOŁĄCZ DO NAS!

10.10.2017	Warszawa	Centrum Nauki Kopernik
12.10.2017	Sopot	Zatoka Sztuki
17.10.2017	Poznań	Concordia Design
19.10.2017	Wrocław	Stadion Wrocław
24.10.2017	Katowice	Hotel Forum Katowice
26.10.2017	Kielce	Targi Kielce

W razie pytań prosimy o kontakt pod nr telefonu:
22 375 75 00

Zarejestruj się na www.epson.pl/roadshow



PRZEŁĄCZ SIĘ

EPSON[®]
EXCEED YOUR VISION

Norbert Biedrzycki w nowej firmie

Od początku września Norbert Biedrzycki zarządza warszawskim oddziałem McKinsey Digital Lab. MDL oferuje klientom usługi łączące doradztwo strategiczne oraz możliwość wdrożenia rozwiązań informatycznych. Zatrudnia programistów, ekspertów IT, konsultantów biznesowych. Warszawska jednostka jest trzecim w Europie – po Londynie i Berlinie – i siedemnastym na świecie oddziałem McKinsey Digital Lab (MDL). Norbert Biedrzycki ma ponad 20 lat doświadczenia w biznesie. Pracował już dla McKinsey & Company w Londynie w latach 2003-2010 jako młodszy partner zarządzający. Prowadził doradztwo w zakresie strategii, zarządzania zmianą i innowacji. Był także dyrektorem działu usług doradczych i rozwoju biznesu w Oracle'u. Ostatnio (od początku 2016 r.) był związany z Atos Polska, jako szef polskiej spółki koncernu oraz wiceprezes ds. integracji systemów na region CEE. Wcześniej był prezesem zarządu ABC Daty (2012-2014) oraz Sygnity (2010-2012).



Mariusz Rzepka menedżerem Sophos w regionie

Mariusz Rzepka objął posadę w regionalnych strukturach Sophosa jako Senior Sales Manager Eastern Europe. Poprzednio przez ponad 9 lat kierował Fortinetem w naszym regionie (2007-2017) jako Territory Manager na Polskę, Ukrainę i Białoruś. Przed przejściem do tej firmy jako Product Brand Manager w Veracompie (1996-2007) współpracował z dostawcami rozwiązań sieciowych i bezpieczeństwa. Mariusz Rzepka jest absolwentem krakowskiej Akademii Górniczo-Hutniczej.

ZMIANY ⇄ na stanowiskach



Dariusz Piotrowski szefem Dell EMC

Dariusz Piotrowski przejął stery polskiego oddziału Dell EMC. Odpowiada za działalność firmy na polskim rynku, nadzór nad sprzedażą całego portfolio produktów i rozwiązań Dell oraz Dell EMC, a także za wzmacnianie pozycji producenta na rynku. Obowiązki

dyrektora generalnego od kwietnia br., po odejściu Adama Wojtkowskiego, pełnił dotychczas Radomir Bordon, dyrektor technicznego wsparcia sprzedaży w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Przez ostatnie lata (od 2009 r.) Dariusz Piotrowski sprawował kierownicze funkcje w Microsoftzie. Był dyrektorem sprzedaży do klientów enterprise, p.o. dyrektora generalnego, a także dyrektorem działu nowych technologii. Wcześniej przez 13 lat odpowiadał za różne działy w Cisco Systems (1996-2009), m.in. za sprzedaż zaawansowanych technologii na rynkach Europy Środkowej czy współpracę z partnerami w Polsce. Karierę rozpoczął w 1992 r. w Naukowo-Akademickiej Sieci Komputerowej (NASK), gdzie do jego zadań należało projektowanie i wdrażanie ogólnokrajowych sieci teleinformatycznych. Dariusz Piotrowski jest absolwentem Wydziału Elektroniki Politechniki Warszawskiej.



Przemysław Kucharzewski odchodzi z Xopero

Przemysław Kucharzewski z końcem września opuszcza Xopero Software. Od lutego br. objął funkcję channel sales directora gorzowskiego producenta rozwiązań do backupu. Odpowiadał za budowę kanału sprzedaży.

Przemysław Kucharzewski ma wieloletnie doświadczenie w branży. W ostatnich latach był prezesem Indata Connect oraz współtwórcą Eptimo, nowego VAD-a na polskim rynku. W latach 2008-2014 był związany z AB, gdzie budował dział Enterprise Business Group. Był także w zarządzie Optimusa – spółki zależnej AB. Pracował m.in. również w Incomie.

Sąd: błędy skarbowki wobec NTT

Wojewódzki Sąd Administracyjny uchylił za skarżoną przez NTT System decyzję dyrektora Izby Skarbowej w Warszawie, która dotyczyła korekt deklaracji VAT za kwiecień i maj 2007 r. Według spółki sąd w uzasadnieniu stwierdził, że dokonana przez skarbowkę ocena działania NTT była błędna, a spółka spełniła kryterium „starannego podatnika”. Orzeczenie nie jest prawomocne. Spółka nie podaje, jakie kwoty są przedmiotem sporu z organami skarbowymi w tej sprawie.

W kwietniu br. WSA uchylił decyzje Izby Skarbowej w Warszawie dotyczące nadpłaty VAT za marzec i czerwiec 2007 r., podając analogiczne uzasadnienie, jak w niedawnym przypadku. Również tutaj spółka nie ujawniła kwot. NTT nadal jest w sporze z organami skarbowymi m.in. w kwestii VAT za grudzień 2008 r. i CIT za 2008 r.

Trwają postępowania kontrolne wobec spółki za lata 2009–2012 oraz styczeń i luty 2013 r. Koncentrują się na obrocie elektroniką i kwestii dochowania przez NTT należytej staranności przy weryfikacji kontrahentów.

Nowa grupa informatyczna

Ratio Systems dołączyła do DPS Software, tworząc spółkę DPS Systems. Dzięki połączeniu grupa zaoferuje rozwiązania CAD, CAM, CAE, PDM i ERP. Według niej taka kombinacja jest jedyna w Polsce.

Szef DPS Software Paweł Dziadosz przekonuje, że współpraca to reakcja na potrzeby rynku, bo klienci oczekują kompleksowych rozwiązań, obejmujących nie tylko oprogramowanie do projektowania i produkcji, lecz także finanse, produkcję, logistykę, kadry, sprzedaż i analitykę biznesową, czyli ERP. DPS Software jest dystrybutorem oprogramowania Solidworks.

GIODO znalazł luki w systemie PESEL

Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych nakazał Ministrowi Cyfryzacji usunięcie naruszeń dotyczących przetwarzania danych w rejestrze PESEL. Stwierdziła je kontrola, przeprowadzona w następstwie wcześniejszego sprawdzenia przez GIODO kancelarii i izb komorników sądowych, u których wykryto masowe pobieranie danych z rejestru PESEL.

Kontrola ujawniła liczne uchybienia, m.in. brak procedur postępowania w razie naruszenia ochrony danych, przyznawanie jednemu użytkownikowi więcej niż jednej karty z certyfikatem umożliwiającym zdalny dostęp do rejestru PESEL, bądź brak aplikacji pośredniczącej w dostępie do bazy PESEL. GIODO nakazał usunięcie większości nieprawidłowości do końca br.

Resort protestuje. Według niego wnioski GIODO są nieprawdziwe. Zapewnia, że do rejestru PESEL nie mają dostępu osoby lub instytucje nieuprawnione.

Mediatek negocjuje z Huawei

Mediatek i Huawei Polska są zainteresowane podpisaniem umowy dotyczącej współpracy – deklarują obie spółki. Kontrakt ma objąć wsparcie technologiczne, handlowe i finansowe. List intencyjny w tej sprawie podpisano w marcu, zapowiadając zawarcie umowy o kooperacji do końca maja br. „Powstałe opóźnienie w zawarciu kontraktu to efekt konsultacji na temat nowych obszarów działalności, które powinna objąć przyszła współpraca” – komentuje Mediatek (spółka z grupy Hawe). Mediatek, Hawe Telekom i Huawei Polska powołały wspólne zespoły robocze, które pracują nad uszczegółowieniem kooperacji. List intencyjny przewiduje m.in. certyfikację i szkolenie personelu Hawe Telekom w zakresie serwisowania oraz wdrażania technologii Huawei, a także stworzenie ośrodka szkoleniowo-referencyjnego na bazie zasobów infrastruktury telekomunikacyjnej polskiej firmy. Strony porozumienia zakładają również wspólną realizację projektów w ramach przetargów, np. dotyczących rozbudowy infrastruktury telekomunikacyjnej.

T-Mobile przejął integratora

Polski oddział T-Mobile przejął 100 proc. udziałów w T-Systems Polska od T-Systems International. Obie spółki należą do Deutsche Telekom. Przejęcie oznacza zwiększenie zaangażowania T-Mobile na polskim rynku usług B2B. Celem jest stworzenie oferty usług telekomunikacyjnych i IT dla klientów biznesowych. T-Systems jest spółką projektową. Działa na lokalnym rynku od 1998 r. (początkowo jako Debis Systemhaus). Wcześniej polski oddział T-Mobile połączył się z GTS Poland, po przeprowadzonym w 2013 r. zakupie GTS Central Europe przez Deutsche Telekom. Dzięki temu przejął m.in. centra danych GTS w Polsce. T-Systems Polska pozostanie odrębną spółką.



Grupa Wasko się powiększyła

COIG, spółka zależna Wasko, przejęła 100 proc. udziałów w krakowskiej firmie informatycznej Logic Synergy. Oferuje ona m.in. systemy billingowe, ERP, GIS, SCADA. Ma prawie 200 klientów. To właśnie portfolio produktów i nowych klientów oraz przewidywany wzrost skonsolidowanych przychodów o ponad 7 mln zł rocznie był powodem przejęcia przez COIG krakowskiej spółki.

Nowy producent w Polsce

Na rynku pojawił się nowy dostawca systemów do inteligentnego domu - Ezviz. Jest to marka grupy Hikvision. Jej główny asortyment obejmuje obecnie kamery do monitoringu wizyjnego, przeznaczone przede wszystkim dla małych i średnich firm oraz użytkowników domowych. W ofercie ma również bezprzewodowy system sensorów ruchu, zasilania i kontroli drzwi wraz z hubem, który można zintegrować z nadzorem wideo. Docelowo Ezviz ma umożliwić sterowanie oświetleniem i innymi urządzeniami elektrycznymi oraz wideodomofonami. Wszystkie urządzenia można obsługiwać za pomocą aplikacji mobilnej na smartfona. Pod marką Ezviz są oferowane także kamery sportowe Full HD i 4K. Ich dystrybutorem w Polsce jest ABC Data, jak również Promitel i Secutity Office.

Oracle będzie zwalniał

Wygląda na to, że koncern redukuje dział sprzętowy. Pracę może stracić 1-1,5 tys. osób - według medialnych przecieków. Zwolnienia mają objąć osoby zajmujące się rozwiązaniami Solaris, SPARC i pamięciami masowymi. Restrukturyzacja miałaby być związana ze zmniejszeniem zaangażowania firmy w biznes sprzętowy i koncentracją na rozwiązaniach chmurowych. Jako jeden z powodów wymienia się topniejący popyt na systemy SPARC oraz związany z nim Solaris. Sprzedaż biznesu sprzętowego Oracle'a w ciągu minionych dwóch lat spadła o ponad 20 proc., a jego udział w obrotach korporacji do ok. 10 proc. Tymczasem przychody Oracle'a z rozwiązań chmurowych w minionym roku finansowym wzrosły o 66 proc. Przecieki dotyczące redukcji nie zaskakują także po zapowiedziach z początku br., gdy Oracle rozstał się z 1 tys. pracowników działu sprzętowego. W sierpniu br. z firmy odszedł dyrektor odpowiedzialny za SPARC i Solaris, John Fowler. Nie pojawiła się również nowa, dwunasta wersja systemu Solaris.

Tech Data: roadshow o centrach danych



Trwa jesienny roadshow Tech Daty pod hasłem „Dostosuj infrastrukturę Twojego centrum przetwarzania danych do potrzeb zmieniającego się świata”. Spotkania są przeznaczone dla partnerów handlowych i ich klientów. W październiku i listopadzie br. zaplanowano konferencje w Rzeszowie (5.10), Lublinie (12.10), Wrocławiu (18.10) i Krakowie (8.11). Podczas roadshow partnerzy mogą zapoznać się z rozwiązaniami IBM, Cisco, Veeam i VMware. Wśród zagadnień poruszanych na szkoleniach będą m.in.: pamięci masowe definiowane programowo jako alternatywa dla klasycznych macierzy, zapotrzebowanie na chmurę hybrydową oraz możliwości zbudowania multiworkload data center, wykorzystującego aplikacje dostarczane w trybie DevOps (develop and operate). Agendę i formularz rejestracyjny można znaleźć na stronie www.as.techdata.eu/pl/ w dziale „Aktualności” w informacji pt. „Roadshow dedykowany Data Center - IBM, Cisco, VMware, Veeam”.

Ruszyła restrukturyzacja HPE

Rozpoczęła się przebudowa Hewlett-Packard Enterprise zgodnie z inicjatywą nazwaną HPE Next, która ma przygotować przedsiębiorstwo na wyzwania przyszłości.

- *Celem jest uprościć, uprościć, uprościć wszystko, co robimy: podejmowanie decyzji, wdrażanie innowacji, codzienną współpracę z klientami i partnerami* - wylicza Antonio Neri, dyrektor generalny grupy Enterprise i prezes HPE. - *Docelowo wiele poziomów organizacji zostanie zlikwidowanych* - zapowiada.

Dzięki zmianom firma ma zaoszczędzić 300 mln dol. W nową erę HPE wkroczy bez kilku wieloletnich menedżerów. Z korporacją rozstanie się dyrektor sprzedaży Peter Ryan rozstanie się z korporacją. Jego następcą od 1 listopada będzie Phil Davis, który obecnie zarządza regionem APAC. W tym samym terminie z HPE pożegnają się: szef regionu EMEA Andy Isherwood oraz szef HPE w Ameryce - Jim Merritt.

Decyzje personalne są elementem większych zmian. W najbliższych miesiącach z obecnego HPE ma powstać sprawniejsze, elastyczniej działające przedsiębiorstwo. Antonio Neri zapowiada koncentrację na obszarach, w których partnerzy mogą łatwiej i lepiej zarabiać.

Dwaj duzi gracze coraz bliżej

Po niemal trzech miesiącach od ujawnienia się Euvic w akcjonariacie Qumaka grupa informatyczna obejmie więcej akcji - jej udział przekroczy 10 proc. w kapitale integratora. Wiceprezes Euvic Wojciech Kosiński informuje, że niemal drugie tyle akcji Qumaka, co spółka Euvic, objęli członkowie zarządu i kluczowi pracownicy grupy. Kadra zarządzająca federacji zaangażuje się w biznes jednego z największych integratorów nie tylko kapitałowo. - *Qumak przeżywał trudne chwile. Dzisiaj to przeszłość* - zapewnia Wojciech Wolny, prezes Euvic, a od czerwca br. członek rady nadzorczej Qumaka i jego udziałowiec. Euvic i jego szefowie zaangażowali się w Qumaka po fatalnym roku 2016 r., gdy integrator po zapaści na rynku zamówień publicznych miał ponad 41 mln zł straty netto.



Epson i Nuance partnerami

Seiko Epson Corp ogłosiło rozpoczęcie strategicznej współpracy z Nuance Communications. Dzięki niej klienci Epsona za pośrednictwem dystrybutorów i resellerów uzyskają dostęp do rozwiązań Nuance przeznaczonych do skanowania dokumentów. Epson przekonuje, że usprawni to obieg dokumentów w przedsiębiorstwach oraz poprawi ich bezpieczeństwo. Partnerzy będą mogli oferować drukarki wielofunkcyjne i skanery wraz z oprogramowaniem Nuance.

Polskie firmy przed sądem za piractwo

W I poł. 2017 r. na mocy orzeczeń sądowych i ugód przedsiębiorcy, którzy używali pirackiego oprogramowania, muszą zapłacić w sumie 1,2 mln zł – podaje BSA. To niewiele mniej niż w całym 2016 r. (1,5 mln zł). W przypadku postępowań związanych z korzystaniem z nielicencjonowanego software'u zawarto ugody na różne kwoty. Są takie o wartości 20 tys. zł, zaś najwyższą rekompensata (ponad 500 tys. zł) została orzeczona na początku roku opolski sąd – za nielegalną sprzedaż przez firmę kluczy aktywacyjnych. Ponadto sąd skazał trzech właścicieli przedsiębiorstw na kary ograniczenia wolności od 8 miesięcy do 1 roku, w ramach których muszą wykonać prace społeczne pod nadzorem. W sumie od 2012 do 2015 r. łączna wysokość odszkodowań, które firmy i osoby prywatne zobowiązały się zapłacić na mocy ugód i wyroków sądowych, wyniosła według BSA 8,7 mln zł.



Organizacja twierdzi, że otrzymuje coraz więcej zgłoszeń dotyczących korzystania z nielegalnego oprogramowania w przedsiębiorstwach. W ub.r. w Polsce takich informacji odnotowano 909 (w 2015 r. – 454). Część zgłoszeń przesłanych do BSA finalnie prowadzi przedsiębiorców przed sąd. Od początku br. na podstawie zgłoszonych do BSA przypadków złożono ponad 30 zawiadomień o podejrzeniu popełnienia przestępstwa.



Veracomp dystrybutorem LG

LG Electronics Polska oraz Veracomp podpisały umowę o współpracy obejmującą dystrybucję wielkoformatowych wyświetlaczy, rozwiązań Digital Signage i telewizji hotelowej. Krakowska firma zapewni partnerom wsparcie techniczne oraz pomoc projektantów i inżynierów przy zaawansowanych instalacjach. Veracomp ma już w ofercie kompletne portfolio produktów Digital Signage od LG.

Synology[®] 2018

2017
10/17

Regent Warsaw Hotel
WARSAW

Serdecznie zapraszamy na naszą coroczną konferencję Synology 2018 w Warszawie!

Zapoznaj się z wizją Synology i odkryj ekscytujące trendy technologiczne w zakresie sieci, aplikacji oraz pamięci masowych.

Dołącz do nas



Dlaczego warto wziąć udział?



Ekspertyza
techniczna



Trendy
rynkowe



Porozmawiaj
z nami!



Z dużej chmury... duży biznes

Huawei zaprezentowało swój plan, który zakłada, że chiński koncern stanie się globalnym potentatem na rynku chmury obliczeniowej. W realizacji tego celu ma pomóc 12 proc. dochodów, jakie przeznaczają na prace działu R&D.

TOMASZ JANOŚ, SZANGHAJ

Huawei Connect 2017 w Szanghaju to największa na świecie konferencja działu Enterprise Business Group. Blisko 20 tysiącom uczestników ze 150 krajów prezentowano portfolio produktowe, strategię i kierunki rozwoju w obszarze oferty dla przedsiębiorstw. Była to także demonstracja siły producenta, który twierdzi, że obecnie blisko 50 proc. światowej populacji w jakiś sposób łączy się za pomocą rozwiązań sieciowych Huawei lub je wykorzystuje.

Guo Ping, dyrektor generalny Huawei, podzielił się z uczestnikami wizją budowy jednej z pięciu największych światowych chmur, które mają w przyszłości stanowić o obliczu globalnego rynku chmury publicznej.

– Społeczeństwa doświadczają już namacalnego efektu rozwoju technologii cyfrowych i korzyści wynikających ze skali inwestycji w chmury, które w nie tak odległej perspektywie będą scalane i centralizowane. Prognozuje się, że w przyszłości na świecie będzie pięć głównych chmur. Dla tego też Huawei będzie współpracował

z partnerami, aby zbudować jedną z nich. Mamy do tego technologię i know-how – zapewnia Guo Ping.

Tak śmiała wizja prowokuje określone spekulacje. Przedstawiciele Huawei wzbraniali się jednak przed odpowiedzią, jaki może być skład tej wielkiej piątki. Przykładowo którego gracza z czołówki na rynku chmury publicznej – tworzonej obecnie przez AWS, Microsoft, Google, IBM i Salesforce – chiński pretendent miałby zastąpić. Tłumaczyli jedynie, że postępująca konsolidacja na rynku doprowadzi do tego, że w cloudowym biznesie

będzie się liczyć tylko pięciu dostawców na świecie, a oni będą jednym z nich.

RÓŻNYMI DROGAMI DO WIELKIEJ PIĄTKI

Firma planuje stworzyć globalną Huawei Cloud, opartą na własnych chmurach, a także tych zbudowanych wraz z partnerami. Z charakterystycznym dla Państwa Środka zamiłowaniem do metafor producent nazywa cloud częścią swojego biznesowego DNA. W Chinach już rozwijana jest oferta jego niezależnej chmury publicznej, z własną infrastrukturą i usługami. Gdzie indziej sposobem na Huawei Cloud ma być tworzenie ekosystemu wokół chmurowych rozwiązań koncernu.

Przedstawiciele firmy podczas kongresu podkreślali, jak ważne jest udostępnianie wielu różnych technologii, które umożliwiają współpracę z innymi dostawcami. Zwracano uwagę na łatwość uruchamiania u klientów chmur prywatnych Huawei (FusionCloud) i łączenia ich poprzez warstwę pośredniczącą (Fusion-

Chmura Huawei ma być platformą do uruchamiania m.in. automatyki przemysłowej, robotyzacji czy sztucznej inteligencji.

Bridge) z chmurami publicznymi, takimi jak AWS czy Microsoft.

Jednak zdaniem producenta najbardziej pożądanym dla klienta wariantem, z uwagi na ujednoczoną architekturę, jest wykorzystanie jego rozwiązań zarówno w chmurze prywatnej, jak i publicznej. W tym celu Huawei tworzy partnerstwa z operatorami telekomunikacyjnymi. Oferty chmury publicznej, będące efektem współpracy z Deutsche Telekom, Orange'em i Telefonicą, polegające na udostępnieniu usług bazujących na infrastrukturze i rozwiązaniach dostarczonych przez Huawei, mają objąć zasięgiem wiele krajów na świecie, w tym także Polskę.

Chmura Huawei ma być platformą do uruchamiania automatyki przemysłowej, robotyzacji czy sztucznej inteligencji. Ma umożliwić błyskawiczną analizę milionów obrazów wysokiej rozdzielczości, dostarczanych przez monitoring wideo, obejmującą rozpoznawanie twarzy i klasyfikowanie ludzkich zachowań. Kolejne jej zadanie to wspieranie rozwoju inteligentnych miast i budowy Internetu rzeczy. Podczas konferencji ogłoszono m.in. uruchomienie chmurowej platformy dla sieci kamer IP działających w ramach rozwiązań smart city. Przedstawiciele producenta twierdzili, że 100 tys. kamer zainstalowanych w wielkim mieście może rocznie dostarczać 100 mld obrazów tablic rejestracyjnych i generować 1 bln operacji rozpoznawania twarzy. Obsługa instalacji o takiej skali jest możliwa tylko w chmurze wykorzystującej sztuczną inteligencję i olbrzymie moce obliczeniowe.

Budując ekosystem partnerów wokół swojej chmury, Huawei uruchomi rozwiązanie do rozwoju oprogramowania – DevCloud 2.0. Ta cloudowa platforma R&D ma udostępnić ponad 3 tys. technologii informacyjno-komunikacyjnych Huawei poprzez publiczne interfejsy API. Dostawca da też partnerom dostęp do swoich 20 lokalnych Open Labów (centrów badawczo-rozwojowych) na świecie.

6 PRODUKTOWYCH PREMIER

Huawei Cloud ma także ułatwiać przedsiębiorstwom proces cyfrowej transformacji. Prezentowano przypadki firm motoryzacyjnych – m.in. Volkswagena

>>> Trzy pytania do...



Johnny'ego Zhanga, dyrektora zarządzającego Huawei Enterprise Business Group w Polsce

CRN „Grow with the Cloud” to hasło Huawei Connect 2017.

Czy w Polsce nadszedł już czas, by oprzeć swój biznes na chmurze?

JOHNNY ZHANG Obserwujemy rynek chmury w Polsce, bo jest on dla nas strategiczny w tym regionie. Jest to obszar, który bardzo się rozwija, ale póki co znajduje się w fazie początkowej, a przy tym jest bardzo podzielony, z wieloma dostawcami i różnymi technologiami. Dlatego nowemu graczowi łatwo jest na niego wejść i my widzimy w tym dużą szansę. Kongres pokazał, że mamy obecnie jasną i dopracowaną wizję Huawei Cloud. W samych Chinach dostarczamy własne kompletne usługi chmury publicznej, a w innych regionach, także tutaj, skupiamy się na współpracy z operatorami telekomunikacyjnymi, którzy już zaczęli lub niebawem zaczną udostępniać chmurę publiczną bazującą na naszych rozwiązaniach. Mamy podpisane umowy z takimi potentatami, jak Deutsche Telekom, Orange i Telefonica. Będziemy także współpracować z najróżniejszymi partnerami, by dostarczać aplikacje chmurowe i tworzyć nasz ekosystem.

CRN Właśnie ekosystem, obok chmury, jest najczęściej powtarzanym słowem podczas kongresowych wystąpień. Podkreślicie rolę partnerów-dostawców w jego tworzeniu, ale jak ważny – szczególnie na pol-

skim rynku – jest dla was ekosystem kanału sprzedaży?

JOHNNY ZHANG Bez względu, czy jest to biznes chmurowy, czy tradycyjny potrzebujemy partnerów w kanale sprzedaży. Bez nich nie możemy rosnąć tak szybko, jak zamierzamy. A chcemy co dwa lata podwajać nasz biznes w segmencie Enterprise. Dlatego bardzo liczymy na lokalnych partnerów, bo to oni najlepiej rozumieją potrzeby klientów. W ramach naszego programu partnerskiego mamy obecnie zarejestrowanych ponad 300 firm. A gdy chodzi o cloud, wprowadzamy globalnie nowy system motywowania partnerów wspólnie z nami rozwijających ekosystem usług i aplikacji chmurowych.

CRN Wasza właśnie wygłoszona deklaracja, że Huawei stanie się jednym z pięciu największych dostawców chmury publicznej na świecie, może zaskakiwać. Póki co, wasze udziały w globalnym rynku są niewielkie...

JOHNNY ZHANG Gdy w 1994 r. zapowiadaliśmy, że staniemy się jednym z trzech najważniejszych dostawców infrastruktury telekomunikacyjnej, nikt nam nie wierzył. Nawet sami sobie trochę nie wierzyliśmy (śmiech). Nasza determinacja doprowadziła do tego, że obecnie Huawei jest niekwestionowanym liderem tego rynku. W przypadku chmury także nie zabraknie nam uporu, by dążyć do założonego celu.

i Mercedesa-Benza – a także przykłady innych dostawców, jak Philips czy Chiński Bank Przemysłowo-Handlowy (ICBC), kilka dużych platform usługowych, które zdecydowały się na wykorzystanie Huawei Cloud i oferty cloudowej partnerów tej marki. W tworzeniu cyfrowych firm ma pomóc sześć nowych rozwiązań.

Wśród nich jest należący do kategorii sprzętowej Atlas – platforma zaprojektowana z myślą o AI, uruchamianiu chmury publicznej i przetwarzaniu HPC. Wspomniana już Huawei DevCloud oferuje narzędzia i usługi developerskie w ra-

mach Huawei Cloud. Z kolei chmurowe usługi Enterprise Intelligence (EI) mają wspomagać przedsiębiorstwa we wprowadzaniu innowacyjnych sposobów wykorzystania informacji. Platforma Huawei IoT umożliwia zarządzanie kartami SIM i urządzeniami oraz ułatwia uruchamianie aplikacji. Do wdrażania cloud computingu w przedsiębiorstwach mają natomiast służyć platformy programowe – FusionCloud do uruchamiania chmury prywatnej oraz FusionBridge (oparta na OpenStack) do chmur hybrydowych. ■

» **Eset** buduje nową centralę w Bratysławie. Obiekt będzie większy niż obecne biura dostawcy antywirusów. Na 25 tys. mkw. powierzchni znajdzie się miejsce dla 1,4 tys. osób. Wynika z tego, że słowacka firma liczy na znaczny rozwój – planuje stworzyć ok. 800 nowych stanowisk pracy. Przyszłą centralę zaprojektowano z rozmachem w formie zatopionych w zieleni biurowców w kształcie przenikających się kół. Będzie gotowa prawdopodobnie w 2022 r.

» **Microsoft** zwolnił kolejną grupę pracowników w USA, w tym w Polsce – wynika z nieoficjalnych informacji serwisu Petri.com. Redukcje miały objąć zespół sprzedażowy i produktowy, w tym inżynierów. W lipcu br. Microsoft przeprowadził już masowe zwolnienia (kilkę tysięcy osób), co tłumaczono koniecznością przebudowy oferty i koncentracją na ekspansji w chmurze.

» **Unia Europejska** chce zmusić duże koncerny z USA do płacenia podatków. Planowane regulacje, których projekt ma być gotowy na początku 2018 r., mają sprawić, że takie giganty jak Apple, Google czy Microsoft, nie wymkną się fiskusowi w krajach europejskich. Główne założenie jest takie, że przychody uzyskane przez te firmy w krajach UE muszą być w nich opodatkowane. Wspólne stanowisko przyjęło ponad 20 ministrów krajów Unii na spotkaniu w Tallinie. Propozycja, aby w końcu wycisnąć wyższe podatki od potentatów zza oceanu, wyszła z Francji.

» **Toshiba** sprzedała udziały w Toshiba Memory Corporation (za łączną cenę 8,7 mld dol.) konsorcjum, w które zaangażowane są m.in.: koreański producent pamięci SK Hynix, japońska Hoya, Apple, Dell i Kingston. Kontrakt muszą zaakceptować regulatorzy rynku. Możliwy jest ponadto sprzeciw WD, które już wcześniej w amerykańskim sądzie uzyskało postanowienie, że Toshiba nie może sprzedać działu czipów bez jego zgody. Toshiba jest zmuszona sprzedać swój najcenniejszy biznes (wypracowuje większość zysku operacyjnego korporacji) ze względu na potężne straty, jakie poniosła wskutek nieudanej inwestycji swojej amerykańskiej spółki nuklearnej – Westinghouse (została postawiona w stan upadłości). Strata netto Toshiba za ub.r. finansowy przekroczyła 8 mld dol.

» **Ingram Micro** w II kw. 2017 r. osiągnął 7-proc. wzrost sprzedaży (do kwoty 10,83 mld dol.), czemu towarzyszył jednak spadek zysku netto (z 55 mln dol. do 45 mln dol.). Zarząd największego dystrybutora IT na świecie wyjaśnia to większym udziałem w sprzedaży produktów konsumenckich, jak również strategicznych inwestycji, m.in. w chmurę. Ponadto w porównaniu z poprzednim rokiem zmniejszył się zysk amerykańskiej spółki zależnej sprzedającej sprzęt mobilny.

» **Komisja Europejska** chce, żeby produkty i usługi bezpieczeństwa IT uzyskały unijne certyfikaty. Mają być dobrowolne, a ich wydaniem miałyby się zająć ENISA – unijna agencja ds. bezpieczeństwa

informatycznego. Pojawił się również postulat Europejskiej Partii Zielonych, by unijne przepisy dotyczące odpowiedzialności za produkty objęły też oprogramowanie. Tym samym producenci mieliby ponosić konsekwencje w razie udanego ataku hakerskiego na ich software.

» **Kaspersky Lab** został uznany przez władze USA za firmę zbyt blisko powiązaną z rosyjskimi służbami. Dlatego amerykański departament bezpieczeństwa wewnętrznego zabronił używania oprogramowania tej marki w tamtejszej administracji i agencjach rządowych. Instytucje dostały 60 dni na opracowanie planu zablokowania software'u i 90 dni na jego wdrożenie. Jewgienij Kasperski, założyciel Kaspersky Lab, jest absolwentem moskiewskiej Wyższej Szkoły KGB (Wydział Matematyki, gdzie poznawał m.in. kryptografię i techniki komputerowe).

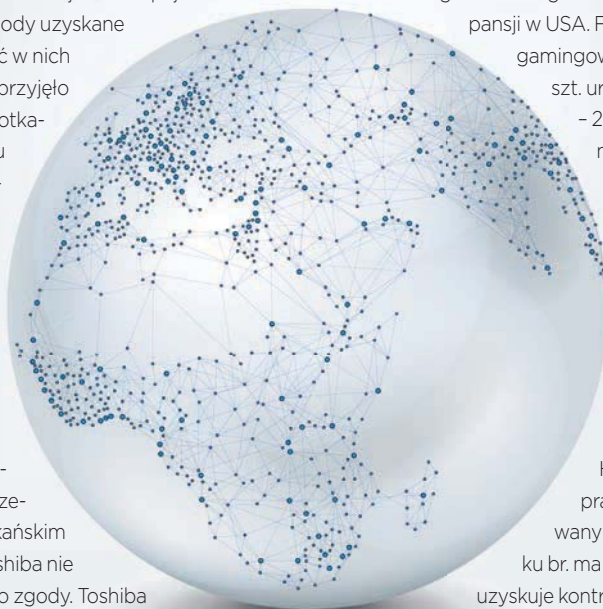
» **Haier**, chiński producent gamingowych pecetów Thunderobot, zamierza w 2018 r. wejść na rynek europejski. W ten sposób powalczy o udziały w segmencie high-endowych laptopów dla graczy.

Według serwisu Digitimes koncern szykuje się również do ekspansji w USA. Firma sukcesywnie zwiększa sprzedaż gamingowych PC: w 2015 r. klienci kupili 120 tys. szt. urządzeń marki Thunderobot, w 2016 r. – 200 tys., a w 2017 r. koncern liczy na 250–300 tys.

» **Google** za 1,1 mld dol. przejmuje ok. 2 tys. specjalistów HTC (20 proc. załogi), jak również patenty dotyczące smartfonów tajwańskiej marki. „Odcudzone” HTC nadal będzie działać jako samodzielna spółka i zamierza produkować kolejne smartfony. Zachowa także biznes VR. Specjaliści HTC, których niebawem zatrudni Google, pracowali już nad smartfonem Pixel, zbudowanym przez HTC dla Google'a. W październiku br. ma pojawić się kolejny model. Teraz Google uzyskuje kontrolę nad całym procesem produkcji.

» **Huawei** po raz pierwszy w historii wyprzedził Apple'a pod względem liczby sprzedanych smartfonów w USA – wynika z danych Counterpoint, które dotyczą czerwca i lipca br. W obu tych miesiącach udziały chińskiego koncernu w rynku miały przekroczyć 10 proc. Analitycy tłumaczą to sezonowością sprzedaży – latem popyt na iPhone'y spada, bo użytkownicy czekają na jesienne premiery modeli nowej generacji.

» **David Goulden**, szef biznesu infrastrukturalnego Dell EMC, oznajmił, że odchodzi z korporacji. O swojej decyzji poinformował wkrótce po opublikowaniu przez firmę wyników finansowych, które pokazują spadek popytu na pamięci masowe. Wyjaśniał, że użytkownicy przechodzą na rozwiązania all-flash i hiperkonwergentne, co skutkuje topniejącą sprzedażą tradycyjnych pamięci masowych średniej klasy. Jeszcze w lipcu br. służby prasowe producenta zaprzeczały pogłoskom, jakoby David Goulden planował rozstanie się z firmą.



REWOLUCYJNA PAMIĘĆ INTEL® OPTANE™ DO KOMPUTERÓW STACJONARNYCH.

ZADBAJ O SZYBKOŚĆ. ZACHOWAJ POJEMNOŚĆ.

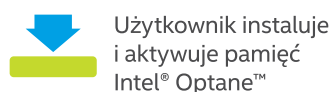


Tradycyjny dysk HDD z wydajnością dysku SSD? Mamy rozwiązanie - pamięć Intel® Optane™ to inteligentny akcelerator systemu do komputerów z tradycyjnym dyskiem twardym.

W połączeniu z najnowszymi procesorami Intel® Core™ i chipsetem serii 200, dodatkowa pamięć Intel® Optane™ zapewni wyraźnie szybsze działanie komputera. Pamięć Intel® Optane™ automatycznie uczy się zachowań użytkownika aby przyspieszyć wykonywanie najczęstszych zadań. To rozwiązanie sprawdzi się w domu i w biurze – umożliwi szybkie rozpoczęcie pracy, ładowanie ulubionych aplikacji, gier i dużych plików bez opóźnień. Urządzenia wyposażone w pamięć masową o dużej pojemności oraz pamięć Intel® Optane™ łączą zalety obu rozwiązań: szybkość reakcji i dużą pojemność w przystępnej cenie.



PAMIĘĆ INTEL® OPTANE™ + KLASYCZNY DYSK HDD



Użytkownik instaluje i aktywuje pamięć Intel® Optane™



Pliki potrzebne do ważnych zadań są natychmiast rozpoznawane i szybciej przetwarzane



Oprogramowanie monitoruje często używane pliki i aplikacje, a następnie przyspiesza ich przetwarzanie/działanie

NAWET
5X SZYBSZE URUCHAMIANIE
PRZEGLĄDARKI

NAWET
4X SZYBSZE OTWIERANIE DUŻYCH
PLIKÓW MULTIMEDIALNYCH

NAWET
2X SZYBSZY

w porównaniu z komputerem z samym dyskiem twardym¹

Sprawdź ofertę u dystrybutorów:

ABCDATA

AB Digital World

ACTION

ALSO

TechData

¹ Oprogramowanie i obciążenia wykorzystane w testach wydajności mogły zostać zoptymalizowane pod kątem wydajnego działania tylko na mikroprocesorach Intel®. Testy wydajności, takie jak SYSmark® i MobileMark®, mierzą wydajność określonych systemów komputerowych, podzespołów, oprogramowania i funkcji. Jakakolwiek zmiana wyżej wymienionych czynników może spowodować uzyskanie innych wyników. Aby wszechstronnie ocenić planowany zakup, w tym wydajność danego produktu w porównaniu z konkurencyjnymi, należy zapoznać się z informacjami z innych źródeł oraz innymi testami wydajności. Więcej szczegółowych informacji na temat wydajności i testów porównawczych można znaleźć na stronie <http://www.intel.com/benchmarks>.

© 2017 Intel Corporation. Intel, logo Intel, Intel Core oraz Intel Optane są znakami towarowymi firmy Intel Corporation lub jej podmiotów zależnych w Stanach Zjednoczonych i/lub w innych krajach. *Inne nazwy oraz marki mogą być przedmiotem praw osób trzecich.



Fot. valerybrozhinsky - Fotolia.com

Monitoring IP: biznes na inteligencji

Systemy wizyjne stają się źródłem danych, które są coraz cenniejsze dla przedsiębiorców. Dzięki temu integratorzy w rozmowach z potencjalnymi klientami mogą wyjść poza kwestie zwykłego dozoru.

KAROLINA MARZAŁEK

Polski rynek monitoringu wideo, jak oceniają dostawcy, rośnie każdego roku o blisko 20 proc., co jest zgodne ze światowymi trendami. Firmy wdrożeniowe obserwują u klientów migrację ze starych analogowych systemów na IP. Według praktyków użytkownicy końcowi, nawet jeśli nie muszą, to po prostu chcą mieć monitoring. Stąd kamery można zaobserwować również w zupełnie małych punktach, np. handlowych. Analitycy MarketsandMarkets sądzą, że do 2022 r. średni skumulowany wskaźnik wzrostu na tym rynku sięgnie 16,5 proc.

Nic dziwnego, że integratorzy IT powinni zainteresować się segmentem systemów wizyjnych, zwłaszcza że w kolejnych latach ma się on rozwijać zarówno na rynku biznesowym, jak i użytkowni-

ków domowych. Trzeba przy tym podkreślić, że „home userzy” raczej nie staną się podstawowym źródłem przychodów dla firm z branży informatycznej, gdyż instalacja kamery w domu i stworzenie zdalnego dostępu do niej stało się obecnie na tyle proste, że użytkownik może to zrobić sam. W przypadku trochę większej instalacji na podmiejskiej posesji pomoże mu natomiast agencja ochrony, z którą prawdopodobnie i tak ma podpisaną umowę.

KIERUNEK: FIRMY

Z tego względu o potrzebach związanych z monitoringiem wizyjnym IP warto rozmawiać przede wszystkim z przedsiębiorcami. Zresztą temat nie musi kończyć się na instalacji systemu dozoru, któ-

ry umożliwi zwykłą obserwację danego obiektu. Można go wzbogacić o inne funkcje, chociażby związane z przesyłaniem przez sieć IP głosu, muzyki, materiałów wideo (np. na wewnętrzne potrzeby agentów ochrony), czy też bezpiecznym dostępem do obrazu z kamer przez urządzenia mobilne. W parze z systemami monitoringu wizyjnego idą rozwiązania kontroli dostępu i automatyki budynkowej.

Integratorom z rynku IT potrzebne są kompetencje z zakresu automatyki budynkowej, aby obsługiwać większe kontrakty. Z drugiej strony przedsiębiorstwa, które się w niej specjalizują muszą uzupełnić wiedzę z obszaru IT. Instalatorzy przyznają, że od pewnego momentu ich działy inżynierskie muszą się wykazywać dobrą znajomością zagadnień informatycz-

nych, po to, aby dobrze porozumiewać się z informatykami pracującymi u klientów końcowych. Wspólny język zdecydowanie pomaga im w sprzedaży droższych rozwiązań do zarządzania budynkami, w tym również systemami dozoru.

Im szersze podejście firmy integratorskiej do potrzeb odbiorców, tym większe szanse na zdobycie klientów – można usłyszeć od firm doświadczonych we współpracy z użytkownikami końcowymi. Oferta producentów daje duży wybór – od zupełnie low-endowych rozwiązań po bardzo kosztowne, na które rośnie zapotrzebowanie. W opinii integratorów tanie, dość często zawodne systemy, też spełniają pewną, nie do końca negatywną rolę na rynku. Często sięgają po nie klienci, którzy po raz pierwszy decydują się na system dozoru. Kiedy się rozczarują, chętniej rozmawiają o rozwiązaniach z wyższej półki.

KAMERY Z WYSOKIM IQ

Specjaliści zauważają wzrost zapotrzebowania klientów na kamery panoramiczne i termowizyjne. Częścią systemów monitoringu wizyjnego IP stają się detektory radarowe. Na przykład integracja funkcji auto-trackingu z radarem pozwala na bardzo skuteczne śledzenie osób czy pojazdów. Radar ma także służyć m.in. jeszcze skuteczniejszej minimalizacji kosztów generowanych przez niepotrzebne alarmy (uruchamiane, gdy na monitorowanym terenie pojawi się np. zwierzę).

Ważnym trendem na rynku jest analityka obrazu. Wprowadzona do systemów monitoringu wizyjnego już kilka lat temu, nie od razu spełniła oczekiwania odbiorców, co negatywnie przełożyło się na zapotrzebowanie na te funkcje. Niemniej ciągle usprawniane technologie zyskały obecnie wysoką efektywność działania. Systemy analityczne w monitoringu są blisko związane ze sztuczną inteligencją, a do obszarów, w których działają wyjątkowo skutecznie należy np. zarządzanie ruchem i zliczanie osób. Inteligentne funkcje i dane wizyjne pochodzące z systemów monitoringu zyskują na znaczeniu wraz ze wzrostem rozdzielczości obrazu z kamer, czyniąc je nie tylko narzędziem dla działów bezpieczeństwa, ale i pracowników marketingu. Dlatego wraz z rozwo-

jem trendu Big Data i systemów analizy danych powinno rosnąć zainteresowanie odbiorców biznesowych zaawansowanymi rozwiązaniami.

WZROST ROZDZIELCZOŚCI I JEGO KONSEKWENCJE

Naturalnym trendem w rozwoju monitoringu wizyjnego IP jest wspomniany już wzrost rozdzielczości obrazu z kamer, dzięki czemu przekazywane przez nie dane stają się możliwie najwierniejszym odbiciem rzeczywistego widoku. Stąd wchodzące na rynek, na razie bardzo powoli, kamery wizyjne wykorzystujące technologię 4K. Zainteresowanie nimi jest jeszcze małe, ze względu na cenę. Biorąc jednak pod uwagę, że jedną kamerą 4K można objąć zdecydowanie większy obszar monitorowanego obiektu niż w przypadku popularnych urządzeń (niekiedy może ona zastąpić cztery kamery Full HD), ich udział w instalacjach powinien się systematycznie zwiększać.

Ze wzrostem rozdzielczości wiąże się zagadnienie kompresji obrazu w celu jego bezproblemowego przesyłania i magazynowania. W tym kontekście specjaliści podkreślają znaczenie mechanizmów smart coding zaimplementowanych w zaawansowanych rozwiązaniach, oczyszczających obraz ze zbędnych informacji (w przypadku multimegapikselowych kamer każdy szum stanowi dodatkową, zbędną ilość danych, które trzeba przesłać).

Warto wspomnieć, że obecnie przyjętym na rynku standardem kompresji danych w zastosowaniach dozorowych jest standard H.264. Niektórzy specjaliści z branży zwracają jednak uwagę na nowy, określany jako H.265, który pozwala na znaczne zmniejszenie szerokości pasma potrzebnego do transmisji. W branży można się spotkać z odmiennymi opiniami na temat jego przyszłości. Krytycy uważają, że rynek monitoringu nie jest jeszcze gotowy na H.265. Podkreślają, że jest to standard opracowany z myślą o rozrywce i telewizji, a nie systemach zabezpieczeń, i choć rzeczywiście kodowanie odbywa się z bardzo małą stratą dla jakości obrazu, to związane jest to z bardzo dużymi wymaganiami technicznymi po stronie dekodera. Szybkie wejście standardu wymuszałoby kosztowny upgrade platform odbiorczych.

OSTROŻNIE Z OSZCZĘDNOŚCIAMI

Z chęcią „wydania mniej” u klienta biznesowego integrator może się spotkać właściwie w każdym momencie pracy nad systemem monitoringu. To duże pole do dyskusji z zamawiającym. Umiejętna argumentacja przeciwko nadmiernemu oszczędzaniu będzie korzystna nie tylko dla integratora, ale też klienta, który uniknie w przyszłości przykrych niespodzianek spowodowanych przez usilne obniżanie kosztów na początku inwestycji, szczególnie w przypadku większych instalacji. ➤

Zaskoczenia (niepozytywne)

Użytkowników mogą zaskoczyć koszty magazynowania danych. Rozwój mechanizmów kompresji obrazu i inteligentnego kodowania wciąż nabiera tempa, ale w przypadku prostszych urządzeń, stosowanych w większych instalacjach, potencjalni użytkownicy bywają zdziwieni nie tyle ceną kamer, co np. specjalistycznych dysków do przechowywania nagrań. Ważne jest więc przedyskutowanie z klientem – szczególnie takim, który, planując nagrywanie i przechowywanie możliwie największej ilości materiału, staje nagle przed dylematem zakupu macierzy dyskowej – jakie są jego rzeczywiste potrzeby i jakie dodatkowe mechanizmy zastosować, aby znacznie ograniczyć generowanie danych.

W rozmowach z przyszłym użytkownikiem monitoringu musi pojawić się także kwestia konserwacji systemu, w tym temat fizycznego czyszczenia kamer, który – choć niezwiązany bezpośrednio z IT – może być dla firmy wdrażającej rodzajem usługi pomocnej w utrzymaniu długoterminowego kontaktu z klientem. Przy czym kalkulacje dotyczące konieczności utrzymywania kamer w czystości mogą skłonić niektórych użytkowników do zakupu droższych rozwiązań, np. z techniką samooczyszczania szkła obiektywu.

► Co należy uzmysłowić zamawiającemu? Po pierwsze, że zakup i wdrożenie nie mogą być przeprowadzone wyłącznie z myślą o użytkowaniu tu i teraz. Dostawcy często podkreślają, że nie ma właściwie systemów, które byłyby skończone, ponieważ środowisko, w którym pracuje klient, podlega przeobrażeniu. Przykładowo zmienia się topologia sklepów w centrum handlowym lub następują zmiany

na liniach produkcyjnych. Dlatego wyższa cena na początku umożliwia stworzenie rozwiązania otwartego, które np. w przypadku dalszej rozbudowy nie zaskoczy koniecznością wydania znaczącej kwoty. System powinien także charakteryzować się kompatybilnością wsteczną. Chociażby w przypadku wymiany części związanej z przetwarzaniem informacji dobrze by było, gdyby nowa platforma

współpracowała z wcześniej zainstalowanymi kamerami.

Proponowanie klientom droższych, mało zawodnych, a więc i wysokomarżowych rozwiązań opłaca się integratorom. Wybór sprawdzonego pod kątem niskiej awaryjności producenta rekomenduje jeden z partnerów Axisa, specjalizujący się w tworzeniu i wdrażaniu systemów zliczania osób w galeriach handlowych. In-



Jan Grusznic,
Sales Engineer/
Technical
Trainer, Axis
Communications

Warto wiedzieć

JAN GRUSZNIC Dane pochodzące z monitoringu wizyjnego wpisują się w ideę Big Data. Są podstawą do uzyskania pewnych informacji – musimy tylko wiedzieć, czego chcemy szukać i w jakim zbiorze. Można wyszukiwać dane z dużego materiału wizyjnego według bardzo wielu cech. A to z kolei składa się na przyspieszenie oraz lepszą kontrolę nad różnymi procesami czy to w firmach, czy w aglomeracjach. Po wprowadzeniu konkretnej aplikacji kamera zarządza oświetleniem w domu, zlicza klientów, mierzy trajektorie ich ruchu w sklepach, rozpoznaje wiek, płeć. Może też strumieniować dane np. na YouTube'a. Axis myśli o monitoringu w kategorii Internet of Things.



Dominik
Trojanowski, ELZO
Business Unit
Director, Alstom

DOMINIK TROJANOWSKI W systemach monitoringu istotną kwestią jest możliwość obserwowania obrazu na wyświetlaczu pod dużymi kątami, tak aby operator, który z różnych powodów musiał odejść od stanowiska, nadal był w stanie dostrzec niepowolane zdarzenie. W miejscach o nieregularnym oświetleniu, jak np. parkingi, gdzie niektóre obszary na obrazie będą zdecydowanie bardziej podświetlone niż inne, kamery mogą nie radzić sobie we właściwy sposób. W takich wypadkach elektronika monitora musi być w stanie w odpowiednio je rozjaśnić.



Beata Głydzia,
doradca zarządu
ds. grup
produktów Smart
Home & Security,
Action

BEATA GŁYDZIAK Systemy monitoringu wizyjnego są coraz tańsze, a oferta szeroka. Można je więc dostosować do możliwości finansowych różnych klientów. Zawsze jednak sugerujemy producentów, którzy są nie tylko znani z portali aukcyjnych, ale mają rozpoznawalną markę na całym świecie. Globalni vendorzy zapewniają gwarancję jakości, oferują serwis produktów i systematycznie – dzięki rozbudowanym działom R&D – wprowadzają do oferty nowe rozwiązania. Dbają o to, żeby ich produkty były bezpieczne i ciągle rozbudowują ich inteligencję. Jednym słowem, inwestują w przyszłość i mają wizję rozwoju.



Dariusz Łabędzki,
Security Sales
& Marketing
Manager
Poland & Baltics,
Panasonic

DARIUSZ ŁABĘDZKI Coraz częściej klienci chcą wiedzieć, czy producent posiada aplikację, która umożliwi im podgląd obrazu z kamer lub odtwarzanie zarejestrowanych obrazów na urządzeniu mobilnym. W tym kontekście bardzo ważna jest kwestia zabezpieczenia transmisji. Są obiekty, gdzie jest wymagany dostęp mobilny, a jednocześnie panują duże wymagania jeśli chodzi o bezpieczeństwo. Między innymi to sprawia, że systemy wizyjne tak bardzo przesunęły się w stronę IT. Często rozmieszczenie kamer konsultuje się z szefem ochrony obiektu, natomiast integrację tego systemu z siecią IP i jego zabezpieczenie – z informatykami. Te dwa światy obecnie się przenikają.



Wojciech Kosek,
Field Sales
Engineer Central
South East
Europe, NEC
Display Solutions

WOJCIECH KOSEK W przypadku wyświetlaczy do monitoringu wizyjnego każdy kompromis jest zły. Jednym z najczęstszych, na jakie pozwalają sobie inwestorzy, jest ograniczenie zakupu monitorów do takich, które dysponują jasnością 500 cd/mkw. W dłuższej perspektywie oznacza to duże pogorszenie jakości wyświetlania, a co za tym idzie niższą percepcję obrazu i mniejszy komfort pracy operatorów. Monitoring IP wiąże się przeważnie z bezpieczeństwem i pracą w reżimie całodobowym. Ustępstwo w tym przypadku zawsze ma swoją cenę.

tegrator ten tworzy aplikację na platformy sprzętowe szwedzkiego vendora, ponieważ uważa, że są niezawodne, a dostosowanie oprogramowania do nowszych wersji kamer wymaga jedynie niewielkich przeróbek. Za tymi reklamowo brzmiącymi argumentami stoi coś jeszcze. Istotna dla integratora jest możliwość zdalnej ingerencji w pracę algorytmu do zliczania osób oraz w ustawienia kamer. Dlaczego? Ponieważ w ten sposób unika sytuacji, w których jego technicy muszą jeździć do klientów. A ze względu na coraz większą konkurencję cenową nawet dwa niewielkie w cenę wyjazdy do użytkownika mogą skutkować dopłaceniem do interesu. Zwłaszcza że minęły czasy, kiedy do kosztów projektu doliczało się 20 proc. w związku z ryzykiem zastosowania niezbyt pewnego sprzętu. Kto tak obecnie robi, nie wygrywa przetargów – uważa rozmówca CRN Polska.

Przy sprzedaży droższych systemów warto natomiast sięgać po argumenty związane z TCO (Total Cost of Ownership). Paradoksalnie droższe składowe systemu mogą być źródłem oszczędności dla użytkownika końcowego. Chociażby w rozumieniu bezpieczeństwa w działaniu i zaawansowanej funkcjonalności.

Dobrym przykładem są monitory EIZO, które zostały wykorzystane w stacjach pielęgniarskich w jednej z amerykańskich klinik medycznych. Pracę z tymi urządzeniami ułatwia nie tylko prosta integracja z zainstalowanymi już wcześniej i podłączonymi do stacji NVR kamerami, ale też to, że w przypadku czasowego zaniku zasilania i jego późniejszego przywrócenia monitory są automatycznie włączane, a obraz z kamer wyświetla się bez konieczności ponownej konfiguracji ani żadnej innej czynności personelu.

BEZPIECZEŃSTWO W KONTEKŚCIE IoT

Koszt, od którego klienci często uciekają, jest ten związany ze stworzeniem wyizolowanej sieci dla systemów monitoringu wizyjnego IP. Jak mówią praktycy, zwykle przyszli odbiorcy wywierają nacisk na to, aby włączyć go w sieć, która już funkcjonuje w przedsiębiorstwie. Warto wtedy zmotywować klienta do odpowiedzi na pytanie, na ile zależy mu na

Zdaniem integratora

▣ Jakub Kamza, członek zarządu, dyrektor ds. sprzedaży i usług wdrożeniowych, ZETO Poznań

Niektóre firmy kupując systemy monitoringu z myślą o jego podstawowych funkcjach – zapobiegania kradzieżom, wtargnięciom na teren obiektu, również dla celów BHP, np. w halach produkcyjnych. Klient chce po prostu mieć jakiś system, który będzie nadzorował, odstraszał, bądź skłaniał do zachowania ostrożności. Ale rynek dojrzeje i coraz większe znaczenie ma jakość obrazu i zastosowanie nowych technologii w rozwiązaniach wizyjnych. Kamera musi być powiązana z systemami, które zwracają uwagę na rozmaite zdarzenia. Jeśli operator obserwuje obraz z kilku kamer, nie mówiąc już o kilkudziesięciu i więcej, musi dostawać sygnały, na co zwrócić uwagę. A to jest powiązane z analityką obrazu, która zyskuje na popularności. Nowym interesującym trendem jest wykorzystanie radaru w systemach monitoringu. W projektach pojawia się zapotrzebowanie na kamery termowizyjne i termograficzne. Słyszałem o kliencie, który potrzebował kamery termograficznej do monitoringu floty śmieciarek. Chciał wcześniej wykrywać możliwe zarzewie ognia w śmieciach, które znajdują się w środku samochodów. Klienci są też zainteresowani technikami rozpoznawania tablic rejestracyjnych i rozpoznawania twarzy, które cenowo stają się dostępne dla mniejszych odbiorców. Niezwykle ważna jest niska, a wręcz bliska zeru awaryjność rozwiązań. Szczególnie w dużych instalacjach wymiana czy naprawa elementów bywa bardzo droga. Wybierając producenta, należy wziąć pod uwagę, aby ten inwestował w rozwój swoich produktów i miał dział wsparcia technicznego, najlepiej w języku polskim. Istotne miejsce w segmencie monitoringu wizyjnego zajęli już chińscy vendorzy – najlepsi z nich poziomem rozwiązań i wsparcia zaczynają dorównywać zachodnim.

bezpieczeństwie nie tylko monitorowanego obiektu, ale wszystkich elementów, jakie działają we wspólnej sieci. Kamera monitorująca zaczyna być rozpatrywana jako element IoT i może stać się „furtką” dla hakera, któremu zależy na czymś więcej niż tylko nieautoryzowanym dostępie do danych wizyjnych. Wraz z rozwojem Internetu rzeczy coraz częściej zachodzi więc konieczność nowego podejścia do kwestii bezpieczeństwa informatycznego. Zabezpieczanie systemów monitoringu to spore możliwości działania dla integratorów. Kolejne doniesienia medialne o atakach będą sprawiać, że klienci końcowi sami zaczną naciskać na firmy wdrożeniowe, aby te wykazały się udokumentowaną wiedzą z dziedziny IT Security.

SMART CITIES

Producenci i dystrybutorzy rozwiązań monitoringu wizyjnego przypominają, że ich produkty są źródłem danych pochodzących bezpośrednio z kamer, które coraz precyzyjniej rejestrują konkretne wycinki rzeczywistości. Można to wykorzystać w celach innych niż jedynie

nadzór, co daje ogromne możliwości biznesowe użytkownikom końcowym i – siłą rzeczy – także integratorom.

Z tego powodu systemy monitoringu są i będą stanowić coraz ważniejszy element stale rozrastających się aglomeracji. Organizacja Narodów Zjednoczonych wyliczyła, że w 2016 r. tereny miejskie zamieszkiwało 54,5 proc. ziemskiej populacji. Do 2030 r. ma to być 60 proc., natomiast za kolejne 20 lat miasta będzie zamieszkiwać – zgodnie z prognozami ONZ – aż 7 mld ludzi. Niezależnie od tego, czy te przewidywania się sprawdzą, już teraz istnieją przykłady modelowych smart cities. Za takie są uznawane obecnie takie metropolie jak: Paryż, Londyn, Kopenhaga i Amsterdam. W Polsce również realizuje się tego typu inwestycje. Anna Dąbrowska, prezes zarządu Fundacji Centrum Analiz Transportowych i Infrastrukturalnych, w raporcie „Inteligentny rozwój miasta”, podaje, że do 2020 r. wartość sprzedaży rozwiązań na potrzeby „inteligentnych miast” w skali globalnej sięgnie 1,5 bln dol. W 2025 r. na świecie ma funkcjonować ponad sto w pełni „inteligentnych” metropolii. ■

TCO w systemach dozoru

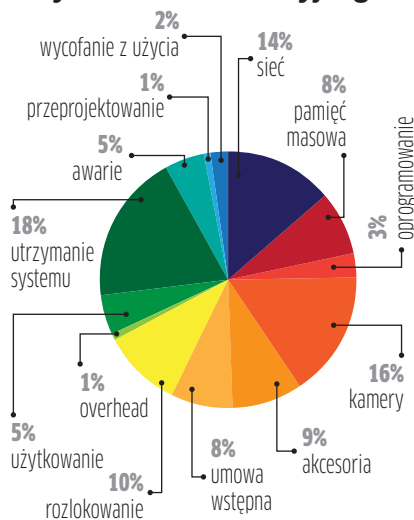
Opracowany przez Axis Communications model TCO to narzędzie przydatne przy wycenie projektów systemów dozoru wizyjnego.

Podczas tworzenia ekonomicznego systemu monitoringu IP trzeba uwzględnić wiele czynników na wszystkich etapach projektowania. Przy czym wartość początkowej inwestycji w urządzenie jest zwykle stosunkowo prosta do oszacowania. Dużo trudniej natomiast wyliczyć koszty projektu systemu, jego montażu, konserwacji, modernizacji czy wreszcie wycofania z użycia. Pomocne w tej sytuacji może być zastosowanie modelu całkowitego kosztu posiadania.

Model TCO umożliwia uwzględnienie wszystkich kosztów związanych z systemem dozoru wizyjnego w całym okresie jego eksploatacji. Dzięki wyliczeniom TCO integratorzy i klienci mogą poznać rozkład kosztów w czasie, zapoznać się z kosztami poszczególnych elementów systemu, zminimalizować ryzyko wystąpienia nieprzewidzianych kosztów, jak również łatwiej objaśniać poszczególne koszty w rozmowach o planowanym wdrożeniu, a także właściwie oceniać oferty przetargowe.

Nie ma jednolitego modelu TCO, który pasuje do każdego projektu. Każdy ma wyjątkowe determinanty wpływające na to, jak należy go analizować i wyceniać. Jedną z podstawowych jest branża i specyfika samego monitorowanego obiektu. System tworzony z myślą o lotnisku będzie zasadniczo różny od budowanego

Procentowy udział rozwiązań i działań w ogólnych kosztach systemu dozoru wizyjnego



Źródło: badanie Axis, 2015 r.

dla infrastruktury krytycznej czy szkoły – poczynając od wielkości, a kończąc na kosztach przestoju jego pracy. Inną zmienną jest czas życia zastosowanych rozwiązań – monitoring miejski może funkcjonować w niezmiennym stanie przez wiele lat. Tymczasem w handlu detalicznym kamery mogą być przemieszczane, a system wciąż rozbudowywany.

Model TCO umożliwia uwzględnienie i ocenę wielu kosztów, które występują

zarówno podczas budowy, jak i eksploatacji systemu. Oczywiście nie jest w stanie zdefiniować, kto w rzeczywistości ma je ponieść – w niektórych projektach będzie to klient końcowy, natomiast w innych część kosztów pokryje integrator.

Aby stworzyć prosty przegląd wszystkich kosztów, które mają wpływ na TCO dla systemów dozorowych, dzieli się je w zależności od rodzaju i czasu występowania. Dla cyklu życia systemu charakterystyczne są następujące fazy: nabycie i montaż, eksploatacja, a w końcu likwidacja. W związku z tym koszty dzieli się na trzy główne kategorie: całkowity koszt nabycia, całkowity koszt operacyjny i całkowity koszt likwidacji.

Axis Communications, globalny lider w branży dozoru wizyjnego, dostrzegł potrzebę stworzenia modelu TCO przeznaczanego dla branży bezpieczeństwa. W 2015 r. firma przeprowadziła kompleksowe badanie. Opracowany w jego wyniku model TCO obejmuje 40 rodzajów kosztów związanych z różnymi elementami systemu i etapami jego realizacji, w tym m.in. inwestycje w sprzęt i oprogramowanie, gwarancje, koszty instalacji i integracji z już istniejącymi rozwiązaniami, szkolenia dla operatorów, zarządzanie projektem, funkcjonowanie, konserwacja czy likwidację systemu.

Jako podstawę modelu przyjęto duży system dozoru miejskiego obejmujący 1500 kamer. Model uwzględnia koszty zarządzania projektem, użytkowania, konserwacji, wycofania z eksploatacji oraz wiele innych.

Wykres kołowy przedstawia przykłady kosztów, których można się spodziewać podczas poszczególnych etapów życia systemu. Należy pamiętać, że model TCO stworzony przez Axis nie jest dostosowany do potrzeb wszystkich projektów. Każda realizacja jest wyjątkowa i jej model TCO powinien to odzwierciedlać, uwzględniając takie zmienne jak: skala projektu, branża czy wymagania systemowe.

Cykl życia systemu monitoringu

Całkowity koszt zakupu

- koszty przygotowawcze
- koszty zakupu
- koszt montażu i uruchomienia systemu



Całkowity koszt operacyjny

- koszty operacyjne
- koszty utrzymania
- koszty napraw
- koszty zmian, modyfikacji i przebudowy systemu



Całkowity koszt likwidacji

- koszty likwidacji

SZCZEGÓLWIE INFORMACJE I WYKRESY MOŻNA ZNALEZĆ W RAPORCIE, DOSTĘPNYM NA STRONIE WWW.AXIS.COM/PL/PL/SOLUTIONS-BY-INDUSTRY/ TOTAL-COST-OF-OWNERSHIP.



Profesjonalne ściany wideo NEC

Ściany wideo w nowoczesnych systemach monitoringu są już codziennością. Niezmiennie warto do tych zastosowań wybierać profesjonalne i niezawodne rozwiązania.

Główną rolą monitora służącego do podglądu kamer na żywo jest bezawaryjne działanie w trybie pracy całodobowej. Jedynym rozsądnym wyborem okazuje się w tym przypadku profesjonalny monitor wielkoformatowy. Tego typu urządzenia, w odróżnieniu od telewizorów lub sprzętu wyposażonego w panel telewizyjny, mogą sprawnie funkcjonować w trybie ciągłym bez ryzyka uszkodzenia elektroniki, a w konsekwencji wyłączenia monitora i niewralgicznego obrazu z kamer. Profesjonalne rozwiązania monitorowe, zaopatrzone w specjalistyczny panel oraz projektowaną do wielogodzinnej pracy elektronikę, są odporne na wysoką temperaturę oraz do minimum ograniczają efekty starzenia się urządzenia.

Bardzo ważną cechą każdego monitora przystosowanego do monitoringu wizyjnego jest poprawne, szczegółowe wyświetlanie obrazu, który dodatkowo powinien być przystosowany do zmien-

nych warunków otoczenia oraz przyjazny dla oczu użytkownika. Należy pamiętać, że niebagatelne znaczenie dla wydajności pracy operatora ma jakość wyświetlanego obrazu, a głównie jego jasność (która powinna być zależna od jasności otoczenia) oraz skorelowana temperatura barwowa (zazwyczaj niższa wieczorem i w nocy, a wyższa w ciągu dnia). Warto, aby całość kontrolowana była przy użyciu wbudowanej w monitor automatyki, tak aby użytkownik nie musiał myśleć o konfiguracji parametrów wyświetlania obrazu w czasie pracy.

Wymienione wymagania spełniają produkty NEC przeznaczone do zastosowań w sektorze security. Serie monitorów **NEC MultiSync V** oraz **P** umożliwiają 24-godzinne wyświetlanie obrazu z zachowaniem najmniejszych szczegółów dzięki pełnej, sprzętowej, 36-bitowej kalibracji kolorów. Urządzenia te zostały wyposażone w szereg zabezpieczeń zapewniających ich ciągłą pracę, a także

w czujnik NFC, który w przypadku uszkodzenia monitora pomoże bardzo prosto przenieść jego ustawienia i konfigurację do zapasowej jednostki, nawet gdy nie jest ona podłączona do prądu. To nie tylko trwałe, ale również bezpieczne rozwiązanie dla systemów monitoringu wizyjnego. Monitory NEC MultiSync V oraz P to najbardziej zaawansowane wyświetlacze wielkoformatowe dostępne obecnie na rynku i oferujące wszystkie funkcje potrzebne do skonstruowania profesjonalnej ściany wideo.

Warto również zwrócić uwagę na serię monitorów pozbawionych ramek, w których przerwa między obrazem na dwóch urządzeniach wynosi tylko 1,8 mm. **NEC MultiSync UN** to seria przeznaczona dla najbardziej wymagających użytkowników, którzy poza niezawodnością i jakością obrazu wymagają również bezszwowego połączenia między ekranami.

Wszystkie monitory NEC posiadają wbudowany procesor obrazu pozwalający zaprogramować kilka trybów pracy monitora w zależności od warunków, w których aktualnie się on znajduje. Dzięki zintegrowanemu systemowi zarządzania wszystkie monitory mogą być kontrolowane poprzez sieć, włącznie z raportowaniem o problemach lub błędach systemu. Czujnik natężenia oświetlenia może automatycznie regulować ścianę wizyjną tak, aby jej jasność dostosowana była do jasności pomieszczenia, w którym monitory się znajdują.

Wszystkie te cechy predisponują rozwiązania monitorowe NEC do funkcjonowania w warunkach, w których przede wszystkim liczy się niezawodność, automatyzm obsługi i nierównana jakość obrazu gwarantująca widoczność nawet najmniejszych detali monitorowanego obszaru.

Więcej informacji na www.nec-display-solutions.pl.

Orchestrating a brighter world

NEC

Dodatkowe informacje:

TOMASZ GUT,

TOMASZ.GUT@NEC-DISPLAYS-PL.COM

Monitoring wizyjny: *z kamerą do firm*

Wraz ze wzrostem popularności tzw. bezpieczeństwa komercyjnego rośnie liczba zapytań o technologie.

Rynek monitoringu wizyjnego w Polsce znajduje się w fazie wzrostowej. Rozwija się szybko, bo systemów monitoringu potrzebuje niemal każda branża. Takie systemy w rozwiązaniach dla „inteligentnych miast” pełnią szereg funkcji składających się na ogólne bezpieczeństwo i komfort obywateli. Rozlokowane na ulicach, osiedlach albo dworcach kamery wspomagają działanie straży miejskiej, policji czy straży pożarnej. Monitoring wizyjny pełni też tak specjalistyczne funkcje, jak rozpoznawanie tablic rejestracyjnych samochodów oraz inicjowanie systemów alarmowych. Zaawansowane systemy stosowane są również do ochrony portów i elektrowni wodnych, sterują ruchem ulicznym oraz dbają o bezpieczeństwo uczestników imprez masowych czy turystów przebywających nawet na tak specyficznych terenach jak parki narodowe.

Co ważne, istniejące już rozwiązania wymagają modernizacji, gdyż technologie w zakresie monitoringu rozwijają się bardzo szybko. Ale to nie jedyna przyczyna. Kolejną są koszty pracy – co za tym idzie tam, gdzie można, człowieka zastępuje elektronika. Monitoring staje się opłacalny, a przy tym po prostu modny. Ten trend to świetna informacja dla resellerów, ponieważ miejsca na rynku jest wciąż dużo, zarówno dla działających już firm wdrożeniowych, jak i dla nowych, które dopiero stawiają pierwsze kroki w tym obszarze.

DAHUA: GLOBALNY GRACZ W POLSCE

Niezależnie od doświadczenia resellera czy integratora, jednym z najpewniejszych „adresów” na rynku systemów monitoringu i bezpieczeństwa jest Dahua Technology. Firma od lat utrzymuje się w ścisłej czołówce największych dostawców tego typu rozwiązań. W ubiegłym roku



DAHUA TECHNOLOGY OD LAT
ZNAJDUJE SIĘ W ŚCISLEJ CZOŁÓWCE
NAJWIĘKSZYCH DOSTAWCÓW ROZWIĄZAŃ
DO MONITORINGU WIZYJNEGO.

utrzymała, osiągnięta już w 2015 r., drugą pozycję w produkcji urządzeń CCTV na świecie. Koncern co roku przeznaczają blisko 10 proc. swoich zysków na badania i rozwój technologii, a w dziale R&D zatrudniają ponad 5 tys. inżynierów. Nic dziwnego, że po sprzęt i rozwiązania chińskiej marki sięgają największe instytucje na całym świecie. Systemy Dahua Technology wykorzystano m.in. do zabezpieczenia Letnich Igrzysk Olimpijskich w Rio de Janeiro w 2016 r.

W tym samym roku firma otworzyła przedstawicielstwo w Polsce, a Action stał się jej autoryzowanym dystrybutorem. W portfolio Dahua znajdują się zaawansowane urządzenia i programy do monitoringu, sprzęt i oprogramowanie do kontroli dostępu, rozwiązania wykrywające wtargnięcia oraz inteligentne systemy zarządzania budynkami.

– *Korzyści wynikające z naszej współpracy z Dahua to przede wszystkim dostęp do profesjonalnego sprzętu dla partnerów, co dla przeciętnego instalatora nie było do tej pory możliwe* – mówi Beata Głydziaż,

doradca zarządu ds. grup produktów Smart Home & Security w Actionie. – *Kolejną korzyścią jest bogatsza i atrakcyjniejsza oferta dla klienta docelowego. Dzięki kompetencjom Action Business Center prowadzimy resellera przez cały proces wdrożenia i obsługi rozwiązania.*

Beata Głydziaż podkreśla, że Action wspiera partnerów w doborze produktów, świadczy usługi doradcze, a także oferuje usługi serwisowe i poserwisowe.

– *Staramy się, w zależności od budżetu klienta, dobrać najkorzystniejszą ofertę, bazującą na produktach Dahua lub innych marek* – dodaje rozmówczyni CRN Polska.

Specjaliści z Action Business Center pomagają wszystkim chętnym – a zwłaszcza początkującym – partnerom dystrybutora w określeniu optymalnego dla nich pola działania. Przykładem jest zorganizowane w połowie września spotkanie z Dahua Technology (odbyło się w siedzibie Actionu), w którym wzięło udział około 60 resellerów zainteresowanych ofertą tego producenta.

Więcej informacji

BEATA GŁYDZIAK

DORADCA ZARZĄDU DS. GRUP PRODUKTÓW

SMART HOME & SECURITY

TEL. 668-565-008

BEATA.GLYDZIAK@ACTION.PL



GRZEGORZ JAKUBCZAK

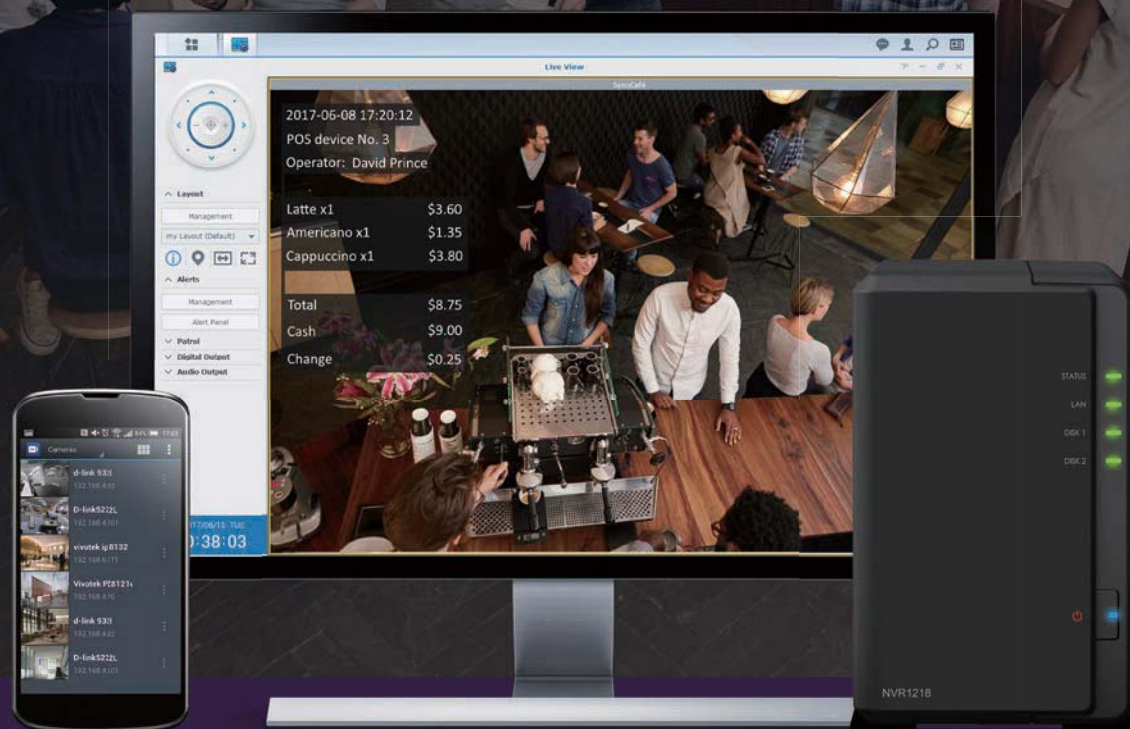
TECHNICAL SALES ENGINEER

SMART HOME & SECURITY

TEL. 882-025-883

GRZEGORZ.JAKUBCZAK@ACTION.PL

Kompletne rozwiązanie do monitoringu bez komputera!



Sieciowy rejestrator wideo

NVR 1218



1080p HDMI



Poniżej 13,64 W



Rozbudowa pojemności

Kompaktowe rozwiązanie dla małych biur oraz supermarketów – NVR1218 - pozwala monitorować otoczenie i zaprogramować nagrywanie. NVR1218 obsługuje 12 kanałów strumieni kamer 720p/30FPS. Obsługa systemu Point of Sale (POS) pozwala na łączenie rejestrów transakcji biznesowych z nagraniami z monitoringu. Aplikacja mobilna dla dostępu poza biurem.

Monitory EIZO z wbudowanym dekodерem IP

Profesjonalne japońskie monitory EIZO z serii DuraVision przeznaczone do dozoru wizyjnego realizują najbardziej zróżnicowane zadania monitoringu. Są przystosowane do nieprzerwanej pracy przez 24 godziny na dobę i doskonale sprawdzają się w wymagających środowiskach, takich jak zakłady karne czy przestrzenie publiczne.

Oprócz pełnej gamy urządzeń do dozoru wizyjnego, zróżnicowanych pod względem wielkości, możliwości podłączenia czy funkcjonalności, EIZO w swoim portfolio ma modele monitorów wyposażone w technologię dekodowania IP, jak też umożliwiające podłączenie wielu kamer **bez użycia komputera czy zewnętrznego dekodera**, co zapewnia wydajne zarządzanie sygnałami wideo w monitoringu. Dzięki takiemu rozwiązaniu wyeliminowano również ograniczenia związane z lokalizacją monitora – można go umieścić w dowolnym miejscu.

EIZO przykładą dużą wagę do kooperacji z innymi producentami sprzętu, czerpie z ich doświadczeń, zapewniając integrację z wszystkimi popularnymi urządzeniami i systemami. Modele DuraVision FDF2304W-IP (23") i FDF4627W-IP (46") współpracują z kamerami IP zgodnymi ze specyfikacją ONVIF Profile S i obsługują protokoły Onvif, Panasonic, TOA, Axis (Vapix).

W monitorach z tej serii zaimplementowano technologie poprawy widoczności obrazu, które – co ciekawe – sprawdzily się wcześniej w modelach dla graczy. Należy do nich **Smart Insight**, funkcja umożliwiająca automatyczne wykrywanie słabo widocznych obszarów ekranu i dopasowanie poziomu jasności tak, aby odtworzyć obraz z realistyczną głębią (co pozwala wyraźniej dostrzec szczegóły w zaciemnionych miejscach, np. w korytarzu). Kolejna istotna technologia to **Smart Resolution**, odpowiedzialna za analizę wyświetlanego obrazu i poprawiająca go w taki sposób, że szum staje się mniej widoczny, a rozmyte partie obrazu

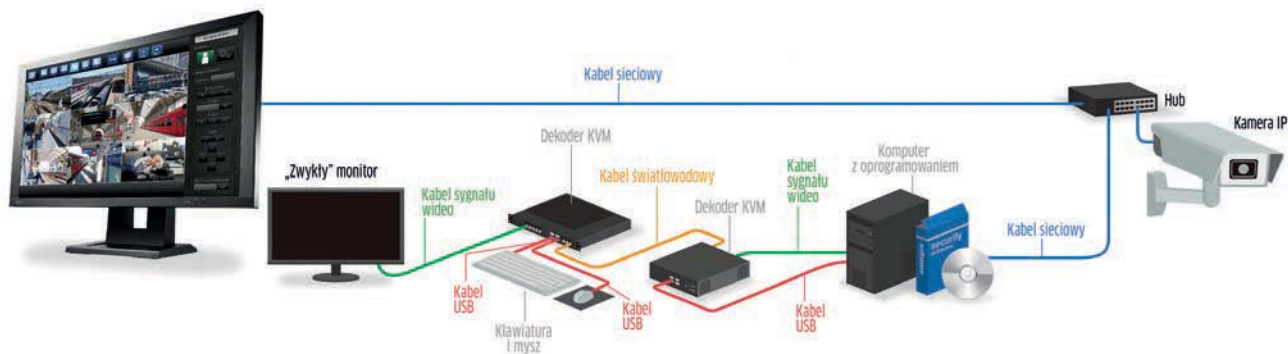
zostają wyostrzone. Pozostałe cechy modeli EIZO DuraVision FDF2304W-IP i FDF4627W-IP z dekodерem IP:

- możliwość podłączenia do 16 kamer IP za pomocą kabla LAN,
- wygodna integracja z lokalnym systemem zarządzania wideo (VMS) poprzez interfejs web API – dzięki temu operator może zaprogramować monitor tak, aby automatycznie reagował na konkretne zdarzenia lub regulował ustawienia na podstawie ustalonego wcześniej harmonogramu,
- obsługa 6 układów widoku – w tym formatu Axis Corridor przeznaczonego do monitorowania długich, wąskich obszarów, jak np. korytarze czy ogrodzenia,
- alarm po 2 sekundach od utraty sygnału z danej kamery,
- matowa matryca, która eliminuje odbicia światła,
- układ Overdrive – skraca czas reakcji matrycy do zaledwie 8 ms, co ogranicza smużenie i rozmycie ruchomych obrazów, sprawiając, że odtwarzane są płynnie i z odpowiednią ostrością, dzięki czemu operator może wyraźnie dostrzec szybko poruszające się obiekty.

Instalacja monitorów EIZO przebiega wyjątkowo szybko i bezproblemowo, a obsługa – dzięki polskiemu interfejsowi – jest intuicyjna.

Więcej informacji: WWW.EIZO.PL.

PAWEŁ WASZNIEWSKI, PRODUCT MANAGER EIZO: P.WASZNIEWSKI@ALSTOR.COM.PL



ROZWIĄZANIE Z WBUDOWANYM DEKODEREM IP POZWALA BARDZO UPROŚCIĆ INFRASTRUKTURĘ KONIECZNĄ DO TRANSMISJI OBRAZU Z KAMER, PRZEZ CO WDROŻENIE JEST ZNACZĄCO TAŃSZE I SZYBSZE DO PRZEPROWADZENIA.

QVR Pro

– profesjonalny nadzór wideo na serwerze NAS

Do monitoringu wideo potrzeba wydajnego i funkcjonalnego rejestratora, który będzie zapisywał nagrania, a także pamięci masowej, gdzie można je przechowywać. To wcale nie muszą być dwa różne urządzenia.

Oprogramowanie QVR Pro integruje zaawansowane funkcje monitoringu wideo IP z serwerem QNAP NAS, zapewniając m.in. środowisko zapisu oddzielone od systemu operacyjnego QTS, możliwość rozbudowy pamięci oraz elastyczne zarządzanie pamięcią masową i nagraniami. Dzięki nowemu rozwiązaniu można wykorzystać serwer QNAP NAS jako w pełni funkcjonalne, profesjonalne centrum systemu monitoringu wizyjnego – bez potrzeby inwestowania w specjalistyczny, dodatkowy wideorejestrator.

ZINTEGROWANY TRYB MONITOROWANIA

QVR Pro współpracuje z systemami Windows i Mac, a także QNAP HD Station, a przy użyciu oprogramowania klienckiego można na wielu różnych urządzeniach końcowych śledzić na żywo rejestrowany obraz i odtwarzać nagrania. QVR Pro Client upraszcza też przepływ pracy w nadzorze wideo i umożliwia sprawne zarządzanie jego regułami.

Tworząc QVR Pro, specjaliści z QNAP zdecydowali się na radykalne odświeżenie tradycyjnego podejścia do nadzoru wideo. Zintegrowany tryb monitorowania umożliwia bowiem jednoczesne śledzenie obrazu z kamer na żywo i odtwarzanie zarejestrowanego wcześniej materiału. QVR Pro Client obsługuje wielokanałowe monitorowanie w jednym widoku i pozwala szybko odtworzyć materiały z minimalnym czasem buforowania.

Dzięki ujednoliconemu interfejsowi użytkownika QVR Pro przełączanie się między różnymi trybami monitorin-



gu jest szybkie i łatwe, a nadzór wideo staje się wygodny i wydajny. Można zsynchronizować wszystkie kanały monitorowania w tym samym widoku. Tak aby jednocześnie prezentowane były nagrania z tego samego momentu – wystarczy go wskazać na osi czasu.

Proporcje wyświetlania kanałów można zmieniać, łatwo dopasowując wygląd interfejsu do wymagań konkretnego użytkownika lub potrzeb danej firmy. Oczywiście do dyspozycji są też domyślne układy interfejsu.

PEŁNA AUTOMATYZACJA I BEZPIECZEŃSTWO DANYCH

Funkcja wyboru rejonu zapewnia precyzyjne monitorowanie wskazanego obszaru w zasięgu konkretnej kamery (zarówno w trybie podglądu na żywo, jak i odtwarzania). Bez dodatkowych licencji można definiować i powiększać wiele takich miejsc w widoku ogólnym. Z kolei mechanizm Qdewarp umożliwia użytkownikom przeglądanie nagrań dokonanych przy użyciu kamery „rybie oko” w standardowych proporcjach i parametrach (bez modyfikowania oryginalnego nagrania).

QVR Pro oferuje poza tym rozbudowane funkcje zarządzania incydentami – wysła powiadomienia ze zrzutami ekranu oraz klasyczne alerty w formie komunikatów SMS i e-mail. Użytkownik może sam definiować zdarzenia oraz związane z nimi reguły, łącząc wiele różnych incydentów i wyzwanych przez nie działań. Może to być np. uruchomienie określonych kamer w celu rozpoczęcia nagrywania, aktywowanie urządzeń alarmowych lub wysyłanie powiadomień do odpowiednich osób. W rezultacie QVR Pro pracuje jako w pełni automatyczne rozwiązanie nadzoru wideo.

Użytkownikom urządzeń QNAP NAS rozwiązanie QVR Pro zapewnia niezależne od systemu QTS środowisko do nagrywania materiału wideo z kamer monitoringu. Firma, która z niego korzysta, ma też pełną kontrolę nad tym, co, gdzie i jak jest zapisywane. Oprogramowanie obsługuje wiele wolumenów oraz typów kopii zapasowych, dzięki czemu rejestrowane dane są bezpieczne. Jeśli cała przestrzeń dyskowa NAS zostanie wykorzystana, można ją łatwo rozbudować, np. używając obudów rozszerzających.

Dostępne w centrum aplikacji QTS oprogramowanie QVR Pro (obecnie w wersji beta) obsługuje w fazie testów do 124 kanałów monitorowania. Ze wszystkich można korzystać bez konieczności posiadania licencji. Oficjalne wydanie QVR Pro będzie oferować bezpłatne licencje na kanały i modemy QNAP NAS.

Więcej informacji: GRZEGORZ BIELAWSKI,
COUNTRY MANAGER QNAP, GBIELAWSKI@QNAP.COM

SkyHawk

- dyski do zadań specjalnych

Seagate od ponad dekady oferuje dyski, które przeznaczone są do pracy w systemach monitoringu wideo.

Napędy wyróżniają się szeregiem funkcji, których nie zapewniają urządzenia innych producentów.



Konieczność stosowania specjalnych dysków w systemach monitoringu wideo wynika z tego, że zapis danych odbywa się nieprzerwanie, a ich strumień ma stałe tę samą objętość. Odwrotnie niż przypadku dysków używanych w zwykłych komputerach są też proporcje ilości zapisywanych i odczytywanych danych. Odczyt zarejestrowanych obrazów ma miejsce dość rzadko, ale jeżeli już zachodzi konieczność ich przejrzenia, to dysk musi zapewnić dostęp do dużej ilości danych w krótkim czasie (i do tego bez przerywania zapisu). Tego typu napędy muszą być też przystosowane do pracy w macierzy dyskowej pod pełnym obciążeniem i przyjmować dane z wielu kamer jednocześnie.

Dlatego firmware oraz mechanika dysków Seagate'a do monitoringu wideo zostały przystosowane do tych niełatwych zadań. Wbudowane oprogramowanie dba o to, aby zapewnić płynność zapisu danych

i – jeśli zajdzie taka potrzeba – ich równoległego odczytu. Zagwarantowana jest również wytrzymałość takiego napędu, gdyż pracuje on bez przerwy. W przypadku klasycznych dysków desktopowych ich mechanizm zapewnia trwałość obliczoną na obciążenie (zapis i odczyt) wynoszące ok. 55–60 TB danych rocznie. Tymczasem w średniej wielkości środowisku monitoringu wideo to za mało. Przykładowo dla sześciu kamer rejestrujących przez całą dobę obraz o rozdzielczości 8 megapikseli i generujących strumień wideo w standardzie PAL H.265 transfer danych dziennie wyniesie 259 GB, miesięcznie – 7,8 TB, a rocznie – 95 TB.

NAJWAŻNIEJSZA JEST WYTRZYMAŁOŚĆ

Seagate produkuje odporne dyski przeznaczone do pracy w systemach monitoringu już od ponad 10 lat. W 2016 r. producent wprowadził od oferty ich siód-

mą generację – SkyHawk. Maksymalny limit obciążenia tych urządzeń wynosi 180 TB rocznie, czyli trzykrotnie więcej niż w przypadku zwykłych napędów przeznaczonych do komputerów stacjonarnych. W ofercie producenta dostępnych jest siedem modeli o pojemnościach 1, 2, 3, 4, 6, 8 i 10 TB.

Wbudowane w dyski SkyHawk oprogramowanie firmware Image Perfect zostało zoptymalizowane pod kątem rejestrowania materiałów filmowych w wysokiej rozdzielczości z nawet 64 kamer – w odpowiedni sposób kolejkuje dane do zapisu, aby nie utracić żadnej klatki nagrania. Dzięki temu oprogramowanie to zwiększa trwałość napędów nawet o 30 proc. w porównaniu z tradycyjnymi dyskami komputerowymi.

Urządzenia Seagate zostały przystosowane do wykorzystania w coraz popularniejszych sieciowych rejestratorach wideo (Network Video Recorder) oraz macierzach dyskowych RAID podłączanych bezpośrednio do systemów monitoringu. Napędy o pojemności od 1 do 3 TB mogą być instalowane w rejestratorach zawierających od 1 do 8 dysków, zaś pozostałe także w większych rozwiązaniach, mieszczących do 64 nośników. Wyposażono je w specjalne czujniki wykrywające drgania powstające wskutek ruchu obrotowego oraz mechanizm do ich kompensacji. Wibracje są szczególnie niebezpieczne dla trwałości dysków pracujących w grupie – ich wyeliminowanie zapewnia dłuższy czas eksploatacji dysku i minimalizuje ryzyko awarii. Na trwałość dysków firmy Seagate pozytywnie wpływa też niskie zużycie energii elektrycznej oraz zmniejszona emisja ciepła przez te urządzenia.

Zadbaj o bezpieczeństwo nagrań

Każdy system monitoringu jest tak mocny, jak jego najsłabsze ogniwo. W cyfrowych systemach, gdzie dane z kamer zapisywane są na dyskach twardej, to właśnie one najczęściej sprawiają problemy. Często wykorzystywane są tam zwykłe dyski desktopowe, które nie są przystosowane do ciągłego zapisu tak dużej ilości danych. Brak dbałości o wytrzymałość napędu zagraża bezpieczeństwu zgromadzonych na nim nagrań.

Aby zaproponować klientowi właściwy dysk, należy zadać kilka pytań. Następnie, w zależności od odpowiedzi, trzeba dobrać odpowiedni napęd o właściwej pojemności.

- Przez jaki czas kamery rejestrują obraz, który przesyłany jest na dysk (przez całą dobę czy krócej)? Czy dane są zapisywane przez cały czas, czy tylko gdy wykryty zostanie ruch?
- Jak długo zapis będzie przechowywany na dysku?
- Gdzie będą zainstalowane dyski, na których będą przechowywane dane (komputer, rejestrator wideo, macierz dyskowa)?
- Na ilu dyskach będzie odbywał się równoległy zapis?

Autoryzowanymi dystrybutorami dysków SkyHawk w Polsce są: AB, ABC Data, Also i Tech Data.

Wszystkie napędy są objęte 3-letnią gwarancją. Seagate umożliwia także skorzystanie z opcjonalnej 3-letniej usługi odzyskiwania danych Rescue Recovery Service, świadczonej w laboratoriach producenta. Dla firm, które wykupią tę usługę, jest ona realizowana bez dodatkowych kosztów (włącznie z wysyłką dysku do laboratorium Seagate'a) i niezależnie od tego, w jaki sposób doszło do utraty danych (działanie wirusa, naruszenie struktury logicznej systemu plików, mechaniczna awaria napędu, zalanie, upadek, celowe zniszczenie dysku z monitoringu przez złodzieja w sklepie). Sam proces trwa około 2 tygodni i w ponad 90 proc. przypadków kończy się sukcesem.

JASTRZĘBIE NA NARTACH

To, w jak ekstremalnych warunkach są w stanie pracować dyski Seagate, udowodniła ostatnio firma PHU Merx, która jest autoryzowanym partnerem producenta. Od trzech lat aktywnie przyczynia się do zapewnienia bezpieczeństwa kibicom podczas jednej z największych zimowych imprez w Polsce, jakimi są zawody Pucharu Świata w skokach narciarskich w Zakopanem.

Zadaniem PHU Merx co roku jest tymczasowa instalacja zestawów wideomonitoringu przy głównych bramach wejściowych w celu nagrywania osób wchodzących oraz – gdy zajdzie taka potrzeba – szybkiego pobrania materiałów, a następnie wykorzystania ich w sprawach karnych. W skład każdego zestawu wchodzi 5-megapikselowa kamera IP, iniektor zasilania PoE i 4-kanalowy rejestrator NVR IP z wbu-

dowanym dyskiem twardym zapewniającym zapis materiału przez cztery dni.

– *Jednym z największych wyzwań w tym projekcie jest bardzo niska temperatura, w jakiej muszą pracować urządzenia – mówi Janusz Pawłowski, dyrektor ds. techniczno-handlowych w PHU Merx. – Rejestratory NVR z dyskami twardymi instalowane są w skrzyniach elektrycznych, które nie są ogrzewane. Tymczasem w ciągu dnia temperatury często oscylują wokół -3 stopni Celsjusza, zaś w nocy jest to od -10 do -13 stopni. Wyzwaniem dla nas był wybór twardego dysku, który nie dość, że musi być w stanie pracować w takich warunkach, to jeszcze musi być przysto-*

sowany do pracy w różnych pozycjach, bo rejestratory były montowane czasem w dziwnych miejscach.

Średni transfer danych w każdym z zestawów wynosił 7 Mb/s. Kamery rejestrowały obraz w standardzie H.265 z szybkością 20 klatek na sekundę w rozdzielczości 2592 x 1520. Na zawody w styczniu 2017 r. inżynierowie PHU Merx wybrali dyski Seagate Skyhawk ST1000VX001, które charakteryzowały się wystarczającą wydajnością, odpornością na wstrząsy oraz funkcją Image Perfect dbającą o to, żeby nie „zgubić” żadnej klatki. Najważniejsza jednak była temperatura pracy – zgodnie ze specyfikacją dyski te mogą pracować w zakresie temperatur od 0 do 70 stopni.

– *Wszystkie dyski działały bez zarzutu nawet przy temperaturze wynoszącej -13 stopni – podkreśla Janusz Pawłowski. – Należy to uznać za istotny dowód, że przy takich nietypowych i wymagających projektach warto stosować napędy zaprojektowane do pracy w instalacjach monitoringu wideo.*

Dyski nie są uniwersalne

Napędy desktopowe:

- są przewidziane do odczytu i zapisu małych bloków danych,
- ich konstrukcja nie zapewnia równoczesnego przyjmowania obrazu wysokiej rozdzielczości z dużej liczby kamer, dostarczanego w sekwencyjnych blokach przez całą dobę,
- nie powinny pracować dłużej niż średnio przez 8 godzin dziennie, przez 5 dni w tygodniu,
- są przystosowane do transferu danych o charakterze losowym, który nie przekracza 60 TB/rok,
- nie mają mechanizmu kompensacji wibracji ani innych cech gwarantujących niezawodną pracę w macierzach RAID,
- nie są wyposażone w mechanizm zarządzania energią,
- powinny pracować w pomieszczeniach z temperaturą o ograniczonym zakresie.

HDD do pracy w systemach monitoringu:

- bez problemu mogą przyjmować dużą ilość danych przesyłanych z wielu kamer,
- są przeznaczone do pracy przez całą dobę,
- są przystosowane do zapisu przez 90 proc. oraz odczytu przez 10 proc. czasu pracy, a łączny transfer danych to 180 TB rocznie,
- mogą pracować w wielodyskowym środowisku RAID i mają wbudowany mechanizm kompensacji wibracji,
- mają wbudowane funkcje do zarządzania energią,
- mogą pracować w rozszerzonym zakresie temperatur.

WYKORZYSTANE
W SYSTEMIE VIDEO-
MONITORINGU DYSKI
SEAGATE DZIAŁAŁY
BEZAWARYJNIE, MIMO
ŻE TEMPERATURA POD-
CZAS PUCHARU ŚWIATA
W SKOKACH NARCIAR-
SKICH SPADAŁA NAWET DO
-13 STOPNI CELSIJUSA.



Więcej informacji:

MARCIN KACZOR, TERRITORY SALES REPRESENTATIVE,
SEAGATE, MARCIN.KACZOR@SEAGATE.COM

Zabezpieczanie systemów cyfrowego monitoringu i kontroli dostępu

„Integracja” oraz „wirtualizacja systemów bezpieczeństwa” to dwa hasła coraz częściej powtarzane w branży zajmującej się fizyczną ochroną obiektów. Oba mocno związane są z sektorem IT.

Czym jest wirtualizacja i jakie niesie ze sobą korzyści w systemach kontroli dostępu (KD) i telewizji przemysłowej (CCTV)? Zaczniemy od tego, że systemy dozoru to rozwiązania, w których informatyka bardziej obecna jest w postaci oprogramowania, a nie sprzętu. Dzięki temu w stosunkowo łatwy sposób można uprościć ich utrzymanie i zarządzanie nimi. Jedną z zalet wirtualizacji jest możliwość tworzenia kopii zapasowej serwera KD lub CCTV oraz szybkiego odzyskiwania danych po awarii. Możliwość wygenerowania redundantnego wirtualnego serwera sprawia, że w przypadku uszkodzenia podstawowej maszyny kopia serwera jest dostępna natychmiast.

Współczesna integracja systemów CCTV i KD dotyczy często obiektów rozproszonych i bezobsługowych. Monitoring i kontrola szaf teletechnicznych, stacji transformatorowych, kontenerów sieci szerokopasmowych, w tym węzłów szkieletowych, dystrybucyjnych, dostępowych i stacji bazowych, to już standard w nowo projektowanych obiektach. W rozwiązaniach ochronnych oferowanych przez C&C tego typu zabezpieczenia zapewniane są przy użyciu kamer IP zintegrowanych z lokalnym i centralnym zapisem obrazu na platformie VDG Sense oraz uniwersalnymi sterownikami kontroli dostępu Apollo. Do nadzoru nad całością służy System Zarządzania Bezpieczeństwem iProtect, który można zintegrować z systemami zewnętrznymi, np. siłowniami telekomunikacyjnymi.

Każde zdarzenie w systemie, np. uprawnione otwarcie drzwi lub aktywacja sy-



STEROWNIK APOLLO ZOSTAŁ ZAPROJEKTOWANY DO MONTAŻU W SZAFIE 19-CALOWEJ.

gnału alarmowego, jest zintegrowane z obrazem z kamery. Operator na żywo widzi obraz przypisany do danego zajścia oraz ma szybki dostęp do nagrań archiwalnych za pomocą raportów zdarzeń. Ma to ogromne znaczenie w przypadku zarządzania wieloma obiektami i zaistnienia potrzeby wyszukania konkretnych zdarzeń, które miały miejsce w przeszłości (np. „pokaż wszystkie otwarcia drzwi w obiekcie X oraz ich nagrania”).

System ochrony w każdym obiekcie może działać autonomicznie. To ważna funkcja, gdy dojdzie do awarii połączenia między obiektem monitorowanym a centrum zarządzania. Obraz nagrywany jest bezpośrednio na nośniku znajdującym się w kamerze, a zdarzenia alarmowe oraz zapisy z systemu kontroli dostępu są buforowane w sterowniku systemu KD. Gdy komunikacja zostanie przywrócona, wszystkie zdarzenia są synchronizowane i zapisane w centralnej bazie danych. Użytkownik końcowy może nawet nie zauważyć, że nastąpiła przerwa w komunikacji między systemem ochrony obiektu a centralnym serwerem.

Systemy monitoringu powinny bazować na sprzęcie, który cechuje się niezawodnością, skalowalnością, redundancją oraz odpowiednimi wymiarami. W systemach niezintegrowanych w małych obiektach bezobsługowych często stosowano osobno centralkę systemu kontroli dostępu, systemu sygnalizacji włamania i napadu (SSWiN) lub moduł monitoringu warunków środowiskowych. Nierzadko montaż tych elementów był utrudniony z powodu braku miejsca w szafie, a rozwiązania te wymagały kilku obudów natynkowych. Sposobem na uporanie się z tego typu problemami jest sięgnięcie po inteligentny sterownik Apollo. Ma on wysokość 1U i został zaprojektowany do montażu w szafie 19-calowej. Apollo obsługuje czytniki kontroli dostępu, mierniki warunków środowiskowych oraz zawiera analogowe i cyfrowe wejścia przeznaczone do obsługi m.in. czujników SSWiN, pożarowych czy zalania. Dzięki wyjściom dużej mocy można sterować m.in. sygnalizatorem optyczno-akustycznym.

Całość rozwiązania może być zarządzana z wykorzystaniem uniwersalnego protokołu SNMP, co oznacza możliwość współpracy z różnymi systemami monitoringu urządzeń sieciowych. Sterownik może być zasilany napięciem zmiennym 230 V AC lub stałym 48 V DC z siłowni telekomunikacyjnej. Centralne zarządzanie, konfiguracja i nadawanie uprawnień nie wymaga wizyt serwisowych w obiektach rozproszonych. Urządzenie jest przystosowane do działania w chmurze oraz współpracy ze sprzętem mobilnym.

Więcej informacji: WWW.CCPARTNERS.PL



SZUKASZ PRACOWNIKÓW W BRANŻY IT?

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





Nie wyrzucam pieniędzy w błoto

„Kiedy tylko zostaną wyjaśnione kwestie podatkowe oraz wróci zaufanie do branży, znowu będziemy stawiać sobie cele związane z dalszym zwiększaniem udziału w rynku dystrybucji” – mówi **ILONA WEISS, PREZES ZARZĄDU ABC DATA**, tegorocznego laureata nagrody Dystrybutor Roku przyznawanej przez resellerów i integratorów w plebiscycie CRN Polska.

CRN ABC Data już od dłuższego czasu widocznie zmienia sposób działania. Nie da się nie zauważyć, że przywiązanie coraz większą wagę do współpracy z chińskimi producentami. Z czego wynika ta strategia?

ILONA WEISS Działania dużej, międzynarodowej spółki, jaką jest ABC Data, muszą uwzględniać nowy układ sił na świecie. W ostatnim czasie obserwujemy umacnianie pozycji Chin na rynkach światowych. Najnowsze prognozy mówią, że PKB Państwa Środka będzie rosło w tempie 6 proc.

rocznie, zaś w 2030 r. Chiny mają stać się największą gospodarką świata. Poza tym coraz bardziej realna staje się perspektywa tzw. Nowego Jedwabnego Szlaku. Warto też zauważyć, że Chińczycy odrobili lekcję, że nie liczy się wyłącznie cena sprzętu, ale przede wszystkim jego jakość. W efekcie chińskie marki coraz częściej oferują zaawansowane technicznie urządzenia w przystępnych cenach. To prosty przepis na sukces w tym biznesie, choć oczywiście pozycja globalnych producentów IT, zwłaszcza ze Stanów Zjednoczonych,

zdecydowanie nie jest zagrożona. To oni w większości przypadków wciąż rozdają karty, wyznaczając kierunki, standardy i tempo rozwoju branży. A my od zawsze mamy ich produkty w naszej ofercie i aktywnie rozwijamy ich sprzedaż.

CRN Mimo olbrzymich aspiracji tempo wzrostu chińskiego PKB jednak słabnie.

ILONA WEISS Znam ten argument, ale uważam go za nie do końca trafiony. Po pierwsze Chiny nadal rozwijają się dużo szybciej niż większość krajów. Po dru-

gie, nawet przy niższym tempie rozwoju, wciąż mówimy o ogromnych liczbach i wielkim potencjale. Jednocześnie, m.in. za sprawą Brexitu, Unia Europejska słabnie i cierpi na tym – choć w mniejszym stopniu – również pozycja Stanów Zjednoczonych w Europie. Wiodące chińskie firmy zauważają te zmiany i chcą, aby Europa Środkowo-Wschodnia stała się ich naturalną furtką do Europy Zachodniej. W związku z tym szukają miejscowych partnerów, którzy z jednej strony są liderami w regionie, prowadzącymi równorzędny dialog z największymi graczami na rynku światowej dystrybucji IT, a z drugiej rozumieją, na czym polega długofalowa współpraca. Zawsze podkreślam, że relacje biznesowe powinny być budowane na zasadach partnerskich i mieć charakter długoterminowy. Klasykiem przykładem jest tu układ ABC Data – Xiaomi.

CRN Nie jesteście już jednak jedynym partnerem Xiaomi w Polsce. Umowę z tym producentem podpisał też Ingram Micro.

ILONA WEISS Nie dziwi mnie to. Każdy globalny producent chce mieć przynajmniej dwóch dystrybutorów w danym regionie. Przy czym pamiętajmy, że to właśnie ABC Data ma bardzo silną pozycję w Europie Środkowo-Wschodniej. Ingram, który dopiero rozpoczyna działalność w regionie, prawdopodobnie bardziej skoncentruje się na zachodniej części kontynentu, gdzie jego potencjał sprzedażowy będzie zdecydowanie większy.

CRN W II kw. bieżącego roku przychody ABC Data wyniosły 919 mln zł. Dla porównania: w II kw. ubiegłego roku sięgnęły aż 1,188 mld zł. Jakie są przyczyny tego spadku?

ILONA WEISS Jednym z najważniejszych powodów jest konsekwentna realizacja przez ABC Data polityki rezygnacji z wolumenu transakcji niskomargowych. Dzięki temu wypracowaliśmy w I półroczu 2017 roku rekordową marżę w wysokości 6,3 proc., a w samym II kwartale w wysokości 6,7 proc. Oczywiście koncentrujemy się również na innych obszarach, a część podejmowanych przez nas inicjatyw biznesowych, jak chociażby ABC Data Cloud, znajduje się w początkowej fazie

rozwoju. Jednak jestem przekonana, że czas będzie działał na korzyść ABC Data.

CRN Ale z otoczeniem biznesowym jest gorzej...

ILONA WEISS Nie jest tajemnicą, że biznesowy klimat na lokalnym rynku IT psują upadłości, postępowania sanacyjne i inne kłopoty wielu spółek z branży. W rezultacie wiele instytucji odbiera dystrybucję jako sektor podwyższonego ryzyka, a ubezpieczyciele czy banki patrzą na nas z dużo większą podejrzliwością niż w poprzednich latach. Dlatego tak ważne jest dla nas to, że – zgodnie z zapewnieniami urzędników administracji skarbowej i Ministerstwa Finansów – nasza branża nie jest już postrzegana jako branża wysokiego ryzyka. Mamy nadzieję, że w ślad za tym również ubezpieczyciele zmienią swoje podejście.

Chińczycy odrobili lekcję. Nie liczy się wyłącznie cena sprzętu, ale przede wszystkim jego jakość.

CRN Trudniejszy dostęp do pieniędzy to wyjątkowy problem w szybko rotującym biznesie dystrybucyjnym. Jak sobie z tym radzicie?

ILONA WEISS Nie jesteśmy w tym odosobnieni. Firmy prowadzące taką działalność jak nasza mają dziś ograniczone lub dużo droższe finansowanie niż jeszcze rok temu. To sprawia, że musimy ostrożniej dobierać podejmowane inicjatywy. Pomimo tych niedogodności w ABC Data uzyskaliśmy jednak 25-proc. wzrost EBITDA – po wyłączeniu zysku z tytułu wyceny udziałów w BiznesLink Co – co uważam za doskonały wynik. Nie walczyliśmy też za wszelką cenę o zwiększanie udziału w rynku, ponieważ osiągnęliśmy już interesujący nas poziom. Dzięki temu mamy ten komfort, że dopóki sytuacja w branży się nie ustabilizuje, dopóty możemy patrzeć na rozwój ABC Data w kontekście innych parametrów. Obecnie inwestorzy i instytucje finansowe przyglądają się naszej spółce głównie pod kątem jej

rentowności czy wielkości długu netto, który utrzymujemy na poziomie 90,7 mln zł, jednym z najniższych wśród dystrybutorów. Jednak kiedy tylko zostaną wyjaśnione kwestie podatkowe oraz wróci zaufanie do branży, znowu będziemy stawiać sobie cele związane z dalszym zwiększaniem udziału w rynku dystrybucji.

CRN Czy sytuacja w branży to kluczowy powód niewypłacenia akcjonariuszom dywidendy? To pierwsza taka decyzja, odkąd ABC Data jest notowana na giełdzie...

ILONA WEISS Jak wspominałam, znacznie zmniejszyły się możliwości finansowania na rynku. Akcjonariusze ze zrozumieniem przyjęli więc naszą decyzję o niewypłaceniu dywidendy za rok 2016. Od początku podkreślaliśmy, że nasza polityka dywidendowa nie uległa zmianie, a brak wypłaty dywidendy był najlepszą decyzją, jaką w tamtym momencie, jako zarząd dojrzałej spółki giełdowej i dywidendowej, mogliśmy podjąć. Udało nam się jednak zbudować solidne relacje z podmiotami finansującymi naszą działalność i m.in. dzięki temu świadomie zdecydowaliśmy się podzielić z naszymi akcjonariuszami zyskiem za rok 2017 już w tym roku, w formie dywidendy zaliczkowej. Planujemy przeznaczyć na nią 10 mln zł, jeżeli zostaną spełnione określone warunki. Jednym z nich jest wypracowanie przez ABC Data jednostkowego zysku netto w wysokości przynajmniej 10 mln zł w pierwszych trzech kwartałach tego roku. Tymczasem już w I półroczu osiągnęliśmy ponad 22 mln zł.

CRN W I półroczu tego roku ABC Data, po wyłączeniu transakcji BiznesLink CO w I kw. 2016, zanotowała 6-proc. spadek zysku netto. Tymczasem prognoza przewiduje, że w 2017 r. wypracujecie o 60 proc. wyższy zysk rok do roku. Czy to realny scenariusz?

ILONA WEISS Zdecydowanie podtrzymujemy wspomnianą prognozę. Osiągnięte dotychczas rezultaty finansowe są zgodne z naszymi założeniami, które były podstawą do sformułowania zapowiedzi wyników za rok 2017. Odnosząc się do przytoczonych zysków – byłyby one porównywalne, gdyby nie zdarzenie związane z aktywnym finansowym w spółce >

► BiznesLink Co, z którego to biznesu się wycofaliśmy. Pamiętajmy, że branżę, w której funkcjonujemy, charakteryzuje pewna sezonowość sprzedaży. Biorąc pod uwagę naszą podstawową działalność, czyli sprzedaż produktów w modelu broadline, okresem, w którym tradycyjnie generujemy niższe obroty, są miesiące letnie. Wzmocniony popyt wyraźnie widać natomiast w ostatnim kwartale roku. Trzeci i czwarty kwartał roku są najkorzystniejsze pod względem osiąganych wyników również w jednym z kluczowych dla ABC Data obszarów – dystrybucji z wartością dodaną.

CRN Na razie jednak S4E zanotowało w II kwartale tego roku spadki przychodów i zysków. Czy jest się czym martwić?

ILONA WEISS W II kwartale 2017 r. S4E zanotowało tylko 1-proc. spadek przychodów rok do roku, a w perspektywie całego półroczia mówimy o prawie 8-proc. wzroście przychodów. Rzeczywiście spółka osiągnęła istotnie niższy poziom zysku netto w porównaniu z rokiem ubiegłym, ale nie jest to dla nas powód do zmartwień. W dużej mierze wyniki S4E są związane ze specyfiką działania dystrybutora z wartością dodaną. Broadlinerzy realizują tysiące transakcji dziennie, natomiast VAD wystawia kilka faktur miesięcznie i każda nich może zaważyć na wyniku uzyskanym w danym kwartale. Na ogólną ocenę trzeba więc poczekać do końca roku. W tym biznesie zdecydowana część przychodów i zysków osiągana jest bowiem w ostatnim kwartale. Projekty są rozciągnięte w czasie i w dużych spółkach trwają nawet rok.

CRN S4E ma wiele niezaprzeczalnych walorów. Ale można odnieść wrażenie, że dystrybutor ten bazuje przede wszystkim na ofercie Dell EMC. Czy zamierzacie rozszerzać jego portfolio o rozwiązania innych producentów?

ILONA WEISS Dell EMC to rzeczywiście kluczowy producent w portfolio S4E, co jest dla nas bardzo korzystne. Jako jedna grupa dystrybucyjna jesteśmy idealnym partnerem dla wsparcia rozwoju europejskiego biznesu Dell Technologies. Możemy bowiem zaoferować klientom zarówno produkty broadline'owe, jak i rozwiązania klasy enterprise. Nie można jednak powiedzieć, że oferta S4E ba-

zuje jedynie na Dell EMC. Przypomnę, że znajdują się w niej też produkty Huawei, Commvault czy Nutanix, systemy bezpieczeństwa, a nawet rozwiązania z zakresu fotowoltaiki. Dzięki temu oferta S4E w zakresie realizowanych przez tę spółkę projektów jest w pełni komplementarna.

CRN Czy można spodziewać się nowych kontraktów?

ILONA WEISS Planujemy podejmowanie nowych inicjatyw związanych z działalnością VAD. Przede wszystkim zależy nam na zwiększeniu ekspansji usług i wejściu z S4E na rynek europejski. Nie ukrywam, że Dell EMC będzie tu jednym z producentów pierwszego wyboru, głównie ze względu na siłę i potencjał tej marki. Pozwoli nam to na zwiększenie efektywności zasobów, szczególnie kosztów pracy ludzkiej, które w przypadku dystrybutora VAD są bardzo wysokie. W dalszej perspektywie myślimy też o tworzeniu i sprzedaży własnych usług cloud w modelu VAD – oczywiście za pośrednictwem S4E.

Konsekwentnie realizujemy strategię rezygnacji z transakcji niskomargowych.

CRN Pod koniec marca bieżącego roku kupiła pani akcje ABC Data za blisko 600 tys. zł, po średniej ważonej cenie 1,97 zł za akcję. Uwzględniając obecny kurs, nie jest to specjalnie opłacalna inwestycja. Czy nie szkoda tych pieniędzy?

ILONA WEISS Głęboko wierzę w to, że ABC Data jest wyraźnie niedowartościowana. Duży wpływ na ten stan rzeczy ma sytuacja na rodzimym rynku IT. Wielu inwestorów nie ma czasu na precyzyjne analizy i nie wchodzi w szczegóły dotyczące kondycji poszczególnych spółek, poprzestając na ogólnym obrazie. Kupno przeze mnie akcji ABC Data to był wyraźny sygnał skierowany do inwestorów i obserwatorów warszawskiego parkietu. Oni wiedzą, że jako prezes mam największą wiedzę o spółce, a także wpływ na to, co się w niej dzieje. Jestem też z wykształce-

nia i praktyki finansistą, a takie osoby nie wyrzucają pieniędzy w błoto.

CRN Ostatnio nasiliły się dyskusje o spółce, nie zawsze przychylnie...

ILONA WEISS Za każdym razem, kiedy komunikuję się z rynkiem, mówię prawdę. Ale kiedy wykładam prywatne pieniądze, to jeszcze bardziej uwiarygodniam mój przekaz. Poza tym jesteśmy spółką dywidendową, więc tak czy inaczej moja inwestycja jest opłacalna, zwłaszcza w porównaniu z lokatami bankowymi.

CRN Niektóre firmy, np. Komputronik, chcą się wycofać z warszawskiej giełdy. Czy rozważacie podobny krok?

ILONA WEISS Nasza lokalna giełda znajduje się od kilku ostatnich lat w poważnych tarapatach. Jedną z przyczyn tych kłopotów jest w mojej ocenie brak prezesa z prawdziwego zdarzenia. Nie od dziś wiadomo, że bezkrólewie nie sprzyja rozwojowi rynku kapitałowego. Ten – jak każde przedsięwzięcie – potrzebuje silnego lidera, przywódcy, który walczyłby o przyciągnięcie nowych inwestorów. W przeciwnym razie giełda przestaje być atrakcyjna dla spółek. To z kolei zmniejsza jej płynność, a także liczbę jednostkowych transakcji.

CRN Wracając do poprzedniego pytania: Michael Dell wycofał swoją firmę z giełdy i realizuje strategię na własnych warunkach, bez ograniczeń związanych z pozycją spółki publicznej. Może warto pójść jego śladem?

ILONA WEISS Nie mówię, że nie warto wycofać się z giełdy. Są scenariusze, jak we wspomnianym przypadku firmy Dell, kiedy taki ruch jest optymalny. Ale w takich przypadkach zawsze pojawia się kluczowe pytanie: skąd pozyskać kapitał na dalsze inwestycje i rozwój? Samo wyjście z giełdy to jedno. Ważniejszą sprawą jest jednak ambitna strategia rozwoju i uzyskanie finansowania na jej realizację, a przede wszystkim bezpieczeństwo firmy i jej klientów, które zawsze jest dla mnie priorytetem.

ROZMAWIAŁ **WOJCIECH URBANEK**

Na CRN.pl ZAMIESZCZAMY PEŁNĄ WERSJĘ WYWIADU.

Branża IT na wojnie z terrorem

POWTARZAJĄCE SIĘ ATAKI TERRORYSTYCZNE WCZEŚNIEJ CZY PÓŹNIEJ WYWOŁAJĄ POWAŻNĄ DYSKUSJĘ DOTYCZĄCĄ ROLI FIRM IT, KTÓRYCH TECHNOLOGIE I USŁUGI SĄ WYKORZYSTYWANE DO PLANOWANIA, KOMUNIKACJI I REALIZACJI PRZERAŻAJĄCYCH MASAŃK NIEWINNYCH LUDZI.

Spójrzmy prawdzie w oczy. Technologie IT są wykorzystywane w wielu atakach terrorystycznych, a jednocześnie mają zbyt mały wpływ na skuteczne zmniejszanie ich liczby. Szefowie Apple, Facebooka, Twittera, Google'a i wielu innych firm, których produkty stały się niestety swojego rodzaju „narzędziami zbrodni”, powinni na poważnie zmierzyć się z tym przykrym tematem. Nadszedł czas, aby społeczność IT, a w szczególności największe korporacje, stworzyły koalicję i wspólnie zrobiły wszystko, co możliwe, żeby pomóc społeczeństwu i rządowi wolnego świata w bezwzględnej walce z ekstremizmem.

Szczerze? Politycy nie są zdolni do tego, żeby robić to, co konieczne. Wszystko w tym środowisku sprowadza się do walki z drugą stroną barykady, niezależnie od skutków społecznych. Chciałbym wierzyć, że nasi reprezentanci chcą czynić wyłącznie dobre rzeczy, ale tak nie jest. Oni po prostu chcą wygrać kolejne wybory. Tylko nieliczni, jeśli w ogóle, zachowują się jak faktyczni przedstawiciele swoich wyborców, co powinno być normą.

I właśnie dlatego potrzebne są aktywne działania sektora prywatnego, który powinien przestać udawać, że to go nie dotyczy. To zresztą nieco przerażająca wizja dla każdego CEO, którego kluczowym obowiązkiem jest przecież dbałość o rentowność prowadzonego biznesu. Niemniej najważniejsi gracze z naszej branży powinni przestać chować się za fałszywymi moralnymi argumentami o konieczności ochrony prywatności użytkowników technologii i przyznać, że muszą stać się stroną w tej przykryj grze, czy tego chcą czy nie. W przeciwnym razie i tak ograniczenie prywatności będzie miało miejsce, choć potrwa to dłużej. Zwłaszcza że w sieci tak czy inaczej pełnej prywatności nie ma.

Co więcej, jeśli firmy same nie wezmą sprawy w swoje ręce, wcześniej czy później, pod presją społeczną, za odpowiednie regulacje wezmą się niekompetentni politycy. Jeśli bowiem tego nie zrobią, zaczną tracić wyborców. A efektem będą skłcone nąprędcie przepisy, znacznie bardziej restrykcyjne, niż sobie tego wszyscy życzymy, a jednocześnie pełne luk prawnych.

Jeśli szefowie koncernów IT już teraz staną ramię w ramię i ogłoszą, że są chętni i gotowi do walki o wspólne dobro, zostanie to przyjęte bardzo ciepło przez większość społeczeństwa. Czy będą musieli zmierzyć się z oskarżeniami o ograniczanie prywatności? Na pewno takie zarzuty padną, ale najważniejszym zadaniem rządów jest ochrona obywateli. I jeśli częściowa utrata prywatności jest tego ceną, to trzeba ją zapłacić, aby zatrzymać terrorystyczne szaleństwo. A lepiej bym się z tym czuł, gdyby zainicjowała to koalicja prywatnych przedsiębiorców z branży IT niż sami politycy.



Robert Faletta
CEO The Channel Company,
wydawcy amerykańskiej
edycji CRN.

**Zróbmy
coś,
zanim
zajmą się tym
politycy.**

Ochrona przed ransomware'em dla każdego

Przykłady WannaCry oraz Petya po raz kolejny pokazały, że społeczność Internetu nie jest przygotowana na globalne ataki złośliwego oprogramowania, a straty wynikające z częściowego bądź całkowitego paraliżu przedsiębiorstw liczone są w miliardach dolarów. Przy czym nie zawsze motywy cyberprzestępców są takie same.

MATEUSZ PASTEWSKI, CISCO SYSTEMS

Jeszcze kilka lat temu oprogramowanie wymuszające okup było biznesem przynoszącym olbrzymie zyski. Zespół Cisco Talos szacował, że w 2015 r. hakerzy mogli zarobić ok. 34 mln dol., wykorzystując tylko jedno z popularnych wówczas złośliwych narzędzi szyfrujących – Angler. Tak duże okupy doprowadziły do ogromnej popularności ransomware'u jako rodzaju złośliwego oprogramowania. Według badań jego udział w całościowej ilości malware'u wzrósł z 18 proc. w styczniu 2016 do 66 proc. w listopadzie tego samego roku. Jednocześnie według najnowszych doniesień głównym motywem twórców ataku Petya było unieruchomienie jak największej liczby komputerów, a nie zysk finansowy.

Niestety, zmienił się również sposób rozpowszechniania się infekcji. Początkowo cyberprzestępcy przesyłali złośliwe oprogramowanie w załącznikach korespondencji e-mail czy zamieszczali malware na stronach WWW. Obecnie programy szyfrujące coraz częściej przybierają postać robaka internetowego mającego na celu samoistne kopiowanie się w sieci dzięki wykorzystaniu słabych punktów w systemach operacyjnych Windows.

Rodzimy biznes raczej zdaje sobie sprawę z nowych zagrożeń, jednakże w dalszym ciągu podstawą zabezpieczeń w polskich firmach są techniki stosowane od dziesięcioleci – zapory ogniowe poprzedniej generacji oraz oprogramo-

wanie antywirusowe. Rozwiązania te nie zabezpieczają przed pełnym spektrum możliwych ataków, a brak integracji między nimi sprawia, że zarządzanie całością ochronny nie jest skalowalne.

ARCHITEKTURA CISCO RANSOMWARE DEFENSE

Zuwagi na wyzwania, jakietwórcy aplikacji szantażujących stawiają przed użytkownikami Internetu, specjaliści Cisco stworzyli

W dalszym ciągu podstawą zabezpieczeń w polskich firmach są techniki stosowane od dziesięcioleci.

architekturę **Cisco Ransomware Defense**. W ten sposób przyspieszyli proces wykrywania infekcji i kompleksową ocenę ich wpływu na sieć klienta. Ponadto zastosowane mechanizmy integracji zapewniają automatyzację procesów zarządzania infrastrukturą, co stanowi znakomitą alternatywę dla rozwiązań punktowych.

W skład nowej architektury CRD wchodzi szereg rozwiązań i funkcji. Spośród nich

należy wymienić **Cisco Advanced Malware Protection (AMP) for Endpoints**. W przeciwieństwie do systemów antywirusowych, Cisco AMP umożliwia ocenę stanu całej sieci IT, gdyż wskazuje administratorowi, które stacje końcowe są zainfekowane złośliwym oprogramowaniem i w jaki sposób rozpowszechniło się ono w sieci (pokazuje mapę tego ruchu). Ponadto Cisco AMP zapewnia retrospektywną analizę oprogramowania. Oznacza to, że plik jest analizowany nie tylko, gdy wchodzi do sieci użytkownika – system bowiem nieustannie analizuje stan stacji i potrafi wychwycić zachowania typowe dla złośliwego oprogramowania (Indicator of Compromise, IOC). Administrator może otrzymać informację zwrotną z chmury Cisco o zmianie dyspozycji pliku nawet po jego wejściu do sieci lokalnej.

Prawie każde oprogramowanie szyfrujące korzysta z DNS, dlatego tak istotne jest monitorowanie tych zapytań wraz z blokowaniem dostępu do źródeł zagrożenia. Stąd duże znaczenie **Cisco Umbrella**, które nie wymaga instalacji dodatkowego sprzętu, a proces uruchomienia „parasola” zajmuje jedynie kilkanaście minut. Podobnie jak Cisco AMP, chroni użytkownika końcowego niezależnie od tego, czy jest podłączony do sieci firmowej, czy korzysta z sieci niezaufanej. Umożliwia monitorowanie ruchu internetowego oraz dostarcza szczegółowe analizy i statystyki dotyczące zagrożeń.

Przebieg wykrycia i zablokowania WannaCry



Buletyn bezpieczeństwa Microsoft
14 marca 2017

14 marca Microsoft publikuje łatkę MS17-010 na nową podatność protokołu SMB.

Cisco NGFW | Meraki MX
14 marca 2017

Tego samego dnia Cisco Talos publikuje sygnaturę Snort™ #41978 wykrywającą próbę ataku na podatność opisaną w MS17-010.

Shadow Brokers
14 kwietnia 2017

Grupa znana jako „The Shadow Brokers” publikuje zestaw informacji o podatnościach pochodzących w nich z NSA (National Security Agency). Wśród nich są m.in. Eternal Blue i Double Pulsar.

Cisco NGFW | Meraki MX
25 kwietnia 2017

Talos publikuje sygnatury Snort™ #42329, #42332 i #42340 wykrywające atak Double Pulsar oraz dostęp do anonimowych zasobów SMB.

TALOS

Cisco TALOS

Składający się z ponad 250 światowej klasy badaczy rozszaniach po całym świecie zespół Cisco Talos korzysta z globalnej sieci wywiadu i źródeł danych, dzięki temu monitoruje i bada nowe zagrożenia, chroniąc klientów Cisco przed zagrożeniami, w tym przed WannaCry.

Cisco Umbrella
12 maja 2017 | 10:12 UTC

Cisco Umbrella dodaje skójzarzenie ataku do kategorii ransomware i przesuwa domenę będącą wyłącznikiem dla robaka do kategorii oprogramowania złośliwego (malware).

Cisco AMP
12 maja 2017 | 9:33 UTC

Po około 60 minutach od uzyskania pierwszych próbek Cisco AMP wykrywa robaka. Zagrożenie zostało wykryte przez automatyczny mechanizm analizy i metodę rozpowszechniania. Cisco AMP prawidłowo wykrył i zablokował atak na maszynach końcowych, bramkach e-mail i WWW oraz urządzeniach zabezpieczających.

Cisco Umbrella
12 maja 2017 | 7:43 UTC

Usługa Cisco Umbrella umieszcza domenę będącą wyłącznikiem (ang. kill switch) dla robaka w kategorii „Nowo Zaobserwowane Domeny”, co zaowocowało zabezpieczeniem użytkowników Cisco Umbrella przed atakiem i jego dalszym rozpowszechnianiem.

Cisco Investigate
12 maja 2017 | 7:30 UTC

@MalwareTechBlog publikuje informacje o nowym ataku nazwanym WannaCry na Twitterze i swoim blogu. Zrzut ekranu z Cisco Investigate (część pakietu Cisco Umbrella), który posłużył do zebrania dowodów i zbadania ataku.

Aby uzyskać więcej informacji, zajrzyj na cisco.com i talosintelligence.com.

Kolejna istotna kwestia dotyczy poczty elektronicznej, która wciąż stanowi najczęściej wykorzystywaną przez hakerów „furtkę”. Zastosowanie skutecznych mechanizmów antyphishingowych czy analizy hiperłączy w e-mailach – jak **Cisco Email Security z Advanced Malware Protection (AMP)** – pozwala wydatnie ograniczyć ilość szkodliwej poczty przychodzącej do skrzynek odbiorczych pracowników firmy. Ponadto wykorzystanie Cisco AMP w bramkach

e-mailowych umożliwia gruntowną analizę każdego przychodzącego załącznika.

Wspomniany przykład ataków WannaCry i Petya nie tylko po raz kolejny pokazał, jak ważne dla bezpieczeństwa jest aktualizowanie oprogramowania, ale również jak duża liczba użytkowników zapomina bądź nie ma możliwości zainstalowania krytycznych poprawek do programów. Z tego względu konieczne jest zastosowanie rozwiązań Next-Generation IPS (Intrusion Prevention System),

które wykrywają i blokują znane ataki na podstawie odkrytych słabych punktów w firmowej sieci. Do takich należy **Cisco Firepower Next-Generation Firewall z Next-Generation IPS (NGIPS)** oraz **Advanced Malware Protection (AMP)**.

Natomiast **Cisco Identity Services Engines (ISE)** to element przydatny do realizacji jednej z najlepszych praktyk budowania bezpiecznych sieci komputerowych, jaką jest mikrosegmentacja oraz zadbanie o kontrolę dostępu użytkowników końcowych do odpowiednich zasobów. Dzięki temu, nawet jeżeli dojdzie do ewentualnej infekcji sieci oprogramowaniem szfrującym, zakres ataku zostanie skutecznie ograniczony, a administratorzy będą mieli łatwiejsze zadanie podczas przywracania zainfekowanych stacji do działania.

Trendy pokazują, że ataki typu ransomware, które sięją tak wiele spustoszenia na całym świecie, będą dalej ewoluowały. W sporej mierze od resellerów i integratorów zależy, jak klienci zabezpieczą swoje firmy przed tym zagrożeniem.

Nie tylko co, ale z kim...

Nie każdy atak cybernetyczny można od razu zatrzymać. Tak samo jak żadne rozwiązanie chroniące przed złośliwym oprogramowaniem nie jest w 100 proc. skuteczne. Dlatego tak ważna jest współpraca z zaufanym partnerem, który zajmie się nie tylko wdrożeniem i optymalizacją opisanych elementów architektury bezpieczeństwa, ale również koordynacją i odpowiedzią na atak hakerski, jeżeli do niego już dojdzie. Odpowiednie praktyki, wsparte efektywnymi mechanizmami detekcji ataków pochodzących z różnych źródeł, stanowią znakomitą alternatywę dla tradycyjnych rozwiązań punktowych, które nie spełniają obecnych wymogów ochrony.



Chmura ze znakami zapytania

Chmura publiczna zmienia zasady gry w kanale partnerskim.
Reguły nie są łatwe i wymagają nowego podejścia do biznesu.

WOJCIECH URBANEK



Fot. © peshkova - Fotolia.com

Cloud computing ma być panaceum na wszystkie bolączki branży IT. Taką tezę lansują Amazon, Google, Microsoft, IBM i liczna grupa analityków. Czasami słyszy się nawet, że chmura wręcz „demokratyzuje IT”. Wszak z usług cloudowych mogą z powodzeniem korzystać nie tylko wielkie koncerny, ale również rodzinne firmy, które nie dysponują środkami finansowymi niezbędnymi na zakup nowoczesnego sprzętu bądź oprogramowania. Przy czym chmura nie jest wyłącznie usługą adresowaną do ubogich, korzystają też z niej firmy, którym nie brakuje gotów-

ki. Nowy model usługowy zapewnia bardzo szybki dostęp do mocy obliczeniowej bądź powierzchni dyskowej. Nie trzeba kupować i wdrażać drogich macierzy oraz najnowszych modeli serwerów ani szukać dla nich dodatkowego miejsca w centrum danych. Co więcej, cloud umożliwia nieograniczoną skalowalność – w górę lub w dół. Przytaczając takie i jeszcze inne argumenty, wielkie koncerny z branży IT coraz częściej zachęcają przedsiębiorców, aby przenosili aplikacje z lokalnego środowiska do chmury publicznej.

Jednak nie dość, że nie wszystkich udało się przekonać, to proces adaptacji usług chmurowych przebiega wyraźnie wolniej, aniżeli się spodziewano. Dlaczego? Wygląda na to, że podobnie jak w medycynie także w świecie technologii nie ma cudownego lekarstwa na wszystkie choroby. Poza tym cloud computing stanowi źródło nowych konfliktów, które w najbliższych latach będą się prawdopodobnie nasilać.

Pierwsza taka kwestia to los resellerów oraz integratorów, którzy czerpią zyski głównie ze sprzedaży sprzętu, oprogramowania i usług serwisowych. Co się stanie, gdy dotychczasowi klienci odwrócą się od nich i zaczną kupować moc obliczeniową lub powierzchnię dyskową od Amazona bądź Google'a? Są tacy, którzy widzą przyszłość jedynie w czarnych barwach.

– *Tradycyjny VAR umarł* – twierdzi Hayes Drumwright, CEO firmy Trace3, która generuje roczne przychody na poziomie 400 mln dol. W ostatnim czasie ten amerykański integrator przeprowadził szereg istotnych zmian, aby przystosować się do nowych warunków.

– *W nowym świecie, w którym nie ma miejsca na pudełka, wiele dotychczasowych zadań spoczywających na barkach VAR-a, takich jak integracja sprzętu z oprogramowaniem, logistyka, pomoc przy finansowaniu projektów, wdrożenie systemu czy obsługa posprzedażowa, staje się kompletnie bezużytecznymi* – mówi Hayes Drumwright.

Pod znakiem zapytania stoją także dalsze losy dystrybutorów, którzy i bez tego borykają się z mnóstwem kłopotów. W przypadku niektórych firm ekspansja usług chmurowych teoretycznie mogłaby być wręcz przysłowiowym gwoździem do trumny. Wreszcie nie można zapominać

Z chłodną głową

W przestrzeni publicznej pojawiają się skrajne opinie na temat wpływu cloud computingu na kanał resellerski. Niektórzy twierdzą, że aby przetrwać na rynku, trzeba płynąć z nurtem rzeki. Jednak Trevor Pott, kanadyjski bloger i specjalista IT, uważa, że zbytne uleganie namowom twórców usług chmurowych może zaprowadzić resellerów na manowce. Wprawdzie subskrypcja gwarantuje systematyczne i równomierne wpływy do kasy, ale nie są one tak wysokie jak w przypadku kontraktów na sprzedaż sprzętu. W rezultacie resellerzy, żeby dobrze zarabiać na nowym biznesie, będą dążyć do podpisywania maksymalnej liczby umów na świadczenie usług, zaniedbując tradycyjną sprzedaż. Przy okazji wielcy providerzy zyskają dostęp do baz zawierających niezliczoną ilość klientów i za jakiś czas ich handlowcy mogą zapukać do drzwi najbardziej lukratywnych usługobiorców, proponując im nową, oczywiście bardziej atrakcyjną formę rozliczeń. Jednym ze sposobów na uniknięcie takiego czarnego scenariusza jest wąska specjalizacja i adresowanie usług do konkretnych grup odbiorców. Ale przede wszystkim należy zachować chłodną głowę i patrzeć na biznes przez pryzmat faktycznych potrzeb klientów. Jak mówi Tomasz Dwornicki, CEO Hostersi, niektórzy klienci nie wymagają wysokiej dostępności ani skalowania, więc nie ma sensu ich na siłę uszczęśliwiać. „Nie jesteśmy ortodoksyjnymi orędownikami chmury” – dodaje.

o działach IT, gdzie wielu pracowników obawia się utraty miejsc pracy. Wprawdzie słyszy się o tym, że zostaną oddelegowani do innych, bardziej ambitnych zadań, ale ten argument nie dla wszystkich brzmi przekonująco. Wszak promotorzy chmury uważają, że przedsiębiorstwa powinny skupić się wyłącznie na podstawowej działalności i nie trwonić czasu ani środków finansowych na czynności związane z infrastrukturą IT. Jak często mówią tzw. ewangeliści chmury – nie trzeba kupować browaru, żeby napić się piwa. ➤

> WŁĄCZYĆ SIĘ DO GRY

Rodzime firmy z branży IT z uwagą śledzą rozwój wypadków na rynku, jednocześnie wyrażając gotowość do podnoszenia kwalifikacji. Świadczą o tym tegoroczne wyniki badań przeprowadzonych wśród europejskich resellerów przez firmę Context. Aż 52 proc. polskich resellerów i integratorów planuje poszerzyć wiedzę z zakresu Hardware as a Service, zaś 39 proc. pragnie podnieść kwalifikacje związane z Software as a Service. Z kolei 37 proc. chce dowiedzieć się więcej o usługach Platform as a Service. W tym samym badaniu zaledwie 10 proc. rodzimych firm IT deklaruje brak zainteresowania sprzedażą usług chmurowych. Dla porównania: w przypadku brytyjskich przedsiębiorstw odsetek wynosi 48 proc., zaś niemieckich 37 proc.

Polscy resellerzy najczęściej sprzedają w modelu chmurowym usługę Backup as a Service (47 proc.), Storage as a Service (38 proc.), Infrastructure as a Service (37 proc.) i aplikacje biznesowe (30 proc.). Duża popularność tej pierwszej usługi wynika z rosnących obaw przed skutkami nasilających się ataków hakerskich. Backup as a Service, a także Disaster Recovery as a Service (DRaaS) znajdują się m.in. w ofercie Engave.

– *Mniejszych firm zazwyczaj nie stać na inwestycję w zapasową infrastrukturę. Alternatywa w postaci odtwarzalnej zdalnej kopii w ramach miesięcznego abonamentu to dla nich dużo ciekawsza propozycja. Tym bardziej że może stanowić skuteczną ochronę przed atakami ransomware* – tłumaczy Radosław Wierchowicz, dyrektor działu rozwiązań chmurowych warszawskiego integratora.

Wprawdzie inna firma IT, śląski Rafcom, jeszcze nie rozpoczęła swojej przygody z chmurą, niemniej w najbliższych miesiącach spółka z Jaworzna planuje poszerzyć ofertę o Backup as a Service oraz DRaaS.

Tomasz Spyra, CEO Rafcomu, przyznaje, że otrzymuje coraz więcej zapytań o tego typu usługi.

– *To szansa na pozyskanie zupełnie nowych klientów, a także rozszerzenie współpracy z dotychczasowymi* – dodaje rozmówca CRN Polska.

Z kolei ITMagination ma już za sobą pierwszy etap związany z odsprzedażą usługi podąża w kierunku większej specja-

lizacji. W początkowej fazie działalności firma bazowała na Microsoft Azure, aczkolwiek z upływem czasu zarząd spółki podpisał umowy o współpracy z Amazon Web Services oraz Google Cloud Platform.

– *Część naszych klientów migruje z modelu IaaS na PaaS. To bardzo korzystne rozwiązanie, bowiem usługobiorcy mogą cieszyć się elastycznością kosztów i skalowalnością usług, zaś nasi konsultanci bardziej skupiają się na dostarczaniu wartości biznesowej niż utrzymaniu infrastruktury IaaS* – wyjaśnia Włodzimierz Bielski, Data Science Competency Manager w ITMagination.

„Obecnie niewiele wiemy o platformach chmurowych dystrybutorów, dlatego opieramy się na bezpośredniej współpracy z Microsoftem bądź Amazonem”
– Maciej Kałużyński, CEO One System

CHMURY NAD WISŁĄ

W Polsce proces adaptacji usług chmurowych przebiega stosunkowo wolno. IDC przewiduje, że w bieżącym roku wartość tego segmentu rynku przekroczy 200 mln dol., zaś do 2019 r. inwestycje w rozwiązania chmurowe będą rosły w rocznym tempie 19 proc. Rodzime przedsiębiorstwa z dużą podejrzliwością patrzą na cloud computing, obawiając się utraty danych. Wprawdzie propagatorzy chmury przekonują, że pliki przechowywane na zewnątrz są bezpieczniejsze od tych spoczywających na firmowych serwerach, ale ich argumentacja na razie przekonuje tylko nielicznych przedsiębiorców.

Ponadto istnieje wewnętrzny opór w firmach związany z postawą działów IT. Ich pracownicy z dużą rezerwą podchodzą do

chmury, bojąc się, że wraz z przejściem większości obowiązków przez usługodawcę stracą pracę. Z drugiej strony w przedsiębiorstwach brakuje specjalistów, którzy zajęliby się procesami przenoszenia systemów ze środowiska tradycyjnego do chmury. Część z nich już dziś zatrudnia deweloperów czy architektów chmury obliczeniowej, ale wiele będzie szukać też wsparcia na zewnątrz. Otwiera się zatem pole do działania dla dobrze wykwalifikowanych integratorów.

Dopóki przedsiębiorstwa nie migrują masowo do chmury, dopóty sami resellerzy ostrożnie będą podchodzić do tego tematu. W badaniu Contextu aż 44 proc. polskich firm przyznało, że nie sprzedaje cloudu ze względu na mały popyt na tę usługę. Wejście w biznes chmurowy wymaga bowiem od integratora nie tylko inwestycji, ale też istotnej reorganizacji przedsiębiorstwa.

– *Nie można sprzedawać chmury bez zmiany struktury organizacji. Dlatego poświęcamy dużo czasu na edukację działu handlowego oraz podnoszenie kwalifikacji działów wdrożeniowych i wsparcia sprzedaży. Opracowaliśmy własny model obejmujący procesy od wsparcia biznesowego klienta aż po utrzymanie techniczne wdrażanych środowisk* – wyjaśnia Marcin Blonkowski, kierownik działu wsparcia sprzedaży w Komputroniku.

Podobne kroki podjęto w firmie Senetic, która sprzedaje usługi chmurowe Microsoftu. W spółce utworzono nowy dział odpowiedzialny za sprzedaż usług chmurowych, łączący ekspertów technicznych z doświadczonymi handlowcami. Osoby, które rozpoczynały pracę w tej komórce, obecnie budują własne zespoły, współpracujące z inżynieriami wdrażającymi rozwiązania dla Senetica.

CHMURA OD DYSTRYBUTORA

Śląska spółka Hostersi na początku bieżącego roku została pierwszym oficjalnym polskim partnerem Amazon Web Services. Wcześniej firma była partnerem konsultingowym AWS. Wraz ze zdobyciem nowego statusu Hostersi mogą zapewnić klientom lepsze warunki korzystania z chmury Amazona. Są to m.in.: dodatkowe wsparcie biznesowe, rozliczenia w różnych walutach i możliwość otrzymania środków w ramach tzw. proof of concept.

Zdaniem integratora

❑ Radosław Wierchowicz, dyrektor działu rozwiązań chmurowych, Engave

Najważniejsze korzyści związane z wprowadzeniem do sprzedaży usług cloud to rozwój kwalifikacji i poszerzenie oferty usługowej. Nie musimy ograniczać się do dostarczania klientom wyłącznie produktów bazujących na chmurze publicznej. Możemy uruchomić środowisko hybrydowe lub budować chmury prywatne. Tworząc własny model biznesowy na tego typu usługach, pokazujemy również klientowi nasze doświadczenie i zaangażowanie w kierunku rozwoju własnych kompetencji chmurowych.

❑ Maciej Kałużyński, CEO, One System

Rosnące zainteresowanie rynku rozwiązaniami IaaS stanowi pewne zagrożenie dla naszego biznesu, gdyż swoją działalność opieramy przede wszystkim na sprzedaży oprogramowania i sprzętu w tradycyjnym modelu. Jednocześnie dostrzegamy szansę na zwiększenie przychodów w obszarze usług integratorskich i instalacyjnych. Wymaga to od nas zmiany modelu biznesowego i przekształcenia

się z typowej spółki handlowej w usługową. Dlatego jesteśmy zainteresowani szkoleniami czy warsztatami poświęconymi usługom chmurowym. Cloud computing stał się w ostatnim czasie jednym z najmłodniejszych haseł, aczkolwiek rynek MŚP, na którym działamy, jeszcze nie w pełni dojrzał do tego typu usług.

❑ Konrad Nieboj, specjalista ds. rozwiązań chmurowych Microsoft, Senetic

Gdy rozpoczynaliśmy swoją przygodę z usługami chmurowymi, pojawiało się wiele wątpliwości dotyczących bezpieczeństwa. Perspektywa przekazania infrastruktury innemu podmiotowi stanowiła poważną barierę. Większość wątpliwości udało się rozwiązać, przybliżając politykę działania Microsoftu. Firma nie jest właścicielem danych klienta, zapewnia wielokrotny backup oraz 99,9 proc. SLA. Lwia część małych i średnich przedsiębiorstw nie jest w stanie zagwarantować sobie infrastruktury o takiej jakości. Dlatego w połączeniu z funkcjami poszczególnych usług „przeprowadzka” do chmury przynosi firmom same korzyści.

– Tytuł oficjalnego resellera AWS w Polsce otworzył nam drzwi do wielu przedsiębiorstw zainteresowanych migracją do chmury. Dla znacznej części klientów rozliczenia z polską firmą w rodzimej walucie stanowią duże ułatwienie – tłumaczy Tomasz Dwornicki, CEO Hostersi.

Powyższy przykład pokazuje, że są resellerzy, którzy potrafią sprawnie poruszać się w świecie cloud computingu bez wsparcia ze strony dystrybutora. Przypadek Hostersi nie jest oczywiście odosobniony. Według danych Contextu aż 38 proc. polskich resellerów sprzedaje usługi cloud z pominięciem dystrybutora. W żadnym innym kraju europejskim objętym badaniem ten odsetek nie jest tak wysoki.

– Obecnie niewiele wiemy o platformach chmurowych dystrybutorów, dlatego opieramy się na bezpośredniej współpracy z Microsoftem bądź Amazonem – tłumaczy Maciej Kałużyński, CEO One System.

Również Arkadiusz Rosiak, kierownik działu technicznego wsparcia sprzedaży w Innergo Systems, uważa, że dystrybutorzy zbyt mało robią, aby zainteresować integratorów ofertą w zakresie cloud computingu. Warszawski integrator planuje wkrótce uruchomić sprzedaż w modelu chmurowym rozwiązań Unified Communications, jednak zarząd Innergo nie widzi na tym polu płaszczyzny do współpra-

cy z dystrybutorom, z wyjątkiem zakupu sprzętu w postaci aparatów telefonicznych i terminali videokonferencyjnych.

Dystrybutorzy gorączkowo szukają nowych źródeł przychodów, poszerzając swoje portfolio o zabawki, mopy czy deski do prasowania. Niemniej z punktu widzenia resellera IT bądź integratora bardziej interesującym rozwiązaniem powinny być platformy chmurowe. Tego typu rozwiązania oferują już w zasadzie wszyscy najwięksi: AB, ABC Data, Also, Ingram Micro i Tech Data. Według

danych Global Technology Distribution Council ok. 21 proc. przychodów ze sprzedaży usług chmurowych, czyli 34 mld dol., przechodzi właśnie przez dystrybutorów. Dużym providerom łatwiej współpracować z kilkoma pośrednikami aniżeli tysiącami resellerów. Dystrybutorzy mają kilka poważnych atutów, takich jak bogate doświadczenia w kooperacji z partnerami czy zaplecze techniczno-finansowe, które może być przydatne podczas wdrażania usług chmurowych przez mniejszych integratorów.

REKLAMA

Qoltec®

**DRUKARKI ETYKIET
WYSOKOWYDAJNE**

HOME | INDUSTRIAL
www.qoltec.com

Zapraszamy do współpracy!

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

Autoryzowani dystrybutorzy:

AB
www.ab.pl

INCOM
www.incom.pl

ABC DATA
www.abcdatal.pl

KOMPUTRONIK
www.komputronik.pl

ACTION
www.action.pl

TECH DATA
www.techdata.pl



Fot. Suttisak - Fotolia.com

Usługi na odległość: z daleka (czasem) lepiej widać

Przetrwanie trudnych czasów na rynku zależy od szybkiej adaptacji do zmieniających się warunków gry biznesowej i związanej z nią zdolności do wynajdowania mniej wyeksploatowanych obszarów. Jednym z nich są usługi świadczone zdalnie.

ANDRZEJ JANIKOWSKI

O długoterminowej stagnacji na rynku wdrożeń pisaliśmy w CRN Polska wielokrotnie. Od pewnego czasu liczba projektów zmalała, zwłaszcza w sektorze publicznym. Nie może więc dziwić, że integratorzy poszukują nowych źródeł przychodów. Niektórzy zaczynają działać w charakterze firm outsourcingowych. I choć podwykonawstwo nie jest, rzecz jasna, niczym nowym, to teraz – w znacznej mierze pod wpływem zmian samego rynku IT – uległo przeobrażeniu. W tym przypadku szczególnie duży potencjał cechuje sektor zdal-

nego bezpieczeństwa i – w mniejszym stopniu – zarządzania sieciami.

Teoretycznie zdalna forma współpracy powinna być opłacalna zarówno dla zleceniodawców, jak i zleceniobiorców. Klienci końcowi nie muszą mnożyć etatów w działach IT, zaś firmy informatyczne mają zagwarantowany stały dopływ gotówki. Tyle teoria. W praktyce potrzebne są zmiany w mentalności obu stron takiego układu. Klienci muszą pogodzić się z ewolucją modelu funkcjonowania informatyki w przedsiębiorstwie. Z kolei integratorzy muszą przestawić się na my-

ślenie w kategoriach OPEX, czyli zysków przyszłych, nie zaś CAPEX.

DUŻE W DUŻYCH, MAŁE W MAŁYCH

Klientami VAR-ów oferujących usługi zdalne mogą być zarówno przedsiębiorstwa, jak i sektor samorządowy. Jeśli chodzi o te pierwsze, to powoli tworzący się trend dotyczy przede wszystkim większych firm w dużych miastach. Sprzyja mu to, że popyt na wysoko wykwalifikowanych informatyków przewyższa

podaż. Inaczej mówiąc, w metropoliach klienci z sektora prywatnego mają często problemy z zatrudnieniem na dłużej dobrego fachowca. Stwierdzenie to dotyczy zwłaszcza specjalistów od security.

– *Ryzyko podkupienia dobrego pracownika jest bardzo duże* – mówi Mariusz Kochański, dyrektor Działu Systemów Sieciowych w Veracompie.

W przypadku samorządów jest na odwrót – klientów trzeba szukać raczej pośród mniejszych urzędów w mniejszych miejscowościach. Duże jednostki mają własnych informatyków, w mniejszych jest inaczej. Co więcej, urzędy utrzymują relacje biznesowe z lokalnymi podmiotami, które po prostu lepiej znają ich potrzeby.

– *Urzednicy z półmilionowego miasta lub większego mogą być przekonani do tezy, że wielkość partnera ma znaczenie. W mniejszych ośrodkach nie jest to tak ważne. Im mniejsze miasto, tym mniejsza firma integratorska ma szanse podpisać kontrakt* – twierdzi Mariusz Kochański.

OCHRONA, SPECJALIŚCI I RAPORTY

W powszechnej opinii specjalistów z naszej branży największy potencjał – w kontekście usług zdalnych – cechuje segment bezpieczeństwa informatycznego. Decyduje o tym wiele czynników. Do tych już wspomnianych należy na pewno dodać rosnący w szybkim tempie poziom komplikacji systemów bezpieczeństwa, jak również metod hakerskich. Ataki ransomware, APT czy DDoS są po prostu trudne do odparcia dla półamatorów.

– *Szeroko rozumiane bezpieczeństwo stanowi pole do popisu dla różnego rodzaju integratorów, którzy mają wiedzę* – mówi przedstawiciel Veracompu. – *Model sprzedaży zależy od sytuacji i porozumienia między stronami. Czasem lepiej oferować coś na zasadach consultingu, innym razem usług zarządzania.*

Daniel Żukowski, wiceprezes zarządu Konsorcjum FEN, twierdzi, że ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych, czyli RODO, być może zaowocuje współpracą firm informatycznych z kancelariami prawnymi. To z kolei spowoduje powstanie analiz dotyczących zabezpieczenia sieci, a może nawet jakiegoś

wzorca kooperacji między integratorami a klientami końcowymi.

Nowe prawo determinuje pojawienie się w podmiotach publicznych Administratorów Bezpieczeństwa Informacji, którzy mają pełnić niewdzięczną i na dodatek bardzo odpowiedzialną funkcję. Wydaje się więc uzasadnione twierdzenie, że placówki publiczne będą raczej starały się scedować swoje obowiązki na firmy zewnętrzne. Zwłaszcza że ustawa jest tak skonstruowana, iż wyciek danych może mieć dla osób odpowiedzialnych za bezpieczeństwo spore konsekwencje.

– *Niewykluczone, że ktoś wyciągnie wnioszek, że lepiej tego typu pracami obciążyć firmę zewnętrzną. Generalnie, im więcej danych do ochrony, tym bardziej jest on prawdopodobny* – mówi Paweł Rudzki, Product Manager w K3System.

Jolanta Malak, regionalna dyrektor sprzedaży Fortinet na Polskę, Białoruś i Ukrainę, uważa nawet, że obecnie każde przedsiębiorstwo, które korzysta z połączenia internetowego, potrzebuje wsparcia w zakresie bezpieczeństwa. Przy czym oczywiście usługi (o różnym stopniu zaawansowania i złożoności) obejmują rozmaite aspekty zabezpieczania zasobów, ale też obiektów. Lista jest długa: zabezpieczenie samego routera ewentualnie ochrona sieci i urządzeń końcowych w mniejszych

przedsiębiorstwach bądź bezpieczne korzystanie z dobrodziejstw chmury. Można też wspomnieć o segmentacji sieci w większych przedsiębiorstwach.

Wskazuje się też na bezpieczeństwo fizyczne, czyli monitoring, szczególnie ten wyposażony w rozbudowane systemy analityczne. Osoba z firmy zabezpieczającej dany teren bardzo często nie potrafi wykorzystać tkwiących w nich możliwości, ale doświadczony inżynier usługodawcy zewnętrznego – już tak.

BEZPIECZEŃSTWO POD KLUCZEM

Problemów, do rozwiązania których można by zaprząć integratorów, jest więcej. Zewnętrzni fachowcy mogą ustalać polityki bezpieczeństwa, tworzyć procedury, zajmować się aplikacjami, np. do zarządzania miastem bądź rekrutacji w przedsiębiorstwach czy szkołach. Zwłaszcza że przeciążeni pracą codzienną informatycy, w tym administratorzy IT w urzędach, nie zawsze mają czas, aby zajmować się problemami bezpieczeństwa.

Urzędy staną też kiedyś w końcu przed dylematem, czy zatrudnić nowego administratora do obsługi Linuksa, czy raczej skorzystać z usług firmy zewnętrznej. Rzecz w tym, że liczba profesjonalnych „linuksowców” jest skończona, a ich praca >



MARIUSZ KOCHAŃSKI

dyrektor Działu Systemów Sieciowych, Veracomp

Rynek usług zdalnych porównałbym do wielkiego stawu, w którym żyje kilka gatunków ryb różnej wielkości. Na każdą jest inna przynęta i metoda. Jeśli chodzi o przedsiębiorstwa, to z moich wieloletnich obserwacji

wynika, że dolną granicą jest liczba 15 komputerów osobistych. Choć na przykład w firmach prawniczych i reklamowych granica przebiega niżej – tam nawet kilka komputerów musi działać jak należy. Im większa firma, tym więcej kłopotów, którymi w zasadzie nikt się nie chce zajmować. To idealna sytuacja dla resellerów, których rola polega na rozwiązywaniu wszystkich problemów w zamian za miesięczny ryczałt. Firma informatyczna przejmuje też rolę konsultanta, który doradza, co i gdzie kupić.

Z kolei w sektorze samorządowym i na uniwersytetach korzysta się dość szeroko z Linuksa oraz usług tanich administratorów. Tym, czego często brakuje samorządom i uniwersytetom, są dobre systemy bezpieczeństwa. Na nic aktualizacje oprogramowania serwerowego, jeśli końcówki są źle chronione. Z serwera pocztowego korzysta wielu klientów pocztowych za pośrednictwem smartfonów. Używają rozmaitych wersji różnych systemów operacyjnych, których wspólnym mianownikiem jest zazwyczaj to, że są bardzo słabo zabezpieczone.

W tak niebezpiecznym środowisku musi pojawić się zawodowiec, który zapanuje nad balaganem. Chyba nadchodzi czas obfitych połowów.

➤ kosztuje coraz więcej. Być może dojdzie do tego, że specjalista z firmy podwykonawczej będzie droższy niż osoba na etacie, ale na przykład zdaniem Mariusza Kochańskiego łatwo rozwiązać taki problem. Argumentem za tym pierwszym będą zawsze umiejętności – wprawdzie zewnętrzny specjalista od bezpieczeństwa jest nie najtańszy, ale z jego usług korzysta wielu klientów. Firmy, których funkcjonowanie zależy w dużym stopniu od przetwarzania cyfrowych procesów biznesowych, w zasadzie każde zadanie mogą zlecać, niekiedy za najniższe pieniądze.

– *W sejfie nie instaluje się najtańszego zamka, ale najlepszy jego model* – podsumowuje przedstawiciel Veracompu.

WIDOK Z NIEBA

Branża IT zwraca uwagę także na perspektywy zdalnego administrowania siecią. Aleksander Styś, Internal Account Manager w ZyXEL-u, sądzi, że zdalny nadzór nad infrastrukturą komputerową nierozdzielnie związany jest z rozwojem chmury. Jednak firmy informatyczne, wciąż muszą zdobywać wiedzę i ostatecznie przekonać się do profitów, jakie niesie ze sobą ten rodzaj usług chmurowych. Największą wartością dla instalatorów jest oszczędność czasu i obniżenie kosztów, jakie wiążą się z wdrożeniem i późniejszym zarządzaniem siecią u wielu klientów jednocześnie. Dla

użytkowników końcowych outsourcing usług IT również może oznaczać znaczne oszczędności i zagwarantować sprawne działanie sieci firmowej. Usługami powinny więc być zainteresowane w zasadzie wszystkie firmy, które dążą do obniżenia kosztów związanych z administrowaniem systemami IT. Dotyczy to zwłaszcza przedsiębiorstw z dużą liczbą oddziałów rozlokowanych w Polsce i na świecie. Sieć zarządzana centralnie z poziomu chmury ma umożliwić im zdalne monitorowanie i administrowanie siecią przewodową i bezprzewodową w filiach, co w znaczny sposób ograniczy koszty jej utrzymania. Z drugiej strony duża część firm z rynku MŚP nie zatrudnia informatyków, ale ich infrastruktura też musi działać stabilnie.

O zaletach chmury mówi także Paweł Rudzki z K3System. W zależności od potrzeb może to być chmura prywatna, publiczna lub hybrydowa. Jego przedsiębiorstwo już świadczy takie usługi. Część danych jest przetwarzana w sektorze publicznym, a część prywatnie. Model chętnie stosowany przez tę firmę polega na dzierżawieniu sprzętu – urządzenia stoją fizycznie u klienta, ale są zabezpieczone w taki sposób, żeby jego pracownicy nie mieli do nich dostępu.

– *Częścią architektury systemu jest połączenie LAN przez łącza prywatne dla zapewnienia ciągłości działania rozwiązania* – mówi Paweł Rudzki.

NIM POŹRE JE RDZA

Trudno jednoznacznie ocenić, czy użytkownicy końcowi są gotowi na głębokie zmiany, które de facto oznaczają, że będą oni zarządzali nie sprzętem, ale kontraktami serwisowymi. W opinii specjalistów im większa firma, tym bardziej skłonna do mniej standardowych ruchów. W tym kierunku idą też zmiany w Polsce, w których udział ma minister Anna Streżyńska. Jej strategiczną linią jest odejście od modelu, w którym sektor publiczny płaci za architekturę IT. Teraz będzie się płaciło za efekty, czyli działające rozwiązanie.

– *To wbrew pozorom dobra wiadomość dla integratorów* – mówi Mariusz Kochański. – *Jeśli maleje skłonność kontrahenta do nabywania serwera, a rośnie chęć do płacenia za liczbę transakcji serwera, to wtedy niemal automatycznie wzrasta popyt na zaawansowane usługi. W najgorszym przypadku firma integratorska będzie musiała doradzać samorządom, jak nadzorować infrastrukturę, zaś w najlepszym sama będzie zarządzała rozwiązaniem.*

Oczywiście trzeba sprecyzować, w jaki sposób ma wyglądać model współpracy z firmami zewnętrznymi. To dość ważna kwestia, bo wzorce przychodzą do nas zazwyczaj z rynku amerykańskiego i właśnie stamtąd pochodzą szablony kosztowe. Czas, by wprowadzić ich lokalną wersję, wypracowaną w Polsce. Jest na to szansa, bo rynek wie, że firmom informatycznym trzeba płacić. Może nie było to powszechne, ale z pewnością zdarzały się sytuacje, w których klient końcowy kupował system, a potem wymagał od integratora, aby świadczył usługi za darmo przez wiele lat.

– *A przecież nikt nie serwisuje za darmo samochodu do czasu, aż auto zostanie zezłomowane. Za każdy przegląd się płaci* – mówi Tomasz Odzioba, Country Manager Allied Telesis.

Jego zdaniem podobnie powinno być w świecie IT, bo nie da się oferować usług posprzedażowych w cenie sprzętu. To dla firm informatycznych skrajnie zły układ.

– *Wdrożenie to proces ewolucyjny. Potrzeby przedsiębiorstwa ewoluują tak silnie, że bardzo często trzeba zmodyfikować system. Rzecz jasna nie za darmo. Na szczęście klienci końcowi zaczynają to rozumieć* – podsumowuje Tomasz Odzioba. ■

Zdaniem integratora

□ **Konrad Dudek, niezależny specjalista branży IT z Warszawy**

Usługi zdalne to forma świadczenia wsparcia technicznego w szybki sposób, przy jednoczesnym przewyciężeniu ograniczeń geograficznych. Dają możliwość działania nie tylko na terenie Polski, ale i poza jej granicami. Wbrew pozorom nie jest to wielki problem – od rynków zachodnich różni się przede wszystkim niższymi kosztami usług. Przez wiele lat współpracowałem z integratorem, który z sukcesem świadczył usługi zdalne zarówno klientom na terenie Polski, jak poza naszym krajem. Chodziło o obsługę infrastruktur sieciowych, monitoring ich dostępności i rozwiązywanie problemów. Wśród usługobiorców były firmy z takich branż jak produkcja, retail oraz sieć fastfoodów. Wiele przedsiębiorstw nie chce budować zaawansowanych zespołów utrzymaniowych IT, koncentrując się na podstawowej działalności. Rzecz jasna, aby prowadzić tego typu przedsięwzięcia, trzeba zbudować zespół wsparcia technicznego. Jednak oplaca się to robić. W dzisiejszych czasach potrzeby klientów nie są zaspokajane w momencie zainstalowania rozwiązania. Można nawet powiedzieć, że stopniowo rosną już po rozpoczęciu eksploatacji. Najwięcej zarobią ci integratorzy, którzy posiadają zdolność do szybkiego rozwiązywania problemów klientów.

Jak zabezpieczać dane w kontekście RODO

Rozporządzenie, którego celem jest ujednoczenie zasad ochrony danych osobowych w krajach UE, zostało przygotowane w taki sposób, aby nie promować konkretnych rozwiązań czy producentów.

PIOTR BORKOWSKI, VERACOMP

Takie podejście ustawodawcy ma spowodować, że zapisy dokumentu nie zdezaktualizują się w środowisku, w którym spektrum zagrożeń, a co za tym idzie środków do ochrony, ciągle się zmienia. Dlatego z punktu widzenia integratora i klienta ważny jest efekt końcowy, o którym ustawodawca wyraża się następująco: „(...) dane osobowe powinny być przetwarzane w sposób zapewniający im odpowiednie bezpieczeństwo i odpowiednią poufność, w tym ochronę przed nieuprawnionym dostępem do nich i do sprzętu służącego ich przetwarzaniu oraz przed nieuprawnionym korzystaniem z tych danych i z tego sprzętu” (motyw 39 w Preambule rozporządzenia).

Warto zastanowić się, co w tym kontekście dla konkretnej firmy oznacza sformułowanie „odpowiednie bezpieczeństwo”? Przede wszystkim trzeba założyć, że kluczowym wyzwaniem dla przedsiębiorstw jest bezpieczne przechowywanie danych osobowych. Do tego niezbędne są stabilne i wydajne serwery połączone z systemami gromadzenia, przesyłania i udostępniania danych, a także ich odtworzenia w przypadku awarii. Konieczna staje się wiedza o tym, jakie dane osobowe są wytwarzane oraz gdzie są one przechowywane. Z pomocą przychodzą nowoczesne rozwiązania zapewniające lokalizowanie, przeszukiwanie i monitorowanie danych osobowych znajdujących się w zasobach serwerowych oraz pamięci masowej. Zaawansowane raportowanie i wizualizacja umożliwiają zaś przedsiębiorcom zrozumienie tego, jakie dane przechowują i w jaki sposób są one wykorzystywane.

Z kolei podstawą bezpieczeństwa sieciowego są rozwiązania klasy NGFW/UTM. W tym przypadku wiele firm korzysta ze starych urządzeń, niemających aktualnych subskrypcji i zmuszających administratorów do stosowania ograniczonych polityk bezpieczeństwa. Trudno byłoby udowodnić, że taka infrastruktura zapewnia zgodność z nowymi przepisami. Warto szczególnie zwrócić uwagę na problem deszyfracji SSL, a więc element, bez którego ogromna część komunikacji pozostaje praktycznie bez kontroli. W zależności od szacowanego poziomu ryzyka rozwiązania NGFW/UTM warto uzupełnić o specjalistyczne systemy proxy dla ruchu http i https.

Ochronę przed nieznanymi zagrożeniami może znacząco podnieść zastosowanie systemów typu sandbox/ATP (razem z deszyfracją ruchu SSL). O kontrolę dostępu do sieci w war-



stwie fizycznej można zaś zadbać dzięki produktom typu Network Access Control (NAC). Przy czym skuteczna ochrona powinna być uzupełniona o cykliczny audyt polityk bezpieczeństwa oraz o analizę logów.

Kolejnym ważnym elementem jest ochrona stacji końcowych, szczególnie tych, które mają dostęp do danych poufnych. Współczesne rozwiązania łączą w sobie moduły, które nie tylko chronią przed znanymi i nieznanymi atakami, ale także zapewniają zgodność z regulacjami, wykrywają potencjalne anomalie i wycieki danych. Warto pamiętać, że podobne środki ochrony można zastosować w przypadku serwerów, również w środowiskach wirtualnych.

Przetwarzanie danych osobowych jest nieodłącznie związane z aplikacjami, gdzie interfejsem użytkownika jest zwykle przeglądarka internetowa. Niezależnie od tego, czy są one dostępne tylko wewnętrznie, czy również dla klientów – wymagają szczególnej ochrony. Zastosowanie rozwiązań Web Application Firewall (WAF) w znaczący sposób podnosi bezpieczeństwo aplikacji, równocześnie zapewniając ochronę przed atakami typu DDoS.

Istotnym obszarem bezpieczeństwa jest także zapewnienie odpowiedniego poziomu uwierzytelniania. Statyczne hasło nie jest już skutecznym zabezpieczeniem, szczególnie w przypadku celów administracyjnych oraz zdalnego dostępu. Odpowiednie w tej sytuacji są produkty zapewniające uwierzytelnianie i autoryzację w oparciu o hasła dynamiczne (tokens) lub certyfikaty.

Niezależnie od tego, czy chodzi o stacje końcowe czy serwery, warto rozważyć szyfrowanie dysków i przenośnych mediów. Może to uchronić przed wyciekiem danych w przypadku fizycznej kradzieży sprzętu. Osobnym tematem jest też szyfrowanie i pseudonimizacja danych realizowana już na poziomie aplikacji. Z drugiej strony systemy typu Data Loss Prevention (DLP) mogą kontrolować różne kanały komunikacyjne i przeciwdziałać wyciekom poufnych informacji, zarówno na poziomie sieciowym, jak i urządzeń końcowych.

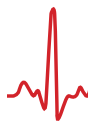
W większości przedsiębiorstw można znaleźć obszary, które wymagają poprawy, ale żaden pojedynczy produkt nie zapewni pełnej zgodności z rozporządzeniem. Dlatego, traktując RODO jako możliwość zwrócenia uwagi na problem zarządzania, audytowania i monitorowania infrastruktury IT, warto zaprezentować klientowi niezbędne rozwiązania z szerokiej gamy urządzeń dostępnych na rynku.

ROZWIĄZANIA WIODĄCYCH PRODUCENTÓW, KTÓRE POMOGĄ FIRMOM PRZYSTOSOWAĆ SIĘ DO NOWYCH PRZEPISÓW

PRODUKTY	KORZYŚCI Z ZASTOSOWANIA
Ochrona stacji roboczych	
FortiClient Symantec Endpoint Protection F-Secure	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Zapewnienie precyzyjnej ochrony pojedynczym stacjom ✓ Zabezpieczenie przed znanymi i nieznanymi atakami ✓ Wykrywanie incydentów bezpieczeństwa ✓ Wymuszenie zgodności z regulacjami
UTM/NGFW/Web Proxy/Sandbox/ATP	
FortiGate FortiSandbox Symantec/Bluecoat (SWG, ASG, CAS, MAA) Lastline Proofpoint	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Określenie zasad kontroli dostępu do zasobów dla aplikacji i użytkowników ✓ Wykrywanie aktywności złośliwego oprogramowania, którego działanie może doprowadzić do wycieku informacji ✓ Ochrona przed znanymi i nieznanymi atakami ✓ Wykrywanie incydentów bezpieczeństwa
WAF	
F5 (ASM) Radware (AppWall) FortiWeb	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Zabezpieczenie aplikacji webowych przed włamaniami ✓ Ochrona przed nieautoryzowanym dostępem, atakami typu DDoS oraz przed wyciekiem danych poufnych ✓ Wykrywanie incydentów bezpieczeństwa związanych z aplikacjami
DLP	
Symantec FortiGate (na poziomie sieciowym) FortiMail (na poziomie maila) Proofpoint (na poziomie maila) F-Secure MSG (na poziomie maila)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Klasyfikacja i kontrola przepływu treści, w szczególności danych osobowych, w różnych kanałach komunikacji ✓ Zabezpieczenie przed wyciekiem danych w różnych miejscach infrastruktury przedsiębiorstwa
Szyfrowanie stacji roboczych/nośników	
Symantec	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Zabezpieczenie przed wyciekiem danych w różnych miejscach infrastruktury przedsiębiorstwa ✓ Klasyfikacja i kontrola przepływu treści, w szczególności danych osobowych, w różnych kanałach komunikacji
Szyfrowanie e-maili	
Symantec (PGP) FortiMail F-Secure MSG Proofpoint Email Security	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ochrona przed przypadkowym wyciekiem danych wskutek podsłuchiwanie ruchu pocztowego, który może zawierać poufne dane ✓ Weryfikacja nadawcy w celu zabezpieczenia przed incydentami bezpieczeństwa (przy użyciu maila jako wektora ataku)
Korelacja zdarzeń, przechowywanie logów, raportowanie	
HPE ArcSight FortiAnalyzer FortiSiem Symantec/Bluecoat (SA, compliance)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Możliwość wychwytywania ze wszystkich systemów bezpieczeństwa istotnych, skorelowanych zdarzeń, incydentów bezpieczeństwa, niebezpiecznych trendów oraz wycieków informacji ✓ Niezbędny element strategii zabezpieczenia firmowych zasobów
Audyt, zgodność z regulacjami (compliance)	
<ul style="list-style-type: none"> • Audyt zasobów sieciowych Infoblox • Analiza stacji roboczych i serwerów Tenable (stacje i serwery), Nessus • Analiza aplikacji webowych HP AppScan, FortiWeb • Analiza kodu aplikacji HPE Fortify 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Analiza konfiguracji systemów zabezpieczeń oraz systemów operacyjnych ✓ Analiza aplikacji znajdujących się na serwerach i stacjach klienckich w oparciu o wiedzę ekspercką ✓ Raporty oraz dobre praktyki pomagające osiągnąć i utrzymać zgodność z branżowymi regulacjami i wymaganym poziomem bezpieczeństwa
Kontrola dostępu dla użytkowników	
Entrust FortiAuthenticator/FortiToken Symantec (tokens) Wallix	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Uwierzytelnianie zarówno administratorów, jak i klientów w oparciu o silniejsze technologie niż hasło (np. hasła jednorazowe, certyfikaty) ✓ Obsługa bezpiecznych procedur zmiany, przypomnienia hasła oraz zakładania kont

DO ZASTOSOWANIA W KAŻDYM PRZEDSIĘBIORSTWIE NIEZALEŻNIE OD PROFILU I SKALI DZIAŁALNOŚCI

PRODUKTY	KORZYŚCI Z ZASTOSOWANIA
NAC – Network Access Control	
Extreme Networks NAC Aruba ClearPass	✓ Zabezpieczenie zasobów sieciowych przed obcymi urządzeniami mogącymi próbować podpiąć się do sieci przedsiębiorstwa (goście, Wi-Fi, dostępność kabli) ✓ Kontrola przed uzyskaniem dostępu do fizycznej sieci w oparciu o bardziej zaawansowane mechanizmy niż hasło statyczne ✓ Wymuszenie odpowiedniego poziomu zabezpieczeń stacji przed dostępem do konkretnych danych
Deszyfracja SSL	
Symantec/Bluecoat F5 Radware FortiGate	✓ Kontrolowany wgląd w szyfrowaną transmisję pomiędzy stacjami i serwerami (chmurą), w celu wykrywania ataków, zagrożeń i wycieków informacji ✓ Utrzymywanie zadanego poziomu szyfrowania
Audyt ruchu do chmury	
Symantec/Bluecoat (CASB)	✓ Kontrola aplikacji chmurowych, bardziej zaawansowana niż na poziomie URL, uwzględniająca wiele atrybutów, np. zgodność z regulacjami
Maskowanie, anonimizacja danych, antifraud	
HPE SecureData F5 WebSafe	✓ Zaawansowane technologie oddzielające dane od informacji o użytkowniku, zabezpieczenie przed kradzieżą danych już od strony aplikacji
Klasyfikacja	
Symantec	✓ Wspieranie audytów dotyczących przechowywania określonych rodzajów danych ✓ Zabezpieczenie przed nieuprawnionym dostępem do poufnych informacji
Zbieranie ruchu do analizy/deszyfracji	
Gigamon IXIA	✓ Wygodne i elastyczne kopiowanie wybranych rodzajów ruchu do dalszej analizy bez naruszania struktury sieci (w przypadku awarii umożliwia dalszą pracę, również w mediach światłowodowych)
Backup i archiwizacja	
Veritas Netbackup BackupExec Enterprise Vault Arcserve UDP Veeam Backup and Replication SEP Seazam	✓ Tworzenie kopii zapasowych i awaryjnego odzyskiwania danych w przypadku ich utraty ✓ Przenoszenie „starych” danych, ważnych z punktu widzenia polityki firmy i regulacji prawnych
Lokalizacja danych	
Veritas Information Map	✓ Dostarczanie szczegółowych informacji o posiadanych danych, wgląd w ich strukturę oraz lokalizację w zasobach serwerowych i pamięci masowej
Przeszukiwanie danych	
Veritas eDiscovery Platform	✓ Przeszukiwanie zarchiwizowanych danych pod kątem ich zgodności z polityką bezpieczeństwa
Monitorowanie danych	
Veritas Data Insight Veritas Enterprise Vault	✓ Przenoszenie i usuwanie danych z różnych źródeł ✓ Zarządzanie przyrostem ilości danych ✓ Wykrywanie anomalii związanych z dostępem do określonego rodzaju danych ✓ Redukcja ryzyka i zachowanie zgodności z aktem prawnym ✓ Zaawansowane raportowanie i wizualizacja pozwala firmom zrozumieć, jakie dane przechowują i w jaki sposób są one wykorzystywane
Bezpieczne składowanie danych	
<ul style="list-style-type: none"> • Systemy dyskowe <ul style="list-style-type: none"> HPE Fujitsu Huawei Quantum • Oprogramowanie <ul style="list-style-type: none"> Veritas Netbackup Veritas Infoscale Veritas Resiliency Platform 	✓ Bezpieczne gromadzenie i przechowywanie danych



Czego potrzebują szefowie IT



Zmieniają się priorytety biznesowe dyrektorów IT – wynika z danych KPMG i Harvey Nash. Otóż w badaniu globalnym zyskało na znaczeniu, w porównaniu z ub.r., efektywne i stabilne dostarczenie usług IT dla biznesu (wzrost o 12 proc.) oraz tworzenie innowacyjnych produktów i usług (+10 proc.). Obniżanie kosztów nie jest już najważniejsze (+5 proc.). Najbardziej straciło na znaczeniu zaangażowanie we współpracę z klientem (-6 proc.).

Co ciekawe, nieco inne oczekiwania mają szefowie IT w krajach CEE, gdzie najbardziej zwiększyła się rola cyberbezpieczeństwa (+13 proc.) oraz kreowania wzrostu przychodów firmy przez IT (+10 proc.). Generalnie najczęściej wskazywanym oczekiwaniem zarządów wobec specjalistów IT jest efektywne i stabilne dostarczanie usług informatycznych dla biznesu (70 proc. wskazań w krajach CEE).

Aż 89 proc. dyrektorów deklaruje, że utrzymuje lub zwiększa inwestycje w innowacje. Ponad połowa (52 proc.) twierdzi, że inwestuje w platformy technologiczne, które pomagają wprowadzać innowacyjne rozwiązania i dostosowywać się do aktualnych warunków.

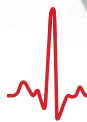
Szefowie IT potrzebują również fachowców – 62 proc. sygnalizuje problem z ich niedoborem. Dotyczy to zwłaszcza specjalistów od Big Data i analityki (42 proc.), zarządzania projektami (37 proc.), architektury korporacyjnej i analizy biznesowej (po 35 proc.).

Zdaniem dyrektorów IT największą przeszkodą we wdrażaniu rozwiązań cyfrowych jest opór przed zmianą. Tylko 25 proc. wskazuje ograniczenia budżetowe. Dla połowy dyrektorów IT w CEE wyzwaniem jest złożony proces wdrażania nowych technologii, jak również konieczność spełniania wymogów regulacyjnych i prawnych (40 proc.).

PRIORYTETY DYREKTORÓW IT W KRAJACH CEE, KTÓRE NAJBARDZIEJ ZYSKAŁY LUB STRACIŁY NA ZNACZENIU W 2017 R.

Cyberbezpieczeństwo	plus 13%
Kreowanie wzrostu przychodów firmy	plus 10%
Zarządzanie ryzykiem operacyjnym	minus 12%
Dostarczanie rozwiązań analitycznych	minus 12%
Wyprzedzenie konkurencji dzięki nowym modelom biznesowym	minus 10%

Źródło: KPMG



Żądza pieniądza nakręca rynek GPU



Sprzedaż kart graficznych AMD i Nvidii zwiększyła się o blisko 35 proc. w II kw. 2017 r. (rok do roku) oraz o 31 proc. wobec I kw. br. Dawno niewidziane „ssanie” z rynku jest pobudzone przez popyt na kryptowaluty. Co ciekawe, klienci wręcz rzucili się na karty graficzne w sytuacji, gdy cały rynek PC odnotowuje spadek (-4 proc. rok do roku w II kw. br.).

W omawianym okresie zyskały na popularności karty graficzne AMD – producent zwiększył swój udział w światowym rynku do 29,4 proc., co oznacza wzrost o 1,9 pkt.proc. rok do roku. Jednak w zestawieniu z I kw. br. nastąpił spadek o 1,4 pkt. proc. Nadal dominuje Nvidia z udziałem 70,6 proc., który zmniejszył się proporcjonalnie do wzrostu sprzedaży AMD. Obaj potentaci mają 48 partnerów – producentów, którzy wypuszczają na rynek karty graficzne.

W sumie cały rynek procesorów graficznych (w tym zintegrowanych), na którym liderem jest Intel, urosł o 7,2 proc. rok do roku.

Źródło: Jon PeddieResearch



SaaS w firmach – boom przez lata

Chmurowy rynek SaaS (oprogramowanie jako usługa) nadal jest w rozkwicie – w II kw. br. wartość sprzedaży takich usług przedsiębiorstwom zwiększyła się na świecie o 31 proc., do 15 mld dol. Zdaniem analityków tempo wzrostu jeszcze przez wiele lat utrzyma się na wysokim poziomie, bo sektor oprogramowania chmurowego wciąż jest relatywnie mały w porównaniu z on-premise. W ciągu najbliższych trzech lat obroty wygenerowane na SaaS powinny się podwoić. Co oznacza, że najszybciej rośnie zapotrzebowanie na rozwiązania do współ-

UDZIAŁ CENTRÓW USŁUG WSPÓLNYCH REALIZUJĄCYCH PROCESY IT (PROC. WSZYSTKICH SSC/BPO W POLSCE)

Wsparcie użytkownika/obsługa serwisowa	45%
Zarządzanie cyklem życia aplikacji (w tym rozwój oprogramowania)	45%
Zarządzanie infrastrukturą IT	38%
Zarządzanie bezpieczeństwem	32%
Automatyzacja	28%
ITES (usługi dostarczane z pomocą IT, np. przez Internet)	21%
Realizacja procesów IT (BPO)	15%

Źródło: ABSL

IT pod znakiem outsourcingu

W Polsce działa 1,1 tys. ośrodków usług wspólnych (SSC/BPO), zatrudniających ponad 240 tys. osób. Ich liczba rośnie co roku o ok. 15–20 proc., zaś IT to dziedzina, którą zajmuje się najczęściej centrów SSC/BPO w kraju – 44 proc. Wskazuje to na rosnący popyt na outsourcing usług IT. Najczęściej są one świadczone przez ośrodki działające w modelu hybrydowym (77 proc. z nich obsługuje IT), czyli zarówno na potrzeby własnych firm, jak i klientów zewnętrznych. Spośród specjalizacji IT w SSC/BPO największe zapotrzebowanie dotyczy outsourcingu wsparcia i serwisu IT (zajmuje się nim 45 proc. spośród wszystkich centrów w Polsce) oraz usług zarządzania cyklem życia aplikacji (45 proc.).

Jeśli chodzi o strukturę zatrudnienia w centrach usług wspólnych, to specjaliści IT stanowią w nich największą grupę – 30 proc. pracowników. Najwięcej fachowców zajmuje się outsourcingiem usług zarządzania cyklem życia aplikacji (12 proc. pracowników centrów SSC/BPO w Polsce). Nieco mniej – wsparciem IT i serwisem (7 proc.) oraz zarządzaniem infrastrukturą (5 proc.).

pracy. W ich przypadku wzrost w II kw. br. wyniósł ok. 36 proc. Widać też spory popyt na chmurowy ERP (ok. +33 proc.) i HR/HCM (ok. +32 proc.). Natomiast poniżej średniej na rynku – niewiele ponad 20 proc. – zwiększyły się przychody z CRM.

Boom na SaaS w kolejnych latach jest przewidywany głównie dlatego, że najwięksi dostawcy oprogramowania mają dużą bazę klientów korzystających z wersji on-premise i będą stosować różne zachęty, aby użytkownicy przeszli na model usługowy.

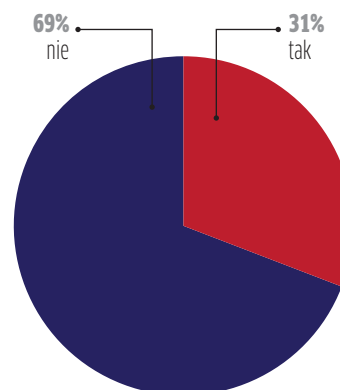
Firma mobilna w 30 proc.

Producenci oprogramowania rozwijają wersje mobilne, ale w firmach wciąż mniejszość użytkowników ma do nich stały dostęp – w USA nieco ponad 30 proc. Co ciekawe, więcej pracowników korzysta z aplikacji mobilnych na tablecie niż smartfonie.

Najwięcej respondentów używa w wersji mobilnej aplikacji typu Enterprise Resource Planning (planowanie zasobów) – blisko 30 proc. użytkowników smartfonów oraz 36 proc. korzystających z tabletów, a najmniej – do zarządzania łańcuchem dostaw (nieco ponad 20 proc. oraz 30 proc.).

Tylko 17 proc. respondentów mogło używać całego pakietu oprogramowania dla przedsiębiorstw za pomocą takich urządzeń, jak tablet, smartfon lub sprzęt noszony (wearables). Natomiast ponad 30 proc. z tych, którzy używają mobilnych aplikacji firmowych, narzeka na kiepską jakość dostępu.

Mam regularny dostęp do oprogramowania firmowego z pomocą urządzenia mobilnego



Źródło: IFS

Numerem 1 globalnego rynku SaaS dla firm jest obecnie Microsoft, który w 2016 r. wyprzedził wieloletniego lidera – Salesforce. Za czołową dwójką pod względem wartości przychodów z SaaS są: Adobe, Oracle i SAP. Największy wzrost przychodów rok do roku odnotowali: Oracle, Microsoft i Google. Trzeba zaznaczyć, że rynek SaaS jest podzielony na odrębne segmenty, a każdy z nich ma swoich liderów (np. współpraca – Microsoft, ERP – Oracle, CRM – Salesforce).

Źródło: SynergyResearch

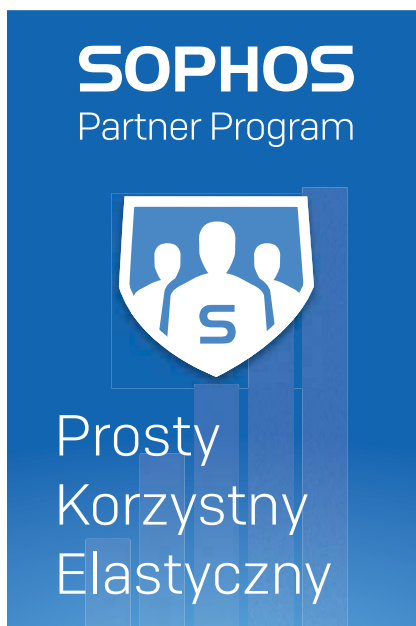
Program partnerski Sophos promuje kompetencje

2 października 2017 r. w Europie Wschodniej zacznie obowiązywać nowy program partnerski firmy Sophos. Producent planuje wynagradzać w nim przede wszystkim firmy inwestujące we własne kompetencje dotyczące bezpieczeństwa IT i rozwiązań tzw. zsynchronizowanej ochrony.

Jedną z najbardziej zauważalnych zmian jest uproszczenie struktury programu partnerskiego, w tym zmniejszenie liczby statusów partnerskich z 6 do 4. Firmy posiadające status platynowy muszą wykazać się znacznym zaangażowaniem w promowanie wszystkich rozwiązań marki, zarówno przeznaczonych do ochrony infrastruktury sieciowej, jak i urządzeń końcowych. Minimalna wymagana roczna wartość sprzedaży to 150 tys. euro.

Od partnerów ze statusem złotym oczekuje się zdobycia kompetencji w zakresie sprzedaży i wsparcia technicznego obejmującego przynajmniej jedną grupę produktów przeznaczonych do ochrony infrastruktury sieciowej lub urządzeń końcowych. Dla takich resellerów minimalna roczna wartość sprzedaży to 75 tys. euro.

Resellerzy sprzedający rocznie rozwiązania Sophos za co najmniej 25 tys. euro mogą uzyskać status srebrny. Natomiast tym, którzy są w trakcie procesu certyfikacyjnego, przyznawany jest status autoryzowanego partnera. Dla wszystkich resellerów zarejestrowanych w programie partnerskim przewidziane są rabaty.



Producent szczególnie docenia też firmy sprzedające licencje odnowieniowe.

PROGRAM NFR

W ramach prowadzonego przez Sophos programu **NFR** (Not for Resale) partnerzy zyskują możliwość nabycia rozwiązań ochronnych w obniżonej cenie lub otrzy-

mania ich za darmo (nie do odsprzedaży). Są one przeznaczone do instalacji we własnym środowisku resellera, dzięki czemu jego pracownicy będą mogli zapoznać się z funkcjami systemów Sophos i korzyściami płynącymi z ich stosowania oraz lepiej przygotować się do prezentowania ich klientom.

Sprzęt, akcesoria, oprogramowanie i usługi dostępne w modelu NFR mogą być wykorzystywane wyłącznie do demonstrowania produktu potencjalnym klientom, prowadzenia testów w siedzibie partnera na potrzeby własnego rozwoju i szkoleń personelu, a także do pracy we własnym środowisku produkcyjnym. Niedozwolony jest każdy inny sposób użycia, a w szczególności wykorzystywanie ich do działalności zarobkowej, np. takiej jak hosting usług zarządzanych. Partner może odsprzedać lub oddać sprzęt i akcesoria NFR stronie trzeciej po 12 miesiącach ich użytkowania.

USŁUGI DODATKOWO WYNAGRADZANE

Dla integratorów, którzy dostarczają także profesjonalne usługi wsparcia w ramach swojej oferty, Sophos przygotował program wynagradzający ich umiejętności i doświadczenie. Program **Sophos Certified Support Partner** jest przeznaczony dla firm, które podczas obsługi swoich klientów potrzebują zaawansowanego technicznego wsparcia od Sophos oraz możliwości zwrotu produktów (RMA).

Uczestniczący w tym programie partnerzy zyskują: bezpośredni dostęp przez całą dobę do profesjonalnych inżynierów

Premia za rejestrację projektów

Sophos wynagradza partnerów za inwestowanie w działania sprzedażowe oraz zarządzanie nowymi, potencjalnymi kontraktami. Dlatego producent przygotował system rejestrowania nowych projektów w portalu partnerskim i rabat w wysokości 5 proc. za przeprowadzenie tego procesu. Minimalna wartość kontraktu to 2500 euro. Rejestracja projektu jest ważna przez 120 dni; możliwe jest jej przedłużenie, jeżeli dochowane zostaną wszystkie warunki regulaminu.

wsparcia, aktualizacje i nowe wersje oprogramowania oraz dostęp do forum i dokumentacji. Muszą jednak posiadać odpowiednią infrastrukturę techniczną. Wśród głównych wymogów, jakie trzeba spełnić, by wziąć udział w tym programie, jest zatrudnianie przynajmniej dwóch certyfikowanych przez Sophos architektów, posiadanie w laboratorium sprzętu do odtwarzania występujących u klientów problemów oraz systemu do rejestrowania i śledzenia zgłaszanych przez nich incydentów. Integratorzy muszą też poddawać się kwartalnym audytom dotyczącym jakości usług.

Istotnym przykładem zastosowania nowych zasad współpracy jest też program **Sophos MSP Connect**. Dzięki niemu partnerzy mogą świadczyć usługi zarządzane związane z bezpieczeństwem z wykorzystaniem całego portfolio rozwiązań ochronnych Sophos. W ten sposób eliminują potrzebę korzystania z wielu różnych narzędzi – do ich dyspozycji jest jedna centralna konsola zarządzająca, która służy także do obsługi licencji na oprogramowanie ochronne i rozliczenia z klientami.

NARZĘDZIA MARKETINGOWE I SZKOLENIA

Resellerzy zarejestrowani w programie partnerskim zyskują dostęp do wielu materiałów eksperckich i marketingowych pomocnych w planowaniu kampanii (szablony e-maili, arkusze z danymi produktowymi, whitepapersy itd.). Sophos oferuje też narzędzie **Site in a Box**, dzięki któremu można automatycznie publikować na swojej stronie informacje o najnowszych rozwiązaniach tej marki.

Kwalifikującym się partnerom Sophos udostępnia także fundusz marketingowy w ramach programu **Marketing Development Fund**. Mogą oni liczyć na zwrot do 50 proc. kosztów poniesionych na wspólne kampanie marketingowe lub inne aktywności oraz dostęp do zasobów i narzędzi do budowania nowego biznesu. Partnerzy są zapraszani do udziału w programie MDF na podstawie ich rocznych obrotów, przyjętych planów biznesowych oraz uzyskanych certyfikatów.

Sophos dostarcza partnerom narzędzia i zapewnia szkolenia, których potrzebują do sprzedaży rozwiązań ochronnych.

>>> Trzy pytania do...



Sebastiana Zamory,
channel account managera
w Sophosie

CRN W nowej edycji programu partnerskiego dokonano m.in. zmiany liczby statusów partnerskich – z sześciu na cztery. Jaki to będzie miało wpływ na strukturę kanału partnerskiego w przyszłości?

SEBASTIAN ZAMORA W tej chwili mamy około 500 aktywnych partnerów w naszym programie w Polsce. To dość duża baza, która zresztą podwoiła się w ciągu ostatnich dwóch lat. Raczej nie zakładamy aż tak znacznego wzrostu w najbliższym roku, nadal jednak będziemy intensywnie rekrutować – i zapraszamy wszystkie nowe firmy zainteresowane współpracą. Bardzo zależy nam na tym, aby obecni partnerzy zdobywali kolejne certyfikaty, wiedzę i umiejętności. Działania będą szły właśnie w tym kierunku. Struktura liczby przedsiębiorstw na poszczególnych poziomach w obecnej edycji programu partnerskiego ma klasyczny kształt piramidy i zakładamy, że w przyszłej będzie podobnie. Po zmianie wymogów dla poszczególnych poziomów firmom zostaną przypisane odpowiednie statusy według ich dotychczasowych dokonań, ale będzie ustanowiony też pewien okres przejściowy, w trakcie którego będą oni mogli „awansować”.

CRN W ramach programu partnerskiego funkcjonuje podprogram MSP Connect. Jak jest nim zainteresowanie?

SEBASTIAN ZAMORA Jesteśmy dopiero na początku drogi budowania struktury

partnerów oferujących usługi zarządzane w Polsce. Widzimy jednak, że ten model w nieodległej przyszłości stanie się bardzo ważnym elementem kanału sprzedaży u każdego producenta. Na rynku dostępnych jest zdecydowanie za mało ekspertów świadczących usługi w zakresie bezpieczeństwa IT, więc na ich pozyskanie nie mają szans np. mniejsze firmy, zatrudniające ograniczoną liczbę informatyków – są zbyt drodzy. Tymczasem świat cyberprzestępczy nie będzie czekał, aż tych ekspertów przybędzie, tylko do cna wykorzysta powstające okazje. Stąd widzimy bardzo dużą rolę partnerów w procesie świadczenia usług bezpieczeństwa IT z wykorzystaniem ich wiedzy i kompetencji na rzecz małych firm.

CRN Sophos od pewnego czasu bardzo intensywnie inwestuje na polskim rynku, szczególnie w działania sprzedażowe i marketingowe. Na zaangażowanie w jakiego typu aktywności partnerzy mogą jeszcze liczyć?

SEBASTIAN ZAMORA Z pewnością będziemy rozwijać naszą działalność szkoleniową. Bez wiedzy nie ma szans na skuteczne wdrażanie rozwiązań ochronnych lub świadczenie usług, szczególnie w modelu MSP. Obecnie rozbudowujemy nasz zespół inżynierów, aby mogli przede wszystkim uczyć partnerów i wspierać ich zarówno podczas zdobywania wiedzy i umiejętności, jak też w procesie sprzedaży.

Otrzymują komplet materiałów umożliwiających zwiększenie wiedzy i kompetencji pracowników odpowiedzialnych za sprzedaż i obsługę techniczną. Partnerzy mogą też brać udział w szeregu systematycznie organizowanych webcastów, konferencji i innych imprez, aby zawsze mieć aktualne informacje dotyczące Sophosa i branży bezpieczeństwa IT. Dzięki szkoleniom istnieje możliwość uzyskania trzech rodzajów certyfikatów: dla konsultantów sprzedaży, inżynierów i architektów.

Producent szczególnie promuje partnerów, którzy są ekspertami w zakresie rozwiązań zsynchronizowanej ochrony (Synchronized Security). Gwarantują one klientom niezrównany poziom zabezpieczenia urządzeń końcowych i sieciowych przed zaawansowanymi zagrożeniami. Zapewniany jest on przez unikalną funkcję Security Heartbeat, umożliwiającą wymianę informacji pomiędzy rozwiązaniami Sophos XG Firewall oraz Sophos Central Endpoint.

Ingram Micro w świecie Auto ID

Ingram Micro oferuje bogate portfolio produktów Auto ID. Różnicowana oferta pomaga dopasować rozwiązania do potrzeb oraz możliwości finansowych klientów.



Firma RRC Poland od końca czerwca br. działa jako Ingram Micro. Zmiana nazwy jest następstwem przejęcia VAD-a przez globalnego dystrybutora. W ten sposób amerykański gigant dołączył do pierwszoplanowych graczy w segmencie dystrybucji z wartością dodaną. Firma oferuje zaawansowane produkty sieciowe, infrastrukturę do budowy centrów danych, systemy bezpieczeństwa, a także rozwiązania do automatycznej identyfikacji i gromadzenia danych. W portfolio Ingram Micro znajdują się m.in. takie marki jak: Avaya, Cisco, Dell EMC, Honeywell, Lenovo, Unify i Zebra Technologies.

Jednym z kluczowych działów Ingram Micro jest DC POS (Data Capture/Point of Sale), dostarczający produkty najważniejszych marek z branży Auto ID. W doborowym towarzystwie znajdują

się: Zebra Technologies, Honeywell, Datalogic, ELO Touch, Getac, NCR, Extreme Networks, Epson, Star, Xplore i Citizen. Dywizja DCPOS, która zastąpiła dział Auto ID wcześniej funkcjonujący w ramach RRC Poland, liczy w Polsce 15 osób. Pomimo zmiany nazwy Ingram Micro nie planuje przeprowadzania rewolucji, stawiając na sprawdzony i doświadczony zespół, doskonale obznajony z realiami lokalnego rynku. Co ważne, dystrybutor wnosi dodatkowe wartości w postaci zaplecza logistycznego. Oprócz lokalnego magazynu w Warszawie Ingram Micro posiada też centrum dystrybucji w niemieckiej miejscowości Straubling. To umożliwia płynną obsługę partnerów oraz klientów końcowych.

Automatyczna identyfikacja oraz gromadzenie danych odnosi się do różnych technologii, w tym bazujących na kodach kresko-

Fot. © suthicha suthicha - Fotolia.com

Oferta 360°

ZEBRA TECHNOLOGIES - oferuje klientom kompletne rozwiązanie z zakresu Auto ID, począwszy od przenośnych komputerów i skanerów przez specjalistyczne drukarki, systemy RFID, tablety, oprogramowanie i usługi aż do identyfikacji, śledzenia i zarządzania zasobami i procesami. Oferta tej marki charakteryzuje się szerokim wyborem różnorodnych produktów, a specjaliści producenta dysponują bogatym doświadczeniem w relacjach z klientami oraz mogą się pochwalić znaczącymi osiągnięciami w obszarze badań i rozwoju.

DATALOGIC - światowy lider na rynkach automatycznego odczytu danych i automatyki przemysłowej. Działa od ponad 45 lat i specjalizuje się w projektowaniu oraz produkcji czytników kodów kreskowych, komputerów mobilnych, detektorów, czujników pomiarowych i zabezpieczających, RFID, systemów wizyjnych oraz systemów znakowania laserowego. Rozwiązania tej marki znajdują zastosowanie w branżach: detalicznej, produkcyjnej, transportowo-logistycznej i ochrony zdrowia.

XPLORE TECHNOLOGIES - czołowy dostawca odpornych tabletów przemysłowych. Bogate portfolio produktów umożliwia dopasowanie sprzętu do specyficznych wymagań klienta końcowego. Tablety wykazują się dużą odpornością na ujemne temperatury, kurz, pył, wodę i sprawdzają się w strefach zagrożonych wybuchem. Urządzenia są najczęściej używane przez pracowników produkcji oraz logistyki (wózki widłowe), a także wojska i sektora bezpieczeństwa publicznego.

GETAC - producent tabletów oraz laptopów przystosowanych do pracy w specyficznych miejscach. Są to najczęściej obszary, gdzie występuje duże ryzyko mechanicznego uszkodzenia terminali lub prawdopodobieństwo wystąpienia wybuchu.

ELO TOUCH SOLUTIONS - dostawca wysokiej klasy rozwiązań dotykowych, w tym monitorów, urządzeń All-in-One oraz produktów Digital Signage. Ciekawostką jest fakt, że Elo Touch Solutions opracowało pierwszy ekran dotykowy już ponad czterdzieści lat temu.

EXTREME NETWORKS - producent rozwiązań sieciowych dla przedsiębiorstw. Jego produkty znajdują szerokie zastosowanie przy budowie sieci kampusowych. Extreme Networks, po zakupie działu WING od Zebra Technologies, ma w ofercie również rozwiązania WLAN adresowane do przedsiębiorstw. Szerokie portfolio tego dostawcy uzupełnia rozwiązanie Extreme Network Access Control.

STAR MICRONIC - producent drukarek kasowych i paragonowych oraz akcesoriów do stanowisk POS. Firma od pięćdziesięciu lat specjalizuje się w produkcji precyzyjnych systemów mechanicznych.

NICELABEL - specjalizuje się w rozwiązaniach do etykietowania i znakowania. Z oprogramowania tego producenta, służącego do drukowania etykiet, korzysta ponad milion firm na całym świecie.

NCR - producent wysokiej jakości terminali POS. Firma dostarcza kompletne systemy kasowe oraz podzespoły do budowy rozwiązań autorskich. Jednym z wyróżników NCR jest profesjonalne wsparcie udzielane partnerom.

wych, paskach magnetycznych, kartach inteligentnych, elektronicznych układach radiowych, rozpoznawaniu tekstu bądź głosu. Wszystkie służą tym samym celom: identyfikowaniu, śledzeniu, rejestrowaniu, przechowywaniu i wymianie informacji związanej z procesami biznesowymi i produkcyjnymi oraz danymi osobowymi. Branża Auto ID – ze względu na mnogość różnych procesów, a także produktów – otwiera duże możliwości przed resellerami oraz integratorami, którzy mogą liczyć na godziwe marże. Partnerzy zarabiają nie tylko na sprzedaży sprzętu, ale również projektowaniu i wdrażaniu systemów oraz serwisie urządzeń i oprogramowania. Warto dodać, że w tym segmencie rynku konkurencja nie jest tak mordercza jak w przypadku komputerów PC czy smartfonów.

Co ważne, przyszłość rynku Auto ID rysuje się w jasnych barwach, m.in. ze względu na bardzo bliskie korelacje z Internetem rzeczy. Jak wynika z badań, niemal 70 proc. osób decyzyjnych w branży retail deklaruje przeprowadzanie zmian wymaganych do wprowadzenia IoT, a 65 proc. planuje do 2021 r. zainwestować w technologie automatyzacji służące do zarządzania zapasami i zapewnienia zgodności w obszarze planogramu (graficzne odwzorowanie przestrzeni sprzedażowej obejmujące wyposażenie sklepu). Z kolei 87 proc. detalistów zamierza wdrożyć mobilne urządzenia kasowe, umożliwiające przyjmowanie płatności kartami w dowolnym miejscu sklepu.

EPSON – jeden z liderów na rynku obrazu i urządzeń drukujących. Dział DC POS Ingram Micro oferuje szeroki asortyment produktów japońskiego producenta, w tym m.in. kolorowe drukarki etykiet, drukarki fiskalne i systemy kasowe.

HONEYWELL – czołowa marka na globalnym rynku Auto ID. Producent dysponuje kompletnym portfolio produktów Auto ID dla rynków wertykalnych, począwszy od tanich drukarek biurkowych przez urządzenia mobilne aż po rozwiązania przemysłowe.

CITIZEN – producent wytrzymałych, szybkich i łatwych w użyciu drukarek do etykiet, mobilnych oraz POS. Citizen Systems Europe działa na terenie Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki, a rozwiązania z zakresu drukowania dostarcza już od ponad trzydziestu lat.

Inni producenci w ofercie

Dział DCPOS w Ingram Micro oprócz wymienionych obok producentów z segmentu Auto ID obsługuje również następujących dostawców:

TECHNOLOGY SOLUTIONS

– producent akcesoriów do urządzeń mobilnych, np. nakładek RFID na terminale

GAMBER-JOHNSON – dostawca uchwytów montażowych do terminali i tabletek przeznaczonych np. do samochodów i wózków widłowych

GLOBAL TECHNOLOGY

SYSTEMS – marka baterii, stacji dokujących, ładowarek baterii kompatybilnych z urządzeniami mobilnymi wszystkich głównych producentów

Ingram Micro 24 godziny na dobę

Dystrybutor zaprasza partnerów do korzystania z portalu www.ingrammicro24.com. To serwis wspierający wszystkie obszary komunikacji między dystrybutorem i resellerami. Partnerzy Ingram Micro przez 24 godziny na dobę i 7 dni w tygodniu mają dostęp do niezbędnych danych, które znacząco ułatwiają podjęcie odpowiedniej decyzji. W portalu znajdują się aktualne ceny, a także informacje o dostępności produktów, realizowanych projektach, wsparciu technicznym, zabezpieczeniach kursów itp.

OSOBY ODPOWIEDZIALNE ZA ZARZĄDZANIE PRODUKTEM I REALIZACJĘ PROJEKTÓW

- **Michał Grzybowski**, Business Unit Manager DCPOS, PM Zebra EVM
michal.grzybowski@ingrammicro.com
- **Kinga Szczypkowska**, Product Manager Honeywell, Citizen, NiceLabel, Datalogic
kinga.szczypkowska@ingrammicro.com
- **Paweł Rybarczyk**, Product Manager Zebra AIT, Xplore
pawel.rybarczyk@ingrammicro.com
- **Tomasz Mąkowski**, Product Manager Extreme, NCR, Getac, Star
tomasz.makowski@ingrammicro.com
- **Maksymilian Ujma**, Product Manager Datalogic, Elo, Epson
maksymilian.ujma@ingrammicro.com

OSOBY ODPOWIEDZIALNE ZA REALIZACJĘ ZAMÓWIEŃ

- **Agnieszka Słyczko-Jarmołowicz**, Sale Specialist
agnieszkasj@rrc.pl
- **Krzysztof Kowalski**, Sale Specialist
krzysztof.kowalski@rrc.pl

INŻYNIEROWIE, WSPARCIE TECHNICZNE

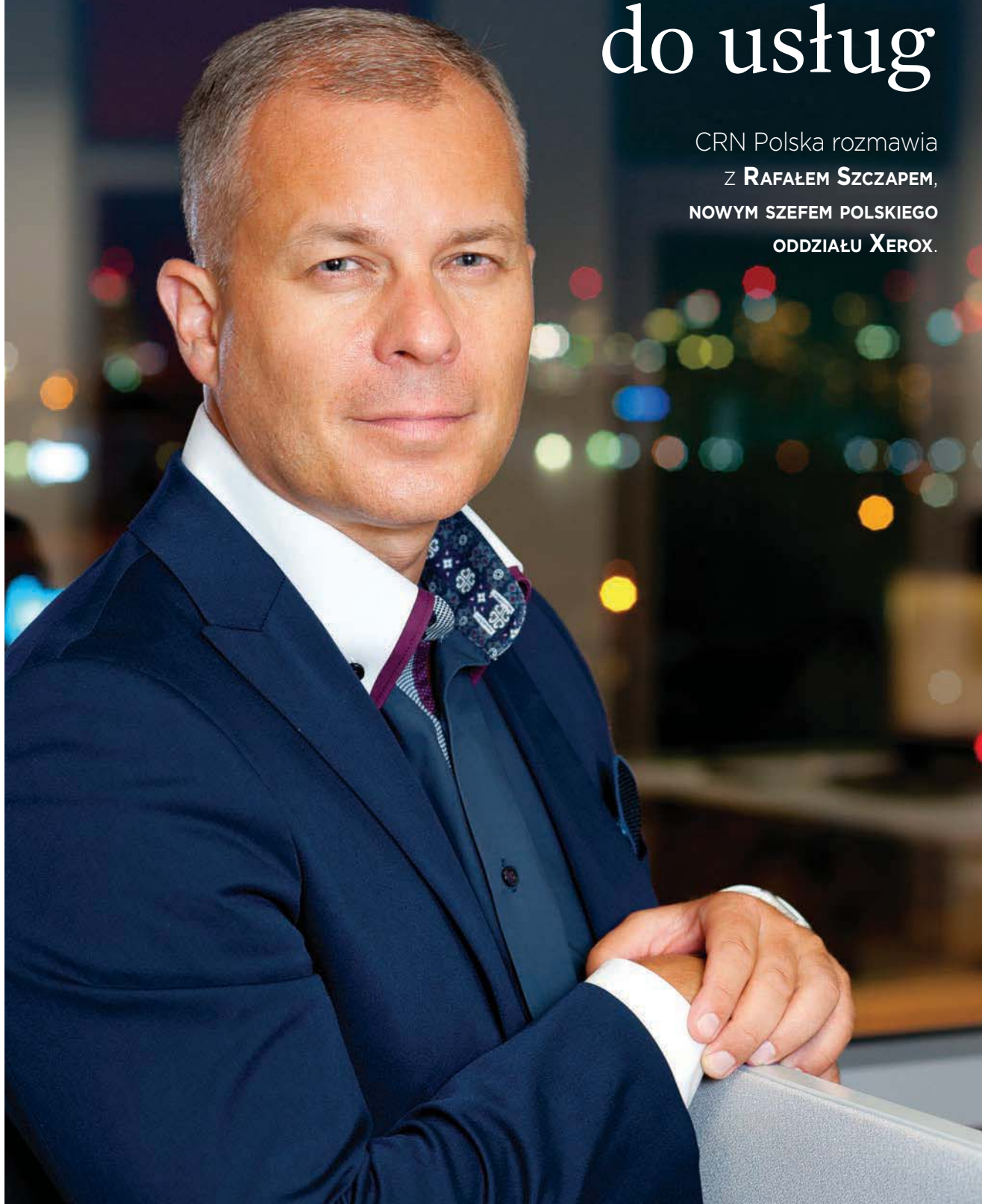
- **Paweł Stępin**, inżynier wsparcia technicznego Zebra EVM, Extreme
pawel.stepin@rrc.pl
- **Paweł Widacki**, inżynier wsparcia technicznego Datalogic, Xplore, Zebra AIT
pawel.widacki@rrc.pl
- **Grzegorz Postek**, inżynier wsparcia technicznego Honeywell, NCR, Citizen, Getac
grzegorz.postek@rrc.pl
- **Marcin Buława**, inżynier wsparcia technicznego Zebra AIT odpowiedzialny za obsługę centrum serwisowego Zebry
marcin.bulawa@rrc.pl

LOGISTYCY

- **Paweł Piekarniak**, logistyk Zebra AIT, Honeywell, Datalogic
pawel.piekarniak@ingrammicro.com
- **Tomasz Połomski**, logistyk Zebra EVM, Extreme odpowiedzialny za kontrakty serwisowe Zebra EVM
tomasz.polomski@ingrammicro.com

Partnerzy: do usług

CRN Polska rozmawia
z **RAFAŁEM SZCZAPEM**,
NOWYM SZEFEM POLSKIEGO
ODDZIAŁU XEROX.



CRN „Cyfrowa transformacja przedsiębiorstw” to hasło, które szczególnie wybija się w przekazach Xerox. Wątek samego druku wyraźnie zszedł na dalszy plan...

RAFAL SZCZAP To hasło wybija się, ponieważ Xerox na cyfrowej transformacji już zarabia, podczas gdy inni o niej mówią. Digitalizujemy procesy biznesowe lub backoffice’owe w firmach. Mówiąc w uproszczeniu, zamieniamy cały papier na „cyfrę” albo wprowadzamy takie elementy związane i z drukiem, i z cyfryzacją, które przekładają się na znaczne uproszczenie procesów u klienta.

CRN Czy na polskim rynku przedsiębiorcy chcą sami z siebie rozmawiać o cyfrowej transformacji, czy ciągle potrzebna jest ich edukacja?

RAFAL SZCZAP Rozmawiać chcą, choć większość ma problem z przetłumaczeniem swoich potrzeb na korzyści wynikające z cyfrowej transformacji.

CRN To znaczy?

RAFAL SZCZAP Korzyści upatrują jedynie w kontekście obniżenia kosztów. Według mnie to normalne, ponieważ na tym etapie adaptacji technologii związanych z cyfrową transformacją możliwość zaoszczędzenia, np. na bieżących operacjach, stanowi prosty czynnik, który zwiększa konkurencyjność przedsiębiorstwa. Za tym z czasem pójdą bardziej wysublimowane procesy cyfryzacyjne, które będą źródłem przewagi związanej z wartością tego, co dane przedsiębiorstwo proponuje.

CRN Czego więc będą poszukiwały polskie przedsiębiorstwa, kiedy przestaną się skupiać tylko na obniżaniu kosztów?

RAFAL SZCZAP Platform, które będą pokrywały jak największy obszarów biznesowych związanych z zarządzaniem danymi. Przystaną im wystarczać już tylko silosowe systemy data management.

CRN Xerox ma na to odpowiedź?

RAFAL SZCZAP Nasze technologie łączą cały cykl zarządzania dokumentami: od systemów bazowych przez systemy oceny ryzyka – co jest ważne chociażby w kontekście przepisów RODO – po usługę przetwarzania i obiegu dokumentów związanych z bieżącą działalnością czy zarządzania kontentem komunikacyjno-marketingowym klienta w oparciu o nasze narzędzia. Takie usługi świadczymy wielu dużym firmom na świecie, a w mniejszej skali w Polsce. Stąd nasza koncentracja na ich rozwoju na lokalnym rynku.

CRN RODO, o którym pan wspomniał, będzie jednym z ważniejszych tematów w branży IT, nie tylko do czasu wejścia przepisów w życie, ale i później. Jak Xerox pomaga firmom dostosować się do nowych przepisów?

RAFAL SZCZAP Oferujemy usługi zapobiegawcze – ocenę ryzyka i monitoring potencjalnych naruszeń bądź incydentów, które mogą wystąpić w procesach klienta. Wspierają nas w tym

– testy prewencyjne oraz kompleksowy audyt środowiska – nie tylko samego systemu druku i obiegu informacji.

CRN Cyfrowa transformacja i cyberbezpieczeństwo to tematy ważne nie tylko dla segmentu prywatnych przedsiębiorstw, ale i odbiorców z rynku public...

RAFAL SZCZAP Dodam, że ogromne możliwości otwiera obecnie również temat DTSP – Document Transaction Processing Services. Mamy naturalne predyspozycje do świadczenia usług dla instytucji publicznych. Dysponujemy referencjami z całego świata związanymi z obsługą np. placówek medycznych czy służb fiskalno-podatkowych. Xerox obsługuje klientów instytucjonalnych w innych krajach i chciałby to robić w większym zakresie również w Polsce.

CRN Wszystko, o czym pan dotąd powiedział, pachnie współpracą bezpośrednią z dużymi firmami i instytucjami...

RAFAL SZCZAP Mamy świadomość, że na wielu rynkach Xerox był postrzegany jako producent, który oferuje rozwiązania bezpośrednio, i taka konotacja nam ciągle towarzyszy. Chcemy to zmieniać w model hybrydowy. Nastąpiła u nas znacząca jakościowa zmiana, jeśli chodzi o kooperację z rynkiem partnerskim. Podczas czerwcowego spotkania w Pabianicach podkreślaliśmy,

że model współpracy partnerskiej przenosimy również do działów, które do tej pory klientów obsługiwały bezpośrednio. Widzimy autentycznie rosnące zainteresowanie ze strony partnerów wspólnym działaniem w obszarze usługowym. Przykładem jest partnerski MPS, który rozwija się nam z dynamiką dwucyfrową. Wszystko, o czym mówiłem wcześniej, chcemy oferować dużym klientom razem z partnerami.

CRN A co z mniejszymi klientami końcowymi? Wiem z rozmów, że dla waszych partnerów, również tych zaawansowanych, ważny jest klient każdej wielkości.

RAFAL SZCZAP Jesteśmy w stanie zaoferować usługę „szytą na miarę” partnerowi, który w portfolio klientów ma firmy różnej wielkości – zatrudniające od kilkudziesięciu do kilku tysięcy pracowników. Wierzę, że w tym również tkwi siła oferty Xerox – możemy dobrać rozwiązanie odpowiednie do skali biznesu klienta końcowego.

CRN Tegoroczny czerwcowy event w Pabianicach był elementem globalnego tournée firmy Xerox i jego spotkań z partnerami. Na ile pan, jako nowa osoba w firmie, ma możliwość dostosowania jej światowej polityki do lokalnych realiów?

RAFAL SZCZAP Taka możliwość lokalnej adaptacji ogólnofirmowego modelu biznesowego to jeden z elementów, który pozwolił mi na świadomy wybór ścieżki kariery w tej firmie. Globalna strategia to dla mnie kręgosłup, wymaga jednak konkretnego pomysłu na nasz rynek i umiejętności jej lokalnego wdrożenia. Na tym właśnie skupiamy się obecnie z całym zespołem zarządzającym polskim oddziałem Xerox. >

Na wielu rynkach Xerox ciągle jest postrzegany jako producent, który oferuje rozwiązania i usługi bezpośrednio. Chcemy to zmienić.

➤ **CRN Na co w takim razie kładzie pan nacisk we współpracy z polskim kanałem partnerskim?**

RAFAŁ SZCZAP Chciałbym doprowadzić do sytuacji, w której Xerox jest dla partnerów firmą pierwszego lub drugiego wyboru. Stąd zmodyfikowany, dostosowany do polskich warunków program partnerski, w oparciu o który będziemy z kanałem współpracować. Kolejna rzecz to usługi związane z technologią ConnectKey – chcielibyśmy, aby dostępne w niej aplikacje były elementem procesów biznesowych, które nasi partnerzy obsługują u klientów końcowych.

CRN Tradycyjni resellerzy sprzętu drukującego nie zostali chyba odstawieni na boczny tor?

RAFAŁ SZCZAP Absolutnie nie. Myślę, że ta część rynku nigdy nie zniknie. Xerox zmienił swoją ofertę sprzętową, wprowadzając 29 rozwiązań dla różnych segmentów rynku, i część związana z odsprzedającą samego sprzętu jest w niej również mocno akcentowana. Ale zmienia się charakter tego, co oferujemy w segmencie resellerskim. Z elementów czysto technicznych przesuwamy środek ciężkości na rozwój aplikacji, mówimy o innowacjach związanych z łatwością użytkowania i personalizacji tych urządzeń. To już nie są tylko maszyny drukujące. Nazywamy je inteligentnymi asystentami biurowymi, oferującymi m.in. wydruk mobilny czy też możliwość wydruku prosto z wybranej chmury, np. OneDrive, którą klient może sobie samodzielnie zdefiniować na urządzeniu.

CRN Czy zależy wam, aby liczba bardzo zaawansowanych partnerów-integratorów się powiększała?

RAFAŁ SZCZAP Przede wszystkim zależy nam na tym, aby w istniejącej grupie partnerów podnosiła się jakość firm, które z nami współpracują. Niewątpliwie we wspomnianym segmencie resellerskim zależy nam na powiększaniu liczby odsprzedawców na szerokim rynku. Elementem współpracy z partnerami, na który będziemy kładli szczególnie nacisk w rozwoju, jest współdziałanie z firmami integratorskimi lub usługodawcami w danych domenach, np. RODO, Communication Marketing Services. Wtedy będziemy mogli zaprezentować nasze pełne portfolio, nie tylko jego części kojarzone ze sprzętem i technologią, ale też konkretnymi usługami.

CRN Po objęciu przywództwa w polskim oddziale Xerox odowiedział pan partnerów osobiście i rozmawiał z nimi. Czym szczególnie byli zainteresowani?

RAFAŁ SZCZAP Tematem, który dość często się powtarzał, była możliwość współpracy z nami w oparciu o rozwiązania „szyte na miarę”, inaczej mówiąc – personalizację oferty partnerów dla ich klientów. W tę potrzebę wpisuje się nasze nowe portfolio rozwiązań z motywem przewodnim w postaci technologii ConnectKey. Partnerzy wierzą również, że silna promocja marki Xerox wzmacnia ich samych. Dlatego dalej będziemy inwestować w promocję naszego brandu. Poza tym partnerzy chcą mieć

pewność, że ich zaangażowanie w sprzedaż naszych usług zmieni się dla nich w długofalową współpracę. To powód, dla którego wprowadziliśmy linię osobnej autoryzacji partnerów usługowych i stąd większy niż dotąd nacisk na rozwój usług XPPS (MPS Channel). W rozmowach przewijało się także pytanie, jak Xerox finansowo może pomóc partnerom w rozwoju ich biznesu. Na to też mamy odpowiedź, w postaci własnego funduszu leasingowego wspomagającego ich operacje.

CRN Wracając do oprogramowania „szytego na miarę”: macie propozycję zarówno dla wyspecjalizowanych deweloperów oprogramowania, jak i dla firm, które nie mają w tym doświadczenia.

RAFAŁ SZCZAP Rzeczywiście, istnieją dwa zasadnicze elementy tej oferty. Pierwszy związany jest z tym, że baza technologii Xerox umożliwia wyspecjalizowanym dostawcom oprogramowania tworzenie systemów, jakich życzy sobie klient, w oparciu o udostępniane przez nas standaryzowane otwarte interfejsy technologiczne. Po prostu wyznajemy zasadę otwartego ekosystemu. Mamy już stałych partnerów w tym zakresie, np. OptimiDoc czy Ysoft.

CRN Ta możliwość była już wcześniej...

RAFAŁ SZCZAP Ale teraz właśnie nabiera konkretnego, praktycznego znaczenia. W krótkim czasie wchodzi na rynek wiele nowych technologii i dzięki architekturze software'owej mamy możliwość współdziałania ze wszystkimi, którzy pracują w oparciu o otwarty interfejs. To oznacza przewagę w sytuacji, gdy trzeba zaprojektować usługę lub proces biznesowy od A do Z, napisać pod niego konkretną aplikację i „osadzić” ją w środowisku klienta. Jesteśmy na to gotowi.

CRN Dużo możliwości w zakresie rozwoju aplikacji dla klienta stwarza wspomniana już przez pana technologia ConnectKey, zaimplementowana w nowo wprowadzonych na rynek urządzeniach.

RAFAŁ SZCZAP ConnectKey umożliwia tworzenie własnych aplikacji, które znajdą zastosowanie w danej firmie. Xerox niebawem zaproponuje w Polsce warsztaty, na których zarówno partnerzy, jak i klienci końcowi będą mogli się tego nauczyć. Poza tym w Xerox App Gallery są już gotowe aplikacje, które można wykorzystać.

CRN Partnerzy mają możliwość „szycia” dla klientów takich miniusług...

RAFAŁ SZCZAP Szczególnie ci, którzy do tej pory zajmowali się tylko utrzymywaniem parku maszynowego w obsługiwanych przez nich firmach. Dzięki temu mogą wytworzyć dla siebie nowy strumień przychodów oraz liczyć na długoterminową lojalność klienta końcowego

W przypadku nowego portfolio urządzeń z technologią ConnectKey przesuwamy środek ciężkości z elementów czysto technicznych na rozwój aplikacji.

INKDIGO: nowa platforma e-commerce dla partnerów

E-Smart Digital Media, producent alternatywnych materiałów eksploatacyjnych marki INKDIGO, uruchomił internetową platformę sprzedażową dla partnerów biznesowych z Polski i Unii Europejskiej.

Nowy system sprzedaży online, dostępny pod adresem <http://b2b.inkdigo.pl>, zapewnia partnerom marki możliwość zakupu ponad 4 tys. produktów. Od teraz każdy reseller, w dogodnym dla siebie czasie, może samodzielnie złożyć zamówienie na dowolny produkt INKDIGO, zlecić jego wysyłkę oraz zgłosić reklamację lub zwrot. Tym samym zauważalnie poprawił się standard obsługi partnerów handlowych producenta.

Zgodnie z założeniami twórców marki główne atuty INKDIGO w segmencie alternatywnych materiałów eksploatacyjnych to jakość i niezawodność. Wszystkie zamienniki tuszów i tonerów tej marki są produkowane z najwyższej klasy pigmentów. Zapewniają one wyjątkową wierność reprodukcji kolorów na wydrukach, które – według specjalistów E-Smart Digital Media – nie odbiegają pod względem jakości od tych uzyskanych przy użyciu oryginalnych atramentów.

– *W stałej ofercie marki INKDIGO znajdują się zamienniki tuszów oraz tonerów do wszystkich najpopularniejszych urządzeń drukujących. Zapewniają wydruki klasy premium przy niskich kosztach eksploatacji* – podkreśla Daniel Paciorek, członek zarządu chorzowskiej spółki.

Uzupełnieniem portfolio producenta jest marka Smart Digital Media, na którą składają się akcesoria do pielęgnacji elektroniki użytkowej. Sprężone powietrze SDM to pierwszy produkt z tej linii. Umożliwia ono usuwanie kurzu oraz innych zanieczyszczeń z trudno dostępnych miejsc w urządzeniach elektronicznych.



TRZONEM ZESPOŁU E-SMART DIGITAL MEDIA SĄ EKSPERCI Z 14-LETNIM DOŚWIADCZENIEM W BRANŻY DYSTRYBUCJI IT. OD LEWEJ: **PAULINA CIACIEK** (BUSINESS UNIT MANAGER), **DAGMARA KUSKOWSKA** (OFFICE MANAGER), **MAŁGORZATA KIKTA** (SALES ADMINISTRATOR SUPPORT), **MICHAŁ GRZEGORCZYK** (UNIT SALES REPRESENTATIVE), **MARCIN MAKULEC** (SALES REPRESENTATIVE), **MAGDALENA MAMROT** (REGIONAL SALES REPRESENTATIVE).



WSZYSTKIE ZAMIENNIKI TUSZÓW I TONERÓW INKDIGO SĄ PRODUKOWANE Z NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI PIGMENTÓW.

MARKA KLASY PREMIUM

Produkty chorzowskiego dostawcy są zgodne z rygorystycznymi wymogami globalnych standardów jakości. Potwierdza to zarówno Certyfikat TÜV, przyznany rozwiązaniom marki INKDIGO, jak i certyfikat ISO PN-EN ISO 9001:2009/PN-EN ISO 14 001:2005/PN-N-18 001:2004. Spełnienie wymagań ISO dotyczy całego cyklu produkcyjnego i handlowego E-Smart Digital Media: projektowania, produkcji, testowania oraz dystrybucji materiałów eksploatacyjnych do drukarek, kopiarek, faksów i urządzeń wielofunkcyjnych.

BEZPIECZEŃSTWO I DOŻYWOTNIA GWARANCJA

Materiały eksploatacyjne INKDIGO są w pełni bezpieczne patentowo – nie naruszają praw autorskich w zakresie projektów głowic. Oferowane zamienniki do urządzeń HP są wytwarzane z oryginalnych produktów HP. Polski dostawca, gwarantując stabilne działanie zamienników marki INKDIGO, objął je dożywotnią gwarancją. Jeżeli jakkolwiek produkt nie spełnia oczekiwań, można wymienić go w punkcie zakupu lub zwrócić się z tym bezpośrednio do producenta.

Kontakt dla partnerów:

MARCIN MAKULEC,
SALES REPRESENTATIVE INKDIGO,
EL. +48 790 610 460,
M.MAKULEC@INKDIGO.PL, WWW.INKDIGO.PL



S4EDU:

lekcje z Huawei Enterprise

Huawei należy do kluczowych graczy na rynku nowych technologii. Znajomość rozwiązań tego producenta zaczyna przynosić integratorom coraz większe profity.

Huawei już od dłuższego czasu aspiruje do grona liderów cyfrowej transformacji. O tym, że nie są to puste deklaracje, świadczą globalne rankingi sprzedaży Gartnera i IDC, w których firma systematycznie pnie się do góry. Podobnie jest w Polsce, gdzie producent szybko zdobywa klientów, koncentrując się na dotarciu do administracji publicznej, branży finansowej, energetycznej i transportowej, a także ISP.

Huawei Enterprise dysponuje bowiem szerokim portfolio zawierającym systemy sieciowe, rozwiązania komunikacyjne, produkty i kompleksowe systemy informatyczne przeznaczone dla konkretnych sektorów. Jednym z najważniejszych polskich partnerów koncernu jest firma S4E, odpowiedzialna za dystrybucję oraz serwis produktów nad Wisłą.

Doświadczeni specjaliści

W strukturach S4E funkcjonuje Pion Huawei, w którym pracują doświadczeni inżynierowie odpowiedzialni za wsparcie techniczne, jak też specjaliści ds. sprzedaży czy marketingu. Jeden z pracowników S4E posiada tytuł HCIE R&S, czyli certyfikowanego inżyniera w zakresie Huawei Certified Internetwork Expert Routing



Fot. © kasto – Fotolia.com

& Switching. To o tyle istotne, że w naszym regionie takim dokumentem legitymują się zaledwie dwie osoby. Zdobyć certyfikatu poprzedza trudny, trzyczęściowy egzamin, na którym oprócz wiedzy teoretycznej trzeba wykazać się także umiejętnościami praktycznymi, w tym radzeniem sobie w sytuacjach kryzysowych.

Wśród swoich partnerów S4E propaguje wiedzę o rozwiązaniach Huawei Enterprise, organizując liczne szkolenia

technologiczne, webinaria, a także ścieżki certyfikacyjne. Rozwój cloud computingu oraz Internetu rzeczy stawia nowe wymagania przed osobami projektującymi i wdrażającymi sieci IP lub pamięci masowe. To one tworzą fundamenty dla sprawnie działających usług. Dlatego ścieżki szkoleniowe poświęcone produktom Huawei uwzględniają najnowsze trendy panujące w środowisku sieciowym oraz branży storage.

– W sytuacji, kiedy na rynku dostępnych jest wiele produktów, warto znać różne rozwiązania. To pozwala nie tylko na optymalne dopasowanie oferty do potrzeb i możliwości klienta, lecz przede wszystkim poszerza perspektywę i wachlarz zastosowań – przekonuje Magdalena Włodarczyk, Team Leader S4EDU.

Edukacja filarem dystrybucji

S4E przywiązuje bardzo dużą wagę do kształcenia partnerów. Dystrybutor stworzył w tym celu specjalny ośrodek

Kurs podstawowy i profesjonalny

W praktyce po ukończeniu poziomu podstawowego Associate inżynierowie uzyskują kompetencje pozwalające na dokonanie typowej konfiguracji urządzeń oraz radzenie sobie z rozwiązywaniem najczęściej występujących problemów. Z kolei poziom zaawansowany

Professional to trzy odrębne szkolenia, których program koncentruje się na poszczególnych obszarach – np. Cloud Storage, Data Protection czy Performance. Zapewnia on zdobycie zaawansowanej wiedzy niezbędnej do właściwego projektowania i wdrażania kompleksowych rozwiązań. Poziom ten oznacza również znacznie większy stopień wtajemniczenia, jeśli chodzi o zagadnienia utrzymania i konserwacji sprzętu, umożliwiając radzenie sobie z najbardziej skomplikowanymi sytuacjami.

Zdaniem integratora

Krzysztof Pieron, prezes zarządu Tritech Networks

Decydując się na szkolenie Huawei HCNA organizowane przez S4E, miałem nadzieję ugruntować swoją wiedzę techniczną w zakresie konfiguracji urządzeń sieciowych, jednocześnie uzupełniając ją o informacje charakterystyczne dla urządzeń Huawei. Obowiązki służbowe zmusiły mnie do wyboru szybkiej ścieżki szkolenia, tzw. Fast Track. Jak się okazało, była to słuszna decyzja. Teoria została bowiem ograniczona do niezbędnego minimum, a większość czasu szkolenia poświęcono na praktyczne zajęcia laboratoryjne. Należy jednak pamiętać, że taka forma przeznaczona jest dla osób, które mają już podstawową wiedzę teoretyczną. Otrzymane materiały szkoleniowe w sposób naturalny uzupełniały wykłady oraz określały poszczególne etapy treningu, a szeroka wiedza osoby prowadzącej zapewniała, że wątpliwości uczestników były na bieżąco wyjaśniane. Mogę potwierdzić, że to 5-dniowe szkolenie spełniło moje oczekiwania. Jestem przekonany, że w sposób właściwy przygotowuje ono również do egzaminu certyfikacyjnego.

edukacyjny S4EDU, w którego zajęciach uczestniczy ok. 2 tys. osób rocznie. Firma współpracuje z najlepszymi inżynierami, trenerami oraz praktykami biznesu.

– *W czasach, gdy technologia i dostępne rozwiązania mocno prześcignęły wyobraźnię klientów, kompetentny kanał sprzedaży stanowi klucz do sukcesu każdego dystrybutora. Dlatego intencją S4E jest rozwój jednego z trzech filarów naszej działalności, czyli edukacji* – wyjaśnia Paweł Piętka, prezes zarządu S4E.

Dydaktyczne działania dystrybutora spotykają się z pozytywnym przyjęciem wśród resellerów oraz integratorów. 60 proc. partnerów biorących udział w badaniach S4EDU uważa, że szkolenia to dobra płaszczyzna do inicjowania i przeprowadzania zmian w firmie.

S4E, jako Huawei Authorized Learning Partner, oferuje dwa rodzaje ścieżek certyfikacyjnych. Pierwsza z nich przeznaczona jest dla inżynierów i administratorów działów utrzymania odpowiedzialnych za konfigurację, wdrażanie urządzeń sieciowych i zarządzanie nimi. Natomiast druga adresowana jest do osób zajmujących się planowaniem i wdrażaniem systemów urządzeń magazynujących w centrach danych. W obu przypadkach istnieje możliwość zdobycia certyfikatów Associate i Professional.

Zmiany w ścieżce IP – Routing & Switching

Zmiany w segmencie produktów sieciowych są bardzo dynamiczne. Na ryn-

ku co chwilę pojawiają się nowe trendy i rozwiązania. Inżynierowie sieciowi muszą więc na bieżąco śledzić nowości i nieustannie podnosić kwalifikacje. Również ośrodki edukacyjne powinny trzymać rękę na pulsie i aktualizować programy oferowanych kursów.

Innowacje w systemach sieciowych Huawei spowodowały, że pod koniec sierpnia S4EDU wprowadziło nową wersję szkoleń i egzaminów HCNP Routing & Switching v2.0 zamiast poprzednich HCNP Routing & Switching v1.6. Zmiany dotyczą jedynie poziomu Professional. Zakres szkolenia obejmuje popularne rozwiązania sieciowe, m.in. MPLS, MPLS VPN, SDN, VXLAN. Zwiększono w nim także nacisk na umiejętności projektowania, wdrażania oraz utrzymywania środowisk sieciowych. Zmianie ulega zarówno zawartość merytoryczna kursów, ich nazewnictwo, jak i same egzaminy.

– *Osoby, które rozpoczęły szkolenia i zdobyły certyfikat w wersji 1.6 jednego z nich, mogą kontynuować edukację w wersji 2.0 bez konieczności powtarzania odbytych szkoleń i egzaminów. Na dokończenie całej ścieżki i zdanie brakujących egzaminów mają 18 miesięcy. Po tym czasie certyfikat dla wersji 1.6 straci ważność i szkolenia certyfikacyjne trzeba będzie rozpocząć od nowa w wersji 2.0* – tłumaczy Magdalena Włodarczyk.

Na poziomie Professional można wybrać uczestnictwo w ramach ścieżki Regular, składającej się z trzech szkoleń (3 x po 5 dni szkoleniowych), lub Fast

Track (1 x 5 dni). Wiedza zdobyta w trakcie tych szkoleń uprawnia do przystąpienia do egzaminu certyfikacyjnego.

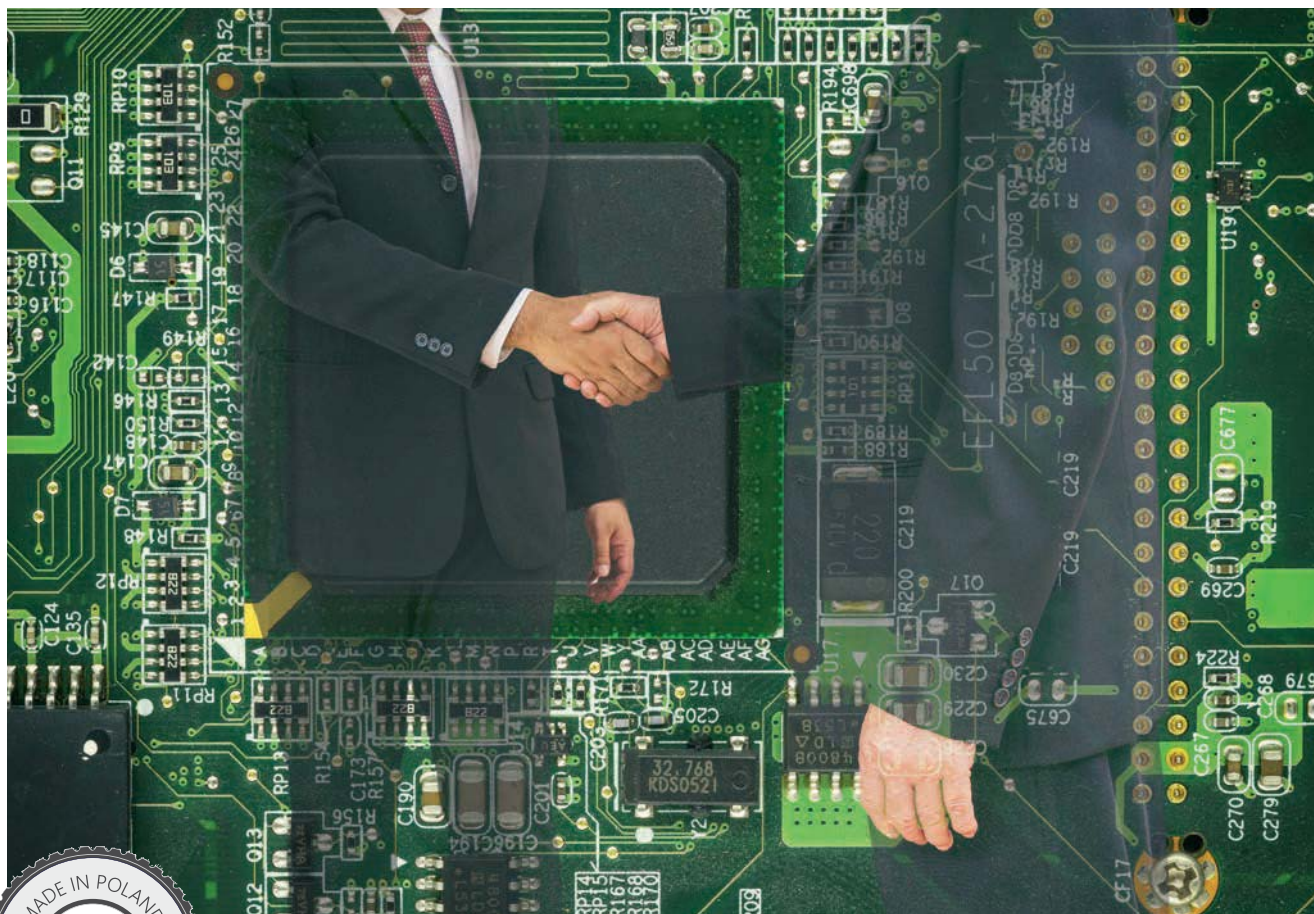
Poznaj pamięci masowe Huawei

O ile sieciowe produkty Huawei cieszą się w Polsce dużą popularnością, o tyle pamięci masowe dopiero przecierają szlak na rodzimym rynku. Producent oferuje systemy all-flash, macierze Unified Storage – obsługujące systemy NAS i SAN – czy rozwiązania do przechowywania petabajtów danych w chmurze. Jednym z wyróżników Huawei jest stosowanie zabezpieczenia RAID na tzw. chunkach zamiast z poziomu dysku. Zapewnia to bardziej efektywne wykorzystanie dysków i przyspiesza proces odbudowy. Walorem macierzy klasy enterprise jest skalowalność pozioma, umożliwiająca jednoczesną rozbudowę powierzchni dyskowej, mocy obliczeniowej i RAM, która jest dostępna już w klasie macierzy Midrange.

Szczegółową wiedzę na temat funkcjonowania pamięci masowych Huawei można zdobyć na szkoleniach certyfikacyjnych poświęconych planowaniu, projektowaniu, wdrażaniu i utrzymaniu technologii storage. Co istotne, od 30 września 2017 r. S4EDU uruchomi nową wersję kursów HCNA-Storage 4.0, dostosowaną do najnowszej generacji systemów Huawei. Podobnie jak w przypadku kursów związanych ze sprzętem sieciowym, istnieje możliwość kontynuacji szkoleń rozpoczętych w wersji 3.0. Ścieżka Professional składa się z trzech szkoleń, z których każde trwa 5 dni. Ich uczestnicy poznają wszelkie niuanse związane z funkcjonowaniem rodziny produktów OceanStor 2x00, OceanStor 5x00, OceanStor Dorado, OceanStor 9000 Big Data czy OceanStor 18000. Po każdym szkoleniu HCNA-Storage 4.0 lub HCNP Routing & Switching v2.0 uczestnik może przystąpić do egzaminu, który zdaje w dowolnie wybranym w Polsce ośrodku certyfikacyjnym Prometric.



Więcej informacji:
Magdalena Włodarczyk,
Team Leader S4EDU
magdalena.wlodarczyk@s4e.pl



Fot. © bank215 - Fotolia.com



Producenci B-brandów chcą być bliżej klienta

Czy na topniejącym rynku PC jest miejsce dla lokalnych marek?

Zdaniem polskich producentów wciąż są obszary, które można zagospodarować.

Resellerzy są co do tego raczej sceptyczni.

KRZYSZTOF PASŁAWSKI

W ostatnich latach sprzedaż B-brandów, czyli polskich marek komputerów, spadała wraz z topniejącym popytem na desktopy. W 2008 r. czterech największych lokalni dostawcy mieli w sumie blisko jedną czwartą

udziału w rynku, generując sprzedaż na poziomie blisko 400 tys. komputerów, jak wynika z szacunków CRN Polska. W 2012 r. ich łączne udziały rynkowe spadły poniżej 10 proc., a sprzedaż osiągnęła poziom ok. 110 tys. sztuk. Spory spa-

dek nastąpił między 2015 a 2016 r., gdy drastycznie ograniczono zamówienia publiczne. W I połowie ubiegłego roku sprzedaż B-brandowych desktopów wyniosła około 45 tys., co oznacza 14-proc. udział w polskim rynku komputerów

stacjonarnych. Jeśli chodzi o laptopy to oferta polskich marek wciąż stanowi zdecydowaną mniejszość, choć w ostatnich latach na rynku przenośnych komputerów próbują swoich sił nowi gracze.

W ocenie dostawców lokalnych marek polskim pecetom trudno sprostać konkurencji ze strony światowych potentatów z jednego zasadniczego powodu – lokalni producenci mają znacznie skromniejsze zasoby finansowe. A to przekłada się na mniejsze możliwości wsparcia sprzedaży i marketingu produktów (a co za tym idzie także ich rozpoznawalność). Zaznaczano, że dotyczy to zwłaszcza kanału retailowego, gdzie A-brandy mogą zaoferować takie warunki odbiorcom, którym B-brandy nie są w stanie dorównać. Globalni gracze mogą również prowadzić sprzedaż łączoną typu „laptop plus drukarka” czy „laptop plus smartfon” tej samej marki jako bonus za symboliczną opłatą. O taki pakiet polskiemu producentowi dużo trudniej.

– *B-brandy stanowią coraz mniejszą część rynku wyłącznie z powodu agresywnej polityki dostawców maszyn A-brand, których stać na to, by ponosić koszty utrzymania swoich produktów na półkach sklepowych* – twierdzi Tadeusz Kurek, prezes NTT System.

Twórca jednej z najstarszych marek na polskim rynku wyjaśnia, że dla dużego międzynarodowego producenta dofinansowanie sprzedaży 1 tys. desktopów w sieci retailowej nie stanowi aż tak dużego obciążenia, zwłaszcza gdy gwarantuje mu to utrzymanie na półkach ogólnopolskiego partnera reszty swojego asortymentu, na którym tak naprawdę zarabia. Taka polityka A-brandów raczej nie ulegnie zmianie w najbliższym czasie, co oznacza, że B-brandy nie mają większych szans na rozwój na rynku detalicznym.

Także w sektorze przetargów, z powodu – jak twierdzą producenci B-brandów – lobbingu światowych vendorów i atrakcyjnych cen, jakie mogą oni zaproponować, polscy dostawcy mają mniejsze szanse niż zagraniczni konkurenci. Dotyczy to zwłaszcza dużych zamówień publicznych. A sytuacji lokalnych graczy nie poprawia oczywiście panujący w tej sferze marazm.

– *Udział marek B-brandowych w rynku skurczył się, ponieważ w ubiegłych latach zmniejszyła się liczba zamówień publicz-*

Zalety B-brandów według ich dostawców

- szerokie możliwości dostosowania konfiguracji do potrzeb nawet małego odbiorcy,
- możliwość zamówień build-to-order,
- krótki czas realizacji zamówienia w przetargach i projektach.

nych, a lokalni producenci największą sprzedaż generują w instytucjach, które kupują komputery w przetargach publicznych – wyjaśnia Mariusz Łaba, dyrektor departamentu produktów własnych w MLS (spółce należącej do ALSO Polska).

ELASTYCZNOŚĆ SIŁĄ B-BRANDU

Jednak w ocenie lokalnych dostawców B-brandy nie stoją na straconej pozycji. Nawet w świetle topniejącego popytu w segmencie PC oraz presji globalnych potentatów. Co więcej, przedstawiciele polskich firm oceniają, że naszym markom będą sprzyjać przewidywane w najbliż-

szych latach trendy, tylko trzeba je wykorzystać. Chodzi o rosnące wymagania klientów w kwestii dostosowania oferty do indywidualnych potrzeb, jak również oczekiwanie szybkiej reakcji na zamówienia. Lokalnym markom ma również sprzyjać coraz większa wiedza użytkowników dotycząca jakości sprzętu, komponentów i ich zastosowań. Polskie marki mogą też złapać drugi oddech dzięki przewidywanemu ożywieniu na rynku zamówień publicznych, na które liczy cała branża.

– *Z naszych analiz wynika, że B-brandy mają się całkiem dobrze. Coraz więcej polskich firm decyduje się w nie inwestować. Wychodzą z założenia, że jest to sprzęt dobrej klasy, w dobrej cenie. A-brandy często nie mają oferty spełniającej oczekiwania polskich klientów* – twierdzi Paweł Kowalski, Actina Brand Development Manager w Actionie.

Rozmówca CRN Polska ocenia, że światowi producenci są nastawieni na dużą sprzedaż wąskiej oferty, która niekoniecznie jest dostosowana do wymagań polskiego, świadomego i wymagającego klienta. Ten obszar, w którym konkurencja globalnych marek jest mniejsza, powinny z powodzeniem pokryć właśnie B-brandy – uważają ich dostawcy. Przekonują, że w ich przypadku jest możliwe >

Zdaniem resellera

❑ Arnold Polak, kierownik, Ambient

Klienci biznesowi są zainteresowani tylko sprzętem światowych marek. O polskie nikt nie pyta. Tak więc u mnie firmy kupują A-brandy, natomiast klienci domowi, jeśli potrzebują desktopa, wolą „składaka”. O ile sobie dobrze przypominam, w ciągu ostatnich pięciu lat sprzedałem trzy, może cztery desktopy B-brandowe. Polskie marki komputerów to raczej produkt do hal, a nie dla resellerów. Moim zdaniem B-brandy sprzedają się kiepsko, bo klienci ich nie znają. Brakuje marketingu tych produktów.

❑ Arkadiusz Dominiak, właściciel, Ad-Komp

Nie sprzedają desktopów B-brandowych, innych zresztą też, bo jeśli klienta interesuje komputer stacjonarny, to bardziej oplaça mu się zamówić „składaka”. Taki sprzęt wychodzi, średnio rzecz biorąc, jakieś kilkaset złotych taniej niż gotowy komputer B-brand. Ważna jest ponadto możliwość dopasowania podzespołów do oczekiwań klienta i ich wymiany w sprzęcie złożonym na zamówienie. Raz tylko jeden z klientów chciał kupić u mnie konkretny model B-branda. Nie odradziłem mu tego, bo w mojej ocenie polski sprzęt w porównaniu ze światowymi markami ma niezłe parametry i cenę. Ale takich klientów jest garstka. Niszą może być w tym przypadku chyba tylko sprzedaż małym firmom. Dla klientów biznesowych dobrym rozwiązaniem mogą być np. komputery z Linuksem oprócz Windowsa.

> dopasowanie do indywidualnych potrzeb klienta nawet krótkich serii czy wręcz pojedynczych urządzeń. Paradoksalnie więc w sytuacji, gdy rośnie rynkowy udział laptopów czy urządzeń 2w1, przywiązanie polskich marek do desktopów ma stanowić o ich sile.

W ocenie firm B-brand lokalne marki mają większe szanse na rynku przedsiębiorstw oraz w sektorze publicznym, szczególnie w przypadku mniejszych przetargów i projektów (zwłaszcza gdy wymagany czas realizacji jest krótki).

– *Krajowi producenci mają dobre zaplecze do obsługi mniejszych projektów czy przetargów, gdzie głównym rozstrzygającym kryterium jest czas ich realizacji* – uważa Przemysław Jakubiec, Business Unit Manager w AB.

Jednak przedstawiciel Della zaznacza, że możliwość dostosowania komputerów do preferencji polskich klientów oraz produkcji krótkich serii nie jest wyjątkową cechą lokalnych firm. Zapewnia, że amerykański koncern umożliwi nabywcom indywidualną konfigurację sprzętu, a produkcja komputerów stacjonarnych odbywa się w Łodzi, co według niego pozwala na dostawę gotowego sprzętu w ciągu kilku dni od złożenia zamówienia.

– *Nie stosujemy żadnych ograniczeń ilościowych. Klient może zamówić nawet jedno urządzenie, które zostanie wyprodukowane i dostarczone pod wskazany adres* – twierdzi Sebastian Antkiewicz, Client Solutions Lead Poland w Dellu.

Jako inny segment, w którym B-brandy mogą powalczyć z zagraniczną konkurencją, wskazywany jest gaming. Podkreślano możliwość zaoferowania konkurencyjnych cen w porównaniu z cenami A-brandów.

NIKŁY POPYT NA POLSKIE MARKI

Resellerzy, z którymi rozmawialiśmy, twierdzą, że na urządzenia B-brandowe popyt jest bardzo mały. Klienci nie pytają o nie, bo większość z nich po prostu nie wie o istnieniu polskich marek PC. Konsumentom – o ile interesują ich desktopy – wolą „składaki” (C-brand), a przedsiębiorstwa, w przypadku biurkowych PC, preferują A-brand, co zdaniem sprzedawców wynika z lepszej znajomości światowych ma-

Zdaniem producenta

❑ Tadeusz Kurek, prezes NTT System

Dopłacanie przez A-brand do desktopów w retailu ma miejsce od dawna i będzie trwało jeszcze przez jakiś czas. I choć widać już pierwsze oznaki zmian w tej kwestii (jeden z producentów już się wycofał z takich działań), to moim zdaniem w bieżącym roku, a prawdopodobnie jeszcze w przyszłym sytuacji się nie zmieni i sprzedaż B-brandów będzie się utrzymywała na obecnym poziomie, jeśli chodzi o segment detaliczny. Również w przypadku przetargów obserwujemy swoisty lobbing ze strony A-brandów, przez co w największych i dużych przetargach zwykle wygrywają. Tu nie spodziewam się zmian i należy się przyzwyczaić, że dla lokalnych dostawców pozostają przetargi małej i średniej wielkości.

❑ Przemysław Jakubiec, Business Unit Manager, AB

Udział komputerów B-brand według danych IDC w 2016 r. oscylował w przedziale 13-17 proc. ogólnej sprzedaży w Polsce. Wartość ta od pewnego czasu zdaje się być stabilna, a nawet można zauważyć tendencję do wzrostu na tle całego rynku. Rynek komputerów B-brand jest pod dużą presją

A-brandów w obszarze projektowym, jak również przetargów, gdzie lokalni przedstawiciele tych marek bardzo często lobbują za wyborem konfiguracji bardzo ściśle dopasowanej do już istniejących urządzeń. Nie oznacza to oczywiście, że w projektach nie ma miejsca dla lokalnych producentów. Zespoły specjalistów i inżynierów, jak np. dział pre-sales, polskich firm pozwalają im wyróżnić się na tle konkurencji profesjonalnym doborem sprzętu do potrzeb klienta. Jest to bardzo wygodne i dostępne w krótkim czasie rozwiązanie również dla resellera.

❑ Paweł Kowalski, Actina Brand Development Manager, Action

Moda na „lepsze” komputery, czyli takie, w których duże znaczenie mają konkretne komponenty, przyszła z Zachodu. Obecnie przeciętny Polak kupujący komputer ma więcej pieniędzy niż kiedyś, za to mniej czasu, dlatego decyduje się na zakup gotowego urządzenia zamiast samodzielnego kompletowania podzespołów oraz montażu. A polskie firmy mają dostęp do szerokiej gamy komponentów i oferują bardzo często montaż w cenie podzespołów. Dlatego klient chętnie sięga po komputery B-brandowe.

rek i jakości serwisu. Ponadto generalnie na rynku PC rośnie udział maszyn przenośnych, a więc laptopów i modeli 2w1.

– *Myszę, że problemem polskich marek jest to, że produkują komputery stacjonarne, których sprzedaż spada. Gotowe desktopy szybko się starzeją, bo na rynku pojawiają się nowe podzespoły. I po kilku miesiącach jest jeszcze większy problem ze sprzedażą po wyjściowej cenie* – zauważa Arkadiusz Dominiak, właściciel Ad-Komp.

B-brandy sprzedają się kiepsko, bo klienci ich nie znają. Brakuje marketingu tych produktów.

Niektórzy twierdzą, że niszą dla sprzętu B-brand może być rynek MŚP i urządzenia montowane bądź konfigurowane pod dyktando konkretnego klienta. Przyznają jednak, że w praktyce takie zamówienia zdarzają się rzadko – klienci biznesowi wolą raczej gotowe desktopy A-brand. Z kolei w przetargach częściej niż lokalne marki są sprzedawane urządzenia globalnych firm, ze względu na ceny, a często także dodatkowe warunki, jakie stawia zamawiający, np. certyfikaty czy oczekiwania dotyczące wsparcia i serwisu.

– *W przetargach według specyfikacji zamówień liczą się parametry sprzętu, które najczęściej spełnia także sprzęt B-brandowy. Jednak w praktyce urządzenia polskich marek rzadko sprzedajemy w ten sposób, bo A-brandowe komputery o porównywalnych parametrach zwykle są tańsze* – podsumowuje Łukasz Kociński z PC-Net.

Tu Nokia – znowu wróciłam

NA 28 PIĘTRZE WIEŻOWCA TRWA EVENT. POLSKA PREMIERA NOKII 8. „TO NOKIA JESZCZE ISTNIEJE?” – PYTAJĄ CO JAKIŚ CZAS ZNAJOMI. ISTNIEJE W SWOIM KOLEJNYM WCIELENIU I PONOWNIE PRÓBUJE ODNIEŚĆ SUKCES.

W latach 90. urządzenia fińskiej marki były nowoczesne i trafiały w pragmatyczne potrzeby użytkowników. Kolejne bardzo udane modele sprawiły, że Nokia stała się niemal synonimem telefonu komórkowego, przez wiele lat zajmując pierwsze miejsce pod względem liczby sprzedanych na całym świecie urządzeń.

Ale za sukcesami, m.in. modelu 3310, pojawił się też katastrofalny w skutkach błąd. Właściwie należałoby napisać „Błąd” lub za piłkarskim komentatorem – „wielbłąd”. Nokia całkowicie przepała smartfonizację rynku komórkowego, może jej nie doceniając, a może wierząc w przywiązanie użytkowników do tradycyjnych Nokii. Upadek Nokii był efektywny i wydawał się ostateczny, ale minęły lata i nadarzyła się okazja do mocnego powrotu.

Comeback pod egidą giganta, Microsoftu, był całkiem udany. Marka Lumia z powodzeniem weszła na rynek. Miała własny system, który całkiem sporej grupie użytkowników przypadł do gustu. A potem znowu coś poszło nie tak. Microsoft postanowił zrezygnować z logo Nokia, więc Lumie stały się... Lumiami, aby po krótkim czasie zając miejsce w technologicznym archiwum obok dawnych, dużo bardziej zasłużonych Nokii. Lumie niekiedy jeszcze widzimy w rękach użytkowników, ale to ich późna faza schyłkowa, której towarzyszy powolne wycofywanie się Microsoftu z walki o rynek mobilnych OS-ów. Producent Windows postawi raczej na sprzedaż swoich usług z myślą o systemach operacyjnych Google’a i Apple’a.

Tymczasem w grudniu 2016 roku w historii Nokii otworzył się rozdział trzeci. W Finlandii powstał wówczas startup HMD Global Oy. Zaangażowali się w to przedsiębiorcy dawni współtwórcy sukcesu legendarnego skandynawskiego brandu. Wykupili prawa licencyjne do marki Nokia i rozpoczęli współpracę z chińskim Foxconnem. W ciągu dziewięciu miesięcy wyprodukowano 9 modeli telefonów: od klasycznych urządzeń nawiązujących do dawnych legend przez smartfony ze średniej półki aż po sztandarową Nokię 8, która ujrzała światło dzienne w ostatnich tygodniach. Tak w niespełna rok, w dość zabawny sposób, HMD nadrobiło „dystans numerków” do obecnych liderów. Nowe flagowce Samsunga i Apple’a to odpowiednio Galaxy S8 oraz iPhone 8.

Czy to się może udać? Niewątpliwie HMD stworzyło dopracowany smartfon, który nie ustępuje technicznie liderom (najmocniejszy procesor Snapdragon, przyzwoite 4 GB RAM-u), pod względem estetyki trzyma klasę i jest oferowany za stosunkowo niewygórowaną cenę – 2,6 tys. zł. Niby OK, ale takich telefonów jest wiele. Żeby na dobre wejść do gry, Nokia musiałaby zaproponować coś naprawdę wyjątkowego, odróżniającego produkty tej marki od konkurencji. I wygląda na to, że w tej roli ma wystąpić Dual-Sight, technika znana pod kolokwialno-marketingową nazwą „bothie”. Polega na robieniu wspólnego zdjęcia równocześnie dwoma aparatami – przednim i tylnym. Tak samo może działać kamera. Czy to wystarczy w czasach, kiedy rzeczywiście dla bardzo wielu smartfon jest przede wszystkim aparatem fotograficznym? Mam wątpliwości, ale... przecież tyle razy się myliłem. No cóż, przewidywanie przyszłości w branży ICT jest co najmniej karkołomne. O czym Nokia wie jak mało kto w swoim segmencie rynku.



Damian Kwiek

szeft informacji i komunikacji
portalu Chip.pl

W niespełna
rok
HMD
nadrobiło
dystans
do obecnych
liderów.



Midmarket w miejsce przetargów

CRN Polska rozmawia z **MACIEJEM DEKĄ**, COUNTRY CHANNEL MANAGEREM W **HP INC POLSKA**, na temat nowej strategii sprzedaży na rynku biznesowym, jak też przyszłości druku 3D i wpływie cyberprzestępczości na sprzedaż urządzeń drukujących.

CRN Chyba wszyscy producenci narzekają na obecną sytuację w branży...

MACIEJ DEKA Trudno oczekiwać hurraoptymizmu, kiedy jeden z segmentów rynku radykalnie zmniejsza inwestycje w obszarze IT. Mam na myśli oczywiście instytucje publiczne. Z drugiej strony spodziewaliśmy się tej sytuacji, dlatego zainwestowaliśmy w rozwój sprzedaży w segmencie MŚP. Dzięki tej strategii odnotowaliśmy wzrost zarówno w przypadku komputerów, jak i drukarek.

CRN Jaki jest 2017 rok, jednym zdaniem?

MACIEJ DEKA Rynek konsumencki lekko się kurczy, zaś biznesowy rośnie, mimo braku przetargów. To zasługa popytu w segmencie MŚP.

CRN A jak wygląda sytuacja na rynku komputerów?

MACIEJ DEKA W pierwszym kwartale sprzedaż spadła o kilkanaście procent rok do roku. Ponadto miesiące, które w poprzednich latach były bardzo dobre, w bieżącym roku okazały się zdecydowanie słabsze. Za to w pozostałych miesiącach, zwykle dużo słabszych, notowaliśmy duży wzrost.

CRN Zdaje się, że na rynek trafia coraz więcej maszyn poleasingowych. To powód spadku popytu na nowe maszyny?

MACIEJ DEKA Rzeczywiście zauważamy takie zjawisko, ale nie sądzę, by miało ono wpływ na sprzedaż komputerów w skali kraju. Przyczyn spadków upatrywałbym gdzie indziej, na przykład w wyższych cenach nowego sprzętu. Poza tym w ostatnich latach notowaliśmy wzrosty z racji zakończenia wsparcia dla Windows XP. Wtedy w krótkim czasie wymieniono bardzo dużo maszyn.

CRN A jak wygląda krajowy rynek drukarek w bieżącym roku w porównaniu z ubiegłym?

MACIEJ DEKA Dziś możemy podsumować pierwsze półrocze i przeanalizować prognozy na kolejne sześć miesięcy. Generalnie rynek jest stabilny. Ciekawy trend, który jest zauważalny, to większe zainteresowanie atramentowymi urządzeniami drukującymi w segmencie B2B, po części kosztem sprzętu laserowego

CRN Czyli tu rośnie, ale tam ubywa...

MACIEJ DEKA Tak, ale to dotyczy urządzeń A4. Tymczasem połowa biznesu laserowego to sprzęt A3 i tu spodziewamy się bardzo dużego wzrostu, dzięki wprowadzeniu do sprzedaży kilkudziesięciu nowych konstrukcji. Ponadto w przyszłości zamierzamy zdobyć mocną pozycję w segmencie druku 3D, który prędzej czy później się upowszechni.

CRN Eksperci mówią, że upłynie jeszcze wiele lat, zanim druk 3D trafi pod strzechy. Nawet jeśli takie urządzenia będą dostępne za rok czy dwa, to ich ceny będą bardzo wysokie.

MACIEJ DEKA Najprawdopodobniej ewolucja druku 3D będzie przebiegała podobnie jak w przypadku innych sprzętów IT – komputerów, telefonów komórkowych. Najpierw z racji wysokich cen będą dostępne dla nielicznych, z czasem będą coraz lepsze i tańsze, aż staną się standardem w domach klientów indywidualnych.

CRN Drukarka 3D w domu oznaczałaby gigantyczną zmianę chyba w każdej dziedzinie. Właściciel forda mustanga nie będzie musiał szukać po całym świecie kłamki do drzwi i płacić za nią kilkaset dolarów, tylko sam ją sobie wydrukuje.

MACIEJ DEKA Dokładnie tak. Zamiast dokupić zbity talerz albo zamówić komplet nowej zastawy, będzie się poprzez drukarkę wybierało z katalogu sklepu interesujący nas zestaw i najzwyczajniej go drukowało. To brzmi jak fantastyka naukowa, ale gdyby kilkanaście lat temu powiedzieć, że będziemy nosili w kieszeni telefon, na którym będziemy mogli oglądać filmy czy wykonywać przelewy bankowe, też trudno byłoby w to uwierzyć. Moim zdaniem drukarki 3D mogą się okazać przełomem cywilizacyjnym nie mniejszym niż Internet.

CRN Co stoi na przeszkodzie, by rozpocząć produkcję takiego naprawdę domowego sprzętu do druku 3D?

MACIEJ DEKA Są trzy główne znaki zapytania. Pierwszy to materiał, z którego będzie się drukować. W tej chwili problemem jest też wysoki koszt oraz długi czas wydruku 3D. Gdy uda się drukować tanio i szybko – wtedy rozpocznie się kariera takich urządzeń.

CRN Wróćmy do rzeczywistości. Aby utrzymać pozycję na rynku, trzeba nie tylko dostosowywać ofertę do aktualnej sytuacji, ale też rozwijać program partnerski, który utrzymuje kontakt z partnerami przy zmieniającej się sytuacji. Czym obecny program różni się od zeszłorocznego?

MACIEJ DEKA Przede wszystkim w HP zmienia się podejście do rynku biznesowego. Ponieważ od zeszłego roku znacząco zmniejszyły się inwestycje dla sektora publicznego, siłą rzeczy zmniejszyła się nasza sprzedaż dla klientów instytucjonalnych, którzy kupowali sprzęt w przetargach. W tej sytuacji musimy szukać wzrostów w innych segmentach. Jak już wspomniałem, najbardziej nastawiamy się na szeroko pojęty rynek MŚP.

CRN Szeroko pojęty?

MACIEJ DEKA Tak, jednak kluczowym dla nas jest midmarket. Z segmentu MŚP wydzieliliśmy podsegment, czyli przedsiębiorstwa, które zatrudniają od stu do tysiąca pracowników. To właśnie nazywamy midmarketem.

CRN Czy koncentracja na segmencie małej i średniej przedsiębiorczości wymagała zauważalnych zmian w organizacji przedstawicielstwa HP w Polsce?

MACIEJ DEKA Nie tylko zmian, ale przede wszystkim inwestycji, których dokonaliśmy w ciągu ostatnich kilku miesięcy. Podwoiliśmy liczbę osób przeznaczonych do współpracy z klientami z segmentu midmarketowego oraz z partnerami, którzy takie firmy obsługują. Powiększony zespół prowadzi m.in. działania edukacyjne dla klientów i wspomaga partnerów w ich codziennej pracy.

CRN Z tego, co wiemy, zmiany zachodzą również w relacjach z dystrybutorami...

MACIEJ DEKA Tym, na czym nam najbardziej zależy, jest uzdrowienie klasycznego modelu działania: producent-dystrybutor

-partner, z godnymi marżami na każdym etapie sprzedaży. Stworzyliśmy nowe stanowisko HP Champion. Osoba na nim pracująca ma za zadanie być wsparciem produktowym i proceduralnym ze strony HP dla dystrybutorów. Ponadto powiększyliśmy zespół account managerów, których zadaniem jest wspieranie partnerów – m.in. edukacja produktowa, informowanie o ofertach, pomoc przy pozyskiwaniu cen specjalnych. Będziemy też szybciej odpowiadać na zapytania ofertowe i cenowe, a jak bardzo jest to ważne, chyba żadnemu resellerowi nie trzeba tłumaczyć.

CRN Czy zależy wam także na zwiększeniu liczby aktywnych resellerów, którzy współpracują z HP?

MACIEJ DEKA Tak, między innymi dlatego zwiększyliśmy zasoby do obsługi klientów i partnerów, by przekonać resellerów, którzy jeszcze nie mają podpisanej z nami umowy, że warto współpracować z HP.

CRN Można odnieść wrażenie, że HP nie ma wielu partnerów i dopiero teraz, gdy stawia na MŚP, zaczęło operatywne działania na tym polu.

MACIEJ DEKA Racja, że to wrażenie. W rzeczywistości mamy podpisane umowy z większością resellerów. Natomiast obecne intensywne działania związane są z tym, że na rynku zachodzą zmiany, związane choćby ze zwiększaniem obecności sieci detalicznych w mniejszych miastach czy coraz większym znaczeniem handlu internetowego. Operatorzy komórkowi również sprzedają sprzęt komputerowy. To wszystko ma wpływ na rynek resellerski. Jedne firmy znikają lub zmieniają swój profil, inne powstają. Chcemy do nich docierać z naszą ofertą.

CRN Tak poważne inwestycje oznaczają, że nie spodziewacie się raczej zmiany aktualnej sytuacji na rynku przetargów. Ale przecież tak nie będzie wiecznie. Inwestycje są wstrzymywane, ale prędzej czy później muszą nastąpić. Nie tylko dlatego, że sprzęt się starzeje – dofinansowania unijne mają ściśle określony czas przydatności do użycia.

MACIEJ DEKA Na pewno wszyscy, którzy są związani z segmentem publicznych zamówień, na to liczą. Jednak czy to nastąpi, a jeśli tak, to kiedy – tego nikt nie wie. Jeśli tak się stanie – świetnie. Jestem przekonany, że jesteśmy dobrze przygotowani na taką ewentualność. Pewna poprawa jest już widoczna – pojawia się więcej przetargów, ale mniejszych, niż to miało miejsce jeszcze kilka lat temu. Nie chcemy jednak czekać na rozwój wydarzeń z założonymi rękami, stąd między innymi decyzja o inwestycjach w inne segmenty rynku.

ROZMAWIAŁ **ARTUR KOSTRZEWA**

Na CRN.pl ZAMIESZCZAMY PEŁNĄ WERSJĘ WYWIADU.



Fot. jud_g - Fotolia.com

Widowiskowe

Infrastruktura informatyczna w obiektach użyteczności publicznej, takich jak stadiony, hale sportowe czy centra wystawowe, ma służyć zwykle zwiększeniu bezpieczeństwa imprez masowych i zaangażowania ich uczestników.

TOMASZ JANOŚ

Oferta, przygotowywana pod kątem masowo odwiedzanych obiektów, obejmuje zwykle systemy kontroli dostępu, monitoringu, alarmowe, przeciwpożarowe itp. Do tego dochodzi infrastruktura sieciowa i rozmaite rozwiązania, które mają wpływ na funkcjonowanie sal widowiskowych, audytoriów, kompleksów wystawowych czy muzeów. Oczywiście w takich przypadkach nie może zabraknąć systemów audiowizualnych do prezentowania treści, opartych na różnego rodzaju

ekranach, projektorach, kioskach informacyjnych itp. Mogą być przy tym wykorzystywane instalacje typu Digital Signage i ekrany dotykowe, które umożliwiają osobom odwiedzającym obiekt interakcję i wyszukiwanie informacji. Na wystawach i w muzeach używane wcześniej przewodniki audio, w których trzeba wprowadzić numer eksponatu, by wysłuchać o nim informacji, mogą zastąpić nowoczesne aplikacje smartfonowe. Mechanizm bazujący na kodzie QR, sygnale z tagu RFID albo

beacona uruchomi prezentowanie treści multimedialnych, które znakomicie wzbogacą wrażenia odbiorców wystawy.

WIELE FUNKCJI DLA SIECI WI-FI

Obiekty użyteczności publicznej potrzebują wydajnej sieci Wi-Fi, zarówno na użytek własny, jak i w celu zapewnienia odwiedzającym (z których niemal każdy ma dziś nowoczesny smartfon) dostępu do Internetu i przekazywania im treści zwią-

zanych z działalnością placówki. W przypadku budynków zabytkowych, w których często mieszczą się muzea, wdrożenie infrastruktury sieciowej wymaga zgody konserwatorów zabytków, więc Wi-Fi staje się oczywistym i pierwszym wyborem – jedynym problemem jest wtedy doprowadzenie zasilania do punktów dostępowych.

Wykorzystując możliwości nowoczesnej sieci bezprzewodowej, zarządzający stadionem czy centrum wystawowym są w stanie uruchomić funkcje lokalizacyjne oraz przesyłać w trybie push informacje dotyczące organizowanych wydarzeń. Może to zwiększyć zaangażowanie uczestników – w przypadku imprez sportowych będą to np. dodatkowe informacje o zawodnikach i rozgrywkach, w muzeach i innych obiektach wystawowych – wiedza o prezentowanych eksponatach. Przesyłane treści mogą zachęcać do udziału w grach czy konkursach związanych z imprezami. Zapewnienie publiczności dostępu do sieci poprzez hotspot właściciela obiektu (z wykorzystaniem np. mechanizmu Facebook – Wi-Fi) może też służyć do zwiększania społeczności internautów interesujących się organizowanymi wydarzeniami i akcjami, przesyłania im ofert i innych ogłoszeń.

Dostęp bezprzewodowy powinien być przy tym bezpieczny i uwzględniać filtrowanie treści przez dokładne określenie, co jest dozwolone, a co nie. Będzie to też chronić użytkownika przed pobraniem złośliwego oprogramowania.

– *Poza tym sieć powinna umożliwiać zbieranie pewnych informacji o użytkownikach, by jej właściciel był zabezpieczony przed zagrożeniami związanymi z ich anonimowością* – tłumaczy Mateusz Grajewski, Systems Engineer w polskim oddziale Cisco.

Wśród problemów do rozwiązania w przypadku dostępu do sieci uczestnika wydarzeń masowych jest zapewnienie odpowiedniego sygnału radiowego przy bardzo dużej gęstości urządzeń klienckich. Infrastruktura musi więc być nie tylko wystarczająco wytrzymała, ale i właściwie zaprojektowana. Opisując dostęp radiowy, Mateusz Grajewski tłumaczy, że dobrze rozmieszczone access pointy powinny jak reflektory „oświetlać” użytkowników sieci – nie zachodzić zbyt-

nio na siebie, a przy tym nie tworzyć czarnych dziur na pokrywanym obszarze.

Implementacja sieci Wi-Fi na stadionie, w centrum wystawowym albo muzeum bardzo różni się od wdrożenia infrastruktury bezprzewodowej w biurze. I nie chodzi tylko o wspomnianą dużą gęstość użytkowników, ale także o specyfikę konstrukcji tego rodzaju obiektu. W muzeum przeszkodą może być architektura zabytkowej budowli i jej grube ściany. Z kolei na stadionie urządzenia nie będą mogły być po prostu podwieszane pod sufitem, jak w budynku. Muszą funkcjonować w otoczeniu stalowych konstrukcji i innych elementów utrudniających ich działanie. Dlatego umiejscowienie punktów dostępowych, ich konfiguracja, ukierunkowanie anten – to nie są trywialne zadania.

– *Integrator, który bierze się za tego typu projekt, musi umieć sprostać wyzwaniom nietypowych obiektów. Nie można tworzyć tam sieci bezprzewodowych ad hoc, wedle uznania rozmieszczając kilkadziesiąt access pointów. Potrzeba do tego wiedzy, doświadczenia i wielu pomiarów* – tłumaczy Wojciech Kotkiewicz, Systems Engineer w ABC Data.

INFORMACJE Z ANALIZY ZACHOWAŃ

W rozbudowanej i zaawansowanej instalacji Wi-Fi można wykorzystywać możliwości identyfikowania i lokalizowania

użytkowników w sieci. W przypadku wystaw i innego rodzaju imprez masowych rejestrowanie i śledzenie adresów MAC smartfonów komunikujących się z siecią bezprzewodową (przy czym nie muszą być one do tej sieci podłączone) dostarcza informacji, jak w obiektach poruszają się właściciele wspomnianych urządzeń. Analiza tego typu danych daje osobom administrującym kompleksem wystawowym albo muzeum cenne wskazówki, jakie zmiany powinny zostać wprowadzone w aranżacji wnętrza i organizacji ciągów komunikacyjnych, jak też co zrobić, by lepiej wyeksponować to, na czym organizatorom wydarzenia szczególnie zależy.

Do określania populacji uczestników imprez masowych i ich zachowania, np. na stadionach, mogą także służyć rozwiązania monitoringu wideo. Wyposażony w dodatkowe oprogramowanie analityczne system z kamerami będzie nie tylko zliczać gości, ale też gromadzić dane demograficzne – określać rozkład poszczególnych grup wiekowych itp. Może również identyfikować kibiców, chociażby w związku z tzw. zakazem stadionowym.

W przypadku monitoringu masowo odwiedzanych obiektów użyteczności publicznej wdrożenie automatyki i funkcji analitycznych bardzo się przyda, bo – jak pokazują badania – uwaga osoby śledzącej obraz na wielu ekranach po niedługim czasie wyraźnie słabnie i nie jest ▶

Zdaniem integratora

□ Krzysztof Nikisz, główny architekt rozwiązań Digital, Orange Polska

W obiektach użyteczności publicznej ważne jest dostarczanie w czytelny sposób informacji oraz zapewnienie odpowiedniego nadzoru. Za informacje może odpowiadać Digital Signage – rozwiązanie znane z innych branż. Dobór odpowiednich parametrów wyświetlania jest bardzo istotny, gdyż inne warunki panują w zacienionym muzeum, a inne pod gołym niebem. Ważne jest też samo oprogramowanie, ułatwiające prezentowanie treści i dające możliwość pełnego zarządzania systemem. Sprzęt powinien sam się włączać, wyłączać i w zależności od harmonogramu wyświetlać treści. Rozwiązanie może być interaktywne i reagować na dotyk czy gest. Z kolei, gdy chodzi o nadzór, to najlepiej, jeśli będzie on prowadzony w dyskretny, a przy tym skuteczny sposób. Z pomocą przychodzą rozwiązania analityki wideo, wykrywające zdarzenia niepożądane. Oprogramowanie bez problemu wyłapie osobę, która dostanie się do miejsca zamkniętego lub zacznie zbliżać się do eksponatów. System natychmiast poinformuje pracownika w ustalony wcześniej sposób i w zależności od procedury zacznie wykonywać dodatkowe działania, takie jak zapis nagrania czy wysłanie przypomnienia o zdarzeniu w przypadku braku potwierdzenia przyjęcia zgłoszenia.



Artur Capiga,
Systems Engineer
Manager,
ABC Data



Adam Włastowski,
Product Manager
w dziale Smart
Home, Action



Jędrzej Filipowski,
AV Account
Manager, Optoma

Trendy sprzedażowe i technologiczne

ARTUR CAPIGA Obecnie jest coraz więcej różnych systemów, które w obiektach użyteczności publicznej są ze sobą integrowane. Kiedyś oddzielnie działały monitoring, sieć Wi-Fi, nie były powiązane ze sobą systemy alarmowe czy kontroli dostępu. Teraz to wszystko może być spięte, by następnie się komunikować, przysyłając odpowiednie komunikaty i powiadomienia.

ADAM WŁASTOWSKI W tworzeniu infrastruktury IT dla nowoczesnego obiektu użyteczności publicznej nie chodzi już tylko o zapewnienie przesyłu danych, ale w coraz większym stopniu o zautomatyzowane zarządzanie budynkiem w zakresie kontroli dostępu i monitoringu, funkcji alarmowych czy sterowania oświetleniem oraz ogrzewaniem. To wszystko obecnie daje się integrować w ramach koncepcji smart home/smart building także przy wykorzystaniu sieci bezprzewodowej. Zakres integracji i automatyzacji może być różny w zależności od potrzeb klienta. Coraz częściej jest skalowalny, dając możliwość modyfikacji i rozbudowy systemu zależnie od aktualnych wymagań

JĘDRZEJ FILIPOWSKI Coraz częściej integratorzy starają się kompleksowo wyposażać sale widowiskowe czy audytoria. Coraz mniej jest za to przypadków, gdy jedna firma dostarcza tylko rozwiązanie do projekcji treści, a inne zajmują się pozostałym sprzętem. Teraz zwykle jedna i ta sama firma odpowiada za teletechnikę, wideokonferencje, system AV, nagłośnienie oraz sterowanie. Branże coraz bardziej się przenikają.

- ona w stanie zarejestrować wielu zdarzeń, które wymagają jakiejś reakcji.

WYŚWIETLANIE PO NOWEMU

W rozmaitych obiektach użyteczności publicznej zastosowanie znajdują rozwiązania Digital Signage, a więc systemy składające się z nośników obrazu, playerów treści, oprogramowania i różnych dodatkowych akcesoriów. W przypadku nośników trwa ofensywa paneli LED. Potaniały one na tyle, że coraz częściej są stosowane także w obiektach użyteczności publicznej. Telebimy, jakie obecnie stosuje się na stadionach, są wykonane właśnie w tej technologii.

Choć rolę DS wciąż postrzega się, mając na myśli ekrany wyświetlające obrazy i komunikaty, to coraz bardziej funkcjonalne oprogramowanie może zmienić jednostronną komunikację w bardziej spersonalizowaną i interaktywną relację z użytkownikiem. W obiektach użyteczności publicznej, jak centra wystawowe czy muzea, zwiedzających bardziej zainteresują takie treści, na które będą mogli oddziaływać.

W pewnych projektach DS wielkoformatowe monitory może zastąpić projek-

tor. Jednak trzeba pamiętać, że monitory mają większą jasność i dłuższą żywotność niż projektory lampowe. Dlatego – jak tłumaczy Jędrzej Filipowski, AV Account Manager w Optomie – projektor laserowy sprawdzi się w sytuacji, gdy klient chce uzyskać duży, ponad 100-calowy obraz, ale nie dysponuje budżetem wystarczającym na zakup czterech bezszwowych monitorów, które ze sobą połączy. Ponadto w przypadku instalacji wielomonitorowych do obsługi treści może być potrzebny specjalistyczny komputer z kartą wielowyjściową, co zwiększy koszt całej instalacji.

Audytoria i obiekty o podobnym charakterze potrzebują obecnie do prezentacji obrazu rozwiązań o wysokiej rozdzielczości. W salach, w których wykłady i zajęcia mogą się odbywać od godzin rannych do wieczora, nawet przez cały tydzień, sprawdzą się niezawodne projektory, zapewniające długi czas pracy bez interwencji technika. Zdaniem Jędrzeja Filipowskiego w takich zastosowaniach dobrym rozwiązaniem jest laserowe źródło światła, bo nie wymaga konserwacji i cechuje je długa żywotność.

Co ważne, w obecnych czasach integratorzy starają się zapewnić kompleksową obsługę klientów. Wynika to głównie

z nastawienia instytucji ogłaszających przetargi, które wolą mieć do czynienia z pojedynczym oferentem. Jeśli integrator nie jest w stanie zapewnić tego sam, może zawrzeć odpowiednie alianse. Dlatego coraz częściej tworzone są konsorcja złożone z firm, które dotychczas zajmowały się wyłącznie IT, oraz przedsiębiorstw działających do tej pory wyłącznie w obszarze AV.

OBIEKTY CORAZ BARDZIEJ INTELIAGENTNE

Idea smart home/smart building polega na instalowaniu systemów automatyki budynkowej z wszelkiego rodzaju czujnikami (temperatury, wilgotności, oświetlenia, ruchu itp.), których pomiary mogą wyzwalać zdefiniowane przez użytkownika działania, oraz różnymi urządzeniami sterującymi. W audytoriach użycie jednego przycisku może powodować zaciemnienie okien i włączenie odpowiedniego oświetlenia do prezentacji czy też włączenie i ustawienie mikrofonu. Sterowanie automatyką może odbywać się za pomocą komputera bądź smartfona przy użyciu sieci bezprzewodowej, która zapewnia elastyczność we wdrażaniu i późniejszym modyfikowaniu instalacji systemu.

– Wi-Fi jest zazwyczaj lokalnym medium, dzięki któremu można korzystać z aplikacji do sterowania systemami Smart Home and Security na urządzeniach przenośnych. Coraz częstsze są rozwiązania bazujące na chmurze. Również protokół TCP/IP jest medium, które scala ze sobą poszczególne rozwiązania. Nawet jeśli mają one własne źródło transmisji, jak systemy alarmowe, które ze względu na bezpieczeństwo mają wydzieloną częstotliwość radiową, to komunikacja w ramach całego systemu i z użytkownikiem odbywa się zazwyczaj za pośrednictwem tego protokołu – tłumaczy Adam Włostowski, Product Manager Actionu w dziale Smart Home.

Oprogramowanie do sterowania jest dostarczane zazwyczaj przez producentów poszczególnych komponentów. I tak jak w domu niewygodne jest używanie oddzielnych pilotów do każdego urządzenia, tak w obiekcie najlepszym rozwiązaniem będzie połączenie pojedynczych aplikacji w system, którym można zarządzać za pomocą jednej konsoli. Integracja umożliwi też współdziałanie różnych elementów inteligentnego budynku. Przy czym może ona wymagać od integratora kompetencji w zakresie programowania.

– Zaawansowane rozwiązania, nieprojektowane na rynek konsumencki, wymagają kompetencji i wiedzy, których dostarczają szkolenia kończące się uzyskaniem certyfikatu. Konieczne jest też w tym wypadku zapewnienie wsparcia technicznego przez dostawcę. Bez niego integrator może nie poradzić sobie z wdrożeniem u klienta – twierdzi Adam Włostowski.

Certyfikaty i autoryzowany montaż mogą być wymogiem przy tego typu instalacjach, jeśli będą się wiązać np. z prawem do odszkodowania u ubezpieczyciela w razie włamania, awarii, zdarzenia losowego itp. Ważne jest też, by integrator dobrze orientował się w możliwościach i ograniczeniach oferowanego rozwiązania. Powinien rzetelnie przedstawić je klientowi, by nie narażać go na sytuację, gdy późniejsza integracja wiąże się z niezaplanowanym dużym wzrostem kosztów.

Rynek tego typu rozwiązań jest bardzo rozwojowy, bo o ile smart home w wydaniu konsumenckim cieszy się umiarkowanym zainteresowaniem, o tyle w przypadku nowych i moderni-

Kościół – czy to jest biznes?

Automatyzacją oświetlenia oraz ogrzewania powinni być zainteresowani właściciele obiektów sakralnych. Potrzebują oni też wydajnych i dobrej jakości systemów do prezentacji – czegoś więcej niż wykorzystywane dawniej podczas mszy i innych uroczystości zwykle rzutniki slajdów. Chcieliby zapewne skorzystać z lepszego nagłośnienia i szybkiego dostępu do sieci. Kościoły wydają się też idealnym miejscem dla systemów Digital Signage. W tego typu obiektach niezbędny jest również monitoring, który powinien chronić mienie nierzadko o dużej wartości materialnej i historycznej.

I do takich wdrożeń dochodzi, przynajmniej w przypadku prestiżowych, najbardziej znanych obiektów kościelnych. Gdy jednak chodzi o zwykłe, „szeregowe” parafie, to – jak wynika z doświadczeń rozmówców CRN Polska – nie jest to klient dysponujący budżetami pozwalającymi na myślenie o rozbudowanej infrastrukturze i wprowadzaniu nowej funkcjonalności. Jeśli decyduje się na zakup, np. sprzętu audio-wideo, to wybiera tańsze rozwiązania, które zaspokajają tylko podstawowe potrzeby. Jak zawsze jednak rzecz polega na dotarciu do klienta, bo każdego potencjalnego użytkownika, a więc i proboszcza, można przekonać, że prawdziwe oszczędności wcale nie polegają na kupowaniu najtaniej i zamykaniu się na nowości.

zowanych budynków automatyka staje się wymogiem. Obiekty użyteczności publicznej są więc oczywistym celem resellera. Klientów może przekonać możliwość daleko idącego usprawnienia obsługi, a zarazem ograniczenia kosztów oświetlenia czy ogrzewania, które są dużym obciążeniem w budżetach. Dostawcy przekonują, że projekt i instalacja sprzętu do automatyki budynkowej to jednorazowy, niekoniecznie wielki wydatek, który zwraca się w krótkim czasie. A przy tym utrzymanie systemu typu smart nie musi być skomplikowane. ■

CHIEFTEC

PROTON
POWER SOLUTION



FULL MODULAR
CABLE MANAGEMENT

400W do 1000W

HIGH-END
COMPONENTS

NEW

Szukaj nas u dystrybutorów:

AB: www.ab.pl
ABCDATA: www.abcddata.com.pl
Action: www.action.pl
Komputronik: www.komputronik.pl
email: andreas@chieftec.eu

www.chieftec.pl



Jak zarządzać flotą drukującą w instytucji publicznej

Charakterystyczną cechą floty drukującej w instytucji publicznej jest jej zróżnicowanie i rozproszona struktura. To efekt dokonywanych przez lata zakupów, w ramach procedury prawa zamówień publicznych.

Duże instytucje mają nawet kilkadziesiąt modeli urządzeń drukujących, wielu różnych producentów. Oznacza to często konieczność dostarczania wielu różnorodnych materiałów eksploatacyjnych. Na szczęście możliwości techniczne zapewniają optymalizację nawet tak złożonej infrastruktury druku.

Proces optymalizacji zawsze zaczyna się od audytu, ponieważ, aby obniżyć koszty druku, najpierw należy je określić. Dlatego specjaliści Sharp wraz z pracownikami firmy resellerskiej przez kilka tygodni badają środowisko druku instytucji – inwentaryzują sprzęt i poznają jego stan techniczny. Następnie gromadzone są informacje na temat liczby rodzajów drukowanych dokumentów oraz analizowane są koszty ich produkcji, zakupu materiałów eksploata-

cyjnych oraz serwisu. Na koniec przychodzi czas na wnioski. Nierzadko okazuje się, że nikt w instytucji nie zdaje sobie sprawy z realnych wydatków, jakie są ponoszone na druk, a te są niemałe. Biorąc pod uwagę, że średnio 2–3 proc. obrotów firmy to koszty związane z drukiem, warto przyjrzeć się wydatkom na ten cel.

Do audytu, analizy, a później do stałej kontroli środowiska druku stosowane jest oprogramowanie SharpFleet, które monitoruje urządzenia różnych dostawców, w tym te, które są podłączone lokalnie. Po zakończeniu analizy przychodzi czas na właściwą optymalizację. Do tego celu wykorzystywane są specjalistyczne rozwiązania, dobierane do potrzeb i wymagań instytucji. Są to systemy serwerowe, zapewniające wiele funkcji, wśród których wymienić można kontrolę dostępu

użytkowników, wydruk podążający oraz rozliczanie departamentów, użytkowników i projektów. W efekcie instytucja może liczyć na zwiększenie bezpieczeństwa przepływu informacji, a także znaczące oszczędności związane z drukiem (nawet do 30 proc.) i poprawę wydajności pracowników. Optymalizacja polega również na właściwym doborze urządzeń. Po optymalizacji flota jest zarządzana z poziomu przeglądarki internetowej. Dzięki temu łatwo sprawdzić kto, kiedy, gdzie i ile drukował.

Ważnym skutkiem optymalizacji jest poprawa funkcjonowania instytucji, procesów oraz lepsze wykorzystywanie zasobów ludzkich. Jeżeli do tej pory dużo czasu zajmowało zarządzanie dostawami materiałów eksploatacyjnych, utrzymywanie floty w stanie gotowości do pracy lub organizowanie wizyt serwisu, to dzięki optymalizacji większość tych procesów ulegnie pełnej automatyzacji. To uwalnia od ciągłej ewidencji materiałów i prowadzenia podręcznego magazynku części zamiennych.

Inny element optymalizacji to wsparcie codziennego funkcjonowania instytucji dzięki wykorzystaniu urządzeń drukujących. Przykładem jest zintegrowany sprzętowo z urządzeniami OCR. Dzięki niemu nie trzeba już tracić czasu na przepisywanie pism w celu ich elektronicznej archiwizacji albo edycji. Wystarczy zeskanować dokument papierowy, a zostanie on przetworzony na plik otwartego programu Word, Excel lub dokument PDF. Rozwiązanie to nie wymaga żadnych dodatkowych licencji.

Oprócz tego, że instytucja zostanie wyposażona w najlepszy sprzęt oraz system zarządzania, to jeszcze nikt w niej nie będzie musiał się martwić w razie pojawienia się problemów. Każde rozwiązanie Sharp oferowane jest bowiem z pełną opieką serwisową. Dla placówki olbrzymią wygodą okazuje się także rozliczanie w ramach jednej faktury na podstawie rzeczywiście wygenerowanych wydruków. Do tego jako Sharp daje gwarancję niezmienności stawki za wydruk w czasie trwania kontraktu.

Więcej informacji:

SZYMON TRELA, SZYMON.TRELA@SHARP.EU

XSM Medyk:

szybki dostęp do kompletnej dokumentacji medycznej



Pomimo że określony przez ustawodawcę termin obowiązkowego prowadzenia dokumentacji medycznej w postaci elektronicznej był już kilkakrotnie przesuwany, wiele placówek medycznych podjęło działania związane z modernizacją infrastruktury IT.

Oprócz odpowiednich systemów HIS, systemów diagnostyki obrazowej oraz innego oprogramowania zapewniającego archiwizację, przetwarzanie i udostępnianie danych związanych z prowadzeniem procesu diagnostyczno-leczniczego istotnym elementem budowy platformy Elektronicznej Dokumentacji Medycznej są systemy usprawniające procesy digitalizacji. Jest to związane z zapewnieniem szybkiego dostępu do pełnej dokumentacji medycznej, również tej, która została sporządzona w postaci papierowej. Przykładem rozwiązania, które pomaga w realizacji założeń „cyfrowej reformy medycznej”, jest Xerrex Scan Manager Medyk, system zasilania bazy danych EDM dokumentami sporządzonymi w postaci papierowej. Rozszerza on możliwości medycznych systemów informacyjnych HIS o funkcje digitalizacji papierowych dokumentów.

XSM Medyk skanuje i archiwizuje zarówno dokumentację medyczną, jak i druki związane z bieżącą działalnością administracyjną szpitala lub przychodni. Wysoki stopień integracji z systemami HIS i EDM, wykorzystywanymi przez placówki ochrony zdrowia, umożliwia szybkie

zasilanie szpitalnych baz danych o archiwalne i zewnętrzne dokumenty związane z procesem leczenia oraz o bieżące formularze, które wymagają podpisu pacjenta.

System współpracuje z wyposażonymi w panele dotykowe skanerami nabiurkowymi i urządzeniami wielofunkcyjnymi różnych producentów. Dzięki temu indeksowanie przekształcanych do postaci cyfrowej dokumentów może być dokonywane już na etapie ich skanowania. Odpowiednie informacje, służące do ich opisanie, są pobierane z bazy danych pacjentów HIS i dostępne w formie listy rozwijalnej na panelu dotykowym urządzenia. Podpisywana przez pacjenta dokumentacja wewnętrzna sporządzona w oprogramowaniu medycznym jest archiwizowana z pominięciem ręcznego indeksowania. Wszystkie potrzebne do opisanie dokumentu dane są automatycznie pobierane z jego treści, a on sam zostaje zapisany w odpowiednim miejscu bazy danych EDM.

Użytkownicy XSM Medyk mogą liczyć na automatyczne przetwarzanie i odczyt danych z dokumentów dzięki wbudowanym mechanizmom rozpoznawania tekstu OCR oraz odczytu kodów jedno-

i dwuwymiarowych. Moduł zapewniający automatyczne odczytywanie treści powstał z kolei dzięki narzędziom ABBYY FineReader, udostępnionym przez Generalnego Przedstawiciela w naszym kraju – firmę AutoID Polska (kontakt: finereader@finereader.pl).

Aby zapewnić poprawność rejestracji dokumentów w EDM, w oprogramowaniu XSM Medyk wbudowano narzędzia zabezpieczające bazę danych przed wprowadzeniem do niej dokumentów z błędnymi informacjami. Dane sprawdzane są pod kątem poprawności składni (liczba i rodzaj znaków, układ itp.), a wyrażenia mające sumy kontrolne są dodatkowo badane pod kątem ich zgodności. Informacje o ewentualnych błędach i niezgodnościach w przetwarzaniu, zapisie lub odczycie danych są wyświetlane w postaci komunikatów na stacjach roboczych użytkowników i na panelach urządzeń skanujących. Ponadto system zawiera interfejs modułu nadzorującego przetwarzanie dokumentów, za pomocą którego personel może sprawdzić ich status, uzupełnić brakujące lub poprawić błędne dane. Co ważne, zeskanowane i przetwarzane przez system dokumenty, przed ich przekazaniem do modułu EDM, mogą być autoryzowane podpisem cyfrowym.

Ponieważ XSM Medyk składa się z szeregu modułów realizujących poszczególne zadania związane ze skanowaniem i archiwizacją dokumentów, integrator może dostosować rozwiązanie do obsługiwanej dokumentacji, preferencji poszczególnych grup pracowników oraz sprostać wymaganiom stawianym placówkom medycznym przez ustawodawcę.

Podstawowe cele uruchomienia XSM Medyk

- ▶ optymalizacja procesu obsługi pacjenta,
- ▶ zwiększenie efektywności działalności leczniczej,
- ▶ usprawnienie funkcji gromadzenia danych,
- ▶ przyspieszenie dostępu do informacji,
- ▶ zwiększenie bezpieczeństwa danych i efektywne zarządzanie zasobami,
- ▶ optymalizacja procesów wewnętrznych w placówce medycznej.



Fot. Jakub Jirsák - Fotolia.com

Zarządzanie danymi: oddzielić ziarna od plew

Przedsiębiorstwa coraz gorzej radzą sobie z zarządzaniem danymi. Na ratunek przychodzą im innowacyjne rozwiązania umożliwiające zapanowanie nad cyfrowym chaosem.

WOJCIECH URBANEK, SUNNYVALE

Ponad 90 proc. wszystkich danych wytworzonych na całym globie powstało w ciągu ostatnich dwóch lat. Niektóre przedsiębiorstwa, takie jak np. Met Office, brytyjski narodowy serwis meteorologiczny, przechowują na swoich nośnikach 60 PB danych, przetwarzając dziennie ok. 1 PB. To liczby, które dziś szokują, ale już wkrótce nie będą robić na nikim większego wrażenia.

Analitycy z IDC straszą, że w 2025 r. ilość przetwarzanych danych wyniesie 163 ZB – dziesięciokrotnie więcej niż rok temu. Taki stan rzeczy nie pozostaje bez wpływu na budżety przeznaczone na informatykę. Wprawdzie cena za 1GB powierzchni dyskowej spada, a poza tym istnieje alter-

natywa w postaci tanich taśm czy usług chmurowych, niemniej kłopotów nie brakuje. Jedną z największych bolączek administratorów serwerowni jest rosnąca liczba macierzy dyskowych oraz serwerów. Często pochodzą one od kilku producentów, różnią się wiekiem i bazują na różnych technologiach. Zarządzanie tak skomplikowaną strukturą wymaga użycia odpowiednich narzędzi. Tymczasem, jak wynika z badań Experian Data Quality, jedynie 24 proc. firm korzysta z centralnego systemu zarządzającego danymi.

– *Infrastruktura nie musi być droga, pod warunkiem że nie obciąża się jej zbędnymi zasobami. Jestem przekonana, że 80 proc. kosztów eksploatacji pamięci masowej po-*

chlania zarządzanie danymi, czyli takie procesy jak: migracja, obsługa, ochrona i znajdowanie odpowiednich danych – twierdzi Krishna Subramanian, prezes Komprise.

Czy to trafna diagnoza? Hinduska menedżer, która notabene znalazła się na prestiżowej liście „Women of the Channel 2017” amerykańskiego wydania CRN, nie jest odosobniona w swoim osądzie. W Dolinie Krzemowej działa wiele firm, które podobnie jak Komprise pracują nad rozwiązaniami zapewniającymi uporządkowanie cyfrowych zasobów, a fundusze venture capitals chętnie inwestują w tego typu projekty. Klientów nie powinno zabraknąć, bo na firmowych serwerach spoczywa mnóstwo bezużytecznych plików.

– *Słabą jakością danych stanowi duży problem w przypadku większości przedsiębiorstw. Korzystanie z tego typu zasobów można porównać do podróżowania drożką w XXI wieku* – mówi Bruce Rogers, CIO w Forbes Media.

Jednak przedsiębiorcy powoli zaczynają sobie zdawać sprawę, że należy oddzielić ziarna od plew. Według cytowanego wcześniej badania Experian Data Quality 31 proc. firm planuje w ciągu najbliższych dwunastu miesięcy wdrożyć projekty związane z integracją cyfrowych zasobów.

DANE I KOSZYKÓWKA

Rubrik przygodę z rynkiem IT rozpoczął dwa lata temu od prezentacji rozwiązania do backupu i odzyskiwania danych. Od tego czasu startup zdążył stworzyć osiem jego kolejnych wersji, wprowadzając przy okazji szereg innowacji. Owocem licznych zmian jest platforma Cloud Data Management 4.0, pod względem funkcjonalności budująca nieodparte skojarzenia ze szwajcarskim szczyrykiem. System umożliwia ochronę danych, obsługuje wyszukiwanie indeksowe, a także zarządza backupem, kopiami dokumentów, archiwum oraz zasobami przechowywanymi w chmurze.

Platformę Cloud Data Management 4.0 tworzą oprogramowanie oraz fizyczny sprzęt. W zależności od skali dostępne są wersje o różnych parametrach, ale wszystkie obsługują nośniki SSD i klasyczne dyski. Rubrik zdążył wyrobić sobie markę za oceanem. Resellerzy, którzy wzięli udział w badaniu Pacific Crest Securities, umieścili startup wśród pięciu najbardziej perspektywicznych, młodych dostawców rozwiązań dla centrów danych. W tym gronie znaleźli się także Pure Storage, Nutanix, należące do HPE – Nimble Storage, oraz Simplivity. Rubrik szybko stał się też ulubieńcem inwestorów z Doliny Krzemowej, którzy do tej pory zasilili startup kwotą 292 mln dol. Pod koniec sierpnia do grona inwestorów dołączył koszykarz Kevin Durant, będący graczem Golden State Warriors, aktualnego mistrza NBA.

Firmę obecnie wycenia się na 1,3 mld dol., dzięki czemu dołączyła do tzw. jedno-rodziców, czyli technologicznych startupów o wartości przynajmniej 1 mld dol.

– *Jesteśmy dopiero na początku podróży. Realizujemy długoterminową strategię budowy stabilnej firmy. Na razie zrealizowaliśmy mniej niż 10 proc. naszych założeń* – przyznaje Bipul Sinha, CEO Rubrik.

TRAFIĆ NA ODPOWIEDNI POZIOM

Większość macierzy dyskowych oferuje funkcję automatycznego rozmieszczania plików w różnych warstwach pamięci. System sprawdza, które dane są najczęściej eksploatowane, i przenosi je na szybkie nośniki SSD, a nieużywane fragmenty trafiają na wolniejszy dysk, np. SATA. Ale co zrobić w sytuacji, gdy firma ma kilka różnych

80 proc. kosztów eksploatacji pamięci masowej pochłania zarządzanie danymi.

systemów, przechowuje pliki w środowisku lokalnym i chmurze oraz wykorzystuje różne technologie składowania danych? Na rynku pojawiają się rozwiązania, które próbują zmierzyć się z tym wyzwaniem.

– *Nasi klienci przechowujący ogromne ilości danych, korzystający z różnych macierzy dyskowych natrafiają na liczne problemy. Jednym z najważniejszych jest odpowiednia alokacja plików* – przyznaje David Cerf, CEO Strong Box Data Solutions.

Wprawdzie firma działa zaledwie od roku, ale ani jej szef, ani pracownicy nie są nowicjuszami w branży pamięci masowych. David Cerf, wcześniej wiceprezes ds. rozwoju biznesu w Crossroads Systems, wykupił system do archiwizacji StrongBox i rozpoczął działalność na własny rachunek. System jest sprzedawany przez Fujifilm pod marką Dternity. Jednak ciekawszym rozwiązaniem wydaje się oprogramowanie StrongLink, które trafiło do sprzedaży na początku roku.

– *Ten produkt to przyszłość zarządzania danymi* – zapowiada szumnie David Cerf.

Omawiane oprogramowanie wyszukuje pliki oraz obiekty i ocenia je na podstawie metadanych, dokonując klasyfikacji. Następnie przenosi dane pomiędzy war-

stwami lub różnymi urządzeniami. Żeby połączyć różne pamięci masowe w inteligentną pulę, a następnie nią zarządzać, StrongLink wykorzystuje uczenie maszynowe, a także uprzednio zdefiniowane polityki. David Cerf zapewnia, że wdrożenie oprogramowania StrongLink umożliwi obniżenie kosztów związanych z eksploatacją danych nawet o 80 proc.

Alternatywne rozwiązanie oferuje Komprise. Choć ten wspomniany już wcześniej startup działa zaledwie od trzech lat, niemniej zdążył pozyskać 18 mln dol. od inwestorów z Doliny Krzemowej. Firmę dostrzegli też analitycy Gartnera, umieszczając ją na liście „Cool Vendor in Storage Technologies 2017”.

Komprise opracował oprogramowanie łączące funkcje zarządzania pamięciami masowymi z zaawansowaną analityką. Software pozwala administratorowi zdefiniować wiele reguł dotyczących przenoszenia danych oraz ich archiwizacji. Na system składają się dwa elementy: Komprise Director oraz Komprise Observer. Pierwszy z wymienionych służy do zarządzania i administracji. Najczęściej uruchamia się go w chmurze Amazona, jako SaaS lub (rzadziej) jako lokalną maszynę wirtualną. Z kolei komponent Komprise Observer odpowiada za inwentaryzację pamięci masowych oraz realizację polityk zdefiniowanych przez Komprise Director. Jest to wirtualna maszyna umieszczana w środowisku klienta. Użytkownik ma możliwość utworzenia praktycznie nieograniczonej ilości tego typu „wirtualak” wraz ze wzrostem przechowywanych zasobów.

Oprogramowanie zdaje egzamin w dużych przedsiębiorstwach przetwarzających petabajty danych. Nie bez przyczyny na liście referencyjnej klientów Komprise znajdują się m.in. Electronic Arts czy AIG.

– *Jak wspominałam wcześniej, sam proces przechowywania danych jest stosunkowo tani. Nie można tego powiedzieć natomiast o ręcznym zarządzaniu zasobami. Automatyzacja umożliwia odkrywanie danych o znacznej wartości. To atrakcyjna propozycja dla dużych przedsiębiorstw, które coraz częściej przychodzą do nas i proszą o pomoc. Jedno z nich, poważny bank, przez bezużyteczne dane (tzw. zombie) tracił w skali roku 9 mln dol.* – podkreśla Krishna Subramanian. ■

Rewolucja cyfrowych nomadów

Pojawiające się w ostatnim czasie raporty analityczne pozostają w zgodzie z wypowiedziami producentów sprzętu teleinformatycznego. Zarówno analitycy, jak i dostawcy mówią, że telekomunikację w firmach czeka radykalna zmiana.

ANDRZEJ JANIKOWSKI

Siłą inicjującą proces ma być nowe pokolenie pracowników. Potocznie nazywa się ich millenialsami – w Polsce zwykło się określać w taki sposób ludzi urodzonych w latach 1984–1997. Raport Oxford Economics (dostępny pod adresem www.oxfordeconomics.com/when-the-walls-come-down) pokazuje, że w nadchodzącej dekadzie mogą oni stanowić nawet 75 proc. aktywnych zawodowo osób. Bardzo często są utożsamiani z cyfrowymi nomadami, czyli ludźmi pracującymi de facto w każdym miejscu z wykorzystaniem telefonu komórkowego i łącza internetowego.

Specjaliści są przekonani, że to właśnie taki styl pracy będzie miał znaczny wpływ na funkcjonowanie biur. Nowa generacja zatrudnionych ma bowiem nie tylko inne przyzwyczajenia niż starsza, ale też inne oczekiwania. Ponad 60 proc. woli elastyczne warunki zatrudnienia. Jak wynika ze wspomnianego raportu, millenials z USA, Niemiec i Francji mają obecnie więcej wspólnego ze swoimi rówieśnikami ze wschodzących rynków, jak Brazylia, Chiny, Indie czy Meksyk, niż ze starszymi pokoleniami w swoich własnych ojczyznach.



Fot. © MichaelJBerlin – Fotolia.com

ZABAWA W GŁUCHY TELEFON

Jeszcze w latach 90. łącze telefoniczne było głównym kanałem komunikacji klientów z firmą. Teraz jest jednym z wielu, używanym albo przez stałych klientów, albo wtedy, kiedy inne są niedrożne. Marcin Tułodziecki, dyrektor Pionu Central w Płatanie, zjawisko to obserwuje u siebie w firmie. Sytuacja preferowana to taka, w której użytkownicy najpierw zapoznają

się z listą najczęściej zadawanych pytań lub wypełniają formularz na stronie.

– *Poza tym młodszych pracowników cechuje niechęć do kontaktów telefonicznych. Aby umówić spotkanie, wolą wysłać kilka wiadomości tekstowych, zamiast przeprowadzić krótką rozmowę* – mówi Marcin Tułodziecki.

Z kolei Rafał Zieliński, Solution Design Manager w ALE, zauważa, że wzrost liczby pracowników terenowych zaowocuje tym, iż nie telefon fizyczny będzie ważny, ale raczej numer przypisany do użytkownika. Niemniej nie należy się spodziewać, że komunikacja w firmie opierała się będzie tylko na GSM. Duże przedsiębiorstwa nie zgodzą się na to, bo w efekcie straciłyby kontrolę nad połączeniami.

Zatem mimo że telefonia komórkowa święci coraz większe sukcesy, a millenalsi raczej unikają linii stacjonarnych, to telefon na biurku pozostanie atrybutem

Jak po ogień

Ciekawym przykładem nowinki ICT, jakich będzie przybywać, może być połączenie systemu telekomunikacyjnego z instalacją przeciwpożarową. Idea jest taka, że kiedy w budynku na dowolnej kondygnacji wybuchą pożar i włączy się alarm, informacja o problemach jest kierowana do urządzenia stacjonarnego pracownika. Innymi słowy z systemu przeciwpożarowego zostaje wygenerowany komunikat, który jest przekierowywany do telefonów w danej strefie. Jest on skonfigurowany w taki sposób, że użytkownik musi odsłuchać go do końca.

miejsca pracy. Jak wynika z raportu innovaphone (jego pełna wersja dostępna jest pod adresem www.innovaphone.com/pl/rozwiązania/anywhere-workplace.html) ważnym czynnikiem decydującym o przyszłości będzie właściwa integracja tego urządzenia z systemem telekomunikacyjnym i uwzględnienie go jako elementu składowego całego rozwiązania. Oznacza to, że w przypadku dodatkowych usług, takich jak czat, lista połączeń, połączenia wideo, informacje o stanie obecności lub udostępnianie aplikacji, zapewniona musi być zintegrowana komunikacja między różnymi kanałami.

– Nie ulega wątpliwości, że telefon stacjonarny nie jest już głównym kanałem komunikacji w nowoczesnym przedsiębiorstwie, całkowicie do lamusa jednak nie przejdzie – mówi Dagmar Geer, prezes innovaphone.

ZMIANY W CENTRALI

Z dużym prawdopodobieństwem można powiedzieć, że pogorszenie koniunktury w segmencie telefonów nabiurkowych osłabi rynek PBX-ów. Mechanizm polega na tym, że aparaty stacjonarne będą wypierane przez inne środki komunikacji, na przykład komunikatory tekstowe, które dla młodszego pokolenia są bardziej naturalne niż słuchawka telefoniczna. To spowoduje zmniejszenie liczby portów lub kont VoIP, z którymi związana jest dana centrala.

Ponadto w przypadkach, gdy połączenia głosowe służą firmie głównie do łączności zewnętrznej, jej decydenci mogą dojść do wniosku, że przedsiębiorstwie wystarczająco linie bezpośrednio od operatora telekomunikacyjnego – VoIP lub tradycyjne. To kolejny czynnik wpływający negatywnie na rynek central abonenckich. W tej sytuacji wiele zależy od oczekiwań danej firmy, ale też oferty operatora telekomunikacyjnego. Jeśli za przystępną cenę zapewni takie usługi, jak przełączanie, kolejgowanie połączeń, zapowiedzi głosowe, muzyka w czasie oczekiwania, nagrywanie, to segment PBX-ów może czekać regres. A jeśli do tego pojawią się przyjazne użytkownikom narzędzia do zarządzania całym systemem telekomunikacyjnym, może się okazać, że posiadanie własnej centrali jest nieuzasadnione ekonomicznie.

– Jednak nawet pobieżna analiza rynku pokazuje, jak bardzo różne są wymagania



MARCIN TUŁODZIECKI

dyrektor Pionu Central w Platanie

Wydaje mi się, że, jeśli chodzi o komunikację, to w przyszłości dominować będą media społecznościowe uzupełniane e-mailem, formularzami internetowymi, SMS-ami czy wreszcie połączeniami głosowymi. Obecnie trudno nam sobie wyobrazić, aby sprawy urzędowe mogły być załatwiane za pośrednictwem FB, jednak oficjalne profile urzędów zawierają coraz więcej danych. Być może więc, podobnie jak w przypadku wielu firm, staną się miejscem, w którym informacje aktualizuje się znacznie częściej niż na dość statycznych stronach internetowych. Może dojdzie do sytuacji, w której na spotkanie w urzędzie umówimy się za pomocą mediów społecznościowych.

użytkowników – mówi Marcin Tułodziecki. – Dlatego trudno oczekiwać, aby operatorzy telekomunikacyjni przygotowali rozwiązania adekwatne do większości potrzeb.

Niekorzystna tendencja może zostać jeszcze wzmocniona. Z PBX-ów mogą zrezygnować firmy, którzy nie mają bezpośrednich kontaktów z zewnętrznymi

poznawać indywidualne potrzeby i dostosowywać do nich wyposażenie biura – mówi Magdalena Wąsiewicz, KeyChannel Account Manager Poland w Plantronics.

Poza tym biura jednej firmy mogą znajdować się w różnych lokalizacjach na całym świecie. Zarządzanie sprzętem w wielu miejscach wymaga dobrych systemów komunikacji zuniifikowanej, umożliwiających szybką i łatwą konfigurację ustawień oraz monitorowanie połączeń.

Unifikacja rozumiana jest przez wielu jako integracja systemów: telefonicznego, dostępowego i automatyki. Umożliwia szybką reakcję na zdecydowaną większość pojawiających się problemów, np. związanych z bezpieczeństwem. Specjaliści uważają, że będzie ona zataczać coraz szersze kręgi i obejmować nowe obszary. Producenci są przekonani, że już w najbliższej przyszłości właściwie wszystkie elementy biurowego komunikacyjnego „krwioobiegu” będą porozumiewać się ze sobą, a sprzyjać ma temu obniżka cen urządzeń.

– Zyska na znaczeniu komunikacja wideo, która dzisiaj jest ograniczana często przez niedostateczną przepływność łączy. Już średniej klasy sprzęt będzie wyposażony w funkcję wideo, a telefon bez tych opcji w zasadzie straci rację bytu. Oczywiście, aby tak się stało, trzeba, aby ceny komponentów wideo spadły. Zresztą już pomalutku zaczynają tanieć – mówi Andrzej Tulicki, Product Manager Grandstream w Impet Computers.

W dalszej perspektywie miejsce pracy będzie ewoluowało w stronę cyfrowego miejsca pracy, w którym ważną rolę będą odgrywały takie rozwiązania, jak wirtualny doradca i w ogóle systemy sztucznej inteligencji. Ale to już temat na inny artykuł. ■

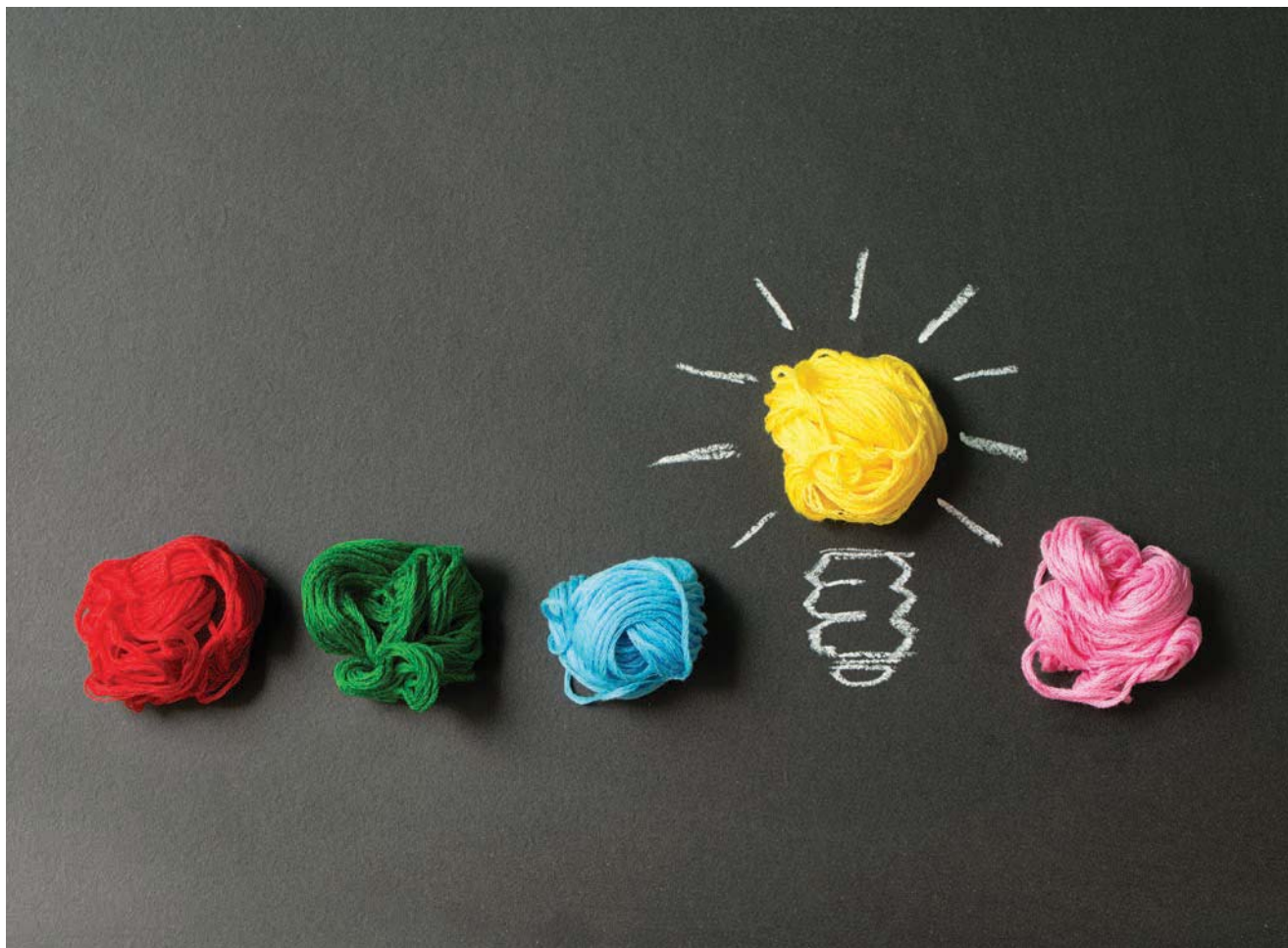
Młodszych pracowników cechuje niechęć do kontaktów telefonicznych.

mi interesariuszami. Jednak nie znikną one rynku, raczej się przekształcą. Zdaniem producentów ma nastąpić wzmocnienie segmentu tego sprzętu, który jest w stanie obsługiwać nie jedno, a kilka różnych typów urządzeń.

CHCĄ RÓŻNORODNOŚCI

Być może nadchodząca fala nowych pracowników spowoduje, że już wkrótce będziemy świadkami końca pewnego modelu biznesowego, w którym wszyscy zatrudnieni mają identyczny sprzęt – laptopy, słuchawki i telefony na każdym biurku. Plantronics przeprowadził badania, które umożliwiły zdefiniowanie kilku typów pracowników, którym w zależności od realizowanych projektów potrzebne są różne urządzenia. Handlowiec spędzający wiele godzin w samochodzie ma inne potrzeby niż menedżer zarządzający zespołem.

– Moim zdaniem przyszłość należy do pracodawców, którzy będą potrafili roz-



Fot. © Kenishiroite - Fotolia.com

10 błędów niszczących kulturę innowacji

W niniejszym artykule dzielę się moimi doświadczeniami związanymi z tworzeniem innowacyjnej kultury, a także zwracam uwagę na to, jak uniknąć pułapek, które czają się na niełatwej drodze innowatora, i jakich błędów unikać.

RAFAŁ DUDKOWSKI

W dyskusji o zarządzaniu innowacjami często skupiamy się na historiach sukcesów i tym, jakie działania podjąć lub za pomocą jakich procesów skutecznie rozwijać innowacje od etapu kreacji do ich wdrożenia komercyjnego. Często pomijany jest tutaj kluczowy aspekt, czyli kultura

innowacji warunkująca ich sukces. Stanowi ona swoiste spoiwo, które łączy ze sobą wszelkie inicjatywy w firmie nakierowane na rozwój. Jej brak bądź niedostateczny poziom rozwoju może z kolei skutkować tym, że nasze działania będą dalekie od oczekiwanych. Omówmy więc błędy, które mogą skutecznie zniweczyć nasze wysiłki.

Błąd pierwszy Niepewność odnośnie do priorytetów innowacyjnych

Brak jasnej wizji innowacji w firmie prowadzi do przypadkowego tworzenia pomysłów, nieprzejrzystych kryteriów oceny, nieustrukturyzowanych przeglądów pomysłów i ich selekcji oraz słabego uzasadnienia decyzji. Jak temu zaradzić?

Kluczowe jest tutaj zdefiniowanie jasnej i przejrzystej strategii innowacji przez zdefiniowanie i komunikowanie: po co, gdzie, jak i z kim „robić innowacje”. Uwaga: strategia innowacji musi być spójna z ogólną strategią firmy i musi wspierać jej realizację.

Błąd drugi Zbyt duża presja krótkoterminowych działań operacyjnych

Często firmy, poszukując tzw. prostych rezerw, zbyt koncentrują się na „nawprawianiu” i „optymalizowaniu”, a nie na kreatywnym „wymyślaniu na nowo” produktów, procesów i usług. Jakie środki zaradcze należy tu podjąć? Kluczowe jest w tym przypadku powołanie liderów innowacyjności w celu kierowania, motywowania i wspierania zespołów w podważaniu status quo, odkrywaniu szans i poszukiwaniu nowych rozwiązań. Ważne jest też ustalenie konkretnych miar wyników w systemie zarządzania poprzez cele w dziedzinie innowacji, dla każdego menedżera i pracownika firmy.

Błąd trzeci Niedostateczne zorientowanie na klienta lub użytkownika

Podstawowe problemy, z jakimi firmy borykają się na tym etapie, to zbytne poleganie na powierzchownej wiedzy o kliencie lub wiedzy z przeszłości oraz niepełne lub nieprecyzyjne zdefiniowanie potrzeb konkretnych grup klientów. Antidotum na te bóle może stanowić „wejście w buty klientów” w celu zrozumienia ich doświadczenia pod kątem zadania do wykonania oraz otwarcie się i aktywne zaangażowanie klientów w proces współtworzenia nowych produktów i usług.

Błąd czwarty Obawa przed eksperymentowaniem i podejmowaniem ryzyka

Ten grzech jest z reguły wynikiem nierealistycznych celów finansowych lub kultury organizacyjnej, która nie toleruje błędów. Musimy pamiętać o tym, że innowacja wiąże się z ryzykiem i podejmowaniem decyzji w warunkach bardzo dużej niepewności. Ten grzech może w całości sparaliżować wszelkie działania innowacyjne w firmie. Środki zaradcze to: przykład idący z góry (chodzi o to, aby liderzy firmy wspierali także projekty wysokiego ryzyka/wysokiego

zwrotu) oraz zastosowanie „przedsiębiorczego” podejścia dotyczącego inwestycji, alokacji zasobów, wspierania i oczekiwań odnośnie do zwrotu z inwestycji w projekty innowacyjne.

Błąd piąty Brak cierpliwości dotyczące rezultatów działań innowacyjnych

W pościgu za spełnieniem krótkoterminowych celów często pojawia się tendencja, aby „zakrecać kurek” zbyt wcześnie w przypadku przełomowych działań innowacyjnych o długim horyzoncie realizacji – co jest dla nich zabójcze, gdyż o takie projekty trzeba umiejętnie dbać. Jak przeciwdziałać tym zagrożeniom? Rozwiązaniem jest alokowanie zasobów do projektów długoterminowych, które następuje po weryfikacji ich potencjału, jeśli chodzi o kreowanie przełomowej wartości. Innym sposobem, aby zapobiec przedwczesnej śmierci przełomowych pomysłów, jest prezentowanie projektów długoterminowych zaufanym i zmotywowanym klientom, aby poznać ich opinię i zapewnić ich wsparcie.

Błąd szósty Powstanie funkcjonalnych i geograficznych silosów

Ten błąd skutkuje niemożnością współpracy „ponad podziałami” organizacyjnymi, jego skutki to: izolacjonizm organizacyjny (podejście „silosowe”), niemożność współdzielenia projektów, walka na pomysły i o budżety oraz postawa dominująca (np. centrali względem regionów). Środki zaradcze to: utworzenie mieszanych zespołów projektowych, od etapu tworzenia pomysłów po etap komercjalizacji, a także stymulowanie ducha zespołu za pomocą wspólnych treningów rozwojowych oraz jednolitego systemu miar i ocen działań innowacyjnych.

Błąd siódmy Biurokratyczne i sztywne otoczenie

Grzech ten powoduje, że dochodzi do duszenia innowacyjności przez zbyt wiele przepisów i regulacji firmowych. Aby temu zapobiec, należy promować w przedsiębiorstwie pokonywanie barier biurokracji, wolność działania i wspieranie ludzi śledzących absurdalności organizacyjne. Ważne też jest stymulowanie zespołów innowacyjnych i umożliwienie im stosowania własnych reguł działania,

aby osiągnąć cele (w ustalonych ramach czasowych i budżetowych).

Błąd ósmy Brak lub błędny dobór zachęt i nagród

Objawia się on tym, że ma miejsce nagradzanie raczej indywidualnych, a nie grupowych osiągnięć, słabe docenianie tych, którzy inwestują własny czas i wysiłek w działania innowacyjne, oraz stosowanie ograniczonych zachęt dla podejmujących wyzwania przedsiębiorcze w organizacji. Aby temu przeciwdziałać, należy: tworzyć systemy doceniania i nagradzania także działań zespołowych oraz wspierać i nagradzać przedsiębiorczych pracowników w sposób przez nich samych uważany za najbardziej właściwy.

Błąd dziewiąty Nieuczenie się na błędach

Kiedy podstawą walki konkurencyjnej jest innowacyjność, trwała przewaga nie wynika z wyższości konkretnego wynalazku, lecz z ponadprzeciętnych kompetencji przywódczych potrzebnych do budowania organizacji, która potrafi uczyć się na błędach szybciej, skuteczniej i konsekwentniej niż konkurenci. Środki zaradcze to: traktowanie potknięć jako okazji do wyciągnięcia wniosków i niepowtarzania już raz popełnionych błędów, a także tworzenie systemu transferu praktyk i doświadczeń na bazie zarówno dobrych, jak i złych doświadczeń.

Błąd dziesiąty Niekorzystanie z dobrych rad

Niestety, zbyt często dobre rady nie są wykorzystywane przez firmy...

Dowiedz się więcej na sla.ican.pl



DR RAFAŁ DUDKOWSKI

OD PRAWIE 20 LAT ZAJMUJE SIĘ ZAWODOWO TEMATYKĄ STRATEGII I INNOWACJI, DORADZAJĄC FIRMOM W POLSCE

I ZA GRANICĄ (M.IN.: PORSCHE, BOMBARDIER, NESTLE, PHILIPS, TETRAPAK, CITIBANK, T-MOBILE) PRZY FORMULOWANIU STRATEGII INNOWACJI, TWORZENIU PROCESÓW ZARZĄDZANIA DZIAŁALNOŚCIĄ BADAWCZO-ROZWOJOWĄ I ROZWOJEM NOWYCH PRODUKTÓW CZY ROZWIJANIU KULTURY INNOWACJI. DZIAŁA RÓWNIEŻ JAKO PRZEDSIĘBIORCA I TZW. BUSINESS ANGEL.

KONTAKT Z AUTOREM: [R.DUDKOWSKI@HBRP.PL](mailto:r.dudkowski@hbrp.pl)



Fot. © bizvector - Fotolia.com

Nie jesteś kreatywny? Nic w tym złego...

Słowo „kreatywny” powoduje u mnie ból głowy. Jest jakiś duży nacisk na bycie pomysłowym. Na tworzenie kreatywnych projektów i biznesów. Gdybym podczas rekrutacji do moich zespołów przy każdym życiorysie, w którym zawarte jest stwierdzenie o kreatywności, pił kieliszek czystej, pewnie nigdy bym nie trzeźwiał.

ŁUKASZ KARBOWSKI

Wszelobecne jest także poczucie: „ja też mogę”. Szczególnie wtedy, gdy po kilku zarwanych nocach nad dopracowaniem pomysłu wpadasz na spotkanie zespołu złożonego z samych „kreatywnych”. Przedstawiasz swoje pomysły i nagle słyszysz, że to nic takiego, że oni też mogliby na to wpaść po butelce wina lub innych używkach. Problem w tym, że niczego nie wymyślili... ale przecież mogliby, gdyby tylko chcieli, to takie łatwe. Zwłaszcza gdy już wcześniej przedstawiłeś swój pomysł...

Praca koncepcyjna z reguły jest niedoceniana. Jeśli nie urobiłeś sobie rąk po łokcie i bardzo się przy tym nie zmęczyłeś, nie nazywaj tego pracą. Nieważne, że stworzenie danej koncepcji zajęło Ci parę dobrych tygodni, że na ścianie w sypialni rozrysowałeś wszystkie możliwe za i przeciw, że stworzyłeś coś błyskotliwego i kompletnego. Przeciętny zjadacz chleba nie dostrzeże wysiłku włożonego w wygenerowanie dobrych pomysłów, jego umysł przyjmuje je jako coś zupełnie oczywistego. Dodatkowo, jeśli trzymasz się zasady, że w prostocie siła, w ogóle nie spodziewaj się, że twój wysiłek zostanie doceniony. „Upraszczać tak bardzo, jak to tylko możliwe, ale nie bardziej”. O tym warto pamiętać przy każdej pracy koncepcyjnej. Wiadomo, że podczas sesji burzy mózgow łatwiej jest „odlecieć” z kreatywnością, jednak na koniec należy zadać sobie pytanie, czy można to jeszcze jakoś uprościć. Takie działanie przynosi efekty.

Często zatem ci prawdziwie kreatywni rzucają pomysłami prostymi, wydawałoby się, że wręcz trywialnymi. W tym właśnie tkwi ich geniusz. Chociaż dla ogółu grupy projektowej ich przydatność w zespole jest... niska. Panuje bowiem tendencja do wykazywania się. Tak więc myśląc nad koncepcją, dajmy na to, reklamy nawozu dla roślin, czemu nie pokazać paru eksplozji i małego, uroczego kotka. Ktoś zapyta: po co? No jak to po co? Wybuchy przecież zawsze przyciągają uwagę, podobnie jak pełne słodczy kocięta. W efekcie klient dostaje groch z kapustą, który nawet dobrze przyrządzony, nie zamieni odbiorcy takiego komunikatu w klienta.

Czas powiedzieć to otwarcie: nie wszyscy jesteśmy kreatywni! I nie ma niczego złego w tym, że są wśród nas pionierzy

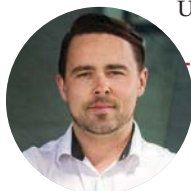
„Kreatywność”: grzechy główne

1. Naoglądałeś się fajnych produkcji wideo w Internecie lub na nocy reklamożerców w kinie? Świetnie! Pamiętaj jednak, że to, co sprawdziło się przy jednej okazji, niekoniecznie zadziała w innym kontekście. Samo oglądanie dobrych produkcji jest oczywiście potrzebne, ponieważ wpływa na wycucie estetyki, ale w działaniu przypomina szkolenia coachingowe, z których wychodzi się nabuzowanym energią. Ta chwilowa, rozpierająca chęć tworzenia kreatywnością nie jest.
2. Przeczytałeś gdzieś, że ludzie lubią oglądać kocięta w Internecie? Znakomicie! Masz w głowie jeden kadr ukazujący kotka bawiącego się włóczką. Widzisz to oczami wyobraźni, podoba Ci się. OK, tylko co z tego, jeśli nie wiesz, co zrobić z tym dalej i jaką zbudować wokół tego historię. Szczątkowa wizja, niekompletny kadr to może być dobry punkt zaczepienia do rozbudowania koncepcji, jednak jeśli zostaje tylko strzępkiem obrazu, do niczego się nie przyda.
3. Zbyt mocno „odjeżdżasz” ze swoimi pomysłami. Co z tego, że wymyślisz niestworzone obrazy i dopiszesz do nich fantastyczne historie, jeśli utkniesz na późniejszym etapie realizacji. Nie wszyscy mamy zaplecza finansowe i technologiczne jak wielkie firmy w rodzaju Pixara. Nie ludźmy się zatem, że możemy wszystko. Dobrze, jeśli w zespole kreatywnym pracują zarówno wizjonerzy, jak i ludzie, którzy słusznymi argumentami potrafią odwieść resztę od złych pomysłów. Dzięki temu można uniknąć wielu rozczarowań. Jeśli Twoja firma może pozwolić sobie co najwyżej na baner zawieszony na przydrożnym płocie, to raczej nierealny będzie pomysł wygrawerowania laserem waszego logo na Księżycu.
4. Jeśli masz zbyt dużo pomysłów, a żadnego nie realizujesz, może podświadomie zdajesz sobie sprawę z tego, że nie są to pomysły trafione. Być może ta hiperkreatywność to zwyczajne alibi dla obawy skonfrontowania idei z rzeczywistością? Niezrealizowane pomysły nie są warte więcej niż złamaną złotówkę. Pamiętaj o tym!
5. Bywa, że początkowo nie masz żadnego pomysłu, ale po ujrzeniu pierwszych koncepcji przedstawionych przez innych pojawia się u Ciebie cała lista uwag. Często nie potrafisz powiedzieć, dlaczego właściwie coś Ci się nie podoba, nie dajesz też wskazówek, co konkretnie powinno być zmienione. Cała twoja aktywność sprowadza się do kręcenia nosem na znak niezadowolenia? Takie zachowanie też trudno nazwać kreatywnością, chociaż zapewne wyda Ci się, że bardzo zasłużyłeś się w pracy nad tym projektem.
6. Nie czuj się w obowiązku wymyślenia nowych elementów układanki. Kreatywność to m.in. umiejętność tworzenia nowych kombinacji z elementów już dostępnych.

i naśladowcy. Problem zaczyna się wtedy, kiedy wydaje się nam, że cechuje nas kreatywność, gdy w rzeczywistości jest zgoła inaczej. Czy można coś z tym zrobić?

Umiejętność generowa-

nia, a później realizacji dobrych pomysłów jest pewnego rodzaju iskrą bożą. To jeden z talentów i nie wiem, czy łatwo go nabyć z biegiem czasu. Oczywiście nic nie stoi na przeszkodzie, by się o to postarać.



AUTOR JEST TWÓRCĄ BLOGA KARBOWSKY.PL, W KTÓRYM PRZEDSTAWIA SPOSOBY NA ŁĄCZENIE KREATYWNOCI Z BIZNESEM.



W pierwszy weekend września w Sztynorcie cumowało 98 łodzi z pasjonatami żeglarstwa z branży IT. Z roku na rok uczestników regat Lenovo jest coraz więcej. Tym razem zgromadziły rekordową liczbę około 650 osób.

DOROTA SMUSZ



Lenovo do udziału w regatach zaprosiło zarówno partnerów handlowych, jak i kluczowych klientów. Część załóg przyjechała dzień przed imprezą, aby przygotować łodzie do startu i mieć czas na ćwiczenia przed regatami. Każda z trzech klas jachtów stanęła do jednego wyścigu długodystansowego. Ze względu na trudne warunki atmosferyczne (deszcz, 13 stopni Celsjusza) trasa wyścigu została skrócona do około 10 km i przebiegała przez jeziora: Dargin, Łabap, Dobskie i Kisajno.

– Przez pierwszą godzinę zawodnicy zmagali się z okrutnymi warunkami atmosferycznymi, bardzo złą widocznością, zmiennym wiatrem i dużymi opadami deszczu. To sprawiło, że większość osób przeżyła prawdziwy chrzest na wilka morskiego – podkreślał Mateusz Caban, sędzia główny tegorocznych regat.

Na szczęście, mimo zażartej rywalizacji, obyło się bez żadnej kolizji, a ratownicy nikogo nie musieli wyciągać z wody, co zdarzało się w ubiegłych latach. Deszcz nie zniechęcił także fanów polskiego rocka. Wspaniała atmosfera na koncercie Oddziału Zamkniętego sprawiła, że zespół trzy razy wychodził na bis. Następnego dnia (także w deszczowej aurze) fani szant przy ognisku nie tylko słuchali zespołu Czarna Bandera, ale gromko z nim śpiewali.

Klimat imprezy spowodował, że jej uczestnicy, zdając jachty, pytali, od kiedy można zapisywać się na kolejną edycję. Na razie wiadomo tyle, że zapisy na XIII Regaty Lenovo mają ruszyć w maju 2018 r. Przyszłoroczna impreza – inaczej niż do tej pory – rozpocznie się w czwartek, a zakończy w sobotę (6–8 września).





Zwycięskie załogi

KLASA T1

I. Enicom II. JB Multimedia Jerzy Bielecki III. Geotechnology

KLASA T2

I. Cross II. World IT III. Komputronik Biznes

KLASA T3

I. ABC Data II. Serwis On-Line III. T-Mobile





Optoma: laser z dwiema diodami

Projektor laserowy ZU850 jest kolejnym produktem z rodziny profesjonalnych maszyn ProScene. Urządzenie charakteryzuje się jasnością na poziomie 8200 lumenów i działa w natywnej rozdzielczości WUXGA (1920 x 1200 pikseli). Zastosowano w nim rozwiązanie MCL (Multi Color Laser), które poprawia odwzorowanie barw. Według producenta ZU850 jako jeden z nielicznych w swojej klasie ma dwie diody laserowe – niebieską i czerwoną. W urządzeniu zainstalowano szczelny silnik optyczny, dzięki czemu żywotność źródła światła wynosi 20 tys. godz. Projektor jest przystosowany do ciągłej pracy 24 godz. na dobę oraz projekcji w dowolnej orientacji w zakresie 360°.

Cena: 12,5 tys. euro (ok. 53,7 tys. zł). Gwarancja: 5 lat lub 12 tys. godz. pracy na źródło światła, 3 lata lub 12 tys. godz. na projektor.

→ **VERACOMP**, www.veracomp.pl

HPE: kompaktowy serwer 10 generacji

HPE ProLiant MicroServer Gen10 to urządzenie zaprojektowane dla małych firm, domowych biur oraz dla konsumentów. Wyposażono je w procesor AMD Opteron X3000 seria APU, ze zintegrowanymi układami graficznymi. Maszyna ma dwa złącza DisplayPort, umożliwiające wyświetlanie obrazu w rozdzielczości 4K. Serwer wyposażony jest także w cztery porty USB 3.0, dwa USB 2.0, dwa złącza sieciowe 1 Gb. RAM można rozbudować do 32 GB (2 x 16 GB) PC4-2400 T DDR4 UDIMM. Serwer posiada również dwa gniazda PCIe 3.0. System można wyposażyć w maksymalnie cztery dyski 4 GB SATA 3,5 cala, skonfigurowane w RAID 0, 1, 10. MicroServer Gen10 zapewnia także obsługę pojedynczego dysku typu read-intensive SATA NHP SFF SSD, instalowanego w tzw. media bay. Serwer ten jest dostępny z oprogramowaniem ClearOS. Cena resellerska: od 879 zł. Gwarancja: 1 rok on-site, z możliwością rozszerzenia do 3 lat.

- **AB**, www.ab.pl
- **ALSO**, www.alsopolska.pl
- **ARROW ECS**,
www.arrowecs.pl
- **TECH DATA**,
www.techdata.pl
- **VERACOMP**,
www.veracomp.pl



Zyxel: Nebula się powiększyła

Producent wprowadził nowe urządzenia sieciowe z rodziny Nebula, przeznaczonej dla małych i średnich przedsiębiorstw. Są to przełączniki bez PoE (NSW100-10, NSW100-28) oraz brama zabezpieczająca (NSG50). Przykładowo model NSW100-10 wyposażono w osiem portów 100/1000 Mb/s i Gigabit combo (SFP/RJ-45). Przepustowość magistrali wynosi 20 Gb/s, a prędkość transferu – 14,88 Mb/s. Urządzenia Nebula umożliwiają stworzenie sieci zarządzanej z chmury. Są to maszyny typu plug-and-play, które automatycznie pobierają konfigurację sieci. Przełączniki mogą być zarządzane centralnie za pomocą pojedynczego interfejsu. Cena NSW100-10 – ok. 560 zł brutto. Gwarancja: dożywotnia.

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



Navitel: tablet 3 w 1

T500 3G to urządzenie, które łączy funkcjonalność tabletu, nawigacji i telefonu. Działa pod kontrolą systemu Android OS 7.0 z certyfikacją Google Mobile Services. Umożliwia korzystanie z dwóch kart SIM (Dual SIM). T500 wyposażono w 7-calowy wyświetlacz IPS o rozdzielczości 1280 x 800 pikseli. W tablecie jest zainstalowane oprogramowanie nawigacyjne Navitel Navigator z mapami 45 państw Europy, o łącznej wartości 129 zł. Wbudowany modem 3G umożliwia dostęp do Internetu. Tablet ma także Wi-Fi w standardzie b/g/n i Bluetooth. Urządzenie wyposażono w czterordzeniowy procesor MT8321, 1 GB RAM i 8 GB wbudowanej pamięci.

Sugerowana cena: 299 zł. Gwarancja: 2 lata door-to-door.



- **ABC DATA**, www.abcddata.pl
- **KOMSA**, www.komsa.pl

Po co sprzedawcom w B2B segmentacja?

WIELE FIRM W SEGMENTCIE B2B SKARŻY SIĘ, ŻE ICH SPRZEDAWCY MAJĄ NISKĄ EFEKTYWNOŚĆ PRACY. OTRZYMUJĄ LEADY, JEŻDŹĄ NA SPOTKANIA I NIEWIELE Z TEGO WYNIKA.

Szefowie sprzedaży często narzekają przy tym, że ich handlowcy odbywają za mało wizyt sprzedażowych i nie są wystarczająco zaangażowani w „podgrzewanie” kontaktów z klientem po pierwszym spotkaniu. Handlowcy z kolei na ogół twierdzą, że otrzymują „słabe” leady oraz zbyt marną ofertę, aby kontynuować rozmowę z potencjalnym klientem. Kto ma rację?

No cóż, często i jedni, i drudzy, bowiem przyczyna niezadowolenia obu stron może leżeć jeszcze gdzie indziej. Jest nią brak właściwej segmentacji. Dlatego warto poszukać odpowiedzi na pytanie: dlaczego segmentacja jest tak ważna nie tylko dla działów marketingu, ale też dla sprzedawców w B2B? I co w takim razie powinna zawierać?

Zgodnie ze starą prawdą obowiązującą w marketingu i sprzedaży trudno jest zbudować ofertę idealną dla każdego. Dobra segmentacja dzieli klientów na jednorodne grupy pod względem potrzeb, zachowania i motywacji. To umożliwia marketingowi jednoznaczne określenie „punktów bólu” klientów i na tej podstawie zbudowanie wygrywającej tzw. oferty wartości. Dodatkowo służy marketingowi do wybrania optymalnych kanałów dotarcia.

Sprzedawcom segmentacja służy z kolei do tego, by zwiększać efektywność ich czasu pracy. Dobrze przeprowadzona, wskaże nie tylko na motywacje, ale też obje-kcje i bariery naszych potencjalnych klientów. Wielu ekspertów od sprzedaży przestrzega, aby nie sięgać po użytkowników, których i tak nie jesteśmy w stanie zdobyć albo potem obsłużyć lub dla których nie jesteśmy w stanie zbudować właściwych kanałów sprzedaży.

Z dobrej segmentacji powinno jednoznacznie wynikać, na których potencjalnych nabywcach sprzedawcy powinni się skupić w pierwszym rzędzie. Praktycy radzą, aby byli to w pierwszej kolejności ci klienci, którzy są najbardziej otwarci na określoną ofertę, naprawdę jej potrzebują i są w stanie szybko podjąć decyzję zakupową.

Jeśli więc chcielibyście podnieść efektywność pracy sprzedawców, pierwsze pytanie, które warto sobie zadać, to na ile wasza segmentacja prowadzi do wyboru nie tylko atrakcyjnych źródeł biznesu, ale również dla was osiągalnych.

To tylko jedno kryterium więcej, a często dzięki wzięciu go pod uwagę efekt biznesowy jest wielokrotnie spotęgowany.



**Agnieszka Węglarz,
ICAN Institute**

Absolwentka Wydziału Nauk Ekonomicznych na Uniwersytecie Warszawskim, stypendystka University College Galway oraz Sussex University. W latach 2007–2013 była menedżerem w Polkomteli, zaś w okresie 2013–2014 pracowała jako dyrektor Działu Marketingu, Relacji Zewnętrznych i Komunikacji Korporacyjnej w Sygnity. Jest niezależnym doradcą, a także ekspertem ICAN Institute z obszarów rozwoju biznesu w B2B, sprzedaży i marketingu, gdzie pełni również funkcję dyrektora programu rozwojowego dla menedżerów i właścicieli firm B2B Business Development Program.

***Nie działaj
na oślep.***



Ireneusz Dąbrowski

Rola Roberta

jest kontestowana, i to na boisku.

Polacy, nic się nie stało!

WCIĄŻ UWAŻAM, ŻE PIŁKA KOPANA ZNAKOMICIE ODZWIERCIEDLA NASZE MARZENIA, KOMPLEKSY, WADY I ZALETY NARODOWEGO CHARAKTERU ORAZ PODEJŚCIE POLAKÓW JAKO PEWNEJ WSPÓLNOTY DO TEGO, CO WAŻNE, I DO TEGO, CO WAŻNE MNIEJ.

Spróbujmy odpowiedzieć na nurtujące kibiców od początku września pytanie: czy aby na pewno nic się nie stało? Przecież wciąż jesteśmy światową potęgą w piłce nożnej mężczyzn! Więc po co te wahania, te zamyślenia, te analizy? Przegrana z Danią, sromotna i wstydliva, zarówno jeśli chodzi o rezultat, jak i obraz gry naszych reprezentantów na boisku, a potem taki sobie mecz z Kazachami wcale nie dają racjonalnych przesłanek do optymizmu. A odpowiedź jest niezbędna po to, aby nie wyjść na naiwniaka. Klasyfikacja FIFA, gdy mowa o jej konstrukcji, jest ułomna i to bardzo. Można nie grać wcale i awansować w niej o kilkanaście pozycji. Ważne, aby nasi sąsiedzi w rankingu przegrywali z reprezentacjami zajmującymi miejsca poniżej nich i... winda jedzie w górę. Taki sposób wartościowania poszczególnych reprezentacji narodowych ma tyle wspólnego z rzeczywistością, ile propaganda sukcesu z sukcesem.

Zatem to nie miejsce w rankingach decyduje o faktycznej klasie poszczególnych zespołów. Jest jedynie prostą, aby nie powiedzieć uproszczoną, odpowiedzią na potrzeby porządkowania świata przez urzędników, tym razem siedzących w biurach federacji piłkarskiej na okoliczność podziału drużyn do grup w kolejnych losowaniach do turniejów i eliminacji. Nie powiem, że nie starano się uwzględnić w konstrukcji „fifowskiej” tabeli i sposobie naliczania punktów jakiejś racjonalności. Ale jest to próba zmierzenia czegoś, co jest niemierzalne z natury. Gry zespołowe to nie pływanie, lekka atletyka czy, dajmy na to, łucznictwo, gdzie można wynik ustalić obiektywnie. Rezultaty gier zespołowych stanowią odpowiedź wyłącznie na pytanie: która z drużyn w dzisiejszym meczu zdobyła więcej bramek czy punktów. Podkreślam: w dzisiejszym! Bo jutro wynik mógłby być inny, nie mówiąc o tym, jaki by był, gdyby mecz odbywał się za tydzień czy za pół roku. Na takiej kruchej podstawie wyciągać wnioski, czy jesteśmy „the best”, jest zwyczajnie bez sensu.

My, Polacy, takiego podejścia nie lubimy. Bo my chcielibyśmy, aby sport, jak za komuny, jak w ZSSR czy NRD, stanowił kompensatę naszych kompleksów, frustracji i poczucia krzywdy. Aby był naszym „wstawianiem z kolan” czy „wybijaniem się na podmiotowość”. Aby mówił nam, że może nie jesteśmy tak bogaci jak Norwegowie czy Szwajcarzy, tak zorganizowani jak Niemcy, tak doskonali technicznie jak Hiszpanie, tak twardzi i bezwzględni jak Włosi, tak finezyjni jak Francuzi, ale lejemy ich w gałę.

Wymienione wyżej kraje bloku wschodniego, które ze sportu uczyniły oręż polityczny, były (każde w swoim czasie) gotowe do zwykłych oszustw, stosowania niedozwolonych metod, dopingu, a nawet przestępstw kryminalnych, aby ich reprezentanci byli naj..., aby przypodobać się „przewodniej sile”, a ta aby podobała się „suwerenowi” i miała święty spokój, nie dbając o rzeczywiste osiągnięcia i postrzeganie państwa na arenie międzynarodowej.

Czy teraz jest w Polsce tak samo? Na szczęście nie! Choć wielu naszych polityków (ze wszystkich opcji politycznych zresztą) chciałoby, aby realizacja hasła „chleba i igrzysk” uwalniała ich od troski o dobre rządzenie, o racjonalność decyzji gospodarczych i ekonomicznych, od mądrości legislacyjnej, od trafności doboru sojuszników i budowy aliansów, od zwykłej przyzwoitości i prostego niekłamania.

Wracając do futbolu, a poniekąd i biznesu. Kiedyś pisałem w tych felietonach o swoich obserwacjach piłkarzy na zgrupowaniu w hotelu Hyatt i nie wróżyłem im sukcesu. Parę lat minęło, zmienił się selekcjoner, zmienił się po części skład reprezentacji, a nawet miejsce zgrupowania, co uniemożliwiło mi bezpośrednie obserwacje zachowania piłkarzy. Przede wszystkim zmieniła się pozycja poszczególnych reprezentantów na rynku piłkarskim. To pomaga grać nam lepiej? Zdecydowanie tak. Ale wnikliwie obserwując język ciała piłkarzy w trakcie ostatnich dwóch meczów, ich wzajemne relacje przed i po gwizdku sędziego, sposób odnoszenia się do siebie, mogę stwierdzić jednoznacznie: jest mnóstwo do poprawy. Lewandowski w skórze kapitana oraz głównego motywatora kolegów na boisku nie radzi sobie najlepiej. Przyjął zbyt dużą odpowiedzialność, a ceną, jaką za to płaci, jest utrata walorów sportowych. Jego imperatyw kontroli i pomocy zespołowi poprzez przechodzenie w trudnych chwilach do linii pomocy nie daje nic, a przynosi szkody sportowe. Poza tym nie wszyscy w drużynie to akceptują. Można zaobserwować przykłady reakcji kilku graczy na mobilizacyjne gesty Lewego, jak odganianie się od natręta albo kwestionowanie jego roli. To źle, że rola Roberta jest kontestowana, i to na boisku. Oczywiście nikt nie śmie odsunąć go od wykonywania karnych czy rzutów wolnych w bezpośredniej odległości od bramki, ale czasem reakcją na jego krytyczne uwagi jest wzruszenie ramion albo ciskane przekleństwo.

Nie wiem, czy to wina Lewandowskiego, jego zimnego i wymagającego podejścia do innych, czy to wina „młodych gniewnych”, którzy zbyt szybko w swoich klubach osiągnęli sukces i kontestują rezultaty starszych. Ale Adam Nawałka musi coś z tym zrobić, bo śmiem twierdzić: dziś znów reprezentacja Polski to nie jest jeden organizm. Ja widzę wyraźne rysy, a nie radosną, zmotywowaną, znającą swoją wartość paczkę młodych ludzi mających szczęście reprezentowania Polski. Bardziej jest to zbiór gwiazd i gwiazdek stawiających przed sobą jakieś inne cele niż zaszczyt gry w reprezentacji. Porównuję to z tym, co się stało z naszymi złotymi reprezentacjami w piłce ręcznej i siatkówce i wołam za klasykiem: „nie idźcie tą drogą”, bo jej kres jest jeden – 77 miejsce w klasyfikacji FIFA. Tym, którzy uważają, że jest to niemożliwe, przypominam eliminacje do mundialu w Brazylii. A my wszak słyniemy z tego, że potrafimy dokonać rzeczy niemożliwych dla innych. Kto powiedział, że muszą to być rzeczy dobre?

Jakie to ma przełożenie na biznes? I jakie wnioski możemy wyciągnąć dla naszych firm? Jest ich kilka, ja pokażę tylko dwa. Po pierwsze trzeba zarządzać cyklem życia firmy (czy reprezentacji, jeśli się zgodzimy, że może ona być archetypem przedsiębiorstwa) na każdym etapie. W sposób naturalny maksymalny wysiłek i uwaga jest angażowana, kiedy idzie źle czy jest trudno. Ale częstym błędem bywa odpuszczanie, kiedy wszystko się układa, kiedy jest poczucie mocy i wartości. A to wtedy występuje konieczność działań tzw. ewentualnościowych, przygotowujących nasz zespół na gorsze czasy lub wydarzenia niespodziewane. Rzadko kto to robi i popełnia błąd, bo właśnie ten stan zazwyczaj nazywany jest uśpieniem sukcesem. Chyba z tym mamy do czynienia

w ostatnich 4–5 miesiącach w przypadku drużyny Adama Nawałki. Oby przebudzenie nastąpiło szybko i oby praca psychologów reprezentacyjnych znów przekształciła naszych piłkarzy w głodną sukcesu, skonsolidowaną drużynę.

Drugim elementem, na który chciałbym wskazać, jest coś, co się nazywa planowanie następstwem (ang. succession planning), czyli praca z młodymi głodnymi sukcesu. Ile szkody przynosi, nie tylko na boisku, zbyt pochopne awansowanie młodych, nieopierzonych menedżerów. Ile tworzy frustracji w zespole, jeśli proces nie jest zarządzany, pozostawiony sam sobie na zasadzie: jak się młody nie utopi, to będzie pływać. Jest to postępowanie niewłaściwe, niezależnie zresztą od końcowego rezultatu, bo albo tracimy jakiś talent, jeśli się jednak osobnik utopi, albo – jeśli się uratuje i popłynie – zyskujemy typ, w którym zadufanie, przekonanie o swej wielkości, czyli tak zwana sodowa, może wyrządzić szkody trudne do oszacowania. W przypadku drużyny narodowej z dwoma, trzema takimi przypadkami mamy z pewnością do czynienia.

Kiedy to piszę, pozostały jeszcze dwa ostatnie spotkania w eliminacjach do przyszłorocznych mistrzostw świata. To, czy awansujemy, w dużej mierze zależeć będzie od wytępienia przez sztab szkoleniowy niewłaściwych postaw, które zauważyłem i opisałem powyżej. Obyśmy, ani po najbliższych meczach, ani w naszej działalności biznesowej, nie musieli śpiewać tej mało sympatycznej piosenki, którą wybrałem na tytuł niniejszego tekstu.



Wojciech Urbanek
zastępca redaktora naczelnego

Nic nie przebije poczucia humoru menedżerów Apple'a.

Kupa zabawy w Cupertino

CO ŁĄCZY FANÓW APPLE'A I KIBICÓW PIŁKARSKICH? JEDNYCH I DRUGICH STAĆ NA WIELKIE POŚWIĘCENIA.

Lojalni klienci to prawdziwy skarb dla każdej firmy. Ekspert od marketingu wylicza, że pozyskanie nowego klienta kosztuje pięć razy więcej niż utrzymanie stałego. Nie brakuje opinii, że lojalność to stan umysłu. Przesada? Niekoniecznie. Wystarczy popatrzeć na konsumentów zakochanych w niektórych markach. Ci najbardziej zagorzali wybaczą producentom nawet duże wpadki i uwierzą w największe banały wygłaszane przez menedżerów.

Świetną egzemplifikacją tej tezy jest Apple. Producent 12 września na konferencji zorganizowanej w Cupertino pokazał nowe modele smartfonów. Jak zwykle po premierze w Internecie rozpętała się prawdziwa burza. „Apple nie pokazał nic specjalnego, a klienci firmy po raz kolejny dają się nabijać w butelkę” – twierdzą oponenti. „To strzał w dziesiątkę” – zachwyca się tymczasem redaktor jednego z dzienników biznesowych. Inni chwalą Apple'a za to, że wreszcie zaczyna słuchać klientów (sic!). Słowem, klasyczne bicie piany. Ale co poradzić, skoro królową Internetu jest jej wysokość klikalność, zaś artykuły o smartfonie z jabłuszkiem przyciągają całe rzesze internautów. Co z tego, że wielu z nich to troglodyci obrzucający się inwektywami? Liczy się każdy klik.

Niezależnie od tego, co media napiszą o iPhone, jego fani 3 listopada posłusznie ustawiają się w długich kolejkach. Jak oznajmia jeden z rodzimych portali: „nie trzeba będzie jeździć do Niemiec. iPhone X będzie dostępny w Polsce w dniu światowej premiery”. To doskonała wiadomość, tym bardziej że za nowego iPhone'a X trzeba będzie zapłacić jedyne 4979 zł. „Już 3 listopada będziecie mogli wymienić nerkę na telefon” – żartuje jeden z serwisów internetowych.

Jednak i tak nic nie przebije poczucia humoru menedżerów Apple'a. „X Phone to jest naprawdę przyszłość” – stwierdził ze śmiertelną powagą podczas premiery urządzenia Tim Cook. Na potwierdzenie tych słów jeden z menedżerów zaprezentował Animoji – spersonalizowaną animowaną wiadomość, używającą głosu użytkownika i oddającą jego mimikę. Apple przygotował dla swoich fanów kilka gotowych projektów, wśród których znalazła się też... kupa. Hm, dzieciaki już pieją z zachwytem...

Nie dziwny się jednak szefom koncernu, że nie opuszcza ich dobry nastrój. Apple ma mnóstwo powodów do radości. Choć od kilku lat nie kreuje innowacyjnych rozwiązań w segmencie smartfonów i tak spija z rynku niemal całą śmietankę. Według danych Strategy Analytics w 2016 r. producent z Cupertino zgarnął niemal 80 proc. globalnego zysku operacyjnego ze sprzedaży smartfonów, który wyniósł 53,7 mld dol. Nic dziwnego, że wartość marki wyceniana jest na 107,1 mld dol., a wyżej plasuje się jedynie Google (109,4 mld).

Jak długo będzie działać strategia Apple'a? Wszystko wskazuje na to, że najbliższa przyszłość koncernu rysuje się w jasnych barwach. Fani Apple'a budzą nieodparte skojarzenia z kibicami dożgonnie przywiązany do barw klubowych. A jak mawiał znany dziennikarz sportowy śp. Paweł Zarzeczny: „możesz zmienić żonę, a nawet sympatie polityczne, ale nigdy nie zmienisz klubu, któremu kibicujesz”. Ani smartfonu.

BEZPŁATNA PRENUMERATA

Korzystaj z naszej wiedzy

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



Założ 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.

Założ konto w serwisie

Nazwa firmy

NIP

ZAŁOŻ KONTO

CRN
AKTUALNOŚCI WYWIADY I FELIETONY ARTYKUŁY MAGAZYN CRN

PRACY FORUM KONTAKT

Prenumerata

usze zainwestowały w Qumaka...
wie 13 min od kilku funduszy zasiliło konto spółki.

CZYTAJ

Polecane

- » Kto naszy kanał...
- » Odro CVL stał się bez...
- » Nowe środki dystrybu...
- » RODO - ostatni dowo...
- » Warto mieć pomoc w inform...
- » White Box: przyka czar znanych marek...
- » Dlaczego sprzedawcy nie realizują...

Więcej informacji:

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

Lenovo zaleca system Windows 10 Pro.

ThinkPad X1 Yoga vs. Kurz

ThinkPad X1 YOGA

z procesorem Intel® Core™ i7 vPro™



Procesor Intel® Core™ i7 vPro™.
Intel Inside®.
Większa produktywność,
gdziekolwiek jesteś.

Wejdź na: www.lenovo.com

© 2017 Lenovo. Wszelkie prawa zastrzeżone. Lenovo, ThinkPad oraz logo Lenovo to znaki towarowe firmy Lenovo. Intel, Intel logo, Intel Core, Intel Inside, Intel Inside logo, Intel vPro, vPro Inside są znakami towarowymi firmy Intel Corporation w U.S.A. i w innych krajach. 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.

Different endures better

Lenovo