

CRN



Gaming na salonach

Polski rynek produktów dla graczy rośnie coraz szybciej,
a nasze spektakularne sukcesy w świecie e-sportu promują gaming
także wśród osób dorosłych, wykształconych,
które mają regularne dochody.

DYSKI INTEL® SSD Z SERII P4500 I P4600

Dysk Intel® 3D NAND SSD ma bogaty zestaw funkcji i jest zoptymalizowany pod kątem infrastruktury chmurowych i data center. Zapewnia doskonałą jakość, niezawodność, zaawansowane funkcje zarządzania i sprawne serwisowanie, minimalizujące przestoje.



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



12 Digital transformation: za błędy się płaci

Fujitsu Forum 2017

14 Gramy z partnerami w golfa

Commvault GO 2017

15 Klienci oczekują prostych rozwiązań

Rozmowa z Bobem Hammerem, prezesem i dyrektorem generalnym Commvault

16 Gaming: liczby mówią wszystko

Polska podąża za światowymi trendami

22 Gaming: reseller w gąszczu produktów

Klienci szukają sprzętu dopasowanego do ich potrzeb

26 Mobilny gaming po polsku

Rozmowa z Tomaszem Jarką, sales and marketing managerem w firmie Blue Technology

28 Dystrybutor: sojusznik czy... konkurent?

Jak odróżnić się od retailu?

36 Bezpieczeństwo IT w małej firmie

Procedury ważniejsze niż produkty

46 Kaspersky a sprawa polska

Przedstawiciele sektora publicznego muszą działać zgodnie z prawem zamówień publicznych

49 Drugie dno fake newsów

Felieton Damiana Kwieka

50 Musimy ciężiej pracować

Rozmowa z Przemysławem Kanią, dyrektorem generalnym Cisco w Polsce



Zerwaliśmy „pluszowe kajdanki”

Piotr Bieliński,
prezes zarządu Action,
w rozmowie
na temat skutków
nowej strategii działania.

32

54 Puls branży IT

56 Przełomowe technologie IT

O co tyle hałasu?

62 Chapter 7 nam nie grozi

Rozmowa z Arturem Chmielewskim, dyrektorem zarządzającym Avaya Polska

64 Nowy wspaniały świat, czyli...

VMware wkracza w erę multi-cloud

67 Strategiczne zarządzanie sprzedażą w B2B (cz. 1)

Felieton Agnieszki Węglarz, eksperta ICAN Institute

70 Najważniejsze są długofalowe relacje

Rozmowa z cyklu „Okiem użytkownika” z Przemysławem Janczakiem, dyrektorem IT w spółce Pamapol

74 Historie, które uczą: 7 największych pomyłek przywódców

Centrum Wiedzy Menedżera pod patronatem HBR Polska

76 VAT za 5 lat?

Zapowiadają się zmiany w unijnym VAT

79 QNAP i przyjaciele

Nowości na konferencji partnerskiej

80 Zwiększymy inwestycje w polski rynek

Rozmowa z Dale'em Chenem, wiceprezesem ds. marketingu i sprzedaży w QNAP

82 HP Inc. o sposobach na trudności i zmiany

HP Partner Excellence Award 2017

83 Polish VoIP & Security Summit 2017

innovaphone stawia na koncepcję All IP

84 Ochrona danych po izraelsku

Silicon Wadi – eldorado dla startupów

86 Nowości produktowe

88 Summa summarum

Felieton Ireneusza Dąbrowskiego

90 Długopisy i rozum do lamusa?

Felieton Wojciecha Urbanka



Tomasz Gołębiowski
Redaktor naczelny

Tom Hanks śladami mojego Taty.

Wspomnień czar

Bliskość Świąt zawsze nastraja mnie optymistycznie. Pewnie dlatego, że pod tym względem moje dzieciństwo było szczęśliwe, nie tylko dzięki babci, która każdego roku organizowała wspaniałą Wigilię. Także dzięki rodzicom, którym zawsze jakoś udawało się uciuć trochę dewiz na wymarzonego przeze mnie resoraka z Pewexu. I, paradoksalnie, również dzięki komunie, której przarność sprawiała, że rzucane przed Świętami do sklepów małe butelki z coca-cola i pomarańcze, nadawały Wigilii posmak absolutnego luksusu.

A przecież to były jedne z najtrudniejszych lat w najnowszej historii Polski. Można powiedzieć, że byłem dzieckiem „kartkowym”, bo tak zwany system reglamentacji towarów wprowadzono w PRL-u w roku 1976, kiedy miałem dwa latka, a zniesiono w 1985 roku, gdy byłem już nastolatkiem. Mieszkaliśmy z rodziną na 36 metrach kwadratowych, a mój tata – podobnie jak Tom Hanks – dopiero grubo po 30-stce wszedł w posiadanie polskiego Fiata 126p. I cieszył się z niego tak samo jak amerykański gwiazdor. Natomiast babcia z dziadkiem nie dorobili się nawet motocykla. Krótko mówiąc: byliśmy zwykłą rodziną, która dzień po dniu borykała się z PRL-owską szarżyzną.

I choć czasy były trudne, a momentami wręcz mroczne, to czułem, że jako rodzina tworzymy wspólnotę, cieszymy się sobą nawzajem, nie poddajemy się, a Święta celebrujemy zgodnie z tradycją, dzieląc się opłatkiem i śpiewając kolędy, pomimo tego, że większość mojej rodziny to byli niewierzący, ewentualnie tzw. niepraktykujący – tylko babcia z cicią chodziły na pasterkę.

Jeśli więc w tych naszych zabieganych czasach macie problem z poczuciem świątecznej atmosfery i wkurza Was zakupowe szaleństwo (oczywiście nie wliczam w to sprzedawców produktów konsumenckich, bo ich to akurat cieszy, o co trudno mieć do nich pretensje), no więc jeśli po cichu tęsknicie za – jak to się określa w reklamach – „magią Świąt”, to mam dobrą wiadomość: wszystko zależy od nas. Jeśli nasze babcie i mamy w realiach demolodu potrafiły dokonywać cudów w kolejkach, aby zdobyć wigilijne rarytasy i po nocach przygotowywać szereg różnych dań, a nasi dziadkowie i ojcowie dzielnie dowozili im swoimi maluchami po kryjomu świniaki ze wsi, a potem wszyscy – niezależnie od wyznania lub jego braku – z radością wychwalali Zbawiciela, to my też możemy się tym w pełni cieszyć. Oczywiście jako wspólnota, bo chyba jej nam najbardziej ostatnio brakuje. No cóż, bliskość Świąt zawsze nastraja mnie optymistycznie.

CRN COMPUTER RESELLER NEWS POLSKA
Rok 19, numer 13 (424) 13 grudnia 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
Andrzej Gontarz **ag** andrzej.gontarz@crn.pl

Rafał Janus **rj** rafal.janus@crn.pl
Dariusz Halas **dh** dariusz.halas@crn.pl

FELIETONY: Ireneusz Dąbrowski,
Damian Kwiek, Konstanty Młynarczyk
ŁAMANIE I GRAFIKA: Aneta Mikulska
FOTOGRAFIA NA OKŁADCE:
© Homunkulus28 – Fotolia.com
FOTOGRAFIE: Focus Images Tomasz Pisiński,
PhotobyMysluk.pl, Piotr Syndoman,
Marek Zawadzki, archiwum
KOREKTA: Katarzyna Winsztal

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

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

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

Director Managing Luxury
& Special Interest Segment:
Edyta Pudłowska
Chief Commercial Officer:
Michał Helman
Sales & 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 Mysluk
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



Niech nadchodzące
Święta Bożego Narodzenia
będą dla Was czasem
radości, spokojnej refleksji
i wyciszenia przed
pełnym wyzwania
Nowym Rokiem – 2018!

Oby był tym, w którym
spełnią się Wasze
marzenia i plany,
zarówno osobiste,
jak i biznesowe.

Tego Wam (i sobie) życzy
Redakcja CRN Polska

➤ **Tech Data** po raz pierwszy w historii uzyskała ponad 9 mld dol. przychodów w jednym kwartale. W swoim III kw. finansowym dystrybutor zwiększył sprzedaż o 41 proc. wobec analogicznego okresu ub.r. (do poziomu 9,1 mld dol.). Zysk operacyjny wzrósł o 27 proc., do 79,6 mln dol., natomiast zysk netto był nieznacznie większy: 37,28 mln dol. Głównym powodem poprawy wyniku jest przejście Avnet Technology Solutions. Kolejny kwartał Tech Daty globalnie ma być jeszcze lepszy. CEO dystrybutora oczekuje przekroczenia pułapu 10 mld dol.

➤ **Huawei** planuje zatrudnić w Polsce 100 nowych specjalistów i regionalnych menedżerów ds. sprzedaży. Poszukiwani fachowcy mają m.in. zadbać o relacje z partnerami i wspólnie z nimi zarządzać kanałami sprzedaży. Rekrutacja ma być prowadzona w 11 miastach: Warszawie, Krakowie, Gdańsku, Wrocławiu, Łodzi, Poznaniu, Katowicach, Lublinie, Rzeszowie, Bydgoszczy i Białymstoku. Pracowników zatrudni dla producenta firma Adecco.

➤ **Avaya** uzyskała zgodę sądu na restrukturyzację, w efekcie czego władze firmy spodziewają się zakończenia postępowania restrukturyzacyjnego przed końcem 2017 r. Rozpoczęło się ono na wniosek spółki w styczniu br. (zgodnie z amerykańskim Chapter 11), gdy jej zadłużenie przekroczyło 6 mld dol. Wierzyciele zaakceptowali plan naprawczy firmy i zgodzili się anulować 3 mld dol. długu.

➤ **Łódź** została wskazana przez minister cyfryzacji Annę Streżyńską jako idealne miejsce do testowania nowej sieci 5G. Gotowość do współpracy przy wdrażaniu 5G potwierdziły już władze samorządowe miasta i województwa. Minister Streżyńska zapowiedziała przygotowanie do końca roku strategii rozwoju sieci 5G w naszym kraju. Wtedy zapadnie ostateczna decyzja, które miasta zostaną wyznaczone do pilotażowych wdrożeń.

➤ **X-Kom.pl** znalazł się na pierwszym miejscu rankingu „Zaufanych opinii” Ceneo.pl w kategorii „Technologia” (IT, telefony, akcesoria). Na drugim miejscu uplasowała się Eukasa.pl, a na trzecim Sferis.pl. W tegorocznym zestawieniu zwycięzcy wyłonieni zostali na podstawie 2,5 mln ankiet w okresie od września 2016 r. do października 2017 r. Ocenie podlegało 3,5 tys. e-sklepów w 11 branżach.



Czasy są trudniejsze, ale właśnie tak działa normalny biznes. Wcześniej żyliśmy jak dziecko w objęciach troskliwej mamy – **Przemysław Kania**, dyrektor generalny Cisco.



Od dawna przewiduje się odejście od konstrukcji typu desktop, ale ich upadek w najbliższym czasie nie nastąpi – **Tomasz Jarka**, Sales and Marketing Manager w Hyperbook (polski producent notebooków i desktopów dla graczy).



W ciągu ostatnich kilkunastu miesięcy MGM kontrolowało ponad 40 urzędników skarbowych. To nieprawdopodobna nagonka i niszczenie polskiego, rodzinnego przedsiębiorstwa – **Grzegorz Słoniewski**, prezes MGM.

MIESIĄC NA PLUSIE, MIESIĄC NA MINUSIE

- **Action** nie przekonał posiadaczy obligacji spółki do swoich propozycji układowych. Obligatariusze oczekują dużo większych pieniędzy, niż wstępnie dystrybutor zaoferował wierzycielom. Zarząd Actionu zapowiedział przygotowanie zaktualizowanych propozycji układowych. Posiadacze obligacji liczą na to, że układ zostanie przyjęty w I kw. 2018 r., a rozpoczęcie spłaty rat nastąpi w końcu II kw. 2018 r.

- **Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa** padła ofiarą cyberataku. Według informacji cert.gov.pl doszło do „incydentu zagrażającego poufności i integralności danych w sieciach ARIMR”. Atak nastąpił akurat wtedy, gdy rozpoczynała się operacja wypłat dotacji unijnych dla rolników. Prokuratura i ABW prowadzą śledztwo w tej sprawie.

- **Specjaliści IT** padną ofiarą zniesienia limitu składek ZUS – uważa Związek Przedsiębiorców i Pracodawców. W związku z tym ZPP apeluje o powstrzymanie zniesienia limitu 30-krotności składek ZUS. Związek uważa, że jedną z czołowych grup, na które negatywnie wpłynie nowy podatek, są informatycy i pracownicy sektora nowych technologii. Zmniejszenie zarobków wskutek nowych obciążeń może zdaniem ZPP spowodować odpływ fachowców IT za granicę. Związek obawia się również, że zniesienie limitu utrudni pozyskanie specjalistów w sektorze publicznym, gdzie już teraz zarobki są 3-5 razy niższe niż w sektorze prywatnym.

- **Orange Polska** z dnia na dzień straciło wiceprezesa. Piotr Muszyński zrezygnował ze stanowiska po 16 latach w firmie. Jako przyczynę podał powody osobiste. W zarządzie odpowiadał za strategię i transformację. Jego obowiązki przejmie prezes Orange Polska, Jean-François Fallacher.

- **Asseco** boryka się ze stagnacją w sektorze zamówień publicznych. W związku z tym przychody integratora na polskim rynku w trzech pierwszych kwartałach 2017 r. wyniosły 1,09 mld zł, o 10 proc. mniej niż rok wcześniej. Zysk operacyjny zmniejszył się natomiast o 26,3 proc., do 148,2 mln zł. W III kw. br. w spółce zreorganizowano struktury współpracujące z administracją publiczną (obecnie podlegają jednemu wiceprezesowi zarządu), co ma zwiększyć ich efektywność działania w warunkach spowolnienia na tym rynku. Według sprawozdania finansowego Asseco odnotowało w Polsce także spadek przychodów w sektorze przedsiębiorstw. Zarząd zwraca natomiast uwagę na bardzo dobre wyniki Asseco Business Solutions, w związku z rosnącym popytem na rozwiązania ERP i platformę mobilną

POWIEDZIELI

Kontrole skarbowe zmorą firm z branży

Usilne próby przyłapania przedsiębiorców na oszustwach, długie kontrole skarbowe i niejasne przepisy torpedują rodzimy biznes – wynika z raportu Andersen Tax przygotowanego na zlecenie ZIP-SEE „Cyfrowa Polska”. Autorzy podkreślają, że organy skarbowe nazbyt często z góry zakładają, iż przedsiębiorca powinien wiedzieć, że brał udział w karuzeli podatkowej. Albo zarzucają mu świadomy udział w przekrętach. Przedsiębiorcy zapytani o to, co najbardziej utrudnia obronę w takiej sytuacji, wskazali głównie brak definicji dobrej wiary w ustawie o VAT i związaną z tym dowolność kryteriów oceny, czy podatnik działał w dobrej wierze.

Tyle samo badanych uważa, że największe trudności stwarza brak oficjalnej listy czynności, które potwierdzałyby dochowanie należytej staranności. Dla ponad 14 proc. problemem jest domaganie się przez skarbowkę konkretnego dowodu, że firma działała w dobrej wierze. Aż 55 proc. ankietowanych narzeka na długie kontrole i postępowania skarbowe.

Prezes ZIPSEE „Cyfrowa Polska” Michał Kanownik zauważa, że po utworzeniu Krajowej Administracji Skarbowej i wdrożeniu nowych wytycznych w końcu zmienia się podejście skarbowki do sprawdzanych firm. Wciąż jednak jest problem z kontrolami, które rozpoczęły się przed utworzeniem KAS.

Acer przejmuje firmę Digital Signage

Producent kupił większość udziałów w tajwańskiej firmie Aopen, która specjalizuje się w produkcji playerów i oprogramowania do systemów Digital Signage. Wartość transakcji to w przeliczeniu ok. 14 mln dol. Digital Signage to jeden z nowych biznesów rozwijanych przez Acera, który ma zmniejszyć uzależnienie firmy od koniunktury na rynku PC. W ub.r. biznes DS wydzielono w postaci osobnej spółki – Acer Being Signage, która obejmuje sprzęt, oprogramowanie (także chmurowe), serwis i wsparcie. Celem Acera jest zaoferowanie kompletnego systemu Digital Signage od jednego dostawcy.



Konsolidacja w Actionie

W końcu listopada sąd zarejestrował połączenie spółek Actina, Sferis, Retailworld i Gram.pl z Actionem. Wszystkie cztery dotąd zależne firmy stały się częścią spółki akcyjnej Action. Ich nazwy są odtąd markami własnymi spółki dominującej. Na tę decyzję spółka czekała od miesięcy. Dzięki konsolidacji Action może przystąpić do finalizacji restrukturyzacji biznesu. Zapewnia, że zmiana pozytywnie przełoży się na dalszą poprawę wskaźników finansowych spółki – zaoszczędzi ona ok. 1 mln zł miesięcznie.

Według zarządu połączenie obok znaczącej obniżki kosztów umożliwi m.in.: zwiększenie marży ze sprzedaży (poprzez pominięcie w łańcuchu dystrybucyjnym spółek zależnych prowadzących sprzedaż detaliczną), poszerzenie kręgu odbiorców Action o kontrahentów wchłoniętych firm, usprawnienie funkcjonowania grupy i uporządkowanie struktury.

McAfee inwestuje w chmurowe zabezpieczenia

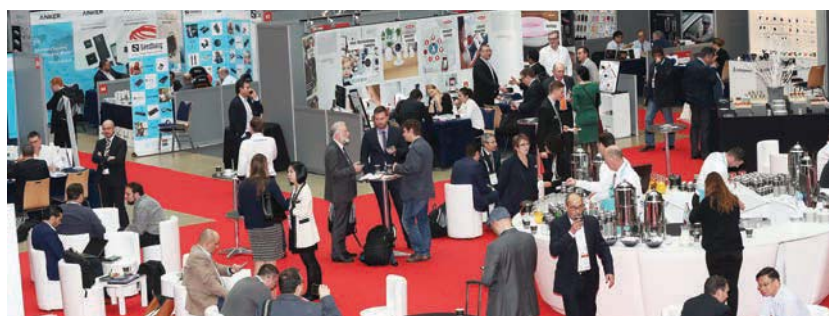
Producent kupił Skyhigh Networks, firmę oferującą rozwiązania CASB (Cloud Access Security Broker). To według analityków jedna z technologii, które będą się najszybciej rozwijać w najbliższych latach. Inwestycje mają rosnąć w błyskawicznym tempie. Według Gartnera obecnie mniej niż 5 proc. dużych przedsiębiorstw korzysta z platform CASB, ale w 2020 r. będzie to już 85 proc. Jest to oprogramowanie lub usługa działająca między dostawcą usług chmurowych a użytkownikiem – infrastrukturą lokalną firmy. Pozwala konsolidować różne rodzaje zabezpieczeń (autoryzację, szyfrowanie, logowanie, wykrywanie zagrożeń itd.). Skyhigh Networks należy do pionierów tej kategorii produktów.

Distree EMEA 2018: wielkie branżowe spotkanie



Na Distree EMEA w Monako (6–9 lutego 2018 r.) jak co roku zjadą prezesi, dyrektorzy zarządzający i menedżerowie najwyższego szczebla z firm ICT (detaliści, dystrybutorzy, producenci) z ponad 50 krajów regionu EMEA. Samych przedstawicieli dystrybutorów ma być ok. 400. Wydarzenie o unikalnym charakterze to swego rodzaju połączenie konferencji z targami. Uczestników czeka seria warsztatów i prezentacji, na których będzie można zapoznać się z najnowszymi trendami i danymi z rynku. Dostępna jest opcja umówienia indywidualnych rozmów z uczestnikami Distree oraz integracji w luźniejszej atmosferze podczas wieczornych spotkań. W części wystawienniczej spodziewanych jest ponad 100 marek, reprezentujących całe spektrum produktów elektroniki konsumenckiej (w tym urządzenia mobilne, gaming, smart home, wearables, rozmaite akcesoria). Tradycyjnie podczas imprezy zostaną wręczone nagrody EMEA Channel Academy, m.in. dla najlepszego dystrybutora regionu CEE.

Więcej informacji i możliwość rejestracji na stronie www.distree-emea.com.



Nowy dyrektor w Komputronik Biznes

Sławomir Drązkiewicz został dyrektorem Działu Sprzedaży dla Sektora Bankowo-Finansowego w Komputronik Biznes. Ma prawie 20-letnie doświadczenie w sprzedaży bezpośredniej oraz dziewięcioletnie w zarządzaniu zespołami sprzedażowymi. Wcześniej przez kilkanaście lat realizował projekty w Sygnity (1999-2016). Były to wdrożenia obejmujące oprogramowanie i usługi bazujące na rozwiązaniach własnych i innych firm, m.in. systemy obsługi procesów kredytowych, sprawozdawczości obligatoryjnej i Basel3, systemy billingowe dla segmentu retail i corpo, systemy BPMS, DMS, oraz utrzymanie i rozwój systemów centralnych. Przed przejściem do Komputronika Sławomir Drązkiewicz zajmował stanowiska dyrektorskie w CompFort Meridian i Cube.ITG. Sławomir Drązkiewicz jest absolwentem Politechniki Zielonogórskiej.



Prezes Integrated Solutions odchodzi

Mariusz Chochołek odchodzi ze stanowiska prezesa Integrated Solutions. Objął stanowisko 1,5 roku temu, łącząc ją z funkcją dyrektora działu rozwiązań dla biznesu w Orange Polska, do którego należy integrator. Zarząd Integrated Solutions jest obecnie reprezentowany jednoosobowo przez Andrzeja Zajacę, wiceprezesa ds. sprzedaży komercyjnej.

Mariusz Chochołek według nieoficjalnych informacji zostanie prezesem T-Systems, integratora należącego do T-Mobile. Odchodzący szef przed objęciem sterów IS pracował w Orange Polska. Zarządzał m.in. obszarem inwestycji i operacji. Wcześniej był związany m.in. z Sofrecomem i Accenture.

ZMIANY na stanowiskach



Były prezes S4E w Connect Distribution

Do zarządu Connect Distribution dołączył Józef Dusza. Będzie odpowiedzialny za konsolidację i rozwój oferty firmy w zakresie pamięci masowych oraz rozwiązań disaster recovery.

Józef Dusza współtworzył S4E. W latach 2001-2004 był dyrektorem sprzedaży VAD-a, a od

2004 r. do 2011 r. prezesem zarządu. Odpowiadał m.in. za wprowadzenie spółki na parkiet NewConnect warszawskiej giełdy.

W latach 2011-2014 zorganizował polski oddział Zycko, którym kierował do 2014 r., kiedy to założył kolejną spółkę dystrybucyjną – IT Force. Firma wyspecjalizowała się w pamięciach masowych i bezpieczeństwie. IT Force została przejęta przez Connect Distribution. Zarządy obu firm będą realizować wspólną strategię pod marką Connect Distribution. Jednym z udziałowców Connect Distribution jest Bartosz Stebnicki, wcześniej znaczący akcjonariusz S4E (sprzedał udziały ABC Dacie). Józef Dusza niedawno przejął po Bartoszu Stebnickim stery startupu Smartupz. Nowy członek zarządu Connect Distribution zdobywał również doświadczenie w takich spółkach jak AB, System 300 i Tritech Graphics.



NTT: mniejszy zarząd

Krzysztof Porębski z końcem października zrezygnował z funkcji wiceprezesa zarządu NTT. Jako powód podał przyczyny osobiste. Nadal jednak pozostaje w spółce na stanowisku dyrektora finansowego.

Krzysztof Porębski jest związany z NTT System od 2006 r. W 2008 r. wszedł do zarządu, a w 2015 r. został wiceprezesem. Wcześniej (2003-2006) był dyrektorem finansowym i biegłym rewidentem w Rewit Księgowi i Biegli Rewidentci oraz starszym konsultantem w PricewaterhouseCoopers (1995-2003).

Po zmianach zarząd NTT System tworzą obecnie: prezes Tadeusz Kurek oraz dwaj wiceprezesi: Jacek Kozubowski i Witold Markiewicz.

Przejęcie za 5,5 mld dol. sfinalizowane

Broadcom sfinalizował przejęcie Brocade'a. Wartość transakcji to 5,5 mld dol. Umowę w sprawie zakupu podpisano w listopadzie 2016 r. (wówczas była mowa o cenie 5,9 mld dol.). Pierwotnie finalizacji zapowiadano na sierpień 2017 r., ale sprawa się przeciągała, bo transakcję przez wiele tygodni analizował amerykański urząd ds. inwestycji zagranicznych (CFIUS), który mógł nawet zablokować zakup. Brocade ma siedzibę w Kalifornii, jak również oddział w Polsce.

Broadcom chce skorzystać przede wszystkim z technologii SAN fibre channel Brocade'a. Celem jest zwiększenie udziału firmy w rynku centrów danych. Biznes IP Brocade'a, w tym Ruckus Wireless, poszedł natomiast na sprzedaż (Ruckusa kupił Arris za 0,8 mld dol.).

Broadcom zgodnie z wymogiem amerykańskiego regulatora musi zadbać o ochronę tajemnic Cisco, które zna jako jego kontrahent. Nie może ich wykorzystać przy produkcji przełączników Brocade'a.

Qumak: podejrzenie przestępstwa byłych menedżerów

Qumak złożył w prokuraturze zawiadomienie o podejrzeniu popełnienia przestępstw niegodspodarności na szkodę spółki przez „niektóre osoby zobowiązane do dbania o jej majątek”. Nie ujawnia, o kogo chodzi. Z komunikatu zarządu wynika, że zawiadomienie dotyczy byłych menedżerów i ich działań w latach 2015–2017.

„Działania te polegały na umyślnym wyprawdaniu technologii, wiedzy, ludzi oraz majątku ze spółki z jednoczesnym działaniem na szkodę akcjonariuszy” – wyjaśniono w komunikacie. Według zarządu jednym ze skutków wspomnianych działań na szkodę spółki jest pogorszenie wyników finansowych. Wskazano drastyczny spadek przychodów ze sprzedaży, szczególnie w obszarze inteligentnej infrastruktury, gdzie obroty zmniejszyły się z ok. 378 mln zł w 2015 r. do ok. 151 mln zł w 2016 r. oraz 57 mln zł w I poł. bieżącego roku.

W kwartałach I–III 2017 r. Qumak miał 52,9 mln zł skonsolidowanej straty netto (w analogicznym okresie 2016 r. strata wyniosła 10,5 mln zł). Według zarządu na tegorocznym wyniku zaważyły niekorzystne zdarzenia, jakie miały miejsce w poprzednich okresach. Wśród negatywnych czynników wskazano niewłaściwe zarządzanie, niedopasowanie skali działania spółki do przychodów oraz przejście ważnych menedżerów wraz z zespołami do konkurencji (m.in. z obszaru infrastruktury).

COI żąda 10 mln zł od Cube.ITG

Centralny Ośrodek Informatyki – jednostka podległa resortowi cyfryzacji – domaga się od Cube.ITG zapłaty 10,2 mln zł kary. Twierdzi, że spółka naruszyła zobowiązania umowy z COI. Dotyczyła ona wykonania ramowego kontraktu z lipca 2016 r., obejmującego wynajem konsultantów IT na rzecz ośrodka. Według COI do naruszenia doszło w zakresie przeniesienia majątkowych praw autorskich do stworzonych utworów. Oprócz kary ośrodek chce także zmniejszenia wynagrodzenia spółki o wartość wspomnianych praw autorskich.

Cube.ITG nie zgadza się ze stanowiskiem COI. Twierdzi, że kontrahent nie wskazał utworów, których dotyczy rzekome naruszenie. Spółka stoi na stanowisku, że takie utwory nie powstały, bo konsultanci ich nie stworzyli – przywołuje tutaj odpowiednie zapisy ustawowe.

Cisco zmienia program partnerski

Nowe zasady programu mają ułatwić resellerom wprowadzanie do oferty nowego oprogramowania i usług. Partnerzy mający tytuły Premier Certified, Gold Certified i Master Specialized mogą wystąpić o uznanie ich specjalizacji w określonych segmentach rynku. Taka firma zostanie umieszczona w bazie Cisco Partner Locator, co ułatwi klientom i kontrahentom znalezienie dostawcy produktów lub usług. W ramach MIP (Migration Incentive Program) producent zapewnia rosnące upusty na sprzęt, oprogramowanie i usługi. Nowy program ma też ograniczyć wolumen używanego sprzętu trafiającego na szary rynek.

Cisco wprowadza również nowe zachęty dla partnerów do korzystania z programu VIP (Value Incentive Program). Umożliwi on uzyskiwanie większych rabatów na niektóre produkty. Ułatwiono i uproszczono rejestrację kontraktów. Zmniejszono liczbę specjalizacji poziomu Express-Level oraz w kategorii Advanced.

Według Cisco partnerzy powinni dążyć do takiej transformacji biznesu, aby wspierać klientów w całym cyklu życia produktów – od zakupu przez wdrożenie i rozbudowę systemu po modernizację i wymianę. Ten model sprzedaży ma jednocześnie pomóc Cisco w przekształceniu w firmę oferującą głównie oprogramowanie.

Asus lub Lenovo kupią Toshibaę



Trwają negocjacje w sprawie sprzedaży działu komputerowego Toshiba. Japoński koncern rozmawia w tej sprawie z Asusem, ale również Lenovo jest zainteresowane przejęciem – twierdzi dziennik Nikkei. Według niego Asus, przejmując biznes PC Toshiba, liczy na poprawę swojej pozycji w USA i Europie, ale włączenie się do gry Lenovo może skomplikować rozmowy. Chiński koncern podpisał niedawno umowę zakupu większości udziałów w spółce PC Fujitsu.

Toshiba nie potwierdza informacji o negocjacjach, ale o możliwości sprzedaży działu komputerowego mówił dyrektor finansowy firmy. Koncern chce pozbyć się nierentownych biznesów w celu poprawy bilansu.

W minionym roku finansowym, zakończonym 31 marca br., strata biznesu komputerowego Toshiba wyniosła ok. 4,4 mln dol. przy sprzedaży o wartości 1,7 mld dol. W tym roku spodziewana strata ma być jeszcze wyższa.

MGM: prokurator zajmie się skarbowką

Prokuratura wznowi śledztwo w sprawie inspektora skarbowego z Białegostoku. Sprawdzi, czy popełnił on przestępstwo w sprawie MGM polegające na poświadczeniu nieprawdy i niedopełnieniu obowiązku funkcjonariusza publicznego przy sporządzaniu protokołu i decyzji o zabezpieczeniu 23,5 mln zł na majątku MGM. W wyniku zajęcia tych pieniędzy przez fiskusa oraz niewypłacenia firmie 9 mln zł zwrotu VAT spółka straciła płynność finansową, zwolniła wszystkich pracowników i złożyła wnioski o upadłość. Skarbowka zakwestionowała transakcje spółki z 2012 r. Utrzymuje, że towar sprzedany przez MGM za granicę trafił do odbiorców w Polsce. Domaga się w związku z tym uregulowania 23 proc. VAT od sprzedaży. MGM odrzuca twierdzenia organów skarbowych jako bezzasadne.

Od 3 października br. – zgodnie z decyzją Sądu Gospodarczego w Warszawie – MGM przechodzi proces postępowania sanacyjnego, które zostało rozpoczęte na wniosek firmy i jest równoznaczne ze wstrzymaniem procesu upadłościowego.

Roadshow Barracuda w Polsce



Barracuda Networks po raz pierwszy zorganizuje polską edycję Barracuda European Roadshow. Spotkanie odbędzie 1 lutego 2018 r. w Warszawie. Celem roadshow jest przedstawienie nowego spojrzenia na kwestie związane z bezpieczeństwem usług chmurowych oraz zabezpieczaniem danych. W trakcie spotkania eksperci i przedstawiciele kadry zarządzającej producenta zaprezentują koncepcje, dzięki którym rozwiązania chmurowe spełniają najwyższe wymogi bezpieczeństwa. Przedstawią również rozwiązania do zwalczania zaawansowanych zagrożeń, takich jak WannaCry i Petya, poruszą temat RODO oraz związanych z nim możliwości poprawy bezpieczeństwa.

Więcej informacji i formularz rejestracyjny można znaleźć na stronie http://content.barracuda.com/Roadshow_Warszawa.



NTT: rynek nas nie rozpieszcza

W III kw. 2017 r. zysk NTT System spadł o 64 proc., a przychody o 24 proc. Wśród czynników, które spowodowały pogorszenie wyników, zarząd wymienia m.in. nasycenie rynku, brak innowacji i wydłużający się cykl życia urządzeń.

Ponadto wskazuje na zmianę polityki cenowej wielu producentów, czyli wycofanie się z agresywnego konkurowania ceną. Dlatego urządzenie podrożały.

„Takie działanie wymusiło wyprzedaż w pierwszej kolejności starych zapasów w całej sieci dystrybucyjnej. Dopiero gdy pozbyto się starych zapasów, w niższych cenach, klienci zaczęli akceptować nowe, wyższe poziomy cenowe” – wyjaśnia zarząd NTT System.

Wymienia również utrzymujący się niski popyt w segmencie biznesowym i przetargów publicznych, który ma być „związany z brakiem ogłoszeń i rozstrzygnięć przetargowych z jednej strony, z drugiej zaś strony, być może, z nieuczciwą konkurencją, o której donoszą różne media, a nawet sami producenci i Urząd Zamówień Publicznych, ostrzegając m.in. przed nielegalnym oprogramowaniem, instalowanym w urządzeniach przez nieuczciwych oferentów, czy też komponentami do produkcji nabywanymi przez nich z niepewnych źródeł”.

Problemem jest również m.in. niedostateczny poziom finansowania branży IT przez banki i ubezpieczycieli kredytów handlowych. Firmy finansowe według zarządu spółki są nadal negatywnie nastawione do całego sektora IT.

Byli szefowie Optimusa znów staną przed sądem

Sąd Apelacyjny uchylił w całości wyrok sądu I instancji w sprawie przeciwko byłym prezesom Optimus SA: Michałowi D. i Piotrowi L., oraz szefowi Zatry – Michałowi D. – poinformował CD Projekt. Decyzja sądu apelacyjnego zapadła w końcu października. Oznacza, że sprawa wraca do ponownego rozpoznania. CD Projekt, jako kontynuator prawny Optimus SA, występuje w niej jako oskarżyciel posiłkowy.

Postępowanie dotyczy wydarzeń z 2006 r., gdy Michał L. był prezesem Optimusa. Doprowadził on do bezprawnego przejścia kontrolnego pakietu akcji przez Michała D., szefa Zatry. Z jego inicjatywy prezesem Optimusa został Piotr L. Akt oskarżenia przeciwko trzem byłym prezesom trafił do sądu w 2009 r.

W październiku 2016 r. warszawski Sąd Okręgowy skazał Michała L., Piotra L. i Michała D. za popełnienie czynów z art. 296 §1 k.k. i art. 296 §3 k.k. i in. (nadużycie zaufania oraz wyrządzenie szkody majątkowej znacznej wartości w celu osiągnięcia korzyści). Sąd stwierdził, że szkoda wskutek działań skazanych wyniosła co najmniej 16 mln zł. Przyznał jednak spółce odszkodowanie w łącznej wysokości jedynie 210 tys. zł (powołując się na art. 46 k.k.). CD Projekt złożył apelację, domagając się m.in. większego odszkodowania.

W odrębnym postępowaniu spółka żąda od Michała L. ponad pół miliona złotych rekompensaty za straty poniesione przez Optimusa z powodu naruszenia obowiązków informacyjnych na giełdzie.

» **Lei Jun**, założyciel Xiaomi, jest prawdopodobnie powiązany z chińską firmą Bitmain, największą kopalnią bitcoinów na świecie. Do takich wniosków prowadzi analiza dokumentów ujawnionych niedawno przy okazji afery Paradise Papers. W ciągu zaledwie siedmiu lat od założenia Xiaomi (w kwietniu 2010 r.), Lei Jun zgromadził fortunę wartą 7 mld dol. Większość tej kwoty to wynik dobrej sprzedaży smartfonów tej marki. Jednak okazuje się, że Lei Jun zainteresował się również światem kryptowalut, prawdopodobnie wykorzystując go do dalszego powiększenia swojej fortuny.

» **Tech Data i Microsoft** nawiązały strategiczną współpracę w Europie Wschodniej. Będzie się ona koncentrować na usłudze Office 365, platformie Azure oraz na rozwiązaniach z zakresu analityki biznesowej i IoT. Zakłada inwestycje w działania marketingowe i globalną platformę do transakcji chmurowych StreamOne. Tech Data utworzyła w Pradze „centrum doskonałości” z zespołem specjalistów ds. produktów, którzy zaoferują resellerom pomoc techniczną dotyczącą wszystkich rozwiązań Microsoftu. Nowa umowa ma zacieśnić współpracę dystrybutora z Microsoftem w Czechach i w Polsce, a także pomóc Tech Dacie we wdrażaniu StreamOne na Słowacji, Węgrzech i w Rumunii.

» **Commvault** został partnerem strategicznym Google Cloud. Klienci korporacyjni obu firm uzyskali w ten sposób nowe możliwości przechowywania i przetwarzania danych w chmurze. Współpraca umożliwi przedsiębiorstwom wdrożenie jednego rozwiązania do całościowego zarządzania danymi. Obejmuje ono tworzenie kopii zapasowych i odtwarzanie danych, zarządzanie i procesy eDiscovery w środowisku lokalnym, Google Cloud Platform oraz w innych środowiskach chmurowych.

» **Cisco** podpisało porozumienie z Interpolem, największą na świecie międzynarodową organizacją policyjną. Oba podmioty będą wymieniać się danymi i technologiami inteligentnego wykrywania zagrożeń. Jak mówi Noboru Nakatani, dyrektor IGCI (Interpol Global Complex for Innovation): „wymiana informacji i doświadczeń między sektorami publicznym i prywatnym ma kluczowe znaczenie w walce z cyberprzestępczością. Żadne państwo czy organizacja nie jest w stanie samodzielnie sprostać takiemu wyzwaniu. Porozumienie Interpolu z Cisco daje nam oraz służbom policyjnym ze 192 krajów należących do organizacji, dostęp do ważnych informacji o cyberzagrożeniach”.

» **Ministerstwo cyfryzacji** przekonuje Komisję Europejską do zniesienia barier ograniczających swobodę transferu danych w UE. Zdaniem przedstawicieli resortu nasz kraj na tym skorzysta. Do Polski, która zapoczątkowała tę inicjatywę, dołączyły już Belgia, Bułgaria, Czechy, Dania, Estonia, Irlandia, Łotwa, Litwa, Luksemburg, Holandia, Słowenia,

Szwecja i Wielka Brytania. W odpowiedzi Komisja Europejska rozpoczęła w tej sprawie konsultacje z krajami członkowskimi, które mają prowadzić do podjęcia właściwych inicjatyw legislacyjnych. Polska inicjatywa jest reakcją na ryzyko budowy „cyfrowych granic”. W takich krajach jak Niemcy i Francja pojawiły się pomysły wprowadzenia wymogu przechowywania danych lokalnie, jeżeli przedsiębiorca prowadzi działalność w danym państwie – nawet gdy firma ma siedzibę za granicą.

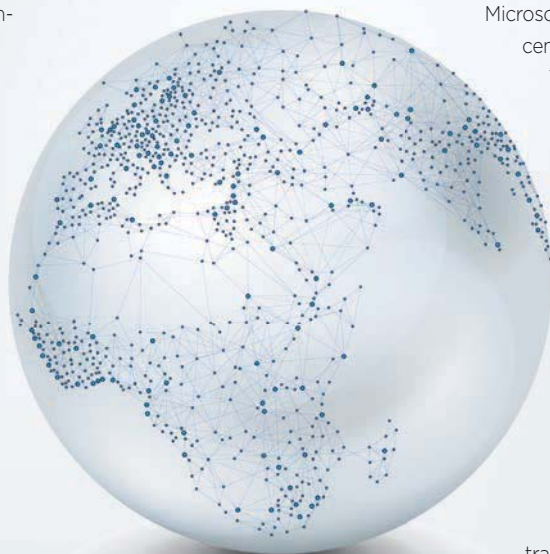
» **Ingram Micro** przejął firmę Phoenix, amerykańsko-kanadyjskiego dystrybutora specjalizującego się w sprzedaży rozwiązań do płatności w urządzeniach POS. „Wzmacniamy szybko rosnący rynek płatności elektronicznych. Potrzebujemy specjalistów i kompetencji w tej dziedzinie” – komentuje Jeff Yelton, wiceprezes Ingrama i dyrektor generalny odpowiedzialny za zaawansowane rozwiązania.

» **Spółka HoloTouch** złożyła pozew przeciwko Microsoftowi, twierdząc, że jego zestaw do rozszerzonej rzeczywistości narusza jej patenty. Chodzi o rozwiązania, które HoloTouch opracowało już na początku tego stulecia, po czym w 2006 r. wystosowało wobec Microsoftu propozycję umowy w sprawie opłat licencyjnych. Według przedstawicieli HoloTouch próby porozumienia podejmowane w kolejnych latach pozostały bez odzewu. Nie ujawniono, jakiej rekompensaty pozwywający domaga się od Microsoftu.

» **HPE** odnotowuje straty w związku z kosztami transformacji w ramach inicjatywy HPE Next, która docelowo ma zwiększyć efektywność operacyjną firmy i ograniczyć wydatki. W tym celu producent zamyka biura w kilkudziesięciu krajach i upraszcza strukturę. Dzięki temu chce zaoszczędzić 1,5 mld dol. w okresie trzech lat. W IV kw. finansowym br. koszty transformacji wyniosły 328 mln dol., do których doszły wydatki w wysokości 202 mln dol. na „koszty separacji” HP Inc. oraz HPE. Gdyby nie te obciążenia, tegoroczne wyniki finansowe HPE byłyby dodatnie.

» **Polska** znajduje się na szarym końcu w Unii Europejskiej w kontekście popularności rozwiązań chmurowych – wynika z obliczeń Eurostatu dotyczących 2016 r. Agencja podaje, że jedynie 8 proc. polskich firm korzysta z chmury obliczeniowej, co oznacza wzrost o 2 proc. w latach 2014–2016. Dla porównania: na dojrzałych rynkach stopień wykorzystania chmury jest wielokrotnie wyższy, np. w przypadku Finlandii wynosi 57 proc., w Danii 42 proc., w Wielkiej Brytanii zaś 35 proc. W Czechach i na Słowacji jest to 18 proc.

» **Rosja** to źródło zdecydowanej większości cyberataków na Polskę. W ciągu ostatnich sześciu miesięcy z tamtego kierunku podjęto ponad 2,5 mln prób ataków – wynika z danych F-Secure. Z Rosji pochodzi średnio ponad 14,5 tys. prób ataków dziennie. Na drugim miejscu są Niemcy, z dziesięciokrotnie niższym wskaźnikiem.





Digital transformation: za błędy się płaci

Organizatorzy Fujitsu Forum 2017 szczególnie dużo uwagi poświęcili cyfrowej transformacji. Podkreślali, że to proces trudny i wiążący się ze sporym ryzykiem, gdyż nie polega wyłącznie na wdrożeniu nowej technologii.

KAROLINA MARSZAŁEK, MONACHIUM

Aby lepiej unaocznić problem, z jakimi mogą się spotkać przedsiębiorcy, Fujitsu zapytało przedstawicieli 1625 firm z całego świata o wyzwania związane z przechodzeniem na „cyfrową stronę mocy”. Respondenci przyznają, że jest to trudne, a za błędy trzeba słono płacić. Okazuje się, że 28 proc. ankietowanych doświadczyło już na tym polu klęski, a przeciętny koszt nieudanego projektu wynosi 555 tys. euro. Co więcej, nawet wczesne wycofanie się z niego nie obniża tych kosztów znacząco, bo średnio do 423 tys. euro. Nic dziwnego, że strach przed porażką trzyma wielu menedżerów z daleka od projektów charakterystycznych dla cyfrowej transformacji. Niemniej jednak więcej niż połowa

respondentów, którzy odważyli się na ten krok, widzi już pozytywne rezultaty.

Mimo że technologie cyfrowe są głównym źródłem innowacji i motorem wzrostu dla przedsiębiorstw w XXI w., samo ich zastosowanie nie wystarczy – przestrzegają przedstawiciele Fujitsu. Chodzi ostatecznie o to, aby w firmie zaczęły współgrać ze sobą cztery elementy, które japoński producent określa skrótowcem PACT (people, actions, collaboration, technology). W Fujitsu uważa się, że japoński koncern stał się właściwym partnerem zarówno dla klientów końcowych, jak i dla integratorów IT, którzy chcą, aby w ich przypadku PACT rzeczywiście zadziałał.

Siedmiu na dziesięciu respondentów biorących udział we wspomnianym ba-

daniu przyznaje, że czuje presję, aby nie pozostawać w tyle pod względem konkurencyjności. Tyle samo przedsiębiorstw boryka się z niedostatkiem cyfrowych umiejętności – przy czym nie chodzi tutaj o dział IT, ale o ogólne kompetencje ogółu pracowników. To będzie, według Fujitsu, coraz bardziej palący problem.

– Rok temu opowiadaliśmy, jak cyfrowa rewolucja zmienia nasz świat. W tym kontekście nie bez przyczyny kładliśmy nacisk na ideę współtworzenia, aby pomóc naszym klientom wzmocnić konkurencyjność – mówi Duncan Tait, Senior Executive Vice President and Head of Americas and EMEA w Fujitsu.

Współtworzenie (producent używa określenia co-creation) ma polegać na

połączeniu szeregu aspektów funkcjonowania firmy w spójną całość, która służy realizacji jej celów. Przedstawiciele Fujitsu oczywiście podkreślają, że w procesie tym ważne jest umiejętne wykorzystanie innowacyjnych technologii tej właśnie marki, jak też wiedzy ekspertów koncernu oraz jego partnerów wdrożeniowych. Dopiero te wszystkie elementy, wraz z unikalnym know-how klienta, mają dać pożądane rezultaty i pomóc przedsiębiorcom w skutecznym wprowadzeniu rewolucyjnych zmian. Takich, dzięki którym będą mogli sprostać nowym wyzwaniom, jakie stawia przed nimi rynek i klienci.

FILARY CYFROWEJ TRANSFORMACJI

Według Fujitsu w ciągu najbliższych dwóch lat ponad połowa dużych firm umieści większość swoich zasobów IT w chmurze. Z myślą o nich producent udostępnił usługę Fujitsu Cloud Service K5 w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Finlandii, Hiszpanii, USA i oczywiście Japonii. Przedstawiciele koncernu podkreślają, że obecnie największą możliwością stwarza klientom biznesowym chmura hybrydowa. Z tego względu zacieśnił on współpracę z VMware'em, Microsoftem, Oracle'em i NetAppem.

Praktycznym przykładem tych wysiłków jest nowe rozwiązanie dla infrastruktury konwergentnej – Nflex. Powstało w wyniku współpracy specjalistów Fujitsu i NetAppa. Ma pomóc przedsiębiorcom w podniesieniu efektywności zarządzania danymi, których ilość niezmiennie rośnie. Sposobem na to jest precyzyjne skalowanie mocy obliczeniowej oraz przestrzeni storage'owej z myślą o faktycznych potrzebach firmy.

JAK IoT, TO W PRZEMYSŁE

Dzięki Industrial Internet of Things masowa produkcja może, paradoksalnie, zaspokajać indywidualne potrzeby klientów – bez opóźnień i bez znacznego zwiększenia kosztów. Według Fujitsu w ten sposób traci na aktualności jedno ze słynnych powiedzeń Henry'ego Forda – o klientach, którzy mogą sobie zażyczyć samochodu w dowolnym kolorze, pod warunkiem że będzie

to kolor czarny. Aby zupełnie unieważnić to słynne powiedzenie, Fujitsu wprowadza nową markę – Intelliedge. Kryją się pod nią rozwiązania służące do optymalizacji procesów w ramach tzw. czwartej rewolucji przemysłowej (Industry 4.0). Ma to polegać, w dużym skrócie, na przenoszeniu danych z maszyn przemysłowych do sieci IT w czasie rzeczywistym. Procesowi temu towarzyszy sięganie po nowe metody interpretacji tychże danych. To możliwe m.in. dzięki sztucznej inteligencji, która odgrywa

Integrator usług, czyli partner na nowe czasy.

jedną z kluczowych ról w rozwoju Przemysłu 4.0. Fujitsu podjęło się roli edukatora i uczy klientów biznesowych, jak stosować rozwiązania IoT w przemyśle. W tym celu producent otworzył w Monachium Industry 4.0 Competency Center.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Sztuczna inteligencja jest rozwijana od lat, ale przerost danych w ostatnim okresie wpłynął na szybkość tego procesu.

– *Użyteczność sztucznej inteligencji jest przeogromna i chcemy, aby klienci zrozumieli możliwości rozwoju związane z jej wykorzystaniem* – podkreśla Duncan Tait.

W związku z tym producent uruchomił AI Center of Excellence we Francji i rozwija tam techniki uczenia maszynowego, głębokiego uczenia oraz przetwarzania języka naturalnego.

– *Już teraz pomogliśmy Szpitalowi San Carlos w Madrycie zastosować sztuczną inteligencję i procesy uczenia maszynowego, aby mógł przewidywać możliwe zdarzenia związane z pacjentami. Placówka ocenia, że odsetek trafnych prognoz naszego systemu wynosi 95 proc.* – podkreśla Duncan Tait.

Kolejny przykład, który przywołał Tait, to implementacja bazującego na AI systemu kontroli dla Siemens Gamesa – drugiego pod względem wielkości na świecie wytwórcy turbin wiatrowych. Producent

kontynuuje rozwój usług związanych z bezpieczeństwem teleinformatycznym.

– *Wprowadziliśmy nowe usługi zarządczalne zabezpieczające naszych klientów w regionie EMEA przed zagrożeniami. Na przykład świadczymy je na rzecz Hydro, przedsiębiorstwa o światowym znaczeniu produkującego aluminium* – poinformował Tait.

Fujitsu ogłosiło także udział w finansowanym przez UE projekcie, którego celem jest skuteczna ochrona hiperpołączonego cyfrowego świata przed cyberatakami. Kluczowe dla projektu jest rozwijanie technik automatycznego reagowania na zagrożenia i minimalizowania ryzyka dla platform IoT wykorzystywanych w fabrykach, sektorze zdrowia i systemach krytycznych. W tych pracach znów zasadniczą rolę odgrywa sztuczna inteligencja. Do 2020 r. Fujitsu wraz z trzynastoma innymi partnerami z dziewięciu krajów UE będą opracowywać rozwiązania chroniące przed złośliwym oprogramowaniem.

PARTNERZY: MUSZA BYĆ KREATYWNÍ

Generalnie digitalizacja powoduje zmianę w sposobie działania kanału sprzedaży, gdyż klienci zaczynają szukać integratorów, którzy dysponują know-how w dziedzinie cyfrowej transformacji. A to wymaga zmian w podejściu do sposobu sprzedaży, zdefiniowania biznesu klienta i jego potrzeb. Dla integratorów może to być problematyczne. W ich przypadku również niezbędne staje się działanie w duchu współtworzenia. Dlatego nie zaszkodzi, jeśli będą ze sobą współpracować, bo właśnie to prowadzi do najlepszych pomysłów i realizacji naprawdę innowacyjnych projektów. Nowe pomysły – zarówno na rozwój biznesu klienta, jak i własnego – stają się niezbędne w dalszych działaniach.

Na jednej z sesji podczas Fujitsu Forum pojawiło się hasło – integrator usług. W tym kierunku mają ewoluować partnerzy w „chmurowych czasach”. Bycie integratorem usług oznacza dla firmy IT zdecydowane wyjście poza techniczne detale i skupienie się na aspektach biznesowych związanych z wdrażaniem w danym przedsiębiorstwie rozwiązaniem. „Technikalia” można wówczas pozostawić innym. ■

Commvault: gramy z partnerami w golfa

Wzrost popularności chmur publicznych, prywatnych i hybrydowych, nowe przepisy dotyczące ochrony danych oraz rosnące zagrożenia ze strony cyberprzestępców spowodowały, że tradycyjne podejście do danych straciło rację bytu.

KRZYSZTOF JAKUBIK, WASZYNGTON

Podczas tegorocznej konferencji Commvault GO 2017 zarząd amerykańskiego producenta podkreślał konieczność wykorzystywania przez przedsiębiorców zaawansowanych narzędzi analitycznych nie tylko do prowadzenia bieżącego biznesu, ale także w procesie ich zabezpieczania i archiwizacji. Ma na to wpływ wiele czynników, m.in. rozporządzenie RODO, które zmusiło wszystkie europejskie firmy oraz wiele globalnych przedsiębiorstw do przejrzenia, a często też przemodelowania swoich procesów ochrony danych.

Commvault obecnie jest w trakcie dostosowywania swojego oprogramowania do wymogów RODO. Docelowo ma być uzupełniona o narzędzia raportujące i wizualizujące lokalizację danych osobowych, które ułatwią zaprojektowanie i wdrożenie reguł polityki automatycznego zarządzania nimi. Nowa wersja platformy Commvault będzie dostępna pod koniec grudnia 2017 r.

Podczas konferencji producent ogłosił strategiczne partnerstwo z platformą Google Cloud. Dzięki tej współpracy przedsiębiorstwa będą mogły korzystać z oferty usług chmurowych jako miejsca przetwarzania i przechowywania danych, przy nieskończonej skalowalności, wysokiej klasy zabezpieczeniach oraz bardzo dobrej dostępności.

Wobec danych wysyłanych do chmury stosowana jest zaimplementowana przez Commvaulta globalna kompresja i deduplikacja, a następnie wszystkie informacje są szyfrowane. W ramach współpracy obsługiwane są najpopularniejsze aplikacje klasy korporacyjnej działające w Google Cloud Engine, oraz takie aplikacje GSuite jak Gmail i Dysk Google.



Przedstawiciele Commvaulta zwracali również uwagę na to, że użytkownicy oczekują dostępu do zasobów IT w modelu usługowym. Dlatego, oprócz współpracy z Google Cloud, zaprezentowali szereg własnych rozwiązań rozliczanych w modelu abonamentowym. Jednym z nich jest Commvault HyperScale Appliance – urządzenie zbudowane na bazie serwerów Fujitsu i oprogramowania Commvault. Przedstawiciele producenta podkreślają, że nie jest to rozwiązanie z kategorii Purpose-Build Backup Appliance – służy nie tylko do backupu, umożliwia także przechowywanie podstawowych i archiwalnych danych i zapewnia zaawansowane funkcje zarządzania nimi.

Producent zapowiedział też uruchomienie usługi Endpoint Data Protection as a Service, dzięki której możliwe jest zabezpieczenie w chmurze Commvaulta danych przechowywanych na urządzeniach końcowych użytkowników korporacyjnych, a także współużytkowanie plików i przeszukiwanie ich treści. Usługa ta jest przystosowana do sprzedaży przez partnerów. Ralph Nimergood, wiceprezes Commvault

odpowiedzialny za światowy kanał sprzedaży, podkreśla, że dostępność tego typu usług jest wymagana obecnie przez użytkowników, a więc zarówno producenci, jak i ich kanał partnerski muszą się do tej nowej rzeczywistości przygotować.

– Często przyrównuję naszą współpracę z partnerami do gry w golfa. Bardzo łatwo jest zrozumieć jej zasady, ale bardzo trudno jest dobrze grać. Staramy się szybko dostosowywać do nowych realiów przez zapewnienie różnorodności modeli licencjonowania naszej platformy, jak też wsparcie partnerów, których klienci chcą widzieć w roli zaufanych doradców – zapewnia Ralph Nimergood.

Rozmówca CRN Polska przypomina przy tym, że już od trzech lat promowany jest model usługowy, dzięki któremu klienci mogą znacznie szybciej rozpocząć korzystanie z platformy Commvault niż w tradycyjnym modelu. Zdaniem Ralphi Nimergooda partnerzy, którzy celowo rezygnują z usług zarządzanych, tracą dostęp do znacznej części rynku. Tymczasem na sprzedaży sprzętu i oprogramowania wiele już nie zarobią...

Klienci oczekują prostych rozwiązań

„Warto uważnie przyglądać się danym zbieranym w ramach Internetu rzeczy. Dotychczasowe doświadczenie pokazuje, że urządzenia IoT nie są wystarczająco dobrze zabezpieczone” – mówi **BOB HAMMER, PREZES I DYREKTOR GENERALNY COMMVAULT.**

CRN Które rynkowe trendy najbardziej wpływają na kształtowanie się oferty produktowej Commvaulta?

BOB HAMMER Chmura publiczna i nowe europejskie rozporządzenie o ochronie danych osobowych. Chmura już od pewnego czasu wyszła z fazy eksperymentu i stała się pełnoprawnym narzędziem przetwarzania i przechowywania danych. Również dla nas jest to jeden z głównych czynników wzrostu biznesowego – nasze oprogramowanie zarządza około 200 petabajtami danych w chmurze. Natomiast RODO to duże wyzwanie, bo wymaga lepszego zrozumienia tego, jakie dane firma posiada, gdzie fizycznie się one znajdują i w jaki sposób są zabezpieczone. Aby zapewnić pełną zgodność z prawem, potrzeba wielu innowacji zaszytych w oprogramowaniu, włącznie z uczeniem maszynowym, do biznesowej analizy danych. Wiemy, jak skomplikowane jest to zadanie, bo proces dostosowania się do wymogów rozporządzenia musieliśmy przeprowadzić przede wszystkim u siebie.

CRN Czy oprócz danych osobowych i medycznych istnieje jeszcze jakiś rodzaj informacji, które wymagają specjalnego traktowania?

BOB HAMMER Wszelkiego rodzaju dane poufne, tworzone i przechowywane przez rządy poszczególnych krajów. Warto też uważnie przyglądać się danym zbieranym w ramach Internetu rzeczy. Większość z nich prawdopodobnie nie będzie przechowywana w chmurze, bo jest ich po prostu zbyt dużo, więc najczęściej będą zbierane i zarządzane wewnątrz urzędów, w których zostały wytworzone lub w jakiś sposób zagregowane. Natomiast dotychczasowe doświadczenie pokazuje, że urządzenia IoT nie są wystarczająco dobrze zabezpieczone...

CRN Jednym z najbardziej dokuczliwych zagrożeń stał się ransomware. Niektórzy wręcz twierdzą, że tchnął nowe życie w branżę związaną z backupem danych...

BOB HAMMER Rzeczywiście, zdarzały się firmy, w których administratorzy twierdzili, że nie potrzebują backupu, bo wystarczy im na przykład replikacja danych. Tymczasem tylko backup umożliwia przywrócenie szybkiego dostępu do danych, gdy dojdzie do

ich zaszyfrowania. Ale stworzenie w sposób odpowiedzialny środowiska zapewniającego funkcjonowanie tego procesu wymaga mnóstwa pracy. Potrzebne jest zaawansowane indeksowanie i ciągle analizowanie zabezpieczanych danych, żeby w ogóle mieć świadomość, co możemy zrobić w przypadku ich utraty.



CRN Staracie się, aby platforma Commvaulta zapewniała każdy rodzaj zabezpieczenia i archiwizowania danych, jaki można sobie wyobrazić. Takie uniwersalne podejście do zarządzania danymi wydaje się bardzo słuszne. Dlaczego zatem na rynku świetnie radzą sobie firmy, które zaproponowały zupełnie odwrotne podejście i całkowicie niszowy produkt, jak na przykład Veeam?

BOB HAMMER Muszę uczciwie przyznać, że w pewnym momencie oddaliśmy konkurencji trochę pola na tym rynku. Zakładaliśmy, że w dużym przedsiębiorstwie po prostu potrzeba dużej platformy, którą zapewniamy. Tymczasem wspomniany Veeam skupił się na rozwiązaniach do wirtualizacji, uprościł i zautomatyzował ich zabezpieczanie, stworzył prosty interfejs, ustalił dobrą cenę i wysłał klarowny komunikat do rynku. W efekcie, nawet jeśli CIO w firmie klienta miał jakąś strategię zabezpieczania danych, to dział IT miał dobre argumenty do zabezpieczenia wirtualnych maszyn w prostszy sposób. W gruncie rzeczy to był bardzo ważny sygnał dla rynku, że użytkownicy oczekują prostych rozwiązań i trzeba się do tego dostosować.

CRN Jakże zatem działania podjęliście w tym zakresie?

BOB HAMMER W ogromnym stopniu bazujemy na komunikacji z użytkownikami. Uwagi od nich spływają do nas codziennie i bardzo sumiennie się im przyglądamy. Nasze service packi publikowane są co kwartał, a nie – tak jak kiedyś – co 1,5 roku, i w każdym znajdują się poprawki uwzględniające uwagi klientów. Jedną z największych ostatnich zmian jest przejście z konsoli Java na webową. Cały czas pracujemy nad jej znacznym uproszczeniem – wiemy, że Commvault był znany z bardzo zaawansowanego produktu, ale jednocześnie bardzo skomplikowanego w obsłudze.

ROZMAWIAŁ **KRZYSZTOF JAKUBIK**



Fot. © grandeduc - Fotolia.com

Gaming: liczby mówią wszystko

O rynku gier wideo i rozwiązań dla graczy mówi się w kontekście coraz wyższych przychodów. Polska podąża za światowymi trendami, a nasze spektakularne sukcesy na polu e-sportu promują gaming także wśród osób dorosłych.

KAROLINA MARSZAŁEK

Ponad dwa miliardy osób na świecie to gracze. Według agencji Newzoo branża gier wideo w ujęciu globalnym osiągnęła w 2016 r. wartość 101 mld dol. Super Data Research podaje liczbę mniejszą, lecz również oszałamiającą – 91 mld dol. Analitycy Newzoo przewidują, że do roku 2020 będziemy mówić o kwocie prawie 129 mld

dol. Już w mijającym 2017 r. 2,2 mld graczy ma wygenerować przychód bliski 108,9 mld dol.

Równie optymistyczne prognozy dotyczą sprzętu gamingowego. Z badań Jon Peddie Research wynika, że w 2017 r. światowe dostawy pecetów dla graczy powinny sięgnąć 10 mln sztuk. Z czego 50 proc. mają stanowić wysokomarżowe

modele z wyższych półek. Wartość sprzedaży sprzętu dla graczy wyniosła w 2016 r. 26,1 mld dol. Do 2018 powinna się zwiększać corocznie średnio o 7 proc., do kwoty 30 mld dol. Według JPR gracze pasjonaci stanowią 3 proc. klientów kupujących gamingowy hardware. Jednak owe skromne 3 proc. konsumentów odpowiada za... 46 proc. obrotów na tym rynku.

MOBILNOŚĆ NA CZELE

Okazuje się, że najbardziej dochodową częścią branży gier wideo stały się produkcje mobilne. Według Newzoo odpowiadały one za 39 proc. światowych przychodów (mowa o 39,4 mld dol.). Gry na komputery osobiste, wliczając społecznościowe, przeglądarkowe i do pobrania, wygenerowały natomiast 30,3 mld dol. przychodu. W przypadku tych przeznaczonych na konsole, również przenośne, w 2016 r. możemy mówić o 32,3 mld dol. W 2017 r. na rynku gier wideo 42 proc. przychodu wygenerują użytkownicy urządzeń mobilnych. Do 2020 r. produkcje na telefony mają stać się stanowić ponad połowę przychodów całego rynku gier.

ZMIANA LIDERÓW

W 2016 r. na rynku produktów dla graczy zaszła ciekawa zmiana – region Azji i Pacyfiku odpowiadał wówczas już za 47 proc. wpływów z rynku gier wideo, pokonując tym samym Amerykę Północną, której udział uplasował się na poziomie 25 proc. Trzecie miejsce na podium zajęła Europa, liczona razem z Bliskim Wschodem i Afryką. Na marginesie branży pozostaje Ameryka Południowa i Łacińska.

Z kolei w dziesięć krajów, które w 2016 r. wygenerowały najwyższe przychody na rynku gier, przewodzią Chiny z kwotą 24,27 mld dol. Drugie miejsce zajmują Stany Zjednoczone (23,46 mld dol.), trzecie zaś Japonia (12,43 mld dol.). Za nimi uplasowały się: Niemcy (4,09), Korea Południowa (4,05), Wielka Brytania, Francja, Kanada, Hiszpania i Włochy. Polska znajduje się na 23 miejscu z wydatkami na poziomie 0,43 mld. dol.

NA FALI WZNOŚĄCEJ

Według danych GfK zaprezentowanych podczas tegorocznego Distree EMEA w całym 2016 r. wartość zbytu notebooków i desktopów dla graczy w Europie wzrosła odpowiednio o 74 i 18 proc., podczas gdy cały rynek PC w sektorze detalicznym skurczył się o 5 proc. W IV kw. 2016 r. 42 proc. przychodów na rynku desktopów w sektorze konsumenckim wy-

Przyszłość VR i e-sportu

Technologie VR/AR...

...dopiero raczkują na światowym rynku i rozważa się dla nich trzy scenariusze rozwoju w ciągu najbliższej dekady. Według pierwszego do 2025 r. wartość rynku VR i AR wzrośnie do 80 mld dol. (45 mld ma przypaść na oprzyrządowanie, a 35 mld na software). Drugi przewiduje, że upowszechnią się dużo szybciej, wartość rynku wzrośnie do 182 mld dol. (110 – sprzęt, 72 – oprogramowanie), a rozwiązania VR/AR zyskają status pełnoprawnej platformy sprzętowej. Trzecia możliwość to powolny rozwój, prowadzący do wzrostu wartości rynku do poziomu 23 mld dol. Powodem stopniowych, nie zaś skokowych wzrostów mogą być m.in. wyzwania związane z opóźnieniami we wdrażaniu technologii i ograniczeniem jej przede wszystkim do gier.

Według Newzoo akceptowalna cena urządzenia VR jest dużo mniejsza niż rzeczywistość – schodzi poniżej 600 dol., a obecne koszty sprzętu VR i komputera o wymaganych parametrach przekraczają tę kwotę. Firma badawcza stawia też pytanie, czy ceny gogli potrzebnych, by wykorzystywać VR, będą spadały – podobnie jak to miało miejsce w przypadku pecetów – od 5 do 10 proc. rocznie. Aktualnie powodem takich, a nie innych cen są kosztowne komponenty sprzętu, m.in. soczewki 3D czy systemy śledzenia ruchu.

e-sport...

...stosunkowo niedawno nie tylko zyskał rozgłos wśród graczy, ale przebił się do ogólnopolskich mediów i rosnącej liczby przedsiębiorstw zainteresowanych rozwojem biznesu w tym kierunku. Według raportu SuperData wartość światowego rynku e-sportowego w 2017 r. sięgnie 1,24 mld dol. Zdaniem tej samej firmy w 2019 r. liczba osób zainteresowanych oglądaniem zmagania graczy w Internecie sięgnie 330 milionów. W Polsce trend ten dopiero się rozwija, 14 proc. respondentów badania Polish Gamers Research deklaruje zainteresowanie oglądaniem sportów elektronicznych podczas transmisji wideo, z czego 50 proc. robi to na żywo w trakcie trwania turniejów.

Polska ma na polu e-sportu spektakularne sukcesy, zarówno organizacyjne, jak i sportowe. Przykładowo drużyna Virtus.pro grająca w Counter Strike: Global Offensive to pięciokrotni mistrzowie świata, utrzymujący się w czołówce od ponad 10 lat. W Polsce od 3 lat organizowany jest finał Intel Extreme Masters, największy turniej dla zawodowych graczy na świecie. W 2016 r. finał IEM oglądało dziennie średnio 173 tys. widzów w ciągu całego tygodnia zmagania, a w Internecie transmisje śledziło w sumie 46 mln unikalnych użytkowników.

Źródło: Raport „Kondycja polskiej branży gier 2017”

generowały właśnie modele dla graczy, a w przypadku notebooków – 14 proc.

W 2016 r. w samej Europie Zachodniej wydatki na akcesoria do gier na komputery stacjonarne wyniosły 993 mln euro. Na całym świecie było to 1,5 mld euro. GfK podkreśla, że średnia cena produktów do gier jest wyższa od średniej ceny rozwiązań do normalnego użytku. W przypadku słuchawek zdaniem tej firmy badawczej różnica wynosi 1,2x; myszy komputerowych – 2,2x; monitorów – 1,6x; klawiatur – 2,2x. Dlatego umiejętny handel tymi urządzeniami może stanowić doskonały sposób na zwiększenie wartości rynkowej akcesoriów.

PRODUCENCI CORAZ BARDZIEJ W GRZE

Nic dziwnego, że wśród producentów zaostrza się walka o gamingowy kawałek tortu. Wiosną bieżącego roku Lenovo podczas New Product Training zachwalało subbrand dla graczy – Legion. W sumie tego typu urządzenia nie stanowią pełnej nowości w asortymencie producenta. Podczas eventu podkreślono jednak wyraźnie, że w przypadku Legionu Lenovo położyło szczególny nacisk na wysoki poziom wykonania i działania całego ekosystemu rozwiązań, które mają teraz zadowolić nawet najbardziej wytrawnych e-sportowców. ➤

➤ HP z kolei promuje od pewnego czasu swoją gamingową markę Omen. To również pełny ekosystem produktów, do których ma niebawem dołączyć oprogramowanie. Stworzeniu kompleksowej oferty rozwiązań dla graczy w ramach swojej submarki Alienware dużo uwagi poświęca także Dell. Na targach IFA 2017 producent promował głównie nowe akcesoria.

Paweł Śmigielski, prezes Kingstona w Polsce, podkreślał niedawno w rozmowie o rynku gamingowym z Newserią, że od ponad 20 lat nie widział szybciej rosnącego biznesu. Dlatego Kingston, który już jakiś czas temu wyodrębnił spółkę HyperX oferującą gamingową linię produktów, chce rozwijać ją o nowe kategorie.

Jak podaje agencja Digitimes, na europejskim rynku zamierza zaistnieć chiński Haier, dotąd znany na Starym Kontynencie jako producent sprzętu gospodarstwa domowego. Jako właściciel marki gamingowej Thunderobot w 2018 r. zamierza zawalczyć o udziały w segmencie laptopów high-end. Według Digitimes w 2015 r. klienci końcowi kupili 120 tys. komputerów marki Thunderobot, w 2016 r. – już 200 tys., w 2017 r. zaś koncern liczy na sprzedaż 250–300 tys. sztuk.

Gruszek w popiele nie zasypiają również polscy producenci. Bogatą ofertę gamingową od lat rozwija na przykład NTT System. Na tym polu chce też zintensyfikować działania Actina – marka własna Actionu. Specjaliści Actiny podkreślają, że mocną stroną lokalnych producentów, którzy dysponują już rozpoznawalnym brandem, jest możliwość budowania rozwiązań gamingowych na miarę. O tym, że może to być słuszny kierunek, świadczą działania Hyperbooka – polskiego producenta gamingowych laptopów, który właśnie na „krojeniu na miarę” opiera swój model biznesowy.

ŚWIATOWE TRENDY W POLSCE

W kwietniu 2017 r., według Newzoo, Polska zajęła 23 miejsce na liście 100 najważniejszych rynków dla branży gier pod względem generowanego przychodu. Jego wielkość oceniana jest na ok. 0,46 mld dol., ale w 2019 r. ma to być już 0,56 mld dol. (tak szacują autorzy raportu „Kondycja polskiej branży gier wideo 2017”, w oparciu o dane Super Data Research, DFC Intelligence, Newzoo oraz informacje uzyskane od przedstawicieli polskiej branży gier wideo). Z kolei liczbę

Gaming staje się coraz bardziej popularny wśród osób dorosłych, wykształconych, które mają regularne dochody.

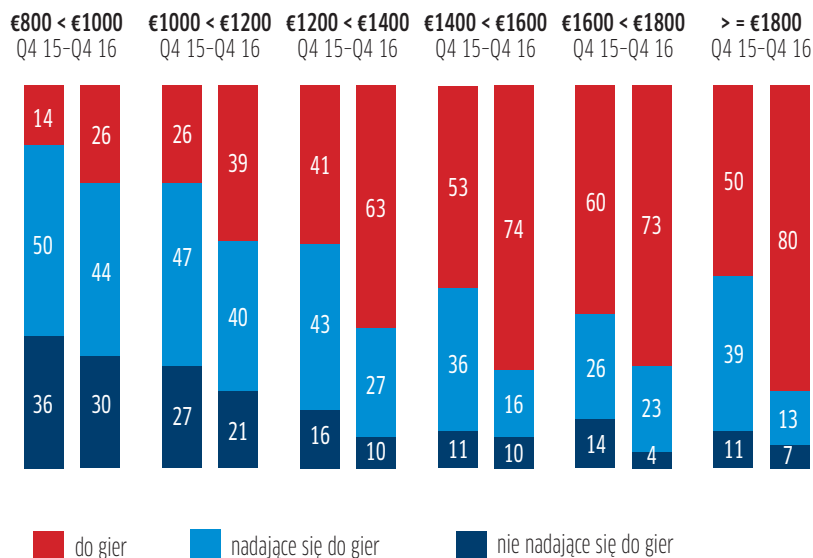
graczy szacuje się na 16 mln osób, podczas gdy w końcu 2015 r. mówiono o blisko 13,5 mln.

Nic dziwnego, że sprzedaż sprzętu gamingowego rośnie. Świadczą o tym na przykład dane Contextu. W II kw. 2017 r. wartość sprzedaży zwiększyła się w tym segmencie rynku o 47,5 proc. rok do roku. W ocenie firmy badawczej wynik ten był ponad dwukrotnie wyższy niż średni wzrost w Europie, gdzie wyniósł 22,7 proc. Analitycy Contextu zwracają przy tym uwagę, że zwiększyło się u nas zainteresowanie sprzętem markowym, nawet tym z najwyższej półki. Na taki rezultat złożyły się głównie wydatki entuzjastów (głównie ludzi młodych lub bardzo młodych), którzy nie oszczędzają na swoich maszynach i akcesoriach – nie zawsze zresztą płacąc za nie z własnej kieszeni.

Z badań przeprowadzonych przez Lenovo na potrzeby własne i partnerów wynika, że niemal co drugi gamer (konkretnie 48 proc.) jest zainteresowany sprzętem, którego cena zawiera się w przedziale od 3 do 5 tys. zł. Natomiast 16 proc. pytanym graczy jest skłonnych wydać na to od 5 do 7 tys. zł.

Z kolei autorzy raportu „Kondycja polskiej branży gier 2017” zwracają uwagę, że produkcje wideo ostatnio stają się coraz bardziej popularne wśród osób dorosłych, wykształconych, które mają regularne dochody, a swoją sytuację materialną określają przynajmniej jako przeciętną.

Sprzedaż jednostkowa komputerów stacjonarnych globalnie w ujęciu procentowym według segmentu cenowego



Źródło: POS Tracking GfK – ponad 500 tys. sklepów w ponad 80 krajach, styczeń–grudzień 2016

POLSKI GRACZ: KIM JEST?

O tym szczegółowo mówią prowadzone od 2015 r. badania Polish Gamers Research. Największą grupę graczy w naszym kraju, biorąc pod uwagę wiek, stanowią osoby

w przedziale od 24 do 34 lat. Na drugim miejscu plasują się ludzie młodszy – między 15 a 24 rokiem życia. Trzecie zajmują Polacy w wieku od 34 do 44 lat. I to w tej ostatniej grupie wiekowej zaszła w ciągu kilku ostatnich lat ciekawa zmiana: trzy lata temu jej udział w grupie wszystkich gamerów wynosił 17 proc., w 2015 roku oscylował wokół 16 proc., w 2016 r. natomiast wzrósł aż do 26 proc. Zwiększa się także liczba graczy mieszkających na wsi. Stanowią już 38 proc. badanych, co daje wynik o 8 pkt. proc. wyższy niż w roku 2015.

W 2016 r. tylko 20 proc. graczy mogło się pochwalić wykształceniem wyższym. Największą grupę stanowią osoby z maturą (45 proc.). Przebadani w ramach Polish Gamers Research mają zwykle stałą pracę (45 proc. – wzrost o 3 pkt. proc. w stosunku do danych z 2015 r.), co stanowi dobry znak dla firm zarabiających na gamingu. Z kolei 18 proc. graczy to uczniowie, a pracujący dorywczo – 11 proc. Bezrobotni i osoby prowadzą-

ce dom według najnowszych danych stanowią 8 proc. populacji polskich graczy. W sumie 38 proc. respondentów uważa, że ma przeciętną sytuację finansową, 35 proc. natomiast twierdzi, że dobrą. Opcję „zła” przy opisie własnych finansów wybrało 13 proc. respondentów. Najlepiej o swojej sytuacji mówią gracze konsolowi, najgorzej – grający w portalach społecznościowych.

PLATFORMY: PC USTĘPUJE MIEJSCA

Dane z badania Polish Gamers Research świadczą o tym, że w 2016 r. nastąpiła zmiana lidera wśród najpopularniejszych platform do grania. Urządzenia mobilne – smartfony i tablety – są teraz wymieniane jako najpopularniejszy sprzęt wykorzystywany w tym celu (wskazuje na nie 54 proc. badanych, co oznacza wzrost o 14 pkt. proc. w stosunku do 2015 r.). Do takiego wyniku najbardziej przyczynili się najmłodszy

respondenci (mający 15–24 lat). Okazuje się, że ponad połowa, bo 54 proc. z nich, gra mobilnie. Mimo utraty wcześniejszej pozycji komputery PC stoją wysoko, ponieważ 45 proc. badanych gra w instalowane na nich gry, a dodatkowe 41 proc. w gry przeglądarkowe. Wyniki najnowszego badania potwierdzają też stopniowe powiększanie się grona polskich graczy używających konsol. Wygląda na to, że w ciągu dwóch ostatnich lat ich liczba zwiększyła się z 10 do 19 proc.

Dobra wiadomość dotyczy średnich wydatków, na które decydują się gracze, wybierając gry instalowane na pecektach. Z raportu „Kondycja polskiej branży gier 2017” wynika, że nastąpił duży spadek wydatków na produkcje w przedziale 10–19 zł. Badani przeznaczają więcej pieniędzy na gry o wartości od 50 do 99 zł, a także od 100 do 200 zł. Jeśli tak, to można wnosić, że tacy klienci będą chcieli używać lepszych komputerów i akcesoriów, aby w pełni skorzystać z tego, co oferują droższe produkcje. ■



Tech Data - Twój Partner na rynku IT

TECH DATA KOMPONENTY

- Wysoka dostępność produktów
- Bardzo atrakcyjne ceny
- Wsparcie sprzedaży
- Autoryzowane dystrybucje





Epson: gaming dla wymagających

Twórcy gier ostatnimi czasy wręcz prześcigają się w tworzeniu gigantycznych, otwartych wirtualnych światów, których zadaniem jest pochłonięcie gracza. W osiągnięciu odpowiedniego stopnia immersji wkłada się tyle wysiłku, że wręcz szkoda marnować ów potencjał, grając na niewielkim ekranie komputera przenośnego czy nawet kilkudziesięciocalowym ekranie telewizora.

W sukurs graczom przychodzą firmy takie jak Epson, który w atrakcyjnych cenach oferuje projektory multimedialne, pozwalające cieszyć się obrazem w jakości Full HD o przekątnej długości nawet 300 cali (ponad 7,5 metra!). Nowoczesny projektor multimedialny to obecnie najlepsze urządzenie do wyświetlania obrazu, jakie może sobie sprawić gracz czy domowy kinoman.

Owszem, w sklepach znajdziemy też telewizory, które zapewniają znakomitą jakość obrazu, porównywalną z tą z nowoczesnego projektora Epson. Tyle tylko że projektor oferuje użytkownikowi cały zestaw dodatkowych funkcji, co czyni z niego optymalne rozwiązanie dla miłośnika cyfrowej rozrywki, a na dodatek zwykle kosztuje mniej niż high-endowy telewizor. Chodzi tu m.in. o wspomnianą już wielkość obrazu, ale nie tylko. Ogromną zaletą projektora jest bowiem również to, że użytkownik może ową

wielkość płynnie regulować, w zależności od pomieszczenia, liczby graczy, specyfiki gry itp.

PROJEKTOR, CZYLI BALSAM NA OCZY

Gry mają do siebie to, że w weekendy czy wolne wieczory potrafią wciągnąć na długie godziny. Problem w tym, że po tak długiej sesji wpatrywania się w ekran LCD wielu graczy boleśnie odczuwa fatalny wpływ wyświetlacza ciekłokrystalicznego na ich wzrok. Specyfika tej technologii sprawia, że ekran świeci prosto w oczy użytkownika, męcząc je i powodując przykre dolegliwości.

W przypadku projektorów z opisanym problemem w znacznie mierze się uporano, co wynika ze specyficzności zasad funkcjonowania tych urządzeń. Nigdy bowiem nie świecą prosto w oczy, lecz rzucają obraz na ścianę. Światło, które dociera do gracza, jest więc mniej

intensywne i zdecydowanie mniej obciąża oczy. Dodatkowo dzięki technologii 3LCD projektory wyświetlają na ekranie pełny obraz w taki sposób, że oglądający odbiera go podobnie jak rzeczywiste obiekty, a nie – jak w przypadku konkurencyjnej technologii DLP – sekwencję zmieniających się błyskawicznie obrazów, które muszą być odpowiednio „przetworzone” przez mózg widza.

Oczywiście trzeba pamiętać, że projektor projektorowi nierówny. Jeśli klientowi zależy na tym, by sprzęt generował najwyższej jakości obraz, warto polecić mu urządzenia lidera rynku, czyli wspomnianej firmy Epson, która już lata temu za punkt honoru postawiła sobie produkowanie urządzeń oferujących najlepszy na rynku obraz – o niezrównanym nasyceniu kolorów, wyjątkowej jasności, najwyższym poziomie szczegółowości oraz doskonałej czerni. Osiągnięto to dzięki opracowaniu autorskiej technologii 3LCD, bazującej na symulta-

nicznym wyświetlaniu obrazu w trzech podstawowych kolorach: czerwonym, zielonym i niebieskim (konkurencja bazuje na jednokładowej technologii DLP – zdecydowanie mniej zaawansowanej technologicznie i zapewniającej obraz gorszej jakości). Pryzmat idealnie nakłada je na siebie, dzięki czemu powstaje realistyczny, naturalny obraz o żywych kolorach, pozbawiony typowych dla innych technologii błysków barw czy tzw. efektu tęczy. Do dodatkowych zalet niniejszej technologii zalicza się to, że taki obraz jest przyjazny dla oczu oraz że zapewnia ona wygenerowanie ogromnej skali barw (maksymalnie 68,7 mld kolorów). Co ważne, wysoka jasność obrazu oznacza, że będzie on znakomity i szczegółowy również w jasnym pomieszczeniu (choć oczywiście większość fanów gier będzie preferowała rozgrywkę w bardziej zacienionym wnętrzu – to buduje jednak nastrój i pozwala lepiej zagłębić się w świat gry).

Warto również wspomnieć, że produkty japońskiej firmy charakteryzują się tak samo wysokim natężeniem światła białego i barwnego (CLO), dzięki czemu kolory są jasne i żywe – co najmniej trzykrotnie jaśniejsze w porównaniu z zapewnianymi przez konkurencyjne urządzenia wykorzystujące technologię DLP. To bardzo ważny parametr, szczególnie z punktu widzenia fanów multimedialnych, ponieważ przy niższej jasności kolory mogą wydawać się wyblakłe i mało wyraziste. Mówiąc prościej, przytłumione kolory sprawiają, że cały obraz jest pozbawiony

wyrazu (szczegóły są słabiej widoczne, a widzom trudniej skupić uwagę na wyświetlanych materiałach). Projektorów Epson problem jednak absolutnie nie dotyczy – właśnie dzięki wysokiemu współczynnikowi CLO.

Odnotujmy, że nowoczesny projektor firmy Epson jest też rozwiązaniem bardzo atrakcyjnym pod względem kosztów eksploatacji. W wielu konkurencyjnych urządzeniach wymiana lampy (będącej źródłem światła) jest operacją stosunkowo kosztowną – w projektorach Epson nowa lampa to wydatek rzędu 450 zł, jej trwałość zaś umożliwia nawet 7 lat grania po 3 godz. dziennie.

DUŻO WIĘCEJ NIŻ TYLKO GRANIE

Warto też zaznaczyć, że użytkownik, który decyduje się na nowoczesny projektor multimedialny japońskiej marki, kupuje urządzenie będące czymś znacznie więcej niż tylko „projektorem do gier”. Wszystkie opisane tutaj atuty tego sprzętu czynią z niego także znakomite rozwiązanie do kina domowego, oglądania transmisji sportowych, ale również do pracy (np. prezentacji) w małej czy średniej firmie. W przypadku większych przedsiębiorstw warto zainteresować się raczej projektorami Epson przeznaczonymi do zastosowań biznesowych.

We wszystkich opisanych zastosowaniach doskonale sprawdzi się np. Epson EH-TW5650, czyli dostępny w bardzo atrakcyjnej cenie nowy model dla graczy,

wyróżniający się m.in. obsługą standardu Miracast (umożliwiającego bezprzewodowe przesyłanie obrazu ze źródła do projektora) oraz niskim parametrem input lag; na poziomie zaledwie 27 ms (input lag to efekt opóźnienia w wyświetlaniu obrazu – jego wysoka wartość oznacza, że projektor czy telewizor absolutnie nie nadaje się do grania).

Urządzenie potrafi wyświetlać obraz o maksymalnej przekątnej długości 300 cali i rozdzielczości Full HD (czyli 1920 x 1080 punktów). Technologia 3LCD gwarantuje równe natężenie światła białego i barwnego – na poziomie 2500 lm – a możliwość regulacji kąta obiektywu, zoom 1,6x oraz korekcja geometrii obrazu w pionie i poziomie sprawiają, że każdy użytkownik może idealnie dopasować obraz do swoich potrzeb i preferencji.

Rozwiązaniami dla najbardziej wymagających użytkowników są choćby modele Epson EH-TW9300W (wyróżniający się rozdzielczością Full HD, systemem optymalizacji obrazu 4K, natężeniem światła barwnego/kolorowego na poziomie 2500 lm i współczynnikiem kontrastu 1 000 000:1) oraz EH-LS100. Ten ostatni jest nowatorskim urządzeniem – pierwszym na rynku oferowanym w przystępnej cenie laserowym projektorem o ultrakrótkim rzucie (może wyświetlać obraz o ogromnej przekątnej z niedużej odległości od ekranu/ściany, przykładowo aż 70 cali przy ustawieniu 6 cm od ekranu). Urządzenie zapewnia niesamowitą jakość obrazu – o maksymalnej wielkości 130 cali – i działa nawet 10 lat bez konieczności wymiany elementów eksploatacyjnych.

Dla użytkowników, którzy oczekują maksymalnej wszechstronności, dobrą propozycją może być któryś model z serii Epson EB-Uxx, np. EB-U05. To niewielkie urządzenie zaprojektowane z myślą o klientach biznesowych. Jest na tyle wielozadaniowe i mobilne, że w dni robocze z powodzeniem można używać go w biurze, a na weekend zabierać do domu, by cieszyć się filmami i gramami na dużym ekranie.

WIĘCEJ INFORMACJI O PRODUKTACH EPSON MOŻNA ZNALEZĆ NA STRONIE WWW.EPSON.PL.

WYBRANE PROJEKTORY EPSON DLA GRACZY

EH-TW5650	EH-TW9300W	EH-LS100
Jasność: 2500 lm	Jasność: 2500 lm	Jasność: 4000 lm
Rozdzielczość: Full HD	Rozdzielczość: Full HD	Rozdzielczość: WUXGA
Kontrast: 60 000:1	Kontrast: 1 000 000:1	Kontrast: 2 500 000:1
Bluetooth/Miracast/HDMI/ Korekcja obiektywu	Elastyczne sterowanie/ 10 ustawień obiektywu/ Zautomatyzowana optyka	Projektor UST/ Laserowe źródło światła
Maksymalna przekątna obrazu: 300"	Maksymalna przekątna obrazu: 300"	Maksymalna przekątna obrazu: 70" - odległość 6 cm od ekranu, 130" - odległość 43 cm od ekranu
Żywotność lampy: 4500/7500 h	Żywotność lampy: 3500/4000/5000 h	Żywotność lampy: 20 000/30 000 h
Gwarancja: 2 lata/lampa 3 lata lub 3000 h	Gwarancja: 2 lata/lampa 3 lata lub 3000 h	Gwarancja: 5 lat lub 12 000 h
Cena: 3950 zł	Cena: 15 200 zł	Cena: 12 900 zł



Gaming: reseller w gąszczu produktów

Podaż rozwiązań dla graczy jest coraz większa. Na rynek wchodzi marki, które do tej pory nie były na nim obecne, w tym takie, które przeciętnemu konsumentowi kojarzą się z... niczym.

KAROLINA MARSZAŁEK

Liczy, którymi operują firmy analizujące sytuację w branży gier wideo, powinny nastrojać sprzedawców wyjątkowo optymistycznie. Niemniej specjaliści przestrzegają przed zbytnim hurraoptylizmem, nad którym – ich zdaniem – powinny wziąć górę twarde kalkulacje i krytyczna ocena szans rynkowych.

Jedno jest pewne: w naszym kraju wokół zjawiska gamingu tworzy się dobry klimat. Wpływ na to ma kilka różnych czynników. Po pierwsze sukcesy czołowych polskich producentów z branży gier wideo, których produkcje wypłynęły na szerokie wody światowego rynku, a dobrze nagłośnione informacje o ich sukcesach docierały nawet do ludzi, którzy ze światem cyfrowej rozrywki raczej się nie identyfikują.

– *Proces dojrzewania naszego rynku gamingowego przyspiesza. Widać to m.in. po zróżnicowaniu grup klientów końcowych, począwszy od zupełnych amatorów do fanów e-sportu tłumnie odwiedzających wydarzenia takie jak IEM w Katowicach czy PGL w Krakowie* – zauważa Tadeusz Staniszewski, Product Manager w ABC Dacie.

Dodaje, że takie zróżnicowanie wymusza na dystrybutorach utrzymanie szerokiego portfolio – zarówno pod względem liczby grup produktowych, jak i marek urządzeń pokazywanych w ofercie. Rosnącym popytem cieszą się zwłaszcza akcesoria dla graczy. Klienci chętnie kupują produkty klasy premium (np. Steel Series), ale również sprawdzone rozwiązania ze średniej półki cenowej, jak Genesis. Jednocześnie rośnie popularność marek gamingowych „entry level”. Ciekawostką jest, że np. gamingowe akcesoria wskazujące można coraz częściej znaleźć również na biurkach osób, które nie są graczami. To na przykład graficy lub projektanci, ceniący sobie precyzję działania i atrakcyjny design takich produktów.

Możliwe, że właśnie ze względu na cechy zewnętrzne coraz lepiej będą się sprzedawały fotele dla graczy. Dystrybutorzy już potwierdzają większe niż dotąd zainteresowanie takimi „siedziskami”. Do tej pory były to produkty cieszące się słabym popytem, z uwagi na cenę.

SIĘCIÓWKA ROZCZAROWUJE

Mało klientów przywiązuje wagę do rozwiązań sieciowych przeznaczonych dla graczy. Największym zainteresowaniem klientów cieszą się routery w cenie do 200 zł. Modele gamingowe gamingowe, choć wyjątkowo użyteczne, są po prostu bardzo drogie, przez co nie znajdują wielu odbiorców.

Również NAS-y stanowią niewielką część omawianego rynku, choć pojawiła się tendencja do wykorzystywania dysków sieciowych jako domowego centrum rozrywki. Z tego również powodu naturalną grupą klientów, których takie rozwiązanie może zainteresować, są gracze rekreacyjni.

W CIENIU HIPERMARKETÓW

Dystrybutorzy nie kryją, że duży udział w sprzedaży sprzętu dla graczy mają sklepy wielkopowierzchniowe. W ujęciu ilościowym szacuje się, że wynosi on co najmniej 50 proc. Wartościowo odsetek ten może być mniejszy.

– *Resellerzy specjalizujący się w sprzedaży asortymentu gamingowego zarabiają głównie na specjalistycznym sprzęcie peryferyjnym, takim jak słuchawki, podkładki, myszy, klawiatury zewnętrzne czy szybko reagujące monitory o wysokim odświeżaniu* – mówi Zbigniew Zwolenik, Product Manager w Action. – *Markety zarabiają natomiast w pierwszej kolejności na sprzedaży laptopów i komputerów*

stacjonarnych. Profesjonalne akcesoria dla graczy to nie ich domena.

Niemniej także duzi retailerzy coraz chętniej otwierają się na gaming, tworząc specjalne strefy, gazetki a także uczestnicząc w branżowych wydarzeniach, wykorzystując przy tym siłę skali

Gamingowe akcesoria wskazujące coraz częściej można znaleźć na biurkach osób, które nie są graczami.

oraz duże budżety. W efekcie wymienionych działań systematycznie rośnie ich udział w sprzedaży produktów dla graczy. Dzieje się to kosztem sklepów internetowych oraz resellerów. W ten sposób stają się rosnącym zagrożeniem dla małych sprzedawców, którzy rezygnując ze specjalizacji, koncentrują się na rozwiązaniach z niskiej oraz średniej półki cenowej.

B-BRANDY, CZYLI ZALETY LOKALNEJ PRODUKCJI

Rozwiązania gamingowe, szczególnie komputery, kojarzą się przede wszystkim z droższymi modelami klasy A-brand. >

REKLAMA

Qoltec®

**ZASILACZE AWARYJNE UPS
SPRAWDZONE ROZWIĄZANIA**

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.abcddata.pl

ACTION
www.action.pl

KOMPUTRONIK
www.komputronik.pl

TECH DATA
www.techdata.pl



- Niemniej polscy producenci pecetów z segmentu B-brand nie zasypiają gruszek w popiele.

– *Od kilkunastu lat jesteśmy mocno związani z branżą gamingową poprzez udział w dużych krajowych imprezach dla graczy. Obserwujemy trendy i preferencje zawodników, których liczba szybko rośnie, jak również ich naśladowców grających w zaciszu domowym* – mówi Jakub Najmuła, Entertainment Product Manager w NTT System.

O tym, że lokalna marka „da radę”, przekonani są też przedstawiciele Actiny. Swojej siły upatrują w tym, że jest to brand znany i sprawdzony na lokalnym rynku, co powinno pomóc w zdobyciu pozycji również w jego gamingowej części. Atutem Actiny ma być także model sprzedaży – chodzi o „szycie na miarę”, co w przypadku światowych graczy jest raczej niemożliwe. W podobny sposób myślą o tym przedstawiciele polskiej firmy Blue Technology, produkującej laptopy dla graczy marki Hyperbook. To właśnie indywidualna konfiguracja poszczególnych modeli rodzimej marki przekonuje klientów do zakupu. Firma jest przy tym bardzo elastyczna w kwestiach serwisowych. Przykładowo element, który wymaga wymiany, może być – na życzenie klienta – wysłany do niego pocztą, do samodzielnego montażu. Tego globalni producenci nie są w stanie zapewnić. O potencjale lokalnej produkcji świadczy to, że Hyperbooki są oferowane z procesorami przeznaczonymi do komputerów stacjonarnych.

– *To wymaga od nas indywidualnego podejścia do każdej maszyny* – mówi Tomasz Jarka, Sales and Marketing Manager z warszawskiej firmy. – *Musimy na przykład ręcznie nałożyć pastę termoprzewodzącą, a także bardzo solidnie przetestować komputer. Generalnie, działając w takim modelu, absolutnie nie możemy dopuścić do żadnego niepokojącego zachowania maszyny.*

Z doświadczenia specjalisty wynika, że, podobnie jak w przypadku akcesoriów, wielu klientów kupuje komputer gamingowy, aby w ciągu dnia używać go w pracy do wymagających zadań, wieczorem zaś do gier. Dlatego zasadniczo dopasowanie sprzętu do osobistych potrzeb jest przez nich bardzo dobrze widziane.

Specjaliści: „na VR jeszcze poczekamy”

❑ Sebastian Osytek, Product Manager, Action

Moim zdaniem na sprzęcie gamingowym mogą zarobić wszyscy. To najdynamiczniej rozwijająca się obecnie kategoria notebooków. Najwięcej zarobią jednak specjaliści. To oni – ze względu na wiedzę, ofertę i możliwość fizycznego zaprezentowania sprzętu – mogą ugrać najwięcej. Tort jednak rośnie, dlatego też i ci mniejsi będą mogli coś uszczknąć – przecież maszyna dla graczy nie musi być droga. W tym segmencie każdy producent ma obecnie swoje serie gamingowe, a do maszyn ze średniej półki wkłada komponenty umożliwiające grę w starsze tytuły.

❑ Jakub Chrzanowski, Purchasing Director Consumer Solution Department, Impakt

Obserwujemy raczej ewolucję niż rewolucję, nie tylko gamingu, ale całej branży IT. Nie sprawdziły się prognozy o nadchodzącej erze gamingu mobilnego. Wirtualna rzeczywistość to wciąż nisza i tak pewnie pozostanie przez kolejne lata. Cieszy pojawienie się procesorów Ryzen, które są takim powiewem świeżości, pobudzając konkurencję, co jest korzystne dla całej branży. Widać również ożywienie w świecie konsol, gdzie producenci wprowadzili do sprzedaży nowe, o „pół” generacji wyższe platformy. To pozytywne zjawisko, stymulujące branżę.

❑ Mikołaj Nogal, Product Manager, Incom Group

W obudowach laptopów dla graczy są montowane coraz mocniejsze elementy, choć wciąż widać starania producentów o utrzymanie dobrego stosunku ceny do wydajności, ponieważ klienci zwracają na to uwagę. Mniej patrzą na parametry głośności, poboru prądu, temperatury działania, jakości obrazu. W kategorii monitorów producenci intensywnie pracują nad poziomem odświeżania matrycy – coraz więcej wyświetlaczy cechuje się matrycą powyżej 120 Hz. Rośnie zaangażowanie projektantów w ochronę wzroku graczy, więc w monitorach montuje się już specjalne filtry.

❑ Marcin Prażmo, Gaming Category Manager, AB

Niszowe, choć perspektywiczne pozostają technologie VR. Dopóki jednak nie pojawi się odpowiednia liczba urządzeń w domach konsumentów, dopóty najwięksi producenci oprogramowania i gier nie będą inwestować na większą skalę w atrakcyjne gry lub aplikacje. Pewną przewagę ma w tym przypadku Sony PlayStation, którego urządzenia są obecne w bardzo wielu domach. Producent dysponuje więc solidną bazą potencjalnych użytkowników okularów VR i gier. Poza tym jeszcze rok temu na komplet „okulary, kamera plus gra” trzeba było przeznaczyć ponad 2 tys. zł brutto, nie licząc konsoli PS4. Dzisiaj cena kompletu to ok. 1,3 tys. zł brutto.



Fot. © monsit - Fotolia.com

Rynek gamingowy jawi się jako ten, na który warto wejść, aby uzyskiwać wyższe marże. Trzeba jednak pamiętać, że na dobrą pozycję pracuje się tutaj latami. Przykładowo, specjaliści Impaktu, choć rozwojowi biznesu w zakresie produktów dla graczy poświęcili całe lata, nie

są w stanie osiągać takich dynamicznych wzrostów sprzedaży jak dawniej. Rynek ten, ich zdaniem, jest nasycony, zatłoczony i trudno się na nim wybić. Na pewno warto spróbować, ale tylko „na całego”, w pełni poświęcając się szukaniu nowych marek, produktów i specjalizacji. ■

Gracz, czyli coraz lepszy klient świadomego resellera

Potencjał ponad trzynastu milionów polskich graczy zauważają nie tylko międzynarodowi producenci sprzętu gamingowego. Lokalni również rozwijają ofertę w tym kierunku. I mają bardzo ważny atut – możliwość „szycia sprzętu na miarę”. Dla graczy to podstawa.

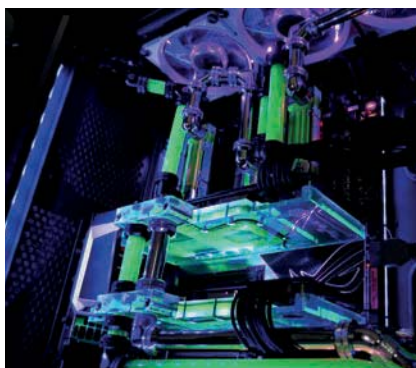
Gaming staje się stylem życia coraz większego grona Polaków, zarówno mężczyzn, jak i kobiet, w różnym wieku i o różnym statusie społecznym. Od pięciu lat mekką dla graczy są Katowice. To tam na coroczne e-sportowe rozgrywki Intel Extreme Masters przyjeżdżają najlepsi z najlepszych. W tym roku przez katowicki spodek przewinęło się 73 tys. fanów. W sieci natomiast zmagania gamerów śledziło... 46 mln osób.

Tym samym e-sport zdecydowanie stał się segmentem rynku, o który warto powalczyć, czy to będąc producentem, dystrybutorem, czy resellerem. Od czego zacząć? Najlepiej od początku, czyli od odpowiedzi na pytanie...

...KIM JEST WSPÓŁCZESNY GRACZ?

Dla dobra własnej firmy trzeba od razu pozbyć się stereotypowego wizerunku wielbiciela gier komputerowych – wyalienowanego dwudziestolatka, bez ambicji i przyjaciół, zamkniętego w swoim fikcyjnym świecie. Dziś statystyczny gracz prowadzi zdrowy styl życia i ma szerokie grono znajomych, z którymi chętnie dzieli zamiłowanie do gamingu czy innych pasji. Co szczególnie istotnie – nie szczędzi pieniędzy na gaming i całą związaną z nim otoczkę. Jest zainteresowany nie tylko kupnem samego komputera, ale i szeregu akcesoriów o wysokich parametrach, ułatwiających uzyskanie przewagi w rozgrywkach.

– Resellerzy, którzy nie chcą przespać gamingowej gorączki, powinni się zainteresować segmentem komputerów entry-level, mieszczących się w przedziale cenowym od 3 do 5 tys. zł – mówi Paweł Kowalski, Brand Manager Actina w Action. – Natomiast jeśli chodzi o peryferia, warto zwrócić uwagę na markowe rozwiązania.



Sama skrzynka komputera często trafia pod biurko, z kolei wspomniane peryferia ulubionej marki to coś, z czym gracz ma stały kontakt. Dlatego może być skłonny do zakupu kosztownych rozwiązań. Idąc tym tropem, warto też proponować klientom specjalistyczne fotele gamingowe, które z jednej strony zapewniają niezbędną podczas rozgrywek wygodę, a z drugiej po prostu świetnie wyglądają.

Paweł Kowalski zwraca także uwagę na trend, który łatwo może zostać pominięty przez resellerów dopiero zdobywających doświadczenie sprzedażowe w segmencie gamingowym. Coraz większym zainteresowaniem klientów końcowych cieszą się bowiem przedmioty kolekcjonerskie, jak broń czy figurki postaci z gier. Warto więc, prędzej czy później, rozważyć wprowadzenie takich gadżetów do oferty.

SZKOŁY DLA GAMERÓW

W polskich szkołach średnich coraz częściej ogłaszany jest nabór do klas o profilu... e-sportowym. Można przypuszczać, że coraz więcej szkół będzie chciało mieć swoją reprezentację w tak popularnej, a zarazem niezwykle nowoczesnej dziedzinie, jaką jest e-sport. To sytuacja wręcz idealna

dla resellerów, którzy specjalizują się w obsłudze placówek edukacyjnych. Dzięki temu będą mieli nareszcie okazję dostarczyć im naprawdę silne komputery i całą gamę akcesoriów z wyższej półki.

– Każdy, kto dziś handluje sprzętem komputerowym, może zarobić na pecetach dla graczy – reasumuje Michał Miłkowski, doradca zarządu ds. rozwoju biznesu komponentów i marki Actina w Action. – To jest prawdziwy fenomen tego dynamicznie rozwijającego się rynku.

GAMING JAK PARENTING

W Polsce do powszechnego użycia przeszło już słowo parenting. Za sprawą parentingu – czyli świadomego podejścia do rodzicielstwa – wykształcił się niezwykle lukratywny kawałek rynku. Jednak z rzęsy obecnych na nim firm tylko niektóre osiągają naprawdę spore zyski. Z segmentem e-sportu może być podobnie. Tylko ci, którzy będą umieli zaoferować swoim odbiorcom rozwiązanie „szyte na miarę”, mogą liczyć na duży kawałek gamingowego tortu. Dlatego warto przyjrzeć się ofercie rodzimych producentów, takich jak Actina, która ma za sobą całe lata doświadczeń. W świecie serwerowych rozwiązań dla biznesu właśnie ta marka jest najchętniej wybieranym polskim brandem przez resellerów. To stabilny grunt do walki o dobrą pozycję w prężnie rozwijającym się segmencie sprzętu gamingowego.



RESELLERÓW ZAINTERESOWANYCH BUDOWANIEM
OFERTY GAMINGOWEJ ZAPRASZAMY DO KONTAKTU:
KOMPUTERY@ACTINA.PL

Mobilny gaming *po polsku*

CRN Polska rozmawia z **TOMASZEM JARKĄ**,

SALES AND MARKETING MANAGEREM W BLUE TECHNOLOGY – polskiej firmie produkującej notebooki i desktopy marki Hyperbook.

CRN Pomysł lokalnej produkcji notebooków, jako alternatywy dla A-brandów, powstał w poprzedniej dekadzie, ale został zarzucony, chociaż inicjatorem tej idei był sam Intel. Nie baliście się porażki, tym bardziej że chodzi o sprzęt adresowany do bardzo wąskiego grona odbiorców?

TOMASZ JARKA Pomysł na utworzenie własnej marki notebooków dojrzał w głowie właściciela firmy przez wiele lat i wszedł w fazę realizacji niemal dekadę temu. Nasza oferta stanowiła wówczas swoistą nowość, a rynek gamingowy w Polsce dopiero raczkował. Oczywiście byliśmy świadomi ryzyka, to przecież element każdego biznesu, ale właśnie bardzo sprecyzowane grono potencjalnych odbiorców postrzegaliśmy jako atut. Powstanie spółki było tak naprawdę odpowiedzią na potrzeby klientów. Wiedzieliśmy, że użytkownicy poszukują w laptopach wysokiej wydajności i swobody konfiguracji – takiej, jaką oferują komputery stacjonarne. Wcześniej żaden producent nie oferował pełnej personalizacji komputerów przenośnych. Nasi klienci decydują o tym, jaki zamontujemy procesor, kartę graficzną, wybierają pojemność pamięci RAM, rodzaj pamięci masowej etc. Ponadto umożliwiamy ozdobienie obudowy laptopa poprzez chociażby umieszczenie graverowanego logo firmy albo pseudonimu z gry czy nadrukowanie, w specjalnej technologii, motywu ze świata gier, komiksu lub filmu.

CRN Innymi słowy, nie tyle grono potencjalnych klientów jest wąskie, ile

sam sprzęt o podobnych parametrach stanowi niewielki wycinek oferty notebooków dostępnych na rynku.

TOMASZ JARKA Odbiorcy naszych komputerów to wbrew pozorom duża, ale i niejednolita grupa, którą niełatwo zdefiniować. Sporą część nabywców stanowią młodzi ludzie, którzy czas wolny od szkoły lub studiów poświęcają na grę. Ofertę kierujemy również do profesjonalistów i twórców cyfrowych treści, w tym fotografów, inżynierów oraz producentów gier. Wśród kupujących możemy

także wyróżnić osoby, które poszukują wydajnego sprzętu do pracy biurowej i jednocześnie oczekują od laptopa szybkiego czasu reakcji i niezawodności. Ponadto są e-sportowcy, którzy wymagają od sprzętu bardzo wysokiej wydajności podzespołów, a także doskonałej jakości układów chłodzenia. Podczas profesjonalnych rozgrywek turniejowych laptopy działają przy maksymalnym obciążeniu nawet przez kilkanaście godzin, więc niezawodność produktu jest w tym przypadku kluczowa.



W bieżącym roku
sprzedamy około
30 proc. więcej
komputerów niż
w zeszłym.

hyp
G
NAJSZ

CRN Gdzie kupujecie podzespoły do swoich konstrukcji?

TOMASZ JARKA Moduły obudowy oraz elementy takie jak ekrany i klawiatury sprowadzamy bezpośrednio, oczywiście od producentów z Dalekiego Wschodu. Obudowy kupujemy u kilku dużych dostawców, a inne komponenty u kilkunastu mniejszych. Natomiast w komponenty takie, jak procesory, dyski i pamięci, zaopatrujemy się u krajowych dystrybutorów.

CRN Z jakimi problemami najczęściej borykacie się jako producent?

TOMASZ JARKA Do bieżących problemów, na które nie mamy wpływu, a które dają nam się we znaki, możemy zaliczyć kłopoty z dostępnością pamięci NAND oraz ich ceny. Jest to wspólny problem całej branży, ale mamy nadzieję, że niedługo przestanie nam to doskwierać. Wiele wskazuje na to, że w przyszłym roku kości będą taniały. Dzięki temu nie tylko wzrośnie sprzedaż tego komponentu, ale też będziemy mogli oferować tańszy sprzęt, co może wpłynąć na dalszy wzrost sprzedaży.

CRN To znaczy, że obecnie sprzedaż rośnie mimo spadków, które odnotowują chyba wszyscy producenci?

TOMASZ JARKA W bieżącym roku sprzedamy około 30 proc. więcej komputerów niż w zeszłym. Taką skalą wzrostu możemy się pochwalić już od kilku lat i mam nadzieję, że w przyszłości nie będzie ona mniejsza.

CRN Trzeba przyznać, że w porównaniu ze średnią rynkową brzmi to bardzo optymistycznie. Czy wasze komputery są dostępne u resellerów?

TOMASZ JARKA Jasne. W przypadku typowych resellerów najczęściej dostajemy zamówienie na notebooki w konfiguracjach przygotowanych pod konkretne, jednostkowe zamówienia. Są to komputery dla graczy, ale współpracujemy też z firmami specjalizującymi się na przykład w sprzedaży sprzętu dla fotografów czy klientów korzystających z aplikacji architektonicznych.

CRN Jaką część komputerów gamingowych stanowią notebooki obecnie, jaką stanowiły dwa lata temu, a jaką będą stanowiły za dwa lata?

TOMASZ JARKA Laptopy gamingowe stanowią coraz większy procent wszystkich komputerów przeznaczonych do gier. Obecnie obserwujemy znaczny wzrost zainteresowania laptopami w środowisku graczy. Można odnieść wrażenie, że komputery stacjonarne powoli idą w odstawkę. Nic nie wskazuje na to, aby ten trend miał się zmienić w najbliższej przyszłości. Co więcej, cała branża dostrzega to zjawisko i dostosowuje ofertę do potrzeb rynku.

CRN Czym różnią się wasze konstrukcje gamingowe od A-brandowych o profilu gamingowym?

TOMASZ JARKA Klientom pozwalamy na swobodną konfigurację komputerów oraz bezproblemową rozbudowę po zakupie, i to bez utraty gwarancji. Dodatkowo niektóre nasze modele wyposażamy w wymienne karty graficzne oraz procesory desktopowe, czyli takie, jakie są używane w komputerach stacjonarnych. Takich możliwości nie dają konstrukcje tzw. A-brandów.

CRN Dlaczego warto kupić notebooka gamingowego Hyperbook, a nie maszynę A-brand?

TOMASZ JARKA Oprócz możliwości konfiguracji sprzętu bardzo istotna jest niezawodność sprzętu. Każdy z naszych komputerów przed wysyłką do klienta przechodzi wielogodzinne, rygorystyczne testy wydajności. Sprawdzane są m.in.: temperatura podzespołów pod wielogodzinnym obciążeniem, wydajność całego zestawu czy matryca pod względem martwych pikseli.

CRN Jak oceniacie rynek gamingowy w Polsce. Jakie są przewidywania na kilka najbliższych lat? Czy będzie rósł, a jeśli tak, to w jakim tempie i w którą stronę będzie ewoluował?

TOMASZ JARKA Rynek gamingowy w Polsce nadal będzie się rozwijał. Obok tradycyjnych gier popularność zyskują również tytuły tworzone w oparciu o wirtualną rzeczywistość, czyli VR. Przesunięcie środka ciężkości w stronę tej technologii jest nieuniknione, a potencjał, jaki w niej tkwi, dostrzegają wszyscy „duzi gracze” na światowym rynku, jak chociażby Sony, HTC, Microsoft czy też Facebook. Hyperbook od dłuższego czasu zajmuje się tworzeniem gier i aplikacji VR-owych, których odbiór na naszym rynku jest bardzo pozytywny.

CRN Czy będzie rosło zapotrzebowanie na sprzęt stacjonarny czy na przenośny? Czy na rozwoju gamingu bardziej skorzystają producenci komputerów czy konsol, czy może jeszcze jakichś innych rodzajów sprzętu?

TOMASZ JARKA Trudno jednoznacznie ocenić, czy zapotrzebowanie na sprzęt stacjonarny będzie wzrastało. Obecne tendencje na świecie wskazują, że będzie wręcz odwrotnie. Od dawna przewiduje się odejście od konstrukcji typu desktop, ale ich upadek w najbliższym czasie nie nastąpi. Mają liczne zalety, których nie oferują laptopy A-brandowe czy też konsole do gier. Naszym zdaniem obecnie największym wzrostem zainteresowania będą cieszyły się właśnie notebooki gamingowe, na których będzie można grać w tytuły typu VR.

ROZMAWIAŁ

ARTUR KOSTRZEWA





Dystrybutor: *sojusznik czy... konkurent?*

Sieci detaliczne związane z dystrybutorami IT to konkurencja, z którą niezależnym resellerom bardzo trudno rywalizować na niskomargowym rynku IT – twierdzą niezależni sprzedawcy.

KRZYSZTOF PASŁAWSKI

Dystrybutorzy IT, którzy mają własne sieci handlowe, siłą rzeczy rywalizują o klienta ze swoimi pozostałymi partnerami na rynku detalicznym. Niezależnym resellerom najbardziej przeszkadza oczywiście to, że placówkom własnym broadlinerów (lub związanym z nimi firmom) proponowane są lepsze warunki zakupu towaru niż pozostałym

odbiorcom, co przekłada się na korzystniejsze ceny detaliczne – nierzadko niższe niż stawki hurtowe. Dystrybutorzy nie zgadzają się z zarzutami i podkreślają, że w związanych z nimi sieciach często oferowane są inne produkty niż te dostępne w hurcie dla wszystkich partnerów. Tym samym oba kanały sprzedaży de facto nie konkurują ze sobą. Dotyczy to zwłaszcza

oferty na wyłączność, która nie może trafić do otwartego kanału sprzedaży.

Co ciekawe, dystrybutorzy twierdzą, że ich własne sieci franczyzowe czy partnerskie to nie konkurencja, ale... szansa dla drobnych sprzedawców, którzy mogą skupić się pod znanym szyldem.

– *AB zawsze traktuje wszystkich resellerów fair i na równych zasadach. Nie ma*

większego znaczenia, czy daną siecią franczyzową, skupiającą niezależnych resellerów, zarządza podmiot z grupy AB czy też inne przedsiębiorstwo – przekonuje Jan Zdebel, dyrektor ds. handlowych w sieci Alsen.

Zdaniem wszystkich przedstawicieli broadlinerów nie należy demonizować relacji sieci detalicznej z konkretnym dystrybutorem. Po prostu retailerzy generalnie mają lepsze warunki handlowe u producentów, niezależnie od tego, do kogo należą. A dystrybutor ma tutaj wielkie pole manewru.

– *To producent ustala co, komu i za ile sprzedać, a dystrybutor jest jedynie wykonawcą* – kwituje jeden z menedżerów firmy dystrybucyjnej, która nie jest powiązana z żadną siecią detaliczną (prosił o zachowanie anonimowości).

Dużi detaliści dzięki samym tylko rabatowi zwrotnemu od producentów mogą oferować „na półce” produkty taniej, niż wynosi ich cena u dystrybutora. Jak wiadomo zresztą, retail odsprzedaje towar dalej także niezależnym resellerom. Zdarza się, że wówczas „pomagają” oni wielkim sieciom osiągnąć pożądany wynik.

Dystrybutorzy, z którymi związane są sieci detaliczne, deklarują pełne wsparcie dla współpracujących z nimi resellerów. Zapewniają, że sytuacje, gdy ten sam towar w e-sklepie sieci kosztuje mniej dla konsumenta niż w dystrybutora (AB lub Action) dla resellera – partnera sieci (Alsen lub Sferis) – są niezamierzone, incydentalne albo wręcz niemożliwe. Szef Alseny wyjaśnia, że może to być tylko wynik błędu popełnionego przy ustawianiu cen, który po wykryciu jest jak najszybciej korygowany. Sławomir Harazin z Actionu gwarantuje, że nie dochodzi do takiej różnicy stawek, bo byłoby to niezgodne ze strategią firmy, a system cen jest na bieżąco monitorowany.

– *To wynik błędu popełnionego przy ustawianiu cen w systemie. Po jego wykryciu tak szybko jak to możliwe korygujemy go* – wyjaśnia szef Alseny.

RETAILER I RESELLER:

DWIE STRONY JEDNEGO MEDALU

Część przedstawicieli dystrybutorów uważa, że resellerzy w ogóle nie powinni konkurować z sieciami retailowymi. Zamiast

bazować wyłącznie na sprzedaży produktów konsumenckich, powinni koncentrować się na klientach biznesowych. Zatem sieci detaliczne i resellerzy działają (czy też powinni działać) zasadniczo w innych sektorach rynku – jak dwie różne strony tego samego medalu. Reseller we własnym interesie powinien trzymać się modelu biznesowego, który umożliwi mu uniknięcie bezpośredniej rywalizacji z dużymi detalistami (niezależnie od tego, do kogo należą).

– *Zakładamy, że reseller, który chce być konkurencyjny na rynku, skupia się przede wszystkim na produktach biznesowych z wartością dodaną, gdzie może świadczyć usługi, a cena nie jest tak łatwo porównywalna jak w przypadku produktów konsumenckich. Produkty konsumenckie powinny być dla resellera jedynie dopełnieniem oferty* – tłumaczy Sławomir Harazin, wiceprezes Actionu.

Podsumowując, produkty konsumenckie powinny stanowić jedynie punkt wyjścia czy też pretekst do nawiązania relacji z klientem.

ODRÓŻNIĆ SIĘ OD RETAILU

Jednym z broadlinerów, którzy nigdy nie rozwinęli własnej sieci detalicznej, jest ABC Data. Zdaniem jej zarządu bardzo bliska współpraca dystrybutora z jedną siecią handlową to negatywne zjawisko. Jednocześnie szefowie ABC Daty są zgodni z zarządem Actionu w kwestii tego, że sprzedaż elektroniki konsumenckiej to domena retailu, więc resellerzy powinni pozycjonować się na rynku w inny sposób.

– *Resellerzy rzadko kiedy zajmują się wyłącznie prowadzeniem małych sklepów ze sprzętem. Pełnią raczej rolę wyspecjalizowanych doradców IT, którzy poza sprzedażą urządzeń dostarczają też związane z nimi usługi. Z tego powodu naturalnym jest, że oferta resellerów powinna być inna od tej dostępnej w sieciach handlowych* – mówi Andrzej Kuźniak, wiceprezes ABC Daty.

Z tej przyczyny wspomniany dystrybutor różnicuje ofertę dla kanału retailowego i resellerskiego. W efekcie specjalistyczne rozwiązania IT kierowane są do niezależnych resellerów. Andrzej Kuźniak nie ma przy tym złudzeń, że producenci przy sprzedaży konsumenckiego sprzętu IT będą nadal – ze względu na efekt skali – wspierać >

Zdaniem resellera

□ Dariusz Kuna, właściciel, MGR & IMAR

To oczywiste, że sieci związane z dystrybutorami stanowią konkurencję dla resellerów. Broadlinerzy w ten sposób próbują wypchnąć nas z rynku konsumenckiego, wskazując inne miejsce, którym ma być jakoby segment biznesowy. Tyle że tam wcale nie jest tak łatwo o zarobek. Małe polskie firmy oszczędzają, na czym się da, i nie są skłonne do większych wydatków na IT ani usługi. Mimo konkurencji ze strony retailu działamy na rynku z powodzeniem od ponad 20 lat. Jak to robimy? Przewagą resellera jest lepsza obsługa klienta – mamy wiedzę na temat oferowanych produktów, a za dobre doradztwo i wsparcie po zakupie klienci są skłonni zapłacić za produkt nieco więcej niż u detalisty.

□ Tomasz Sowiński, właściciel, Enter

Z moich obserwacji wynika, że w dystrybucji oraz w sieciach detalicznych dystrybutorów są sprzedawane te same produkty. Ich oferta przynajmniej częściowo się pokrywa, tyle że ceny dla resellera są nierzadko wyższe niż stawki dla konsumenta w sklepach sieciowych. Dystrybutorzy radzą, by skoncentrować się na klientach biznesowych? W przypadku obsługi przedsiębiorstw sieci powiązane z dystrybutorami również stanowią dla mnie konkurencję. Sprzedaż firmom wiąże się z zapytaniem o cenę. Klient niemal zawsze porównuje stawkę proponowaną przez resellera z tym, co znajdzie na przykład na Allegro, gdzie sklepy związane z dystrybutorami nie należą do najdroższych... I wtedy dostaję pytanie: dlaczego u mnie jest tak drogo? Moim zdaniem optymalną strategią, aby uniknąć konfrontacji z retailem – niezależnie od tego, jaki ma sztyld – jest koncentracja na małych firmach, które nie mają swoich informatyków. Sprzedając im urządzenia, można oferować usługi instalacji, konfiguracji, zarządzania czy serwisu. Kupując od retailera, klient nie ma takiej możliwości.

➤ duże sieci handlowe w zakresie produktów konsumenckich. Natomiast resellerzy – z uwagi na ich kompetencje i doświadczenie – będą (i powinni) coraz bardziej specjalizować się w obszarze produktów biznesowych. Tak czy inaczej, próby bezpośredniej rywalizacji z dużym retailerem w pojedynkę – bez znaczenia, pod jakim szyldem on działa – są skazane na porażkę.

– *Wyjściem z tej sytuacji może być jedynie łączenie się resellerów, którzy chcą handlować sprzętem stricte konsumenckim, w grupy zakupowe. Dzięki temu, ze względu efekt skali, łatwiej będzie im uzyskiwać lepsze ceny na produkty konsumenckie* – rądzi Andrzej Kuźniak.

Wiceprezes ABC Daty pytany o to, czy Morele.net można uznać za detalistę preferowanego przez tego broadlinera

(obie spółki mają tego samego udziałowca – MCI), zapewnia, że to nieuprawniona teza, bo warunki współpracy obu tych podmiotów określa szereg wytycznych. Rozmówca CRN Polska zapewnia, że nie ma w nich mowy o faworyzowaniu kogokolwiek ze względu na udziałowca.

– *Nieco upraszczając, warunki zależą przede wszystkim od stażu i jakości współpracy z danym klientem. Innymi słowy, im dłużej firma współpracuje z nami, systematycznie robiąc zakupy, tym bardziej może liczyć na lepsze warunki, co jest zupełnie naturalne w tym biznesie. Co istotne, marże, jakie uzyskujemy ze sprzedaży tych samych towarów poszczególnym segmentom klientów, są do siebie zbliżone i w każdym przypadku sięgają kilku procent* – wyjaśnia Andrzej Kuźniak.

RESELLERZY: MAMY TYCH SAMYCH KLIENTÓW

Resellerzy, z którymi rozmawialiśmy, mimo wszystko uważają sieci detaliczne związane z dystrybutorami za bezpośrednią konkurencję. Niektórzy przyznają, że retailerzy mają w ofercie urządzenia o specyficznej konfiguracji (o innych numerach produktu niż w otwartej dystrybucji), ale różnice są raczej niewielkie: np. trochę więcej lub mniej pamięci albo większy lub mniejszy dysk niż w „hurtowym” laptopie. Dla przeciętnego konsumenta to w zasadzie nadal ten sam sprzęt.

Wprawdzie dla resellerów współpracujących głównie z klientami biznesowymi presja cenowa ze strony detalistów nie jest tak bardzo odczuwalna, jednak spot-



Jan Zdebel,
prezes Alsen

Zdaniem dystrybutorów

JAN ZDEBEL Alsen to jedyna tego typu firma na polskim rynku, która nie posiada własnych sklepów detalicznych. Tym samym nie konkuruje z innymi partnerami AB. Zorganizowanie pojedynczych resellerów w sieć franczyzową ma na celu stworzenie równorzędnych warunków rozwoju i konkurencji z innymi sieciami oraz większymi podmiotami. A zatem przyjęty przez nas model współpracy to klasyczna sytuacja win-win-win, zarówno dla resellerów, jak i dystrybutora oraz dostawcy.



Sławomir Harazin,
wiceprezes Action

SŁAWOMIR HARAZIN Sferis ani żaden inny sklep z elektroniką nie powinien być traktowany przez resellerów jako bezpośrednia konkurencja. Na dzisiejszym rynku reseller bazujący wyłącznie na produktach konsumenckich, które są dostępne w sieciach handlowych w całej Polsce, nie ma szans na utrzymanie się na rynku. Z moich rozmów z resellerami wynika, że są oni coraz bardziej świadomi faktu, że szanse na przetrwanie są marne, jeśli nie wybiorą modelu sprzedaży z wartością dodaną, której sieci handlowe dać nie mogą.



Andrzej Kuźniak,
wiceprezes ABC
Data

ANDRZEJ KUŹNIAK W naszej ocenie sprzedaż produktów przez dystrybutora bezpośrednio klientowi końcowemu niszczy rynek, podobnie jak jego bliska współpraca z jedną siecią detaliczną. Nie jest to dobre ani dla nas, ani dla partnerów. Specyfiką działalności broadlinerskiej jest to, że w ofercie są produkty z różnych półek, przeznaczone dla różnych odbiorców – zarówno elektronika konsumencka, jak i sprzęt biznesowy czy specjalistyczne rozwiązania IT. Z tego powodu naturalnym jest, że dystrybutorzy muszą współpracować zarówno z resellerami, jak i sieciami detalicznymi. Ważne jednak, aby ta kooperacja była transparentna, bez faworyzowania poszczególnych partnerów.



Tadeusz Kurek,
prezes
NTT System

TADEUSZ KUREK Różnica w traktowaniu detalisty i resellera przez producenta polega na tym, że ten pierwszy ma nieporównywalnie większe wsparcie. Producenci prowadzą taką politykę, bo każdemu z nich zależy na tym, by być obecnym w dużej sieci detalicznej. Dopłacają, bo dzięki temu mają zapewnioną reklamę – każdy klient widzi ich produkty, detaliści wydają gazety z reklamami itd. Ale trzeba pamiętać, że ceny, jakie dostaje sieć detaliczna, nie są superkonkurencyjne w porównaniu ze stawkami dla innych partnerów dystrybutora. Moim zdaniem resellerzy w tej sytuacji nie mają dużego wyboru – muszą wstąpić do większej organizacji albo zapewnić wyjątkowość swojej oferty, na przykład sprzedawać to, czego nie ma konkurencja, czy prowadzić serwis przez 24 godziny na dobę.

kaliśmy się z opiniami, że oferta taniego sprzętu w sieciach detalicznych to problem także dla sprzedawców działających na rynku B2B. Po prostu wielu przedsiębiorców szuka firmowego sprzętu w placówkach retailowych. Tym samym rady dystrybutorów, aby odpuścić sobie produkty konsumenckie i skoncentrować się na klientach biznesowych, nie jest łatwo wprowadzić w życie.

Natomiast zdecydowanie obszarem, na którym reseller zyskuje przewagę nad sieciami, są usługi (wdrożenie, instalacja, konfiguracja, migracja, serwis etc.), aczkolwiek – jak podkreślają niezależni resellerzy – klienci nie zawsze są zainteresowani takim wsparciem. Zainteresowane outsourcingiem usług są w zasadzie jedynie niewielkie firmy, które nie mają własnych działów IT. Nasi rozmówcy sygnalizują też, że nie tylko ceny w retailu komplikują biznes resellerom.

– *Problemem, chyba nawet większym niż istnienie sieci powiązanych z dystrybutorami, jest to, że niektórzy producenci nie pil-*

Dystrybutorzy vs resellerzy

Dystrybutorzy zapewniają, że nie konkurują z partnerami poprzez sieci bo...

- ...w ich sieciach zależnych są zwykle inne produkty niż dla pozostałych klientów,
- ...retail i kanał resellerski to inne sektory rynku,
- ...to nie dystrybutorzy, ale producenci mają znaczący wpływ na ofertę detalistów – to oni w dużej mierze kształtują asortyment i ceny,
- ...wszyscy partnerzy traktowani są na tych samych zasadach.

Resellerzy odpowiadają, że...

- ...oferta produktów w sieciach zależnych dystrybutorów nie jest unikalna,
- ...retail stanowi konkurencję dla resellerów, nawet tych, którzy sprzedają klientom biznesowym, bo szukają oni produktów wszędzie, byle taniej,
- ...ceny dla resellerów są wyższe w hurcie niż w ceny sklepach sieci związanych z dystrybutorami,
- ...dystrybutorzy faworyzują sieci zależne, zwłaszcza ich salony własne i e-sklepy.

nują cen. To prowadzi do drenażu stawek na rynku – skarży się Piotr Kowalski, specjalista z Netland Computers.

Co stanowi bardzo dobre podsumowanie obecnej sytuacji rynkowej. Bo choć żaden producent sprzętu konsumenckie-

go nie może lekceważyć retailu koncentrując się na resellerach, to marka, której uda się zadbać o właściwą politykę cenową, może wiele zyskać, zdobywając setki, a nawet tysiące wiernych partnerów biznesowych. ■

**JOIN US FOR EMEA'S
NO.1 CONSUMER
TECH CHANNEL EVENT**



**6-9 February 2018
Fairmont Hotel
Monaco**



@DISTREE_EMEA



DISTREE-EMEA.COM



Zerwaliśmy „pluszowe kajdanki”

„Wolimy regularną współpracę z tysiącami resellerów
niż zależność od kilku dużych sieci sprzedażowych”
– mówi Piotr Bieliński, prezes zarządu Action.

CRN Skąd tak dobre średnie marże, jakie osiągnięcia w biznesie, który wręcz słynie z „wyżynki cenowej”? Są miśnięce, że uzyskujecie nawet 9 proc. Jak to możliwe?

PIOTR BIELIŃSKI Jeśli nie jest się zakładnikiem producentów i nie sprzedaje się głównie do retailu, lecz małym i średnim resellerom, to można biznes robić inaczej. Tylko trzeba zerwać „pluszowe kajdanki” zakładane dystrybutorom przez największych producentów urządzeń konsumenckich. Do tego dołożyliśmy nowe grupy produktowe spoza IT oraz zdwersyfikowaliśmy biznes. Poza tym to też częściowo efekt tego, że chociaż spadły nam obroty, to udział naszych marek w marży ogółem jest większy.

CRN A na samych tylko produktach IT też można tyle wyciągnąć?

PIOTR BIELIŃSKI W tym przypadku nie jest tak dobrze, ale i tak generujemy wyraźnie wyższe marże niż dawniej. Mamy wolną rękę i swobodnie szukamy dobrych okazji zakupowych, a można mi wierzyć, że towaru na rynku jest mnóstwo, tak samo jak chętnych do jego sprzedaży. Tylko teraz kupujemy wtedy, gdy widzimy, że możemy naszym klientom zaproponować najlepszą cenę rynkową i że nam też się to opłaca. Inaczej też podeszliśmy do polityki magazynowej. Nie jesteśmy już obciążeni nadwyżkami, które narzucali producenci.

CRN A wcześniej?

PIOTR BIELIŃSKI A wcześniej musieliśmy na przykład kupić konkretną liczbę notebooków od producenta i czekać, aż on oraz klient retailowy zdecydują, kiedy ten drugi ma odebrać towar. I jeszcze trzeba było obniżyć marżę, żeby odebrał go od nas, a nie od innych dystrybutorów.

CRN Skoro teraz tak dobrze prowadzi wam się biznes, to nie można było tak od razu?

PIOTR BIELIŃSKI Nie, bo wcześniej rynek był w fazie wzrostowej i nie rzucał takich wyzwań, jak obecnie. A trzeba jeszcze pamiętać, że spółki giełdowe rządzą się prawami akcjonariuszy, analityków i mediów. Wszyscy oczekują od nich ciągłych wzrostów obrotu i nie lubią gwałtownych zmian. A jak coś się złego dzieje z przychodami,

bo zmienia się strategia firmy, to zaczyna się szum, problemy z kredytami, ubezpieczalnymi, bankami. I choć jedynym celem takiej zmiany byłoby lepsze dostosowanie firmy do realiów rynkowych, to ani się człowiek obejrzy, a już spółka jest na cenzurowanym. Przy całym dobrodziejstwie bycia na giełdzie, to jest ogromny minus.

CRN Action do zmiany strategii przysłała skarbowka. I choć marże macie dobre, to średnie miesięczne przychody są ostatnio niższe niż w II poł. 2016 r. Jest się czym martwić?

PIOTR BIELIŃSKI Rozpoczynając proces sanacji, mieliśmy na magazynie towar wart ponad 300 mln zł i trzeba było to wyprzedać. Poza tym straciliśmy kontrakty z Samsungiem i kilkoma innymi graczami na sprzęt konsumencki, którym obracaliśmy w dużych ilościach, ale głównie na potrzeby retailu, co wcale nie było wysoce rentowne. Teraz też dążymy do tego, aby mieć większe przychody, ale nie kosztem marży.

CRN Od czasu sanacji stawiacie na relacje z małymi i średnimi resellerami. Obecnie około połowa waszych przychodów to handel z takimi firmami. Można powiedzieć, że retailerzy już u was nie rządzą...

PIOTR BIELIŃSKI Zdecydowanie idziemy w rozdrobnienie. Sprzedajemy też więcej produktów spoza IT, bo generują wyższe marże. To oczywiście oznacza, że trzeba się więcej napracować, ale taką jest cena niezależności. Wolimy jednak regularną współpracę z tysiącami resellerów niż zależność od kilku dużych sieci sprzedażowych.

CRN A jak wygląda sytuacja Action Europe? Z tego, co komunikujecie, zyski są...

PIOTR BIELIŃSKI Tak, ale szłoby nam znacznie lepiej, gdyby nie kłopoty z finansowaniem, a więc z tamtejszymi bankami i ubezpieczalnymi. To problem wynikający z tego, co się dzieje z Action w Polsce. Dlatego coraz mocniej stawiamy na sprzedaż w Internecie poprzez Sferis.de.

CRN A klasyczny retail nie wchodzi już w grę?

PIOTR BIELIŃSKI W Niemczech na pewno nie, bo to ogromne inwestycje. A gdy >

**PRENUMERATA
BEZPŁATNEGO MAGAZYNU**

**WYŁĄCZNIE DLA FIRM
Z BRANŻY IT**



**Załącz konto
na stronie CRN.pl**
wypełniając odpowiedni formularz.

**Prenumerata jest aktualna
przez 12 miesięcy.**
Pod koniec tego okresu wysyłane
jest przypomnienie o możliwości
jej przedłużenia.



Więcej informacji:
Andrzej Janikowski, 22 36 03 992,
prenumerata@crn.pl

**NAJLEPIEJ POINFORMOWANE
PISMO W BRANŻY IT!**

➤ w Polsce zrobią wolne od handlu w niedziele, to retailerów na dobre wykończą. Już teraz w salonach klienci nie mają czego szukać. Sprzęt jest, ale coraz trudniej o fachową obsługę z uwagi na koszty zatrudnienia, na które nie wszystkich stać. Poza tym tradycyjny handel ma generalnie coraz większe problemy. Na Śląsku jedna z nowych galerii od pół roku przesuwają termin otwarcia, bo mają najemców tylko na 15 proc. powierzchni handlowej. Dlatego, jeśli chodzi o Sferis, stawiamy na otwieranie małych punktów odbioru towaru zamówionego online. W takim punkcie klient nie potrzebuje eksperta, ale uprzejmej, solidnej obsługi. Dodatkowo sprzedajemy tam własne materiały eksploatacyjne i inne akcesoria, które klient może sobie na miejscu dokupić do odbieranego towaru.

CRN W październiku dwa tygodnie spędziłeś w Chinach. Szukałeś inwestora?

PIOTR BIELIŃSKI Inwestora? Do spółki, która przechodzi restrukturyzację? Jak nam się uda porozumieć z wierzycielami i wyjść z sanacji, to wtedy może i byłoby o czym mówić. Ale nie teraz. My i tak mamy pełną rękę roboty, bez szukania inwestora.

CRN Jaki był więc cel wizyty?

PIOTR BIELIŃSKI Spotykałem się z naszymi klientami od produktów spożywczych sprzedawanych pod marką Active. Oczywiście przy okazji załatwiałem różne interesy dla naszych działów IT i Action-med. Jak już tam byłem, to zależało mi, aby zadbać o jak najwięcej spraw.

CRN A jak idzie rozwój eksportu żywności do Chin?

PIOTR BIELIŃSKI To rynek o niewiarygodnym potencjale. Idzie nam dobrze. 1 listopada otworzyliśmy magazyn w Chinach, żeby obsłużyć rosnący popyt.

CRN Jakie produkty sprzedajecie pod marką Active?

PIOTR BIELIŃSKI Na przykład wodę „Active Aqua Mineral – Ustronianka” czy kilka różnych produktów śniadaniowych typu płatki i musli. Niedawno weszliśmy do pierwszych 70 sklepów Carrefour na południu Chin. Tam jeden solidny partner biznesowy może dać dostęp do miliona

placówek handlowych i nad tym pracujemy. I o takim potencjale rozmawiamy.

CRN To jednak bardzo daleki rynek i o ile import stamtąd wydaje się naturalny, o tyle eksport już nie bardzo.

PIOTR BIELIŃSKI To właśnie zaleta, bo jak jest łatwo i blisko, to każdy może w pięć minut zrobić taki czy inny biznes. To jednak fakt, że ciężką pracą wyrębuje sobie rynek, ale warto. Chińczycy zmieniają swój sposób bycia na europejski. Chcą mieć smaczne oraz łatwe do przy-

Nie jesteśmy już obciążeni nadwyżkami, które narzucali nam producenci.

gotowania produkty spożywcze z Europy. Dlatego przechodzą na mleko, płatki śniadaniowe i szybkie lunchy. A my im to wszystko dostarczamy.

CRN Wracając na nasze podwórko – kiedy jest realna szansa na porozumienie Action z wierzycielami?

PIOTR BIELIŃSKI W tym roku, o ile sąd rozpatrzy przynajmniej 85 proc. wszystkich spornych wierzytelności. Wtedy będziemy mogli usiąść do rozmów. Żeby przyspieszyć działania sądu, a jednocześnie uniknąć zarzutów, że działamy na swoją korzyść, podpisaliśmy umowę z Ernst & Young, żeby oni, jako niezależna i światowa firma analityczna, ocenili naszą sytuację pod kątem wiarytelności i planu restrukturyzacji. Myślę, że to nam pomoże pomyślnie zakończyć sprawę w sądzie i przekonać wierzycieli.

CRN Nieźle zaczyna układać się kwestia waszych sporów ze skarbowką. SFK zostało przez WSA uniewinnione w czterech spośród pięciu kontroli z zarzutami.

PIOTR BIELIŃSKI Piąta sprawa powinna być rozstrzygnięta lada moment. Jeśli też zakończy się pozytywnie dla nas, będzie to oznaczać, że cała spółka jest czysta. Wtedy zobaczymy, jakie działania można będzie

podjąć, SFK jest bowiem nadal w upadłości. W sprawie SFK było tak, że Action kupił towar od producenta i sprzedał spółce zależnej (SFK – przyp. red.), która wyeksportowała go do klienta za granicą. To łańcuch sprzedażowy naprawdę łatwy do sprawdzenia. Szybko można uzyskać informacje potwierdzające, że wszystko było prowadzone na normalnych zasadach z uczciwymi firmami i klientami.

CRN A w przypadku pozostałych spółek, którym zarzucono udział w karuzeli VAT?

PIOTR BIELIŃSKI Jako Action, na kolejnym etapie łańcucha dostaw, prowadziliśmy normalne transakcje z normalnymi firmami i żadnego VAT-u nie wyłudzałyśmy. Niestety, kiedy łańcuch dostaw jest bardziej złożony, niż było w przypadku SFK, siłą rzeczy trudniej jest udowodnić swoją niewinność. I musi to zająć więcej czasu.

CRN Kiedy będą wyroki WSA w tych sprawach?

PIOTR BIELIŃSKI W dalszym ciągu czekamy na rozstrzygnięcia.

CRN A co się stanie, jeśli porozumiecie się z wierzycielami, ale przegracie wszystkie sprawy w skarbowce?

PIOTR BIELIŃSKI Mamy opracowany także negatywny scenariusz w planie restrukturyzacyjnym i wiemy, jak wtedy działać. Życie będzie trudniejsze, ale przetrwamy.

CRN Edward Wojtysiak już się tego nie doczekał.

PIOTR BIELIŃSKI Jeśli rynek przetargów od pewnego czasu jest bardzo słaby, to jako spółka w procesie sanacji nie możemy udawać, że nic się nie dzieje. Wymaga się od nas cięcia kosztów, a zarząd nie jest tu wyjątkiem. Jeśli wiceprezes Action odpowiedzialny za przetargi nie może prowadzić udanego biznesu ze względu na sytuację w sektorze publicznym i prawne kłopoty spółki, to nie ma wyjścia – trzeba podejmować trudne decyzje. Ale nasza współpraca trwa i nie wykluczam, że przy poprawie koniunktury wrócimy do starych, dobrych czasów.

ROZMAWIAŁ

TOMASZ GOŁĘBIOWSKI

Cyfrowe zakupy

Użytkownicy końcowi codziennie dokonują zakupów za pośrednictwem sieci Internet. Dotyczy to także zakupu programów komputerowych. Czas pudełek już minął. Obecnie wchodzimy w erę elektronicznej dystrybucji oprogramowania.

ESD - Electronic Software Delivery

To bezpieczny sposób dostarczania klucza produktu bezpośrednio do użytkowników/konsumentów i małych firm za pośrednictwem sprzedawców detalicznych i odsprzedawców. W skrócie, to po prostu inny sposób sprzedaży FPP - Full Package Product.

Digitalizacja daje firmom wymierne korzyści:

Bezpieczeństwo

- Bezpieczna cyfrowa dostawa licencjonowanego produktu w formie: PIN, klucza, tokenu, treści lub bitów
- Zakup za pośrednictwem Autoryzowanych Dystrybutorów: AB S.A., ABC Data S.A., Also Polska Sp. z o.o., Tech Data Polska Sp. z o.o., gwarantuje pełną legalność zakupionej licencji

Potencjał wzrostu

- Przywiązanie klienta i zwiększenie wartości sprzedaży
- Poszerzenie asortymentu
- Dostępność 7 dni w tygodniu 365 dni w roku

Zmniejszenie kosztów

- Brak konieczności utrzymywania zapasów
- Niższy koszt wprowadzania nowych produktów do oferty
- Brak opłat za transport
- Zawsze najnowsza wersja produktu

Elastyczność

- Nadążanie za bieżącymi trendami wśród konsumentów
- Poprawa zdolności do konkurowania na zmieniającym się rynku
- Natychmiastowa dostępność produktów
- Dostępność produktów w wielu językach



ESD

**Electronic
Software
Delivery**

Produkty Microsoft
dostępne w modelu ESD:

Pakiet Office i Office 365

Windows 10

Karty XBOX

Karty podarunkowe Microsoft

Zapraszamy do kontaktu z Autoryzowanymi Dystrybutorami:



Sławomir Terlecki
Slawomir.Terlecki@ab.pl



Konrad Kwiatkowski
Konrad.Kwiatkowski@abcdata.eu



Anna Kosińska
Anna.Kosinska@also.com



Karolina Zientek
Karolina.Zientek@techdata.pl



Fot. © Amy Walters - Fotolia.com

Bezpieczeństwo IT w małej firmie: *procedury ważniejsze niż produkty*

Trudno dziś nie zgodzić się z tym, że ochrona zasobów IT jest konieczna nawet w najmniejszych przedsiębiorstwach. Także strategia ich zabezpieczania „zbliża się” powoli do tej znanej z dużych firm.

KRZYSZTOF JAKUBIK

Tegoroczne wiosenne ataki ransomware'u i dotyczące ich doniesienia medialne uświadomiły wreszcie właścicieli najmniejszych przedsiębiorstw, jakie mogą być skutki cyberataku i jego wpływ na ich funkcjonowanie. Dzięki temu, przynajmniej teoretycznie, rosną szanse na sprzedaż tej grupie klientów rozwiązań ochronnych bardziej zaawansowanych niż antywirus. Zwłaszcza że ten rynek jest bardzo duży i na razie słabo spenetrowany.

Małych firm, w których przeprowadzono chociażby podstawowe szkolenie dla pracowników z zakresu ochrony IT, wciąż można szukać ze świecą. Tam kwestie bezpieczeństwa najczęściej sprowadzają się do zainstalowania antywirusa na stacjach roboczych i włączenia firewala w routerze. Potem decyduje ogólna wiedza informatyczna i zdrowy rozsądek (lub jego brak) pracowników. Małe firmy najczęściej nie zatrudniają informatyka, a czasem mają podpisaną umowę z partnerem na ogólną obsługę, z reguły

bez wyszczególnionej dbałości o ochronę firmowych zasobów IT.

Tak czy inaczej, wszystkie decyzje podejmowane są głównie przez jedną osobę – właściciela firmy – więc to z nim najczęściej będą prowadzone negocjacje. Według doświadczonych resellerów nie warto go zbyt straszyć, żeby nie zniechęcić do siebie (najbardziej skuteczne jest „zasianie niepokoju”), ani też wskazywać nieodpowiedzialnych działań pracowników jako głównego źródła problemów. Taki argument się słabo „sprzedaje”, bo sugeruje brak podstawowych kompetencji technologicznych ze strony współpracowników prezesa czy też współwłaścicieli przedsiębiorstwa.

Przez najbliższy rok z pewnością najlepszym tematem na wstęp do rozmowy będzie RODO. Oczywiście większość właścicieli mniejszych firm słyszała o tym rozporządzeniu, ale niewielu zdaje sobie sprawę, że dotyczy ich w identycznym stopniu, co największych korporacji (choć oczywiście w innej skali). A że dzisiaj

praktycznie w każdym przedsiębiorstwie znajdują się jakieś dane osobowe, to – mimo że takiej bazy nie trzeba już zgłaszać do centralnego rejestru – należy ją chronić w szczególny sposób.

STRATEGIA OCHRONY

Paradoksalnie to nie od sprzętu i oprogramowania najczęściej zależy bezpieczeństwo firmowych danych, ale od przestrzegania kilku ważnych zasad przez użytkowników. Wystarczy obudzić ich czujność w kwestiach związanych z korzystaniem z Internetu, aby zminimalizować ryzyko udanego ataku o kilka rzędów wielkości. Ekspert podkreśla, że nie chodzi tu nawet o profesjonalne szkolenie z bezpieczeństwa IT, bo większość słuchaczy albo nie zrozumie jego treści, albo te treści zignoruje, wiedząc, że nie są przydatne do wykonywania obowiązków. Potrzebne jest przygotowanie wytycznych, które najpierw zostaną przedstawione w regulaminie pracy, a następnie stopniowo, >

Canon

Urządzenia

Canon ImageRunner

w AB S.A.



atrakcyjne
warunki zakupu

3 LATA
GWARANCI

możliwość przedłużenia
gwarancji producenta
do 3 lat



brak konieczności
instalacji i serwisu

AB PL
Digital World

Szukaj produktów na: www.abonline.pl



Sebastian Zamora,
Channel Account
Executive, Sophos

Krzysztof
Konieczny,
prezes zarządu,
Sun Capital



Łukasz
Nowatkowski,
dyrektor IT,
G Data Software



Anna Piechocka,
dyrektor Dagma
Bezpieczeństwo IT

Zarządzanie nadzieją, czyli ochroniarz vs komandos

SEBASTIAN ZAMORA Dla ransomware'u nie ma znaczenia, czy atakowana jest duża czy mała firma. W tych mniejszych bywa on bardziej skuteczny, bo z reguły brak tam rozwiązań ochronnych, z wyjątkiem prostej, często domowej wersji antywirusa i firewalle'a wbudowanego w router. Zapewnienie bezpieczeństwa powinno się traktować w kategorii zarządzania ryzykiem, tymczasem w przypadku wielu mniejszych firm mamy do czynienia z zarządzaniem nadzieją – ich zarządcy mają nadzieję, że nic złego się nie wydarzy, więc nie inwestują w dodatkowe zabezpieczenia. A ransomware po prostu zaatakuje tam, gdzie to będzie możliwe, atakującym zaś będzie wszystko jedno, kto zapłaci okup.

KRZYSZTOF KONIECZNY Próba skonfrontowania zwykłego routera z wbudowanym firewallem i urządzenia klasy UTM, nawet takiego najmniej wydajnego, zawsze wypadnie na korzyść tego drugiego. To jakby porównać starsze osoby z grupą inwalidzką, zatrudniane często przez agencje ochroniarskie do zabezpieczenia sklepu, z profesjonalnym komandosem, który dysponuje szeregiem narzędzi szybkiego reagowania. To zupełnie inna jakość i funkcjonalność, więc siłą rzeczy także cena będzie inna, ale wciąż na tyle niska, aby nawet bardzo małym firmom opłaciło się inwestować w profesjonalne rozwiązania ochronne.

ŁUKASZ NOWATKOWSKI W małych firmach często przyjmowane jest błędne założenie, że w nowo kupionym routerze jest domyślnie poprawnie skonfigurowany firewall, tymczasem z reguły wymaga on wielu dodatkowych ustawień. W przedsiębiorstwach, gdzie znajduje się już kilkanaście stanowisk komputerowych, osoba odpowiedzialna za IT powinna korzystać z oprogramowania umożliwiającego kontrolę poziomu zabezpieczeń za pomocą konsoli zarządzającej. Dzięki temu możliwe staje się zarządzanie regułami polityki bezpieczeństwa, backupami, anty-ransomware'em oraz – co bardzo ważne – ochroną poczty elektronicznej, aby uniknąć wiadomości phishingowych, przy pomocy których rozsyłany jest złośliwy kod szyfrujący.

ANNA PIECHOCKA Małe firmy ostatnio zaczęły interesować się rozwiązaniami, na które wcześniej rzadko zwracały ich uwagę. Wśród nich jest np. oprogramowanie do ochrony urządzeń mobilnych. Właściciele firm zaczęli wreszcie rozumieć, że telefony i tablety powinny być traktowane na równi z komputerami, bo zawierają wiele wrażliwych danych, a z technicznego punktu widzenia zapewniają podobne możliwości. Natomiast stanowiący coraz większe zagrożenie ransomware wpłynął na zwiększenie zainteresowania backupem, który przez większość małych przedsiębiorstw był traktowany po macoszemu, bo skoro nigdy nic złego się nie wydarzyło, to... po co go robić?

- ale nieustannie przypominane w akcjach mailingowych, czy też w trakcie wyjazdów integracyjnych.

Cyberprzestępcy nie ustają w wysiłkach, aby – korzystając z inżynierii społecznej – przechytrzyć odbiorców poczty elektronicznej lub osoby odwiedzające strony internetowe z podejrzanymi treściami. Jako że na wielomilionowy spadek od dalekiego wujka z Nigerii już raczej nikt się nie nabierze, pojawił się phishing do złudzenia przypominający oryginalną korespondencję z instytucjami zaufania publicznego (np. urzędami, bankami lub firmami kurierskimi). W takim przypadku potrzeba wyjątkowej czujności, aby nie przyczynić się do

powodzenia ataku. Możemy być przy tym pewni, że cyberprzestępcy właśnie obmyślają jeszcze bardziej perfidne metody wyciągnięcia od internautów danych i pieniędzy. Dlatego konieczne jest stosowanie bardziej skutecznych niż ułomna ludzka intuicja rozwiązań, a czasem wręcz całej grupy współpracujących ze sobą produktów – zarówno sprzętu, jak i oprogramowania.

– *Mniejsze firmy także mogą być zainteresowane kompleksowym podejściem do ochrony danych, zapewnianym np. przez wiele połączonych ze sobą produktów zabezpieczających, które dodatkowo informują się nawzajem o wykrytych podejrzanym działaniach w celu minimalizacji ryzyka*

i ewentualnych skutków ataku – mówi Sebastian Zamora, Channel Account Executive w Sophosie. – Takie rozwiązania mają jeden spójny system zarządzania, dzięki czemu nie trzeba zatrudniać sztabu administratorów. Wystarczy jeden informatyk lub firma partnerska wspierająca zdalnie swoich klientów.

Niestety, nawet w średnich firmach trudno dziś znaleźć dokument nazywany szumnie „polityką bezpieczeństwa”. A, wbrew powszechnej opinii, to właśnie w małych i średnich przedsiębiorstwach jest on najbardziej potrzebny. W większych firmach działają grupy ekspertów IT, którzy w przypadku wystąpienia problemów intuicyjnie wiedzą, co należy ➤

This is
NEXT-GEN

XG FIREWALL



Stop nieznanym zagrożeniom.

- Funkcja Synchronized App Control automatycznie identyfikuje wszystkie nieznanne aplikacje
- Wbudowany Sandboxing z mechanizmem Machine Learning, ATP, podwójnym silnikiem AV, Web & App Control i modułem Anti-Phishing
- Automatyczna odpowiedź na incydenty - technologia Synchronized Security

Najwyżej oceniany przez niezależnych ekspertów



NSS Labs ocenił Sophos XG Firewall jako jeden z najlepiej działających firewallei w branży.
Przekonaj się sam!

www.sophos.com/xgfirewall

➤ robić (polityka bezpieczeństwa może tylko „uporządkować” ich działania). Natomiast w mniejszych przedsiębiorstwach konieczne jest stworzenie wytycznych (dla zarządu, pracowników i osób odpowiedzialnych za IT – także z firm zewnętrznych), według których należy postępować zarówno na co dzień, jak też w pierwszych chwilach po zaobserwowaniu podejrzanej sytuacji. Zresztą stworzenie takiego dokumentu, który będzie

zawierał ocenę ryzyka zagrożenia dla danych, wymusza m.in. RODO.

Zachowanie odpowiedniej „higieny” leży w interesie firm nie tylko ze względu na potrzebę eliminacji bezpośrednich zagrożeń dla danych, ale także z dbałości o reputację. Problemy mniejszych przedsiębiorstw wprawdzie rzadko będą przedstawiane w mediach, ale mogą dowiedzieć się o nich klienci i partnerzy, i w efekcie stracić tak trudne do zdobycia w dzisiej-

szych czasach zaufanie. Sporo niepotrzebnego zamieszania może narobić chociażby znajdujący się w sieci komputer wysyłający spam – nie dość, że jest to przestępstwo samo w sobie (nawet jeśli użytkownik nie jest świadomy tego procesu), to publiczny adres IP całej sieci może trafić na czarne listy. To zaś może oznaczać zablokowanie całej „legalnej” korespondencji wysyłanej przez pracowników.

>>> Trzy pytania do...



Daniela Wszelakiego,
właściciela firmy
integratorskiej Wszelaki
Software

CRN Jaką strategię ochrony swoich zasobów IT najczęściej przyjmują małe firmy?

DANIEL WSZELAKI Na szczęście antywirusy, nawet te z modułem firewally, nie są już jedynymi produktami, na których klienci opierają zabezpieczenia swoich firm. Coraz łatwiej jest przekonać ich do inwestycji w małego UTM-a dla środowiska, w którym funkcjonuje kilkanaście hostów – w tym obszarze widać zdecydowany trend wzrostowy, czasem nawet nie ma problemu, aby namówić klienta do zakupu licencji z rozszerzoną funkcjonalnością. Przy czym odbiorcami tego typu urządzeń są nie tylko małe firmy, ale także różnego typu urzędy, a instalacja odbywa się w siedzibie głównej, jak również w jednostkach podległych, nawet tych najmniejszych.

CRN Czy ten wzrost sprzedaży wynika z lepszej świadomości klientów dotyczącej tych produktów, czy też nadal wymagają oni edukacji?

DANIEL WSZELAKI Ta świadomość jest połowiczna – ostatnie przypadki ataków ransomware’u, nagłośnione szeroko w mediach, obudziły czujność wielu osób, głównie z szeregów kierownictwa firm, ale do skutecznego zabezpieczenia ich infrastruktury jeszcze daleka droga. Z klientami nadal trzeba bardzo dużo rozmawiać, wyjaśniać im sporo kwestii. I jeżeli trafimy na świadomego zagrożenia rozmówcę, to późniejsza sprzedaż jest już łatwiejsza i można wdrażać dobre praktyki związane z zabezpieczaniem IT. Niestety,

nadal zdarzają się dziwne pytania klienta, na przykład czy po wdrożeniu UTM-a lub firewally nowej generacji będzie mógł zrezygnować z antywirusa...

CRN Tego typu produkty wymagają bieżącej obsługi – trzeba nimi zarządzać, przeglądać logi – nie wystarczy po prostu zainstalować je i o nich zapomnieć. Czy klienci potrafią to robić sami, czy też zdarza się, że wymagają się doświadczeniem dostawcy?

DANIEL WSZELAKI Jeśli mówimy o małych firmach, to zwykle nie mają zatrudnionych informatyków na etacie, posilkują się kimś z zewnątrz. My kierujemy się zasadą, że nie sprzedajemy tylko samych pudełek, ale zawsze w ramach wartości dodanej oferujemy przede wszystkim wdrożenie, jak też opiekę powdrożeniową, bo tego wymaga praktycznie każde rozwiązanie z zakresu bezpieczeństwa. Często konieczne jest zaprojektowanie polityki bezpieczeństwa, zaimplementowanie jej w urządzeniu oraz uważna obserwacja jego pracy przez pierwsze dni po wdrożeniu (w celu wprowadzenia ewentualnych poprawek), jak też późniejszy stały nadzór. Rozwiązanie UTM „żyje”, aktualizowane są sygnatury IPS-a, powstają nowe wersje oprogramowania z nowymi funkcjami, które należy zaimplementować itd. Dzięki temu mamy szereg klientów z okresowymi umowami na opiekę. Są to nie tylko firmy komercyjne, ale także podmioty administracji samorządowej.

DRUGIE ŻYCIE BACKUPU

Tymczasem ransomware, poza spowodowaniem wielu szkód, pozytywnie wpłynęła na zwiększenie zainteresowania backupem. To dobra wiadomość dla sprzedawców, którzy powinni skorzystać z poprawy koniunktury, niezmiennie mając na uwadze potrzeby klientów. Dlatego projektując proces backupu, powinni wnikliwie przeanalizować wszystkie potencjalne problemy. Przede wszystkim należy unikać sytuacji, w której wcześniej wykonana kopia zostanie nadpisana nowymi, zaszyfrowanymi przez ransomware plikami. Jeśli to możliwe, należy korzystać z funkcji przechowywania kilku starszych wersji plików (ostatnia niezasyfrowana będzie jedną z nich) albo z mechanizmu kopii migawkowych (snapshot). Warto również rozważyć (i to nie tylko z powodu popularności ransomware’u, ale także różnego typu katastrof) regularne tworzenie kopii zapasowych danych na zewnętrznych nośnikach, niepodłączonych do sieci.

Kolejną konieczną do uwzględnienia kwestią są testy poprawności pracy rozwiązań, które mają dbać o bezpieczeństwo firmowych danych. Backup i możliwość odzyskania danych z kopii znajdują się w tym przypadku na pierwszym miejscu, bo właśnie na tym polu najczęściej administratorzy doznają porażki, gdy trzeba przywrócić do pracy środowisko produkcyjne (a przyczyn nieprawidłowo wykonanej kopii danych lub braku możliwości ich odzyskania jest mnóstwo). Od czasu do czasu warto także poddać audytowi narzędzia odpowiedzialne za bezpieczeństwo danych – dla zachowania neutralności działania te powinna przeprowadzić firma zewnętrzna. Nic nie stoi na przeszkodzie, aby był to współpracujący z klientem integrator. ➤



MADE
IN
GERMANY

Szukasz doskonałej ochrony serwerów i stacji roboczych?

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


Łukasz Nowatkowski
IT / Marketing Director

Moje pliki, mój biznes.

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

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

○ moduł opcjonalny

> MALWARE WCIĄŻ ATAKUJE

Niekiedy można spotkać się z użytkownikami, którzy odmawiają współpracy, argumentując: „odinstalowałem antywirusa i przez pół roku nic nie złapałem”. Klientom stosującym taką argumentację i broniącym się przed kupnem licencji na kolejny rok warto wskazywać analogiczny przykład: „wymontowałem zamek w drzwiach wejściowych do domu i nikt się nie włamał”.

Faktem jest, że wiele zagrożeń zostaje wyeliminowanych, jeszcze zanim dotrą do potencjalnej ofiary. Właściciele serwerów poczty elektronicznej nie ustają w wysiłkach, które mają na celu odsianie spamu i phishingu – nie tylko ze względu na niesione przez te wiadomości zagrożenia, ale też w celu zmniejszenia ruchu na serwerach. Natomiast operatorzy nigdy nie osiągną stuprocentowej skuteczności, dlatego warto korzystać z dodatkowej warstwy ochrony. Klasyczne oprogramowanie antymalware dobrze sprawdza się przy zwalczaniu ransomware’u. Szyfrujące wirusy mają swoje sygnatury i działają według określonego schematu, można je więc dość łatwo zidentyfikować.

Do niektórych antywirusów producenci wbudowują moduły ostrzegające o braku aktualizacji systemu operacyjnego czy kluczowego, najczęściej atakowanego oprogramowania (jak np. pakiety firmy Adobe). Warto zwrócić uwagę na tę funkcję lub wyposażać klienta w dodatkowe narzędzie weryfikujące dostępność aktualizacji, ponieważ brak zainstalowanych łatek stanowi najlepsze zaproszenie dla ransomware’u i innego złośliwego kodu.

Jak podkreślają dostawcy oprogramowania antymalware, wciąż bardzo małe jest zainteresowanie pakietami do ochrony urządzeń mobilnych. W większych przedsiębiorstwach najczęściej funkcjonują narzędzia klasy MDM (Mobile Device Management), które wymuszają stosowanie ochrony antywirusowej i aktualizowanie systemu oraz aplikacji. Tymczasem zabezpieczanie telefonów i tabletów przez pracowników mniejszych firm i użytkowników prywatnych stanie się modne prawdopodobnie dopiero wtedy, gdy dojdzie do jakiegoś spektakularnego ataku i kradzieży dużej ilości danych lub zaszyfrowania milionów urządzeń na całym świecie.

OCHRONA SIECI

Od kilku lat w ofercie prawie wszystkich dostawców zaawansowanych rozwiązań do ochrony sieci na jej styku z Internetem (UTM-ów i firewalli następnej generacji) są dostępne urządzenia w wersji mikro i mini. W zależności od wydajności danego modelu są w stanie zabezpieczyć od kilku do kilkudziesięciu stacji roboczych korzystających z Internetu. Są wyposażone w szereg funkcji ochronnych, m.in. moduły firewall, VPN, IPS, antywirusowy, a czasami także antyspamowy.

Wiele modeli tych urządzeń zostało zaprojektowanych tak, aby mogły zastąpić zwykłe routery (korzyści takiego rozwiązania przedstawiamy w ramce powyżej). Dlatego większość z nich ma wbudowany także przełącznik Ethernet oraz punkt dostępowy Wi-Fi. Dzięki temu mogą służyć nawet najmniejszym odbiorcom.

– Coraz częściej spotykamy się z sytuacją, że nasi partnerzy sprzedają UTM-y zwykłym indywidualnym użytkownikom

Moduł firewall w routerze vs UTM

Wbudowane w routery moduły firewala nie są wystarczającym zabezpieczeniem chroniąącym sieć przed zagrożeniami. Oto garść argumentów, dzięki którym można przekonać klientów do kupna rozwiązania klasy UTM.

- >> Zwykły firewall blokuje podejrzany ruch w sposób, który atakujący doskonale zna. Są oni w stanie przygotować boty omijające tego typu zabezpieczenie, wykorzystując znane, często przez lata niezamknięte luki.
- >> Domyślne ustawienia konfiguracyjne (adresy IP, hasła administratorów itp.) powszechnie wykorzystywanych routerów są bardzo rzadko zmieniane przez użytkowników i dobrze znane atakującym.
- >> Dla routerów moduły firewall są tylko dodatkiem do podstawowych funkcji i rzadko producenci poświęcają im należytą uwagę. Tymczasem w UTM-ach jest to jedna z najważniejszych funkcji i jednocześnie jedna z wielu, które cały czas są rozwijane oraz – w przypadku wykrycia nieprawidłowej pracy – natychmiast naprawiane. Dla zwykłych routerów aktualizacje firmware’u zawierające poprawki bezpieczeństwa publikowane są wyjątkowo rzadko, jeśli w ogóle.
- >> Popularne routery sprzedawane są na świecie w milionach sztuk, więc ewentualne wykrycie jakiejś luki naraża dużą grupę klientów na niebezpieczeństwo. Tym bardziej że większość z nich nie interesuje się zagadnieniami związanymi z ochroną IT. Sprzedaż UTM-ów jest o kilka rzędów wielkości mniejsza, zatem siłą rzeczy atakujący są mniej nimi zainteresowani – nie tylko ze względu na brak efektu skali, ale także lepsze wewnętrzne zabezpieczenia przed włamaniem.

domowym – mówi Krzysztof Konieczny, prezes zarządu Sun Capital. – *Jeżeli ktoś zbudował inteligentny dom i wyposażył go w mnóstwo urządzeń, to musi się liczyć z tym, że część z nich będzie słabo zabezpieczonych lub wcale. W rezultacie można narazić się na różnego typu zagrożenia – ktoś może „bawić się” naszym domowym sprzętem, ale też wykorzystać jego luki do dokonania przestępstwa, np. włamania. Wystarczy zdalnie zablokować system wideomonitoringu, aby nie dopuścić do nagrania złodzieja i otworzyć elektronicznie blokowane okna...*

Cena małego UTM-a – kilka tysięcy złotych – z reguły „zwraca się” po pierwszym zablokowanym poważnym ataku. Należy jednak pamiętać, że praca urządzenia wymaga ciągłego nadzoru, prowadzonego przez osobę z doświadczeniem w zakresie bezpieczeństwa IT. Konieczne jest śledzenie informacji zbieranych w logach, a także weryfikacja poprawności przebiegu aktualizacji sygnatur antywirusowych oraz wbudowanego oprogramowania. Co roku trzeba też odnawiać licencje na dostęp do najnowszych szczepek oraz do innych modułów wymagających ciągłych aktualizacji. ■

Potrójna moc SonicWall



Z opartą na trzech silnikach usługą Capture Advanced Threat Protection, a także nowymi produktami i funkcjami, amerykański producent wraca na pozycję lidera rynku rozwiązań z zakresu bezpieczeństwa.

Aby chronić się przed cyberatakami, przedsiębiorstwa zaczęły w ostatnich latach stosować zaawansowane systemy wykrywania zagrożeń. Zwykle opierają się one na jednosiłnikowym rozwiązaniu typu sandbox (piaskownica). Producenci tego rodzaju zabezpieczeń tworzą różne mechanizmy detekcji, oparte np. na skanowaniu pamięci albo cache'u. Każda z metod ma jednak słabe punkty, które cyberprzestępcy nauczyli się wykorzystywać. W rezultacie eksperci ds. bezpieczeństwa zaczęli re-

komendować jednocześnie użycie kilku sandboxów od różnych dostawców.

CO TRZY SILNIKI TO NIE JEDEN

Inżynierowie z firmy SonicWall doszli do wniosku, że zaawansowane rozwiązanie, które miałyby skutecznie powstrzymać m.in. ataki typu zero-day, powinno być pozbawione dwóch słabości, jakimi cechują się dostępne na rynku produkty. Po pierwsze musi oferować sandboxing bazujący na wielu silnikach i chmurze. Po drugie, by możliwości ochrony były większe, powinno zapewniać prosty i zautomatyzowany mechanizm naprawy. Według takich założeń stworzono Capture Advanced Threat Protection Service. Zaprojektowana dla urządzeń SonicWall usługa wykorzystuje oparty na chmurze trzysiłnikowy sandbox, który – poprzez równoległą analizę zagrożeń – wykrywa i neutralizuje niezidentyfikowane do tej pory ataki i ransomware.

Mija właśnie rok od udostępniania Capture ATP. Przez ten czas systematycznie rosła baza klientów chronionych przez tę usługę. Bije ona kolejne swoje rekordy w detekcji i blokowaniu szkodliwych działań malware'u w sieciach firm na całym świecie. Obecnie licznik pokazuje blisko 26,5 tys. wykrytych najróżniejszych form złośliwego oprogramowania – od ransomware'u przez trojany po malvertising. Wiele powstrzymanych zagrożeń stanowiły ukierunkowane i omijające zabezpieczenia ataki, w tym także te, w których wykorzystano nieujawnione jeszcze luki w systemach i aplikacjach.

UDOSKONALONY SYSTEM I NOWE PRODUKTY

W ostatnim czasie producent udostępnił nowe wydanie systemu operacyjnego dla swych firewalli. SonicOS 6.5 – zapewnia-

jący ponad 60 najróżniejszych rozszerzeń i udoskonaleń – jest największą, spełniającą oczekiwania klientów aktualizacją systemową w historii firmy. Z nowym wyglądem i intuicyjną nawigacją SonicOS ułatwia realizację trzech najważniejszych zadań: monitorowania i analizowania ruchu sieciowego oraz zarządzania ochroną.

Powiększając portfolio sprzętowych firewalli, SonicWall wprowadził niedawno na rynek urządzenie Network Security Appliance 2650, które zapewnia zautomatyzowaną i realizowaną w czasie rzeczywistym detekcję włamań do sieci i ochronę przed nimi. NSA 2650 oferuje także deszyfrowanie i kontrolę ruchu TLS/SSL w wielogigabitowych sieciach przewodowych i bezprzewodowych.

Wśród nowości są też bezprzewodowe punkty dostępowe z serii SonicWave, zapewniające dużą wydajność, zasięg i niezawodność technologii 802.11ac Wave 2. Łatwo integrują się z firewallami nowej generacji SonicWall, więc bezprzewodowa komunikacja jest doskonale zabezpieczona przed zagrożeniami z sieci.

Monitorowanie, rejestrowanie, analizowanie danych dotyczących ochrony z wielu firewalli SonicWall i punktów dostępowych tej marki jest teraz łatwiejsze dzięki nowej aplikacji chmurowej SonicWall Cloud Analytics. Za pomocą centralnej konsoli daje ona kompleksowy wgląd w zabezpieczony system w czasie rzeczywistym.

Nagrody, partnerstwa, inwestycje

SonicWall, znów funkcjonując jako samodzielna spółka, zyskuje uznanie w branży i zdobywa nagrody. Jednym z ostatnich wyróżnień jest tytuł Product of the Year przyznany Capture ATP przez amerykańską redakcję CRN. Pozycję firmy wzmacniają też partnerstwa technologiczne. Ostatnia strategiczna umowa obejmuje współpracę z SentinelOne. W jej wyniku powstanie oferta integrująca firewallle nowej generacji (NGFW) SonicWall z rozwiązaniem producenta, który wyróżnia się na rynku nowatorskim podejściem do ochrony punktów końcowych. Warto też wspomnieć, że fundusz Francisco Partners, który zarządza SonicWall, właśnie przejął firmę Comodo, największego wystawcę certyfikatów SSL na rynku. W przyszłym roku producent nie zamierza zwalniać tempa i zapowiada kolejne nowości produktowe.

Dodatkowe informacje:

SEBASTIAN CYGAN, SECURITY SALES MANAGER
POLAND AND BALTIC STATES, SONICWALL,
TEL. 513 099 200, SCYGAN@SONICWALL.COM

MARIUSZ BAJGROWICZ, SECURITY PRODUCT MANAGER,
INGRAM MICRO, TEL. 785 403 220,
MARIUSZ.BAJGROWICZ@INGRAMMICRO.COM

Wyciek (nie)kontrolowany

Co łączy amerykański Equifax ze szpitalem w Kole i szwedzką agencją transportu? Wszystkie te instytucje w konsekwencji wycieku wrażliwych danych, spowodowanego rażącymi zaniedbaniami w obszarze bezpieczeństwa IT, trafiły w 2017 r. na pierwsze strony gazet.

Wyciek danych może zagrozić nawet najpoważniejszym przedsiębiorstwom. Według informacji opublikowanych w tegorocznym Cisco Annual Cybersecurity Report aż 22 proc. firm utraciło klientów wskutek ataku hakerskiego. W obliczu Rozporządzenia o Ochronie Danych Osobowych (RODO), wchodzącego w życie w maju 2018 r., skutki wycieków stają się jeszcze większym problemem dla klientów.

ANATOMIA ATAKU

Jedną z najczęstszych przyczyn wycieku poufnych danych z przedsiębiorstwa jest infekcja komputera pracownika. Po zainfekowaniu urządzenia złośliwym oprogramowaniem hakerzy mogą przejąć nad nim pełną kontrolę – poprzez połączenie maszyny z tzw. serwerem Command and Control (C&C). Następnie są w stanie pobrać poufne dane z serwerów firmowych i przesłać je w dowolne miejsce na świecie.

GDY TRADYCYJNY ANTYWIRUS JUŻ NIE WYSTARCZY

Rozwiązaniem, które wszyscy kojarzymy z zabezpieczaniem komputerów czy urządzeń mobilnych, jest antywirus sygnaturowy. Niestety, było ono tworzone w innych czasach – w końcu antywirusy są na rynku już przeszło 30 lat. W tamtym okresie mieliśmy do czynienia z prostszymi zagrożeniami, a złośliwego oprogramowania było o wiele mniej. Według badań Panda Software w 2005 r. nowa, unikalna próbka złośliwego oprogramowania była widziana średnio co 12 minut, tymczasem rok temu – co cztery sekundy! Tę nową rzeczywistość brutalnie podsumował wiceprezes Symanteca, który trzy lata temu stwierdził na łamach prasy: „antywirus jest martwy”.

BIG DATA NA RZECZ BEZPIECZEŃSTWA

Pomimo apokaliptycznych wizji ekspertów zajmujących się bezpieczeństwem ten niekorzystny bieg zdarzeń może jednak zostać odwrócony. Potrzebujemy do tego dużej ilości danych telemetrycznych, mocy obliczeniowej oraz grupy badaczy zagrożeń – współczesnych „policjantów” Internetu. Właśnie taka mieszanka składników umożliwi Cisco przygotowanie najbardziej aktualnej informacji dotyczącej obecnie występującego złośliwego oprogramowania, przeprowadzanych kampanii phishingowych oraz serwerów Command and Control.

OD ANTYWIRUSA DO ANTYMALWARE’U

Rozwiązania takie jak Cisco Advanced Malware Protection for Endpoints (w skrócie AMP for Endpoints) w pełni wykorzystują możliwości współczesnych mechanizmów obrony. Nie tylko umożliwiają zaawansowaną analizę dynamiczną i behawioralną, ale również czerpią wiedzę na temat najnowszych zagrożeń z prywatnej bądź publicznej chmury. Dzięki temu użytkownik ma pewność, że rozwiązanie antymalware’owe amerykańskiej marki będzie zawsze aktualne, a silnik systemu, który został przeniesiony do chmury, jest na okrągło zasilany wiedzą na temat najnowszych zagrożeń. Ponadto, w przeciwieństwie do antywirusa, skutecznie odpowie na nowe, najbardziej złożone ataki – często określane jako zero-day malware.

Z uwagi na mnogość złośliwego oprogramowania często dochodzi do sytuacji, w której plik w momencie wejścia do firmowej sieci nie jest jeszcze znanym zagrożeniem, jednak okazuje się nim na przykład dwie godziny po infekcji. AMP oferuje tak zwany mechanizm retrospekcji, który umożliwia wykrycie i zablokowanie danego zagrożenia nawet po tym, jak plik przedostanie się do sieci – poprzez jego ciągłą analizę, a nie tylko w momencie pojawienia się na stacji.

Ze względu na możliwość budowania map trajektorii zagrożeń, pokazujących na osi czasu wszystkie urządzenia zarażone

Gdy wszystko zawiedzie...

Dojrzała polityka bezpieczeństwa wymaga oceny ryzyka związanego z potencjalnymi zagrożeniami i zaplanowania odpowiednich kroków w celu jak najlepszego zabezpieczenia najważniejszych danych w firmie. Nie ma jednak rozwiązania z zakresu bezpieczeństwa, które by w stu procentach zabezpieczyło użytkownika przed wszystkimi możliwymi atakami.

Jeżeli hakerzy naprawdę będą chcieli włamać się do czyjejś sieci, to niestety im się to w końcu uda. Dlatego Cisco proponuje swoim klientom rodzaj polisy ubezpieczeniowej w ramach usług zaawansowanych, polegającej na remediacji przyczyn wystąpienia wycieku z sieci. Dzięki temu firmy mają szansę pozyskać profesjonalnego partnera na trudne czasy, zamiast polegać jedynie na swoich umiejętnościach.

konkretnym złośliwym oprogramowaniem, narzędzie Cisco to nie tylko idealny komponent dla specjalistów badających zagrożenia, ale również wydatna pomoc dla administratorów dbających o infrastrukturę IT, w tym stacje.

ROZCIĄGNIJ PARASOL OCHRONNY NAD SWOJĄ SIECIA

Analiza plików na stacjach nie jest jedyną metodą upewnienia się, że firmowe maszyny nie zostaną zainfekowane. W związku z tym Cisco nabyło firmę OpenDNS, twórcę rozwiązania, które dziś znamy jako Cisco Umbrella. Rozwiązanie to wprowadza dodatkową warstwę ochrony w ruchu DNS-owym przez blokowanie zapytań do domen o niskiej reputacji. Według Cisco Annual Security Report w zeszłym roku ponad 90 proc. złośliwego oprogramowania wykorzystywało zapytania DNS. Niestety, wyniki cytowanego badania pokazują, że tylko około jedna trzecia firm analizuje ten ruch.

Dzięki dokładnemu wglądowi w zapytania DNS użytkownik będzie w stanie uzyskać o wiele więcej informacji na temat swojej sieci, w tym zaobserwować, które urządzenia końcowe próbują podłączyć się do serwerów C&C, co jest dowodem na zainfekowanie złośliwym oprogramowaniem. Administrator będzie śledził również zjawisko Shadow IT, czyli wykorzystanie narzędzi niezaakceptowanych formalnie przez dział IT do celów służbowych. Usługi chmurowe, takie jak Dropbox, Google Drive czy Box, mogą być bowiem zagrożeniem dla poufności danych wrażliwych, choć wiele firm nie monitoruje ich wykorzystania przez pracowników.

DIABEŁ TKWI W... MOBILNOŚCI

Przedsiębiorstwa wprowadzają szereg systemów do zabezpieczenia stacji wewnątrz budynków biurowych, a tymczasem pracownicy coraz częściej wynoszą z nich urządzenia, wykorzystując je do zadań służbowych lub prywatnych. Co więcej, gros użytkowników, zwłaszcza właścicieli smartfonów z systemem Android, nie aktualizuje odpowiednio często swojego sprzętu. Niestety, takie urządzenia stają się bardzo łatwym łupem dla hakerów, którzy następnie mogą wykorzystać wspomniane smartfony do kradzieży danych.

Zastosowanie zunifikowanego agenta na urządzenia końcowe Cisco Anyconnect umożliwia zabezpieczenie stacji przy użyciu mechanizmów AMP i Umbrella – nawet gdy pracownik w firmie naszego klienta nie będzie podłączony VPN-em. Równocześnie rozwiązania z zakresu kontroli dostępu dopuszczają do najważniejszych danych firmowych tylko te urządzenia, które mają aktualne oprogramowanie.

MATEUSZ PASTEWSKI, CISCO SYSTEMS

Zabezpieczenia pomagają firmom

rozwijać się

Specjaliści od cyberbezpieczeństwa w Polsce uważają, że zabezpieczenia:

przyczyniają się do sukcesu firmy



65%

wspierają innowacje



33%

zwiększają zaufanie klientów



64%

„Zabezpieczenia pomagają mojej firmie skoncentrować się na naszych produktach i osiągniętych wynikach, a także nie tracić czasu na skutek ataków i kradzieży danych”
Paolo Della Mea, kierownik ds. sieci, General Electric

zwiększyć wydajność

Technologie mogą pomóc zwiększyć produktywność pracowników, o ile są dobrze chronione. Oto technologie, które zdaniem specjalistów ds. cyberbezpieczeństwa w Polsce będą źródłem największych zagrożeń:

urządzenia mobilne



65%

chmura



39%

IoT



32%

„Zabezpieczenia pomagają mojej firmie pokonywać ograniczenia logistyczne i geograficzne. Dzięki temu możemy bezpiecznie łączyć się z prywatną lokalizacją z dowolnego miejsca i dowolnego urządzenia”
Francisco Menezes, architekt rozwiązań, Matcimind

zapewnić zgodność

Ogólne rozporządzenie o ochronie danych (GDPR) wejdzie w życie w maju 2018 r. Czy Twój klient są na to przygotowani?



70%

specjalistów ds. cyberbezpieczeństwa spodziewa się większego nadzoru ze strony organów regulacyjnych w ciągu następnego roku.



31%

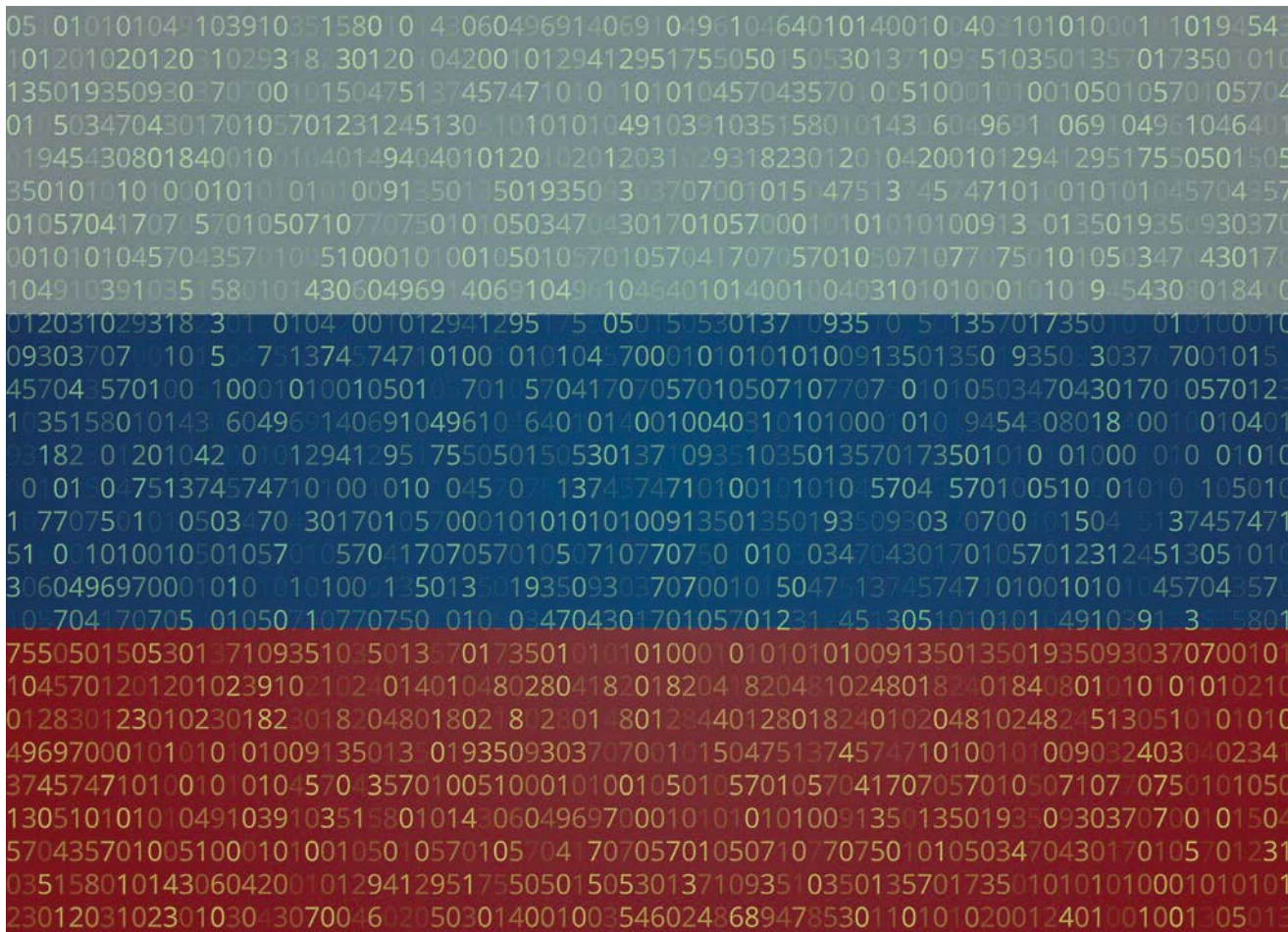
organizacji, których bezpieczeństwo zostało naruszone, upubliczniło informacje o tym zdarzeniu, aby zachować zgodność z odpowiednimi regulacjami.

„Zabezpieczenia pomagają mojej firmie przestrzegać przepisów i unikać negatywnego rozgłosu”
Harne, inżynier sieci, Equens Worldwide

Źródła: Badanie CiscoSec z 2016 r. i raport Cisco ACR z 2017 r.

Porozmawiajmy na czacie.
<http://cs.co/get-in-touch>





Kaspersky a sprawa polska

Polskie prawo nie precyzuje, jak mają się zachować instytucje publiczne w razie pojawienia się oskarżeń o naruszenie bezpieczeństwa przez ich dostawcę oprogramowania.

ANDRZEJ GONTARZ

W lipcu bieżącego roku amerykański rząd usunął oprogramowanie antywirusowe Kaspersky z centralnej listy usług administracji USA. Oznacza to, że tamtejsze urzędy nie będą mogły kupować nowych licencji rosyjskiego software'u, chociaż mogą dalej korzystać z wcześniej zainstalowanych jego wersji.

Decyzja miała być spowodowana podejrzewaniem o współpracę producenta z rosyjskimi służbami specjalnymi.

Dwa miesiące później amerykańskie restrykcje wobec rosyjskiego dostawcy poszły jeszcze dalej. Władze USA całkowicie zabroniły używania oprogramowania Kaspersky Lab w administracji centralnej i agencjach rządowych. Instytucje dostawcy

ły 60 dni na opracowanie planu rezygnacji z produktu i 90 dni na wprowadzenie go w życie.

Oficjalne ostrzeżenia przed oprogramowaniem Kaspersky wystosowały również izraelskie i brytyjskie służby specjalne. Niedawno również brytyjska agenda rządowa ds. cyberbezpieczeństwa zaleciła instytucjom związanym

z bezpieczeństwem narodowym rezygnację z programu rosyjskiej firmy. Jej przedstawiciele stanowczo zaprzeczają oskarżeniom. Jewgienij Kaspierki, twórca i szef firmy, określa wszelkie zarzuty mianem „paranoi”. Deklaruje udostępnienie kodów źródłowych oprogramowania w celu przeprowadzenia audytu przez zewnętrznych ekspertów. W mediach pojawiły się spekulacje, że Kaspersky mógł paść ofiarą walki konkurencyjnej.

WĄTPLIWOŚCI I PYTANIA

Zawierania wokół Kaspersky’ego odbiły się echem także w polskiej administracji publicznej. Antywirus tego producenta jest bowiem powszechnie wykorzystywany w urzędach i instytucjach publicznych naszego kraju. Pojawiły się pytania, co w takiej sytuacji polski sektor publiczny powinien zrobić? Jak zareagować na doniesienia z zagranicy?

Kontrowersje wokół rosyjskiego dostawcy spowodowały, że w niektórych urzędach zrodziły się pytania o możliwość wycofania z użytku jego narzędzia i przejścia na nowe oprogramowanie. Pozostałe instytucje nie dostrzegły jednak w zaistniałej sytuacji żadnego problemu i dalej podpisują umowy z Kasperskim, który wygrywa kolejne państwowe przetargi na terenie naszego kraju.

Na razie polskie władze nie zajęły w tej sprawie żadnego oficjalnego stanowiska. Ministerstwo Cyfryzacji w odpowiedzi na pytania CRN Polska orzekło, że „nie ma narzędzi ani prawnych, ani technicznych, by działać na takim polu”. Zdaniem rzecznika resortu problematyka ta „pozostaje raczej w zakresie działania służb specjalnych i to je należy o to dopytywać”. Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego odpowiada jednak, że nie komentuje sprawy.

Pozostaje teoretyczne, jak widać, pytanie: jakie możliwości działania w zaistniałej sytuacji mają polscy urzędnicy na gruncie obowiązującego prawa. Przypadek Kaspersky’ego to dobry przyczynek do szerszego przyjrzenia się funkcjonującym w polskim sektorze publicznym procedurom cyberbezpieczeństwa.

WSZYSCY NA JEDNAKOWYCH ZASADACH

Jak wyjaśnia Marcin Maruta, współnik w kancelarii prawnej Maruta Wachta, nie ma obecnie osobnych regulacji prawnych dotyczących cyberbezpieczeństwa. Zaczynają się dopiero tworzyć, jak na przykład implementacja dyrektywy unijnej lub projekt polskiej ustawy krajowym systemie cyberbezpieczeństwa.

– *Prawo nie daje więc na razie żadnych konkretnych rozwiązań. Mówi jedynie, że trzeba zachować należytą staranność* – podkreśla mecenas.

W tej sytuacji przedstawicielom sektora publicznego pozostaje działanie na gruncie obowiązującego prawa zamówień publicznych. Generalnie nie pozwala ono na wykluczenie kogokolwiek z postępowania przetargowego. Każdy podmiot ma prawo złożyć ofertę w ogłoszonym konkursie i nikogo nie można z niego wykluczyć.

Nie znaczy to jednak, że urzędnicy nie mają możliwości reagowania na sytuacje, które w ich ocenie mogą stanowić zagrożenie dla bezpieczeństwa ochranianej przez nich placówki. Takie szanse daje Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia.

– *Można na przykład zażądać od dostawców złożenia oświadczeń o określonej treści lub poddania audytowi kodu źródłowego oferowanego oprogramowania* – wyjaśnia Marcin Maruta.

Najważniejsze, aby wymagania były jednakowe dla wszystkich oferentów. Nie można ich stosować tylko wobec jednego lub kilku wybranych podmiotów.

Planowana weryfikacja musi objąć w jednakowym stopniu wszystkich przystępujących do zamówienia publicznego. Sposób jej przeprowadzenia musi być dostosowany do konkretnych, jednostkowych uwarunkowań i wymagań. Służby specjalne będą miały inne wymagania, urząd gminny inne, a operatorzy infrastruktury krytycznej jeszcze inne. Według specjalistów dobrze dobrane zapisy SIWZ-u mogą zapewnić właściwy poziom bezpieczeństwa. To skuteczniejszy sposób postępowania niż próba wykluczenia kogokolwiek z przetargu.

POTRZEBNE MOCNE DOWODY

W szczególnych przypadkach prawo pozwala na wyłączenie wybranego podmiotu z zamówienia publicznego. Nie jest to jednak łatwe. Instytucja zamawiająca musi mieć do tego solidne podstawy. Powinna udowodnić, że wykluczona firma faktycznie będzie stanowić zagrożenie, bo na przykład wcześniej złamała umowę z innym podmiotem zamawiającym lub dopuściła się działań na jego szkodę.

Pomocne mogą być w takiej sytuacji prawomocne wyroki sądowe, chociaż i one nie zawsze mogą być wystarczające dla uznania przez organ odwoławczy zasadności zastosowanego wyłączenia. Może się bowiem okazać, że wykluczony podmiot naprawił szkodę, podjął czynności naprawcze i w momencie ogłaszania przetargu przesłanek do jego wyłączenia już nie ma. ➤

Nowe podejście do prawa

Wraz z rozwojem technik IT zmienia się sposób regulowania funkcjonowania różnych obszarów państwa i biznesu. Ustawodawcy odchodzą od dokładnego określania wymaganych działań na rzecz wymuszania na użytkownikach systemów informatycznych postępowania adekwatnego do istniejących warunków i oszacowanego ryzyka. Sztandarowym przykładem takiej regulacji jest dzisiaj RODO.

W przyszłości podobnych przepisów będzie się z pewnością pojawiać coraz więcej. Przygotowany pod egidą Ministerstwa Cyfryzacji projekt ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa również zawiera zapisy w podobnym duchu. Proponowane w nim uregulowania będą nakładały na wybrane podmioty konieczność dopasowania zabezpieczeń do poziomu oszacowanego ryzyka wynikającego z analizy różnorodnych czynników. Pozostaje pytanie, czy przy takim podejściu nie będą potrzebne zmiany w prawie zamówień publicznych, które zagwarantują zamawiającym większą elastyczność działania w doborze rozwiązań adekwatnych do zdiagnozowanych jednostkowo zagrożeń.

- Tak czy inaczej, nie można zastosować wykluczenia tylko na podstawie podejrzeń czy przypuszczeń. Nierzetelność oferenta musi być udowodniona w sposób niebudzący wątpliwości. Na zasadzie „tutaj i teraz”, a więc w przypadku konkretnego przetargu dla konkretnego zamawiającego. Musi on mieć argumenty nie do podważenia. W przeciwnym razie jego decyzja może zostać przez sąd lub organ odwoławczy anulowana.

REZYGNACJA MUSI BYĆ PRZEMYŚLANA

Instytucja publiczna może zrezygnować z posiadanego oprogramowania, gdy poweźmie podejrzenia co do jego niewłaściwego działania. Jeżeli urzędnicy zorientują się, że program przykładowo kradnie lub przekazuje na zewnątrz dane, mogą zaprzestać jego używania. Muszą się jednak liczyć z konsekwencjami takiej decyzji.

Otwarta pozostaje chociażby kwestia sposobu rozliczenia się z dostawcą. Czy i w jaki sposób można rozwiązać umowę? Czy i na jakich zasadach można dochodzić od dostawcy odszkodowania?

–Do rozwiązania umowy musi być ważny powód. Takim może być niestaranne wykonanie umowy. Trzeba to jednak umieć udowodnić – mówi Marcin Maruta.

W sytuacji, gdy korzystający zapłacił z góry za licencje, może post factum zdecydować, czy będzie miał roszczenia do sprzedawcy. W postępowaniu odszkodowawczym będzie musiał jednak wskazać poniesione szkody. Zdaniem prawników łatwiej jest w takich przypadkach udowodnić szkody wizerunkowe niż szkody materialne. Jeśli użytkownik dysponuje dowodami na celowe, przestępcze dzia-

PIOTR KUPCZYK
dyrektor Biura Komunikacji
z Mediami, Kaspersky Lab Polska



Każdy podmiot powinien mieć prawo do świadomego wyboru produktów i dostawców wedle własnego uznania. Limitowanie oferty na podstawie niepotwierdzonych zarzutów czy insynuacji może pozbawić odbiorców możliwości zaopatrywania się w czołowe technologie dostępne na rynku. W przypadku branży cyberbezpieczeństwa jakość technologii ochrony i wsparcia technicznego ma znaczenie krytyczne. Jakiegokolwiek kompromisy w tej materii mogą doprowadzić do poważnych konsekwencji związanych z atakami cyberprzestępczymi, a nawet cyberterrorystycznymi. Przestępcy informatyczni nie znają granic i tak samo powinna funkcjonować ochrona IT – bez sztucznych ograniczeń, takich jak na przykład niejasna sytuacja geopolityczna.

łanie z wykorzystaniem zainstalowanego oprogramowania, wszczęte może zostać również postępowanie karne.

Rezygnacja z oprogramowania powinna być jednak dokładnie przemyślana. Najlepiej, gdyby urząd miał wcześniej opracowane procedury działania. Generalnie każdorazowo przed podjęciem decyzji informatycy wspólnie z prawnikami powinni ocenić skalę zagrożenia, m.in. ustalić, na ile wiarygodne są doniesienia i pojawiające się w mediach oskarżenia. Decyzja powinna być podjęta po analizie sytuacji i stwierdzeniu ponad wszelką

wątpliwość działania na szkodę podmiotu korzystającego z oprogramowania.

NA WŁASNĄ ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Jak instytucje publiczne w naszym kraju mogą przygotować się na sytuacje podobne do zawirowań z Kasperskim? Przede wszystkim nie mogą szukać rozwiązań dopiero po fakcie. Najlepszym wyjściem jest posiadanie z góry przygotowanego, zintegrowanego programu reagowania. Wynikające z wdrożonej polityki bezpieczeństwa procedury działania podpowiedzą, jak w konkretnej sytuacji należy się zachować.

To ważne o tyle, że zagrożenia ze strony nowych technologii będą się wciąż pojawiać. Dzisiaj mogą to być luki w jednym tylko systemie, a jutro w kilku kolejnych. To wynika po części z samej natury cyfrowych narzędzi i ich stosowania w niewrażliwych, z biznesowego i społecznego punktu widzenia, obszarach. Należy więc być przygotowanym na różnego rodzaju incydenty i mieć opracowane z góry sposoby działania w sytuacjach kryzysowych.

Oczywiście nikt w tym żadnego urzędu ani żadnej instytucji nie zastąpi. Każdy podmiot musi samodzielnie oszacować ryzyko związane z prowadzoną działalnością i podjąć decyzję, jakie procedury w jego sytuacji będą najskuteczniejsze. Te ustalenia mogą się potem przekładać na zapisy SIWZ-u, stanowiąc dodatkowe zabezpieczenie.

Ułatwieniem byłoby z pewnością stworzenie centralnego rejestru narzędzi dopuszczonych do użytkowania przez sektor publiczny. Takie rozwiązania są już stosowane w niektórych państwach, na przykład w Wielkiej Brytanii. W tym kierunku – a konkretnie certyfikowania produktów i usług z dziedziny cyberbezpieczeństwa – idą pomysły rozpatrywane w Unii Europejskiej. Komisja Europejska proponuje wprowadzenie akredytacji technologii informacyjno-komunikacyjnych pod kątem ich bezpieczeństwa. Jednak czy i kiedy takie rozwiązanie wejdzie w życie, na razie trudno powiedzieć.



PAWEŁ JUREK
wicedyrektor ds. rozwoju, Dagma

Obecnie większość dobrej jakości rozwiązań antywirusowych wspiera proces wykrywania zagrożeń jakimiś elementami współpracy z chmurą. W związku z tym świadomi klienci, w szczególności przetwarzający poufne dane, zaczęli mocno brać pod uwagę pochodzenie dostawcy rozwiązań antywirusowych. Daje to pewną przewagę rozwiązaniom tworzonym na obszarze Unii Europejskiej.

Na CRN.pl ZAMIESZCZAMY KOMENTARZ KATARZYNY JAROSZ Z URZĘDU ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH.

Drugie dno fake newsów

W CZERWCU NAUKOWCY Z OXFORDU PODALI, ŻE AŻ JEDEN NA TRZY SPOŚRÓD PRZEANALIZOWANYCH PRZEZ NICH 50 TYSIĘCY TWEETÓW POCHODZIŁ Z FAŁSZYWEGO PROFILU. Z KOLEI BADACZE Z UNIWERSYTE-TU POŁUDNIOWEJ KALIFORNII PODALI, ŻE WEDŁUG ICH SZACUNKÓW 15 PROC. KONT NA CAŁYM TWITTERZE JEST STEROWANYCH PRZEZ OPRO-GRAMOWANIE.

Nie od dziś wiadomo, że silnym wsparciem dla fake newsów, zapewniającym im wiarygodność, są boty, które przesyłają dalej, lajkują lub komentują fałszywe informacje. Tweet z wieloma interakcjami wygląda na godny zaufania i jest lepiej widoczny w portalu społecznościowym. Taka promocja wpisu sprzyja też kolejnym, już prawdziwym, interakcjom z użytkownikami serwisu. Tym bardziej powinny zainteresować polską opinię publiczną najnowsze dane opublikowane przez Annę Mierzyńską, specjalistkę od marketingu sektora publicznego. Ekspertka przeanalizowała działanie nowych kont, które zwróciły jej uwagę swoją podejrzaną aktywnością. Z ustaleń wynika, że w ciągu zaledwie trzech pierwszych tygodni listopada na polskim Twitterze powstało 10 tys. fałszywych kont!

Większość tych profili ma w nazwie przypadkowy ciąg znaków, nie tweetuje i brakuje im zdjęcia profilowego. Jedyną ich aktywnością jest śledzenie określonych kont, przede wszystkim kandydatów na prezydenta Warszawy, Rafała Trzaskowskiego i Patryka Jakiego, a dodatkowo liderów opinii publicznej – dziennikarzy, komentatorów, polityków itp. Można zakładać, że mamy do czynienia z farmą botów przygotowywanych do działań w trakcie zbliżającej się samorządowej kampanii wyborczej. Niewykluczone, że założyła je firma, która potem będzie prowadziła z użyciem tych profili kampanie zlecane przez partie.

Dane publikowane przez naukowców i ekspertów są bardzo ciekawe, w zakresie skali nawet zaskakujące, ale należy traktować je z ostrożnością. Prawdziwy badacz nie może bowiem z miejsca odrzucić tezy, że konto pod nazwą „gtrfstyhji” i bez zdjęcia założył człowiek. Prawdziwi użytkownicy portali społecznościowych często na początku nie piszą, tylko obserwują. Zwykle rozpoczynają od śledzenia znanych ludzi i jeśli klikną „follow” na kilku profilach popularnych polityków, Twitter zacznie podpowiadać im podobne, należące do popularnych dziennikarzy, komentatorów czy innych polityków. Wiele razy, analizując za pomocą internetowych narzędzi swoje twitterowe audytarium, widziałem w raportach konta ludzi, których znam, oznaczone jako boty. Bo brak aktywności był typowy dla profili sterowanych przez programy.

Nie namawiam jednak do lekceważenia takich informacji jak ogłaszane przez ekspertów z Oxfordu, Karoliny Południowej czy tych najnowszych, które na swoim blogu szczegółowo opisywała Anna Mierzyńska. O tym, że na całym świecie funkcjonują firmy i instytucje prowadzące kampanie za pomocą sterowanych automatycznie kont z dodatkowym wsparciem opłaconych prawdziwych użytkowników, wiadomo też dzięki wielu innym źródłom.



Damian Kwiek

szeft informacji i komunikacji
portalu CHIP.pl

*Ludzie
głosują,
boty
agituja.*

Musimy ciężiej pracować

„Kilkanaście lat temu nie mieliśmy zbyt wielu groźnych rywali, ale sytuacja się zmieniła. Moim zdaniem to lepiej dla rynku, klientów, a także samego Cisco”

- mówi **PRZEMYSŁAW KANIA**, DYREKTOR GENERALNY CISCO W POLSCE.

CRN Globalne wyniki Cisco nie zachwycają. W pierwszym kwartale finansowym przychody zmniejszyły się o 2 proc. Czym tłumaczyć słabsze rezultaty koncernu?

PRZEMYSŁAW KANIA Ogłoszone niedawno wyniki pierwszego kwartału pokazują, że mimo 2-proc. zmniejszenia przychodów perspektywa na kolejny kwartał jest już pozytywna, co zostało bardzo dobrze odebrane przez rynek. Wyniki w ostatnich kwartałach były pokłosiem transformacji zachodzącej w świecie technologii, a zwłaszcza ekspansji chmury publicznej. Rynek routerów i przełączników zaczął się kurczyć. Konieczna była więc transformacja, którą od kilku lat skutecznie przechodzimy.

CRN I co dalej?

PRZEMYSŁAW KANIA Nie zamierzamy przyglądać się rozwojowi wypadków i aktywnie poszukujemy nowych obszarów wzrostu. Jednym z nich jest oprogramowanie, które coraz częściej sprzedajemy w modelu subskrypcyjnym. Konsekwentnie rozszerzamy ofertę o zaawansowane rozwiązania dla centrów danych, systemy do komunikacji czy produkty bezpieczeństwa. Szczególnie dużym popytem cieszą się te ostatnie. Jeśli spojrzeć na sprzedaż z szerszej perspektywy, przychody ze sprzedaży systemów bezpieczeństwa rosną w tempie kilkudziesięciu procent rocznie.

CRN Jednak partnerzy, rozczarowani wynikami Cisco, już zaczęli bądź za chwilę zaczną rozglądać się za alternatywnymi dostawcami.

PRZEMYSŁAW KANIA Na tle innych graczy, którzy działają w branży IT od wielu lat, prezentujemy się bardzo dobrze. Poza tym wyniki finansowe to tylko część prawdy o sytuacji spółki. Najlepiej o kondycji świadczy ilość pieniędzy wpływających i wypływających z kasy. W naszym przypadku to powyżej 60 mld dol.

CRN Niemniej łatwo nie jest.

PRZEMYSŁAW KANIA Czasy są trudniejsze, ale właśnie tak działa normalny biznes. Wcześniej żyliśmy jak dziecko w objęciach troskliwej mamy, ale ostatnie dwa lata w Polsce nie sprzyjały rozwojowi branży IT. W ślad za wzrostem konsumpcji nie szły inwestycje, ale to się zmienia i pojawia się fala dużych projektów. W ostatnich miesiącach spotkałem się kilkakrotnie z naszymi największymi partnerami i nie zauważam u nich nerwowych ruchów.

CRN Jest pan związany z Cisco od 19 lat. Czy koncern, powierzając stanowisko dyrektora generalnego długoletniemu pracownikowi, wysłał tym samym sygnał do partnerów: tutaj nie będzie rewolucji?

PRZEMYSŁAW KANIA Cieszę się, że w ten sposób pan to odczytuje. Myślę, że wybrano mnie m.in. ze względu na duże doświadczenie zdobyte w Cisco. To prawda, nie planuję rewolucji ani żadnych ryzykownych inwestycji. Ale, choć zamierzam kontynuować dotychczasową linię, uważam, że niezbędne jest wprowadzenie pewnych zmian. Chcę przede wszystkim bardziej skoncentrować się na dziedzinach, którym dotychczas poświęciliśmy zbyt mało uwagi. Wierzę, że będą to obszary wzrostu.

CRN Na jakich więc obszarach, wspólnie z wami, powinni skoncentrować się partnerzy Cisco?

PRZEMYSŁAW KANIA Przede wszystkim chciałbym wyraźnie zaznaczyć, że nasz biznes w Polsce będzie prowadzony wspólnie z partnerami. Obecnie około 90 proc. sprzedaży realizujemy przez kanał partnerski i nikt nie myśli o wprowadzeniu sprzedaży bezpośredniej. Co więcej, dokonałem kilku zmian, które mają na celu poprawę relacji z partnerami, a także ochronę ich inwestycji. Zależy nam na współpracy nie tylko z dużymi firmami, ale również tymi mniejszymi, bo chcemy pokryć obszar całego kraju. Wracając do pytania: zachęcam partnerów, żeby inwestowali nie tylko w tradycyjne produkty, ale również w systemy bezpieczeństwa, rozwiązania dla centrów danych, SDN czy narzędzia do komunikacji i współdzielenia zadań.

CRN Zachęcać partnerów do sprzedaży systemów bezpieczeństwa, ale przy okazji narzekacie na nadmierną ilość produktów i technologii zabezpieczeń używanych przez przedsiębiorców. Jak zamierzacie sobie z tym poradzić?

PRZEMYSŁAW KANIA Naszą opinię podzielają niezależni obserwatorzy, a także klienci. Rynek jest bardzo zdefragmentowany, działa na nim wielu producentów. Czasami zdarza się, że duże przedsiębiorstwo korzysta z rozwiązań bezpieczeństwa pochodzących od 50 producentów. To właśnie dlatego powinno dojść do konsolidacji.

CRN Wasze działanie w zakresie bezpieczeństwa docenił polski rząd. Podczas Cybersecurity Forum odebrał pan



nagrodę od premier Beaty Szydło. Za co właściwie otrzymaliście to wyróżnienie?

PRZEMYSŁAW KANIA Cisco już od trzech lat współpracuje z Cybersecurity Forum, a także polskim rządem oraz szeroko pojętą administracją w zakresie wdrażania rozwiązań cyberbezpieczeństwa. Tylko kilka firm dostało tę nagrodę. Otrzymane wyróżnienie pokazuje, że jesteśmy skoncentrowani na kwestiach bezpieczeństwa i polski rząd postrzega nas jako poważnego oraz pomocnego gracza w tym obszarze.

CRN Poza bezpieczeństwem jednym z motorów napędowych branży IT będą rozwiązania chmurowe. W 2014 r. rozpoczęliście projekt Intercloud, w który zainwestowaliście 1 mld dol. W marcu bieżącego roku zamknęliście jednak ten biznes. Co dalej z chmurą Cisco?

PRZEMYSŁAW KANIA Jednym z ważniejszych wyzwań podjętych przez Chucka Robbinsa było opracowanie wspólnej strategii dotyczącej cloud computingu. Cisco wychodzi z założenia, że świat IT będzie bazował na koncepcji hybrydowej, choć w przestrzeni funkcjonować będą różne modele – chmura publiczna, prywatna czy rozwiązania tradycyjne. Mamy rozbudowaną ofertę w zakresie rozwiązań do tworzenia i zarządzania śro-

dowiskiem złożonym z wielu chmur, w tym aplikacji do dynamicznego przenoszenia obciążeń pomiędzy chmurami różnych dostawców. Chciałbym wyraźnie zaznaczyć, że nie zamierzamy zabierać przychodów z tego biznesu naszym partnerom. Wręcz przeciwnie, zachęcamy ich do tworzenia wspólnych projektów, które mogą firmować własną marką.

CRN Przedstawiciele Dell EMC, HPE czy Big Switch przekonują, że wiele firmowych sieci radzi sobie bez sprzętu Cisco. Co więcej, podkreślają, że są to rozwiązania tańsze. Jaka jest wasza odpowiedź na tego typu ataki ze strony konkurentów?

PRZEMYSŁAW KANIA Z dużą powagą podchodzimy do działań konkurencji. Kilkanaście lat temu nie mieliśmy zbyt wielu groźnych rywali, ale sytuacja się zmieniła. Moim zdaniem to lepiej dla rynku, klientów, a także samego Cisco. Musimy udowodniać, że dajemy większą wartość klientowi aniżeli konkurencji. W ostatnim czasie jednym z najbardziej gorących tematów jest SDN. To dobra koncepcja, dzięki której sieć będzie łatwiejsza w zarządzaniu, tańsza w użyciu i gotowa na podjęcie nowych wyzwań, również tych związanych z Internetem rzeczy. Mamy w tym zakresie własne propozycje. W przypadku centrów danych jest to ACI, gdzie kontroler software'owy umożliwia łatwiejsze i bardziej elastyczne zarządzanie komponentami sprzętowymi niż w tradycyjnym modelu. Ale trzeba pamiętać, że transformacja zachodzi także w sieciach kampusowych i lokalnych. Z myślą o tego typu zastosowaniach opracowaliśmy rozwiązanie Software Defined Access.

CRN Microsoft, Facebook czy Google budują centra danych, bazując na bezmarkowym sprzęcie. Może w związku z tym nie warto inwestować w inteligentny hardware i skupić się na rozwoju oprogramowania?

PRZEMYSŁAW KANIA Opowieści o tzw. white boxach słyszę już od kilku lat. Fakty są jednak takie, że większość przedsiębiorstw oraz instytucji nadal wdraża nasze systemy. Uważam, że urządzenia muszą być inteligentne i wyrafinowane, żeby sprostać nowym wyzwaniom. Łatwo sobie wyobrazić sytuację, w której przełącznik wykrywa wszelkie anomalie ruchu, reagując na malware czy ransomware. Niewielu producentów, a być może tylko jeden, potrafi opracować taki produkt. Jeśli prześledzimy historię, okazuje się, że wymagania wobec urządzeń wzrastały ze względu na QoS, wideo i bezpieczeństwo. Niebawem zaś na dobre zadomowi się Internet rzeczy. To oznacza, że będziemy potrzebowali jeszcze bardziej inteligentnych urządzeń.

CRN Cisco od stosunkowo niedawna, bo od 2015 r., jest kierowane przez Chucka Robbinsa, który zastąpił legendarnego Johna Chambersa. W jaki sposób zmiana wpłynęła na strategię koncernu?

PRZEMYSŁAW KANIA John Chambers, prawdziwa legenda Doliny Krzemowej, piastował stanowisko prezesa Cisco przez 20 lat. To jeden z nielicznych prezesów, który potrafił tak długo utrzymać się na stanowisku. Chambers miał fenomenalny styl zarządzania i inspirujący sposób komunikowania się z pracownikami. Chuck Robbins jest związany z Cisco od 1997 r., pełnił m.in. funkcję szefa globalnej sprzedaży. Zatem zmiana była bardzo przemyślana >

- ▶ i miała na celu kontynuację strategii. Poza tym John Chambers jeszcze do niedawna był szefem rady nadzorczej Cisco i miał duży wpływ na działania koncernu.

CRN Chuck Robbins podczas niedawnej konferencji Cisco w Las Vegas mówił, że powinniście inaczej sprzedawać. Wspominał rozmowy z klientami ze Stanów Zjednoczonych, których nie interesują produkty, lecz całościowe rozwiązania.

PRZEMYSŁAW KANIA W naszym portfolio znajduje się coraz więcej rozwiązań, które bezpośrednio dotyczą kwestii biznesowych. Na przykład Spark – system przeznaczony do komunikacji i współdzielenia zadań, czy produkty ochronne. Od dłuższego czasu sprzedajemy rozwiązania, często opracowywane wspólnie z partnerami. W czasie dyskusji z CIO staramy się ich uświadamiać, że nasze systemy ułatwiają zarządzanie i wyróżniają się niskim TCO. Cena sprzętu bądź oprogramowania to nie są kryteria, które powinny decydować o wyborze produktów Cisco. Najważniejsze, że rynek w Polsce dojrzeje i wzrasta świadomość organizacji na temat technologii. Przedsiębiorcy stają się bardziej precyzyjni – wiedzą, w co i jak inwestować.

CRN W ubiegłym roku ABC Data – jeden z dystrybutorów Cisco – przejęła S4E. Tym samym wprowadziła do swojej oferty produkty sieciowe Huawei. Podobno nie byliście najszczęśliwsi z tego powodu...

PRZEMYSŁAW KANIA Wówczas nie byłem jeszcze dyrektorem generalnym Cisco w Polsce, stąd nie odpowiadam za takie, a nie inne decyzje. Niezależnie od tego, co się wydarzyło, wychodzę z założenia, że musimy pogodzić się z istnieniem konkurencji, również Huawei, i jeszcze ciężiej pracować. Uważam, że mamy dobrą ofertę, i mógłbym długo opowiadać o przewagach Cisco.

CRN Szef działu Enterprise w Huawei Polska uważa, że atutem jego firmy są dwucyfrowe wzrosty, których Cisco i inni producenci zza oceanu mogą im pozazdrościć, a także doświadczenie w zakresie wdrożeń dla operatorów.

PRZEMYSŁAW KANIA Nie neguję faktu, że sprzedaż Huawei rośnie. Natomiast nie podzielam opinii, że jeśli coś dobrze działa u operatora, równocześnie sprawdzi się w rozwiązaniach enterprise. To dwa zupełnie inne światy. Do tego typu wniosków dochodzę na podstawie własnych doświadczeń, pracowałem bowiem w obu sektorach. Uważam, że w dłuższej perspektywie nasze podejście – oparte na najbardziej innowacyjnych rozwiązaniach, najwyższej jakości produktach i najlepszej kadrze inżynierskiej – okaże się najbardziej słuszne.

CRN Malejący popyt na macierze dyskowe otwiera wam drzwi na rynek, na którym nie mieliście zbyt wiele do powiedzenia. Czy wykorzystacie tę szansę?

PRZEMYSŁAW KANIA Nie zmieniamy raz po raz obszarów zainteresowania. Najpierw opracowaliśmy sprzęt sieciowy, a następnie przełączniki do centrów danych, serwery i rozwiązania konwergentne. Przychody ze sprzedaży klasycznych macierzy spadają, bo klienci zaczynają korzystać z chmury, a na rynek wchodzi też alternatywne technologie, w tym rozwiązania hiperkonwergentne. Mamy na koncie kilka interesujących wdrożeń tego typu systemów, które nie tylko bardzo sprawnie działają, ale są zdecydowanie tańsze i prostsze w obsłudze.

CRN Niedawno przejęliście Springpath, jednego z czołowych producentów systemów hiperkonwergentnych. Ale to nie jedyna poważna akwizycja, której dokonaliście w tym roku.

PRZEMYSŁAW KANIA Niedługo rozwiązania Springpath włączymy do naszej oferty i będziemy sprzedawać w Polsce poprzez sieć partnerów. Niemniej na uwagę zasługują dwa inne tegoroczne przejęcia: App Dynamics i Viptela. Pierwsza firma opracowuje rozwiązania do badania wydajności środowisk aplikacji. To wyrafinowane narzędzia nadzorujące komunikację między środowiskami aplikacyjnymi, informujące o wydajności i pojawiających się problemach. Zakup App Dynamic pokazuje, że cały czas staramy się uzupełniać ofertę dla centrów danych. Z kolei Viptela projektuje systemy VPN dla chmury. To rozwiązanie popularne w USA. W Polsce na razie niewiele się o nim mówi.

CRN Cisco od dłuższego czasu kupuje też mniejszych, obiecujących graczy z branży bezpieczeństwa.

PRZEMYSŁAW KANIA Staramy się przy tym uświadamiać użytkowników, że tylko elementy zabezpieczające zaszyte w sieci mogą zapewnić całkowitą ochronę, czego nie gwarantują pojedyncze elementy, takie jak firewall czy oprogramowanie antywirusowe. Sieć musi słuchać i reagować, ale tak przecież się nie dzieje. Branża bezpieczeństwa przypomina XIX-wieczną medycynę. Lekarze wiedzieli, że istnieje problem i podawali ampułki, ale ich działanie nie było zbyt skuteczne.

CRN W ciągu ostatnich 10 lat pracował pan poza polskimi strukturami Cisco. Co się zmieniło w tym czasie?

PRZEMYSŁAW KANIA Kiedy wróciłem, zaskoczyła mnie głębia i dojrzałość naszych rodzimych firm. Niegdyś jedynie duże koncerny wdrażały zaawansowane rozwiązania. Tymczasem obecnie działa wiele dobrych polskich firm z rodzimym kapitałem, które z powodzeniem wchodzi na rynki zagraniczne. To podmioty, które oferują wyrafinowane rozwiązania i dlatego mają duże wymagania wobec dostawców IT. To duża szansa dla nas i partnerów, aby przeprowadzać cyfrową rewolucję, zwiększając produktywność i konkurencyjność użytkowników biznesowych.

ROZMAWIAŁ **WOJCIECH URBANEK**

ZAPISZ SIĘ NA BEZPŁATNY NEWSLETTER CRN POLSKA

OTRZYMASZ 3 RAZY W TYGODNIU:

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

Jak to zrobić?

To proste. Mając konto* na CRN.PL:

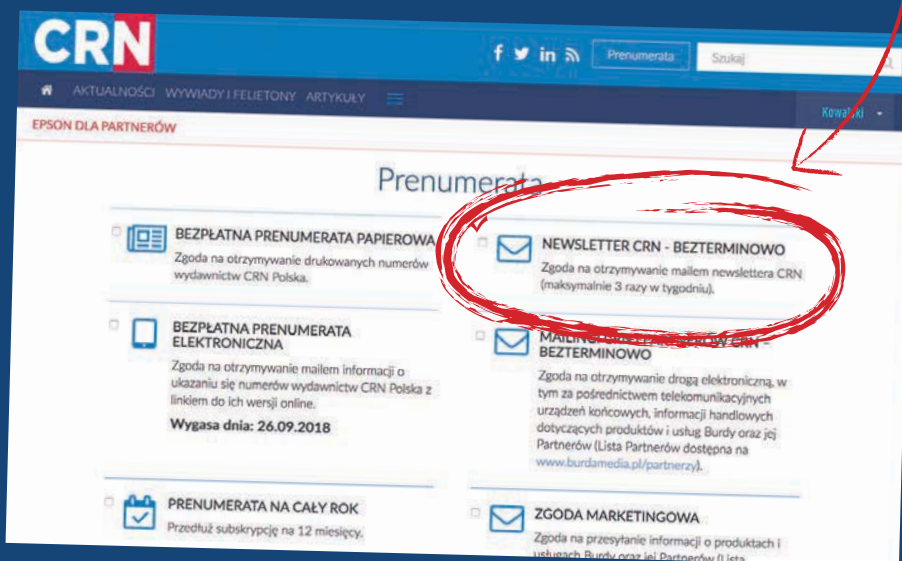
- zaloguj się
- kliknij Prenumerata
- kliknij ikonę NEWSLETTER CRN
- i zapisz wprowadzone zmiany



JEŚLI NIE PAMIĘTASZ HASŁA DO SWOJEGO KONTA...

- możesz je odzyskać na stronie:
<https://www.crn.pl/resetting/request>
- możesz wysłać mail na
adres prenumerata@crn.pl
z prośbą o włączenie newslettera

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



* Jeśli jeszcze nie masz konta na CRN.pl, możesz je założyć na stronie: ww.crn.pl/login

NAJLEPIEJ POINFORMOWANE PISMO W BRANŻY IT!

Usługi finansowe w „szpicy” popytu na cyfryzację

Szefowie działów IT firm finansowych są bardziej zainteresowani cyfryzacją niż CIO w jakiegokolwiek innej branży – wynika z badania Gartnera, które objęło ponad 3,1 tys. dyrektorów IT z różnych sektorów w 98 krajach. Okazało się, że cyfrowa transformacja to wręcz priorytet w bankowości (26 proc.), podczas gdy dla pozostałych respondentów średnia wyniosła 17 proc.

CIO firm finansowych są najbardziej zainteresowani BI oraz analityką (26 proc.), a także

marketingiem cyfrowym (21 proc.), mobilnością i aplikacjami mobilnymi (11 proc.). Sektor ten sygnalizuje również większy priorytet rozwiązań sztucznej inteligencji (8 proc.) niż wszystkie inne branże (średnio 5 proc.). Na przeciwnym biegunie znajdują się szefowie IT w szkołach wyższych. Cyfrowa transformacja jest dla nich dopiero piątym najwyższym „strategicznym priorytetem biznesowym”.

Źródło: Gartner

Partnerzy cenią firmy security

Dostawcy rozwiązań z zakresu bezpieczeństwa uzyskali najwyższe oceny partnerów w „benchmarku producentów” firmy badawczej Canalys w końcu listopada br. W światowym rankingu na topie znalazł się Sophos, natomiast w regionie EMEA numerem 1 okazał się F-Secure. Za nim uplasowali się: Commwault, Veeam, HP i Eset.

Ranking jest tworzony na bieżąco w oparciu o informacje pochodzące od 10,5 tys. firm należących do Candefero – społeczności partnerów Canalys. Wyniki pokazują w zaokrągleniu średnią ocen producentów z 29,1 tys. benchmarków w skali od 1 do 10.

Canalys monitoruje także nastroje przedsiębiorstw działających w kanale sprzedaży IT. Zarówno na świecie, jak i w krajach EMEA domi-

nuje nastawienie optymistyczne. Nastroje resellerów i integratorów są nawet nieco lepsze niż przed rokiem.

BENCHMARK PRODUCENTÓW WEDŁUG CANDEFERO – RANKING ŚWIATOWY

Firma	Średnia ocen
Sophos	7,6/10
Intel	7,3/10
Palo Alto Networks	7,1/10
Veeam	7,1/10
Epson	7,1/10

Źródło: Canalys, stan na 5 grudnia 2017 r.

Klienci będą inwestować w „akceleratory wzrostu”

Internet rzeczy, robotyka, rzeczywistość wirtualna i rozszerzona (VR i AR), kognitywna sztuczna inteligencja, druk 3D oraz ochrona nowej generacji będą przyczyniać się do zwiększania wydatków na globalnym rynku ICT w najbliższych latach – prognozuje IDC. Inwestycje w tych kategoriach wzrosną o 17 proc. w 2017 r. i będą przyspieszać w ciągu następnych 5 lat. IoT, robotyka, AR i VR mają stać się istotną częścią całego rynku ICT do 2021 r. Dzięki wspomnianym „akceleratorom wzrostu” globalne wydatki na rozwiązania informatyczne, począwszy od 2016 do 2021 r., zwiększą się średnio co roku o 6 proc. (z 4,3 do 5,6 mld dol.). Co istotne, większa dynamika spodziewana jest na początku przyszłego dziesięciolecia (+6,5 proc. w 2021 r.).

Zdaniem analityków wydatki na tradycyjne ICT powinny rosnać wolniej, z uwagi na nasycenie rynku. Rozwój usług w chmurze może również ograniczyć dochody ze sprzedaży tradycyjnej infrastruktury i oprogramowania, przyczyniając się do koncentracji środków w rękach dużych dostawców usług chmurowych. Wydatki na „zwykłe” IT mają rosnać w tempie 3–4 proc. rocznie w ciągu najbliższych pięciu lat, a na usługi telekomunikacyjne – ok. 1 proc.

W regionie CEE mobilność oraz IoT już teraz mają duży wpływ na inwestycje w IT. AR/VR oraz sztuczna inteligencja powinna prześcignąć inne kategorie pod względem tempa wzrostu w ciągu najbliższych pięciu lat.

Źródło: IDC

Zakrzywione monitory triumfują

W III kw. br. sprzedaż zakrzywionych monitorów na polskim rynku zwiększyła się o 128,9 proc. w porównaniu do zanotowanej w analogicznym okresie rok wcześniej – według danych z panelu dystrybucyjnego Contextu. Polski rynek wyróżnia się najwyższą dynamiką wśród 16 krajów europejskich. Wszędzie trend jest jednak podobny – odnotowano dużo większy popyt rok do roku na zakrzywione panele. W dystrybucji na zachodzie Europy wzrost ilościowy wyniósł średnio



Poprawa na polskim rynku

W 2016 r., po raz pierwszy od kryzysu z roku 2009, spadła wartość polskiego rynku IT (-3,9 proc. rok do roku), natomiast w bieżącym ma nastąpić powrót do wzrostu – wynika z badania PMR przeprowadzonego wśród przedstawicieli ponad 100 największych firm w kraju. Zdaniem 38 proc. respondentów w br. głównym czynnikiem rozwoju

SPRZEDAŻ ZAKRZYWIONYCH MONITORÓW W WYBRANYCH KRAJACH

Kraj	Wzrost sprzedaży w III kw. br. (rok do roku)
Polska	128,9%
Francja	123,5%
Włochy	120,3%
Niemcy	90,2%
Hiszpania	61,5%
Holandia	36,7%
Wielka Brytania	33,6%

Źródło: Context

73 proc., zaś wartościowy – 64 proc. Tymczasem wynik na całym rynku monitorów w tym regionie poprawił się tylko o 2 proc. Przewidywany jest dalszy wzrost sprzedaży zakrzywionych monitorów.

Najpopularniejsze są obecnie modele 27-calowe. Natomiast szybko rośnie zainteresowanie panelami o przekątnej długości 31,5 cala (sprzedano ich ponad 400 proc. więcej niż w ub.r.), które zdobyły 11-proc. udział w rynku (rok wcześniej było to 4 proc.).

Klienci chętnie kupują również monitory 34-calowe (prawie 20 proc. udziału w rynku), ale ze względu na stosunkowo wysoką cenę ostatnio nieznacznie tracą one udziały na rzecz mniejszych modeli. Przykładowo najmniejsze wersje, 21,5-calowe, są kilkakrotnie tańsze (już od 130 euro, czyli około 550 zł).

polskiego rynku IT są fundusze unijne. Przedsiębiorcy oczekują także większej liczby inwestycji w administracji publicznej – już 31 proc. z nich liczy na więcej zamówień niż rok wcześniej. Prawie trzy czwarte pytanym (74 proc.) wyraża przekonanie, że najpóźniej w 2018 r. w sektorze publicznym ruszy kolejna fala zamówień na IT.

Wśród pozytywów wymieniano poza tym poprawę sytuacji makroekonomicznej w kraju (23 proc. wskazań) i rozwój usług w chmurze (21 proc.). Co ciekawe, niewielu respondentów (15 proc.) liczy na konieczność zapewniania cyberbezpieczeństwa jako stymulator wzrostu. Ponadto, w porównaniu z 2016 r., znacznie osłabła wiara w pozytywne skutki rosnącej świadomości potrzeb klientów w zakresie IT jako czynnika rozwoju (45 proc. w 2016 r., 21 proc. w 2017 r.) oraz większą skłonność do inwestowania (35 proc. w 2016 r. wobec 15 proc. w 2017 r.).

WARTOŚĆ I DYNAMIKA RYNKU IT W POLSCE

Rok	Wartość (mld zł)	Wzrost rok do roku
2012	27,9	4,0%
2013	29,6	6,3%
2014	30,2	2,0%
2015	31,3	3,5%
2016	30	-3,9%
2017*	30,9	2,7%

*Prognoza

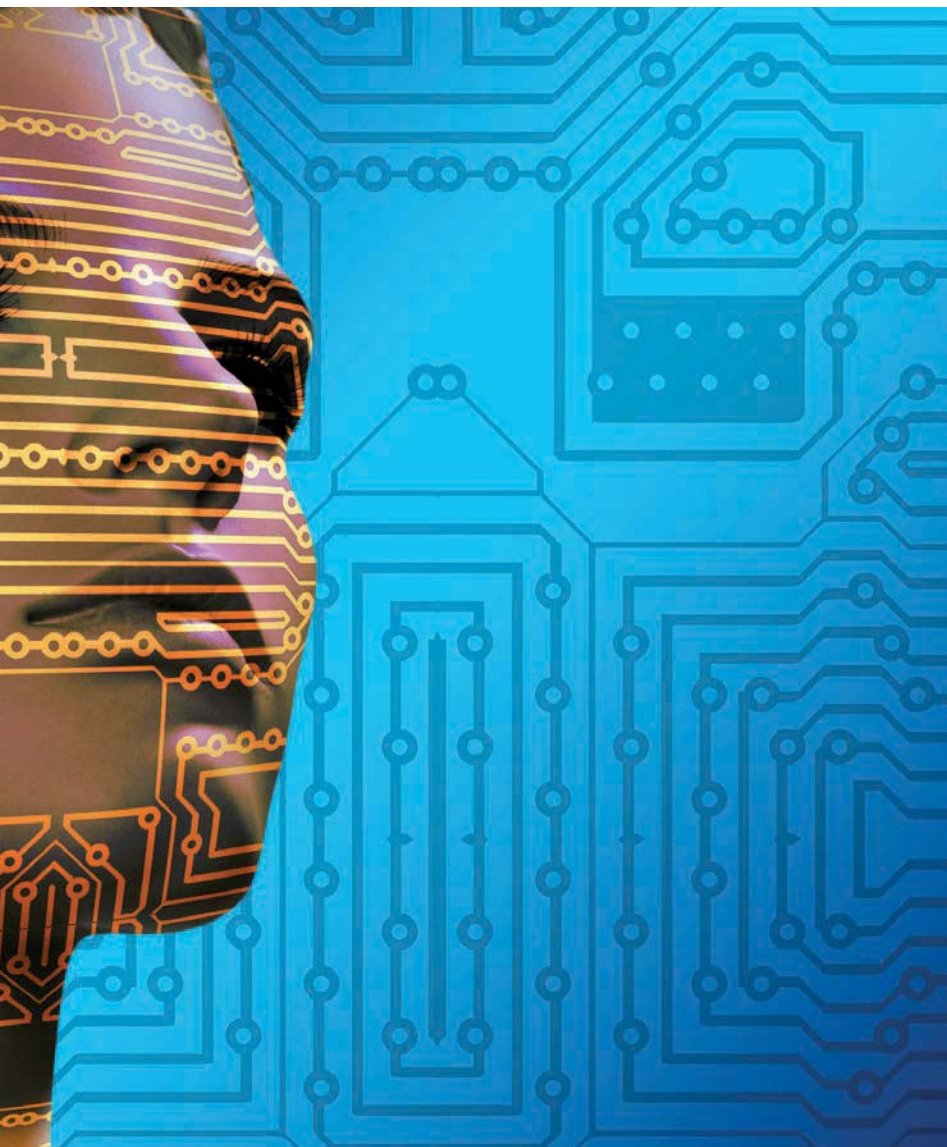
Źródło: PMR



Przełomowe technologie IT: o co tyle hałasu?

Sztuczna inteligencja i wirtualna rzeczywistość – innowacyjne technologie zawsze są okazją dla kanału sprzedaży, by wygenerować potrzebę klienta, a następnie ją zaspokoić...

TOMASZ JANÓŚ



Technologie wprowadzane dzisiaj na rynek konsumencki i biznesowy jeszcze nie tak dawno kojarzone były raczej z literaturą science fiction. Choć „sztuczna inteligencja” (AI), „roboty” czy „wirtualna rzeczywistość” mogą brzmieć na razie dość fantastycznie, to już wyznaczają kierunki w strategiach rozwoju wielu producentów. I coraz śmielej wypełniają treści komunikatów, jakie dostawcy kierują do rynku.

Dlaczego właśnie teraz się tyle o nich mówi, skoro to nie są wcale nowe idee? W przypadku sztucznej inteligencji chodzi o to, że dopiero w ostatnich kilku latach nastąpił rozwój przetwarzania równoległego, wspartego mocą nowych układów GPU i CPU, a z kolei ilość danych gene-

rowanych przez systemy i urządzenia zaczęła gwałtownie rosnąć. Jednocześnie udoskonalono technikę deep learningu. W rezultacie rynek AI zaczął wyraźnie rosnąć. Obecnie większość jego liderów – począwszy od producentów systemów (jak IBM) przez dostawców chmury i oprogramowania (jak Microsoft, Google i Amazon) po producentów układów (jak Intel i Nvidia) – w pocie czoła rozwija swoją ofertę AI i uczenia maszynowego. W rezultacie – jak przewidują analitycy – sztuczna inteligencja będzie niedługo nie tyle dodatkiem, co podstawą wielu systemów IT, pomagając użytkownikom w podejmowaniu przemysłowych decyzji lub wręcz biorąc na siebie wiele procesów decyzyjnych (automatyzacja).

Nowe rozwiązania będą mieć fundamentalny wpływ na sposób interakcji ludzi z technologiami. Jedną z nich (Augmented Reality) ma w nazwie „rozszerzona” – ten termin doskonale pasuje także do pozostałych, gdyż dzięki nim granice tego, co umożliwiała informatyka, przesuwają się daleko poza znany do tej pory horyzont. I nawet jeśli niewiele jest jeszcze produkcyjnych wdrożeń, w których wykorzystuje się sterowanie głosem, pełną programowalność infrastruktury i inteligentne aplikacje, to tempo zmian staje się coraz szybsze. W dodatku dotąd sztuczna inteligencja, Internet rzeczy oraz VR/AR funkcjonowały w pewnym oderwaniu od siebie. Obecnie można mówić o mniej lub bardziej zaawansowanych próbach wykorzystania ich połączonego potencjału. W efekcie cyfrowa transformacja, o której się od jakiegoś czasu tyle mówi, dzięki nowym, przełomowym rozwiązaniom zaczyna nabierać dużo bardziej konkretnych kształtów.

O ile w świecie konsumenckim wynalazki, takie jak gogle VR, osobiste drony, roboty i automatyka domowa, będą zawsze funkcjonować jako produkty gotowe do użycia po wyjęciu z pudełka, o tyle w zastosowaniach biznesowych nowe, przełomowe technologie dają duże pole do popisu resellerom, VAR-om i integratorom. To oni bowiem będą decydować, które rozwiązania dla klientów będą najlepsze, i – co ważniejsze dla ich biznesu – jak opakować je w wartość dodaną. Największe możliwości otwierają się przed firmami zorientowanymi na konkretne branże. Zdobycie kompetencji w zakresie obsługi specyficznego rynku, poznanie branżowej specyfiki w kontekście zastosowań nowych rozwiązań da integratorowi dużą przewagę na samym starcie.

REALNE ZYSKI Z WIRTUALNYCH TECHNOLOGII

Zdaniem obserwatorów rynku technologii rozszerzonej i wirtualnej rzeczywistości (AR/VR) na rynku biznesowym przechodzą właśnie z fazy testowej do komercyjnych wdrożeń. Coraz więcej klientów interesuje się tego typu technologiami.

– *O ile jeszcze rok temu, gdy prezentowaliśmy na konferencjach przemysłowe* ▶

➤ *rozwiązania oparte na AR, wyczuwaliśmy pewien dystans ze strony słuchaczy, o tyle teraz dla uczestników takich wydarzeń jest to temat wiodący* – twierdzi Artur Sadzik, kierownik ds. projektów strategicznych w Transition Technologies PSC.

Rozszerzona rzeczywistość dobrze komponuje się z rozwiązaniami Przemysłu 4.0, dla których tworzy swego rodzaju interfejs użytkownika. Największe korzyści z tej technologii biznes widzi w branży produkcyjnej, serwisowej i remontowej. Mogą one wynikać z wykorzystania AR do wirtualnego instruktażu i szkoleń pracowników, wspierania działań podejmowanych u klienta przez zdalnego serwisanta itp. Nowa technologia pozwala wyraźnie zwiększyć efektywność pracy pojedynczych pracowników i zespołów, przy jednoczesnym obniżeniu kosztów.

W przypadku Transition Technologies PSC wdrożenia mają miejsce głównie w przemyśle samochodowym i lotniczym, ale firma odnotowuje także zainteresowanie AR na rynku budownictwa i wykończenia wnętrz – tam nowa technologia nie tylko przyspiesza proces projektowania, ale również pozwala pokazać klientom, jak w rzeczywistości będzie wyglądał efekt końcowy, zanim jeszcze ekipy budowlane wezmą narzędzia do ręki.

– *Możliwe jest m.in. szczegółowe odwzorowanie i dynamiczne kreowanie przestrzeni, co świetnie sprawdza się przy planowaniu przebudowy budynku, dokładaniu nowych instalacji do już istniejących, a nawet rozplanowaniu rozmieszczenia sprzętu w hali* – wyjaśnia Artur Sadzik.

Do prezentacji produktowych może być wykorzystywana zwłaszcza technologia wirtualnej rzeczywistości, która znajdzie zastosowanie w reklamie i marketingu oraz będzie używana przez firmy organizujące różnego rodzaju konferencje i wydarzenia. VR doskonale nadaje się także dla przedsiębiorstw turystycznych, branży hotelarskiej i nieruchomości, umożliwiając wizualizowanie i prezentowanie realnych obiektów. W produkcji, w przypadku projektowania i konstruowania prototypowych rozwiązań, VR może być łączona z drukiem 3D. Obszar zastosowań obejmuje także medycynę, w której użycie wirtualnej rzeczywistości umożliwia bezpieczne ćwiczenie skom-

plikowanych operacji i asystowanie przy kuracji pacjentów.

Mamy do czynienia z pierwszymi wdrożeniami i próbami wykorzystania AR i VR w zastosowaniach profesjonalnych. Obie technologie nie należą jeszcze do głównego nurtu IT, więc to jest najlepszy moment, by poważnie zastanowić się nad możliwością włączenia ich do swego biznesu. Gdy już się upowszechnią, dużo trudniej będzie wyróżnić się na tle konkurencji. Oczywiście inwestowanie w kompetencje związane z nie do końca dojrzałymi technologiami wiąże się z ryzykiem, ale uzyskana wiedza i tak wcześniej czy później powinna się przydać.

KIEDY SPEŁNIĄ SIĘ OBJETNICE IoT?

W ostatnich latach aż do przesytu mówiło się o Internecie rzeczy. W medialnym szumie trudno było jednak wyłowić doniesienia o udanych wdrożeniach. Badania wykazują, że na razie większość projektów się nie udaje (ankieta przeprowadzona przez Cisco pokazała, że 60 proc. z nich zatrzymuje się na etapie proof of concept). Co więcej, pomimo wielkich inwestycji dostawców w Internet rzeczy wciąż niewiele jest resellerów sprzedających tego rodzaju rozwiązania bądź

deklarujących, że są do tego gotowi. Nie oznacza to jednak, że zmalał potencjał IoT. Przedsiębiorstwa wciąż deklarują chęć wykorzystania możliwości Internetu rzeczy w najbliższej przyszłości, licząc przede wszystkim na zwiększanie wydajności i satysfakcji swoich klientów oraz wzrost jakości produktów lub usług.

Gdy dziś bardziej chłodnym okiem ocenia się Internet rzeczy, sieć połączonych ze sobą czujników i urządzeń nie jest już na pierwszym planie. Bardziej chodzi o takie wykorzystanie gromadzonych danych – poprzez użycie nowoczesnych systemów analitycznych – by projekty IoT przynosiły realne korzyści biznesowe. Dopiero właściwa kombinacja informacji zbieranych na brzegu sieci, samych sieci oraz analityki Big Data tworzy faktyczną wartość IoT.

W rozwiązywaniu specyficznych problemów biznesowych przy użyciu inteligentnych systemów integratory i dostawcy usług zarządzanych (MSP) będą odgrywać ważną rolę. Największe możliwości tkwią w odpowiednim wpasowaniu do oferty narzędzi analitycznych. Ponieważ w ekosystemie połączonych urządzeń dochodzi do wymiany ogromnych ilości danych, integratory mogą stać się dla klientów także konsultantami w zakresie architektury bezpieczeństwa, jaka powinna być wdrożona w związku z IoT.

Co ma blockchain do IT?

Blockchain to stosunkowo nowy wynalazek, o którym ostatnio – kiedy to kurs kryptowaluty bitcoin poszybował ostro w górę – zrobiło się bardzo głośno. O jego wykorzystaniu poważnie myślą rynki kapitałowe i jeśli weźmiemy pod uwagę, jak bardzo zachowawcza i regulowana jest branża finansowa, dojdziemy do wniosku, że coś musi być na rzeczy. Zastosowanie tej techniki nie ogranicza się tylko do finansów – sporo mówi się np. o wykorzystaniu w przyszłości mechanizmu rozproszonego rejestru (distributed ledger), który stanowi podstawę blockchajna, do stworzenia nowego modelu bezpieczeństwa IT. Co zakrawa na ironię, o tym, że blockchain jest bezpieczny, może świadczyć fakt, że cyberprzestępcy przeprowadzający ataki z użyciem złośliwego oprogramowania ransomware wybierają bitcoiny jako formę płatności okupu. W ten sposób skutecznie bronią się przed ujawnieniem swojej tożsamości.

Na razie w branży security nadal obowiązuje model tradycyjny, polegający na obronie granic centralnego systemu przy użyciu takich technologii, jak firewall, IDS/IPS itp. Jeśli do ochrony poufnych danych zastosowano by rozproszony rejestr, to cyberprzestępcy nie byłoby w stanie zaatakować centralnej bazy danych, bo taka by nie istniała. Gdy zaszyfrowany rejestr jest dystrybuowany pomiędzy wiele komputerów, które nawzajem się walidują, znika granica systemu i wyraźnie określony cel ataku. Zdaniem ekspertów taka architektura jest znacznie bezpieczniejsza od tradycyjnej, ale na jej praktyczne zastosowanie w ochronie systemów IT trzeba będzie jeszcze poczekać.

Zdaniem analityków szanse na sukces IoT zwiększa dostęp do chmury obliczeniowej i wykorzystanie możliwości sztucznej inteligencji. W rezultacie powstaje sieć komunikujących się ze sobą urządzeń, nieustannie się uczących i dostosowujących do aktualnych warunków.

EDGE COMPUTING – CO TO TAKIEGO?

Choć wykorzystanie chmury obliczeniowej przez polskie firmy wciąż pozostaje na bardzo niskim poziomie, w najbliższych latach musi się to zmienić, bo wiele nowych technologii będzie dostępnych wyłącznie w modelu cloud. Uciec od chmury nie można, ale obecnie za najbardziej optymalną architekturę uważa się taką, która zakłada podejście hybrydowe i pewną decentralizację.

Zwłaszcza w kontekście IoT wiele mówi się obecnie o edge computingu, czyli takim podejściu, w którym dane są przetwarzane i analizowane na brzegu sieci, a więc jak najbliżej ich źródła – czujników i innych urządzeń połączonych w ramach Internetu rzeczy. Ma to być rozwiązaniem problemu opóźnień, które powstają przy przesyłaniu informacji do serwerów w chmurze i – po jej przeanalizowaniu – z powrotem na brzeg sieci. A jak zauważają analitycy z Gartnera, nie brakuje przykładów środowisk IoT, w których natychmiastowa reakcja jest kluczowa dla poprawnego i bezpiecznego funkcjonowania systemu. Analityka na brzegu sieci ma kluczowe znaczenie szczególnie w przemyśle, bo maszyny w procesach produkcyjnych muszą korzystać z danych przetwarzanych i analizowanych w ułamkach sekund. Wymiana danych pomiędzy elementami IoT z pominięciem „centrali” jest istotna także chociażby w przypadku systemów zarządzania produkcją rolną, w których urządzenia często nie są podłączone do chmury, komunikując się tylko ze sobą nawzajem.

W odpowiedzi na spodziewane większe zapotrzebowanie na edge computing producenci infrastruktury wprowadzają do swych ofert rozwiązania ułatwiające gromadzenie, przetwarzanie i analizowanie danych na brzegu sieci – takie jak chociażby centra danych w skali mikro, czyli zamkniętą w jednej obudowie szafy bądź kontene-

ra kompletną infrastrukturę data center wraz z oprogramowaniem zarządzającym. Są one zaprojektowane w taki sposób, by umożliwić preinstalację urządzeń informatycznych, a integrator może u producenta skonfigurować i przetestować rozwiązanie jeszcze przed jego wysyłką do klienta.

– Funkcjonując na krawędzi sieci, mikrocentra danych zapewniają wzrost prędkości przesyłu informacji oraz minimalizują ryzyko wystąpienia awarii. Do centralnych

**Nowe rozwiązania
będą mieć fundamentalny
wpływ na sposób
interakcji ludzi
z technologiami.**

repozytoriów z urządzeń brzegowych są przesyłane tylko niezbędne dane, dzięki czemu ogranicza się ruch w sieci. W takim środowisku łatwiej jest też stale obserwować i kontrolować zachodzące procesy – tłumaczy Urszula Fijałkowska, dyrektor sprzedaży w APC by Schneider Electric.

DRONY LATAJĄ CORAZ WYŻEJ

Rośnie wykorzystanie dronów, bo dostawcy starają się znaleźć zastosowanie dla nich w kolejnych branżach. Bardziej zaawansowane urządzenia korzystają z rozwiązań, które wcześniej stworzone były z myślą o zadaniach militarnych. Po przeniesieniu „do cywila” wojskowe wynalazki z powodzeniem sprawdzają się w przemyśle, ochronie środowiska i zdrowia, szeroko pojętym monitoringu, rolnictwie oraz wielu innych dziedzinach. Można by długo wymieniać przykłady profesjonalnych zastosowań bezzałogowców, bo coraz mniejsze ograniczenia technologiczne sprawiają, że barierą stanowi w tym przypadku jedynie wyobraźnia.

– Zwiększenie efektywności baterii, miniaturyzacja oraz zaawansowane oprogramowanie dały praktycznie nieograniczone możliwości wykorzystania dronów. Wyposażenie ich w dodatkową kamerę termowizyjną poszerza i tak już ogromne

możliwości tych latających urządzeń – tłumaczy Adam Budrewicz, Business Development Manager w Actionie.

Pomoc w realizowaniu skomplikowanych zadań stanowi zaawansowana aplikacja, która umożliwi zarządzanie całą flotą dronów. Latające urządzenia mogą być sterowane przez pojedynczego operatora lub za pomocą centrali zarządzającej dronami automatycznie. Dzięki zastosowaniu GPS drony mogą same przemieszczać się po zaplanowanej trasie, i to z dużą precyzją. Technologia śledzenia i monitorowania ruchu automatycznie poinformuje operatora o wykrytych anomaliach. Z kolei dzięki przesyłanemu w czasie rzeczywistym obrazowi z kamery drona operator może szybko reagować na incydenty i dozorować obiekty.

Adam Budrewicz zwraca uwagę, że wiele nowych funkcji nie byłoby dostępnych, gdyby nie możliwość obsługi dronów przez urządzenia mobilne, takie jak smartfony i tablety.

– Duża moc obliczeniowa i doskonałej jakości ekrany urządzeń mobilnych w połączeniu z bardzo dokładnym i wyraźnym obrazem przesyłanym przez kamery dronów sprawiają, że obszar zastosowań staje się coraz większy – twierdzi przedstawiciel dystrybutora.

To, co dawniej wiązało się z narażeniem życia i zdrowia ludzi, dziś można zlecić operatorowi latających urządzeń. Może on podlecieć dronem do niebezpiecznych i trudno dostępnych instalacji, wysokich budynków, kominów, elektrowni wiatrowych czy nawet atomowych. Można przeprowadzać inspekcje instalacji np. rur przesyłowych (do paliw płynnych), a dzięki kamerom termowizyjnym wykryć rozszczelnienia czy miejsca przegrzania instalacji przesyłowych. Drony z kamerami termowizyjnymi sprawdzają się przy poszukiwaniu zaginionych osób w lesie lub górach. W rolnictwie i sadownictwie umożliwiają nadzorowanie upraw, odstraszanie ptactwa czy prowadzenie oprysków.

Warto wspomnieć o uruchomieniu programu Narodowego Centrum Badań i Rozwoju, mającego na celu wsparcie polskich producentów dronów. Rządzący chcą, by latające urządzenia stały się jednym z wyróżników innowacyjnej polskiej gospodarki. ■

S4Etechklub: nadążać za zmianami

S4Etechklub to inicjatywa skupiająca specjalistów i pasjonatów branży IT. Uzupełnia dwa inne projekty edukacyjne, służące pogłębianiu wiedzy na temat nowych technologii: S4EDU oraz S4Engineers.

Branża IT zmienia się niczym w kalejdoskopie. Niemal każdego miesiąca na światowym rynku pojawiają się nowości technologiczne, za którymi trudno nadążyć nawet największym fanom nowych technologii. A to dopiero przedsmak tego, co czeka nas w nieodległej przyszłości. Liderzy rynku IT zapowiadają nadejście cyfrowej transformacji, która wywoła szereg zmian w świecie biznesu. Co zrobić, aby znaleźć się wśród beneficjentów cyfrowej rewolucji?

Wiedza przede wszystkim

S4E hołduje zasadzie, że jednym z kluczy do rynkowego sukcesu jest wiedza. W związku z tym dystrybutor od lat realizuje strategię podnoszenia kwalifikacji pracowników oraz partnerów handlowych. Jak często podkreśla Paweł Piętka, prezes zarządu S4E, to właśnie edukacja – obok wykwalifikowanego personelu i innowacyjnych produktów – jest jednym z trzech głównych filarów rozwoju firmy. I nie są to jedynie puste deklaracje – w szkoleniach i kursach organizowanych przez ośrodek edukacyjny dystrybutora uczestniczy ponad dwa tysiące osób rocznie. Tak wysoka frekwencja to efekt m.in. tego, że organizowane przez S4Edu zajęcia prowadzą wyłącznie najlepsi inżynierowie oraz praktycy biznesu.

Edukowanie resellerów oraz integratorów nie ogranicza się jednak wyłącznie do działalności S4EDU. Równie ciekawą inicjatywą jest S4Engineers – zespół ekspertów dysponujących unikalną wiedzą techniczną oraz doświadczeniem zdobytym podczas złożonych projektów informatycznych. To właśnie tych specjalistów



Fot. © djile – Fotolia.com

S4E oddelegowuje do realizacji najtrudniejszych projektów.

Działalność S4EDU oraz S4Engineers uzupełnia S4Etechklub. Jest to społeczność skupiająca wysoko wyspecjalizowanych inżynierów, którzy wymieniają się swoją wiedzą i doświadczeniem. Tego typu kluby działają od kilku lat w różnych formach, aczkolwiek projekt S4E jest pod kilkoma względami wyjątkowy. Przede wszystkim jego uczestnicy dyskutują o realnych problemach, jakie występują podczas realizowanych przez nich wdrożeń.

Spotkania wirtualne i bezpośrednie

W ramach swojej działalności S4Etechklub organizuje spotkania plenerowe, webinaria, publikuje materiały szkoleniowe

w Internecie, a także udostępnia forum internetowe do wymiany poglądów i opinii. Tematyka prowadzonych spotkań jest bardzo zróżnicowana, a obok dyskusji o konkretnych rozwiązaniach pojawiają się zagadnienia obejmujące najważniejsze trendy rynkowe, takie jak chmura czy hiperkonwergentne centra danych.

– *Spotkania mają otwartą formułę. Webinarium może poprowadzić każdy członek klubu, pod warunkiem że ma ciekawą koncepcję. Natomiast wybór tematów do kolejnych edycji najczęściej jest wypadkową zagadnień poruszanych podczas wcześniejszych prezentacji. Realizujemy też najciekawsze pomysły naszych specjalistów z działu technicznego* – wyjaśnia Krzysztof Sprawnik, Cloud/IoT Solution Architect w S4E.

Webinaria mają szereg zalet, jednak nic nie zastąpi bezpośrednich kontaktów. Dlatego dwa razy w roku (zimą i latem) odbywają się spotkania plenerowe. W czasie warsztatów organizatorzy prezentują interesujące rozwiązania, a także dyskutują o najważniejszych problemach nurtujących kanał sprzedaży. Uczestnicy tego typu spotkań cenią sobie zwłaszcza rozmowy kularowe.

– *Luźniejsza atmosfera sprzyja dyskusjom o przeróżnych tematach – od ośmio-bitowych komputerów, które trzymamy na strychu, aż po najbardziej zawile projekty realizowane przez integratorów* – przekonuje Krzysztof Sprawnik.

Inżynierowie w chmurze

Ekspansja cloud computingu jest jednym z najważniejszych tematów w branży IT. W mediach toczy się gorąca debata pomiędzy fanami i przeciwnikami nowego modelu usług. Często argumenty wysuwane przez uczestników sporu mijają się z prawdą lub powielają obiegowe stereotypy. S4Etechklub postanowił rozprawić się z największymi mitami dotyczącymi tego biznesu, organizując cykl webinarów poświęconych usługom chmurowym.

– *Tematy związane z cloud computingiem są bardzo ciekawe. Na pierwszy rzut oka wszystko wydaje się dość proste, ale tak wcale nie jest. Można się o tym przekonać, słuchając ekspertów realizujących zaawansowane projekty* – tłumaczy Krzysztof Sprawnik.

Spółeczność S4Etechklubu mogła do tej pory uczestniczyć w czterech webinarach poświęconych nowemu modelowi usług: „Prywatność i bezpieczeństwo w usługach chmurowych”, „Bezpieczeństwo składowania danych a chmura”, „Jak pogodzić różnych dostawców chmurowych w swoim środowisku” oraz „Automatyzacja procesów okołochmurowych”. Prelegenci dostarczyli słuchaczom m.in. wielu cennych wskazówek na temat ochrony danych czy przenoszenia zasobów do usługodawcy. To ważne, bo – jak powszechnie wiadomo – przedsiębiorcy obawiają się migracji do chmury m.in. ze względu na bezpieczeństwo danych. Z informacji Gartnera wynika, że 63 proc. firm właśnie z tego powodu nie korzysta z publicznej chmury.



Krzysztof Sprawnik

Cloud/IoT Solution Architect, S4E

Integratorzy mają rozległą wiedzę na temat rozwiązań IT. Jednak trzeba mieć na uwadze, że cyfrowa transformacja zmienia aktualny stan rzeczy. Wiele technologii starzeje się szybciej niż wychodzą poświęcone im książki czy opracowania. Między innymi dlatego potrzebne są cykliczne, bezpośrednie spotkania z integratorami, podczas których omawiamy bieżące problemy, wyzwania i najnowsze technologie.

Jak przekonuje Krzysztof Strąk, Security Business Development Manager w S4E, rolą dystrybutora jest edukacja klientów i przełamywanie ich lęków związanych z usługami chmurowymi. To ważne, ponieważ przedsiębiorstwa, które próbują zapewnić swoim pracownikom bezpieczny dostęp do chmury, nie zawsze stosują odpowiednio do tego narzędzia. Często są to zabezpieczenia ACL na routerze czy firewallu stateful. Właśnie dlatego podczas sesji „Prywatność i bezpieczeństwo w usługach chmurowych” S4E przedstawiło słuchaczom alternatywne i bardziej skuteczne metody ochrony, m.in. z wykorzystaniem wirtualnych firewalli nowej generacji – Hillstone CloudEdge.

Nowe środowiska, nowe wzorce

Nieco inny charakter miała sesja „Jak pogodzić różnych dostawców chmurowych w swoim środowisku”. Jarosław Świerad, założyciel firmy Contrust, tworzącej narzędzia do zarządzania środowiskiem chmurowym, zwracał w jej trakcie uwagę na pułapki czyhające na potencjalnych użytkowników cloudu.

– *Moja przygoda z migracją klasycznych elementów centrum danych do chmury była dość brutalna. Realizowaliśmy projekt związany z migracją kilku tysięcy wirtualnych aplikacji działających w różnych środowiskach. Już pierwsza odpowiedź na teoretycznie najprostsze pytanie dotyczące kosztów usług nie była łatwa. Cenniki usługodawców są złożone – klient płaci za czas pracy maszyn w sekundach lub minutach. Do tego dochodzą wydatki związane z obsługą ruchu* – tłumaczy Jarosław Świerad.

Co ciekawe, w trakcie korzystania z nowych usług okazało się, że są one sporo

droższe, niż wynikało to ze wstępnych obliczeń.

– *Nie potrafiliśmy korzystać z chmury, ponieważ przenieśliśmy do niej wzorce z klasycznego data center. Jednak kiedy dobrze poznaliśmy cechy nowego środowiska, zaczęły pojawiać się realne oszczędności* – wyjaśnia Jarosław Świerad.

Członkowie S4Etechklubu spotykają się na początku przyszłego roku na warsztatach technologicznych, gdzie bez wątpienia powrócą do rozmowy o chmurze. Organizatorzy planują też poruszenie szeregu innych ciekawych tematów, m.in. dotyczących automatyzacji środowisk kontenerowych, architektury hiperkonwergentnej, Internetu rzeczy czy macierzy all flash. Równie interesujące powinny być zagadnienia poświęcone nowoczesnej infrastrukturze data center, architekturze serwerowej czy wykonywaniu kopii zapasowych w środowiskach zwirtualizowanych.

Zmiany zachodzące na rynku stanowią wodę na młyn dla dystrybutorów z wartością dodaną. Wprowadzanie na rynek zaawansowanych rozwiązań wymaga jednak przemyślanej strategii, nie tylko w zakresie polityki rabatowej, lecz także ciągłej edukacji.

– *Poziom sprzedaży jest pochodną wiedzy o danym produkcie lub technologii. Dysponujemy ciekawymi rozwiązaniami, a ich poznanie pozwoli na tworzenie i wdrażanie funkcjonalnych systemów* – zachęca do udziału w spotkaniach S4Etechklubu Krzysztof Sprawnik.

Kontakt dla partnerów:

Krzysztof Sprawnik,

Cloud/IoT Solution Architect,
krzysztof.sprawnik@s4e.pl

Chapter 7

nam nie grozi

„W programie restrukturyzacji przedłożonym sądowni zawarliśmy prognozy wyników Avaya na ten rok – i choć ostateczne wyniki nie są jeszcze znane, mogę powiedzieć, że firma te szacunki przekroczyła”

– mówi **ARTUR CHMIELEWSKI, DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY AVAYA W POLSCE.**

CRN Avaya boryka się z bardzo dużymi problemami. W USA trwa proces głębokiej restrukturyzacji, choć – prawdopodobnie na skutek nazewnictwa – niektóre osoby z naszej branży mogą błędnie myśleć, że firma już kończy działalność. W końcu tzw. Chapter 11 to nie synonim bankructwa, ale przepis, który umożliwia władzom spółki wyprowadzić ją na prostą bez obaw o nerwowe ruchy ze strony wierzycieli.

ARTUR CHMIELEWSKI Na początku 2017 roku Avaya, a właściwie Avaya w USA, rozpoczęła proces, który w Polsce nazywamy sanacją, restrukturyzacją długu. Jego celem jest zabezpieczenie wierzycieli, ale też przetrwanie firmy. Podobne działania przechodziło też wiele innych znanych przedsiębiorstw. Dla wszystkich stron jest to znacznie bardziej korzystne rozwiązanie niż ogłoszenie upadłości.

CRN O co dokładnie chodzi w waszej sprawie?

ARTUR CHMIELEWSKI Jest to porozumienie obecnych właścicieli Avaya z wierzycielami i zamiana części wierzytelności na udziały w firmie. Pracujemy nad obniżeniem zadłużenia do poziomu, który umożliwi nam normalne funkcjonowanie. Jesteśmy na ostatnim etapie tego procesu i spodziewamy się, że niedługo amerykański sąd nadzorujący ten proces zaakceptuje zaproponowany przez nas program naprawczy, który już zyskał poparcie posiadaczy ponad 2/3 naszych wierzytelności. W przyszły rok chcielibyśmy wejść już jako nowa firma, z nowymi właścicielami i znacząco zredukowanym poziomem zobowiązań.

CRN Nie obawia się pan, że „nowi właściciele, nowej firmy” – żeby użyć pana słów – będą chcieli wprowadzić nowe porządki i nową strategię?

ARTUR CHMIELEWSKI Jestem przekonany, że zarząd uzgadnia strategię z nowymi właścicielami. Dlatego myślę, że po wyjściu z Chapter 11 nasza strategia nie zmieni się radykalnie.

Mimo trudnego okresu nie straciliśmy w Polsce ani jednego partnera.

CRN Pytam, bo przez ostatnie 16 lat Avaya robiła różne zwroty. Kilkakrotnie pozbywała się grup produktowych, modyfikowała plany. Ostatnio sprzedała dział produktów sieciowych firmie Extreme Networks. Nie ma pan wrażenia, że partnerzy postrzegają firmę jako tą, w której zawsze coś się dzieje. Niekoniecznie w pozytywnym sensie.

ARTUR CHMIELEWSKI Nie słyszałem negatywnych komentarzy z ust partnerów. Być może przyzwyczaili się do dynamiki zmian naszego przedsiębiorstwa. Fakt, że dzieje się sporo, ale też dzieje się dużo dobrych rzeczy. Avaya wywodzi się z firmy telekomunikacyjnej Lucent Technologies, powstała przez wydzielenie tzw. enterprise business, czyli rozwiązań sieciowych, Unified Communication i Contact Center. Niedawno rzeczywiście sprzedaliśmy

dział urządzeń sieciowych firmie Extreme i skupiamy się na rozwijaniu rozwiązań z obszaru Team Engagement (dawniej UC), Customer Engagement (dawniej CC) oraz związanych z nimi usług.

CRN Sprzedaż działu to jedno, a spadające przychody to drugie. Nie martwi to pana?

ARTUR CHMIELEWSKI Prawdę mówiąc, nie bardzo. W programie restrukturyzacji przedłożonym sądowni zawarliśmy prognozy wyników Avaya na ten rok – i choć ostateczne wyniki nie są jeszcze znane, mogę powiedzieć, że firma te szacunki przekroczyła.

CRN Czy istnieje groźba, że nowi akcjonariusze będą chcieli sprzedać spółkę?

ARTUR CHMIELEWSKI Nie sądzę i nie obawiam się takiej sytuacji. Gdyby wierzyciele chcieli już dzisiaj spieniężyć aktywa, nie poparliby planu restrukturyzacji i firma zostałaby sprzedana lub poddana procedurze opisanej w Chapter 7. A skoro godzą się na restrukturyzację w oparciu o Chapter 11, to dlatego, że jest to dla nich lepsze rozwiązanie. Zwłaszcza że wywiązujemy się z uzgodnionych z nimi zobowiązań.

CRN Skoro tak, to czy zechciałby pan omówić pokrótce waszą strategię w Polsce na przyszły rok?

ARTUR CHMIELEWSKI Rzecz jasna musi być ona pochodną strategii światowej. Będziemy koncentrować się na rozwiązaniach Team Engagement (Unified Communication) i Customer Engagement (Contact Center), jak również



związanych z nimi usługach. Ale myślimy też o nowych technikach, jak blockchain, sztuczna inteligencja, a także rozszerzona i wirtualna rzeczywistość. Uważnie je obserwujemy.

CRN Co to znaczy „obserwujemy”?

ARTUR CHMIELEWSKI Analizujemy rynek. Niekiedy wchodzimy w partnerstwo z firmami, które taką technologię mają, na przykład z Avanza Solutions, będącą ekspertem w dziedzinie blockchain. Ta technologia kojarzona jest głównie z kryptowalutami, ale jej potencjał jest dużo większy i umożliwi nam np. wejście na nowy poziom relacji z klientami. Mamy też projekty związane z rozszerzoną i wirtualną rzeczywistością. Dostrzegamy ich dobre perspektywy, np. w sektorze ochrony zdrowia, czy możliwości integracji z systemami Contact Center. Wierzymy też w analitykę: rozwiązania IT gromadzą ogromne ilości danych, ale według badań tylko osiem procent firm potrafi je z pożytkiem wykorzystać. Otwieramy też nasze systemy, żeby łatwo się integrowały z nowymi technologiami – także tworzonymi przez inne przedsiębiorstwa.

CRN To bardzo piękna przyszłość, ale czy polscy partnerzy są gotowi do wdrożeń tego typu rozwiązań, no i na takie współdziałanie?

ARTUR CHMIELEWSKI Nie ma tu jasnej odpowiedzi i sprawa nie dotyczy tylko rynku polskiego. Mamy partnerów, którzy mają ambicje zajmować się nowymi technikami, i takich, którzy skupiają się na tradycyjnym modelu biznesowym. Jeśli chcemy powalczyć o nowe technologie, musimy nie tylko zacieśnić współpracę z ambitnymi partnerami, ale też znaleźć nowych, na przykład spółki software'owe czy startupy. To już się dzieje w niektórych krajach. Na przykład w Niemczech współpracujemy z firmą deweloperską, która nie ma własnego działu sprzedaży i korzysta z naszej sieci.

CRN Jakimi argumentami chciałby pan przekonać partnerów do dalszej współpracy?

ARTUR CHMIELEWSKI Przez ostatnie lata zrobiliśmy bardzo wiele, żeby otworzyć nasze systemy. Mimo restrukturyzacji wprowadziliśmy na rynek dwa nowe, re-

wolucyjne produkty (Oceana i Equinox), otwarte na możliwości i pomysły innych firm. Wprowadziliśmy też nową linię telefonów stacjonarnych, które koncepcyjnie przypominają smartfony. Są to szklane urządzenia z systemem Android, w których instalujemy aplikację telekomunikacyjną, a których otwarty interfejs daje partnerom niemal nieograniczone możliwości tworzenia i dodawania własnych aplikacji. Dzięki temu partnerzy mogą rozwijać swój biznes w oparciu o nasze środowisko – czego inni producenci raczej nie oferują.

CRN Czym jeszcze?

ARTUR CHMIELEWSKI Traktujemy partnerów jako „przedłużone ramię Avaya”. Pomagamy im, staramy się przekazać im naszą wiedzę, udostępniamy nasze narzędzia, umożliwiamy zwiększanie biznesu. Wprowadziliśmy i organizujemy w Polsce coraz więcej bezpłatnych szkoleń, mamy też coraz bogatszą ofertę kursów online. Zmodyfikowaliśmy program partnerski, w którym są trzy poziomy: szmaragdowy, szafirowy i diamentowy. W zależności od statusu partner może liczyć na korzyści w postaci dodatkowych pieniędzy w ramach programu lojalnościowego. Są też budżety marketingowe (MDF) – obecnie dostępne dla wszystkich partnerów. Każdy autoryzowany partner może zaproponować własne działania marketingowe, a my po zaakceptowaniu sfinansujemy je z MDF.

CRN Kto orzeka o rozdysponowaniu takiego budżetu?

ARTUR CHMIELEWSKI Ostateczne decyzje są podejmowane na szczeblu regionalnym, ale polskie biuro ma na nie znaczny wpływ i mocno wspieramy interesujące projekty – tylko w październiku zorganizowano cztery konferencje finansowane z MDF. Chciałbym jeszcze dodać, że nasi partnerzy współpracują nie tylko z Avaya, ale i z innymi firmami – a mając porównanie, potwierdzają, że dbamy o partnerów w wyjątkowy sposób. Dlatego mimo trudnego okresu nie straciliśmy w Polsce ani jednego partnera. Zarówno oni, jak i klienci zachowują się lojalnie i ufają, że Avaya nadal będzie ich skutecznie wspierać.

ROZMAWIAŁ

ANDRZEJ JANIKOWSKI

dokonanie gruntowych zmian w strategii i wspólnie z kadrą menedżerską przystąpił do działania. Jednak osiągnięcie konsensusu nie było łatwe. Zanim doszło do ostatecznego porozumienia, najważniejsi menedżerowie spotykali się ze sobą siedem razy, odbyły się też trzy specjalne posiedzenia zarządu. Ostatecznie VMware, zamiast toczyć wyniszczającą wojnę z nowymi przeciwnikami, wybrał partnerstwo.

– *Znajdujemy się w świecie, gdzie funkcjonuje wiele środowisk chmurowych. Każda firma IT, która walczy z nową falą technologii, zostanie wyrzucona na brzeg morza. Jeśli zaś na niej popłynie, stanie się silnym graczem, cenionym przez klientów w przyszłości. Jesteś po tej właściwej albo po złej stronie* – tłumaczył Pat Gelsinger.

Jednak wejście do świata chmury publicznej było obarczone pewnym ryzykiem. Wymagało bowiem odpowiedzi na szereg istotnych i zarazem niełatwych pytań. Czy VMware może być partnerem Amazon Web Services? Czy można zaufać szefom Microsoftu? Czy Google stanie się poważnym graczem na rynku przedsiębiorstw? Nie mniej trudne niż odpowiedzi na powyższe pytania było spozycjonowanie oferty na rynku kontrolowanym przez największych usługodawców.

Dotąd integratorzy ze zrozumieniem przyjmowali nową strategię lidera rynku wirtualizacji, dostrzegając w niej pozytywne cechy, zarówno z własnego punktu widzenia, jak i samego VMware'a.

– *U klientów zauważamy proces postępującej adaptacji różnych rodzajów chmur. Wizja Pata Gelsingera oznacza zmianę kierunku, ale inwestycje przeznaczone na kompleksowe rozwiązania dla centrów danych przyniosą wyjątkowe efekty* – twierdzi Chuck Farrow, wiceprezes ds. strategicznych aliansów w Logicalis.

Nowy plan biznesowy VMware'a przypadł też do gustu inwestorom. Akcje firmy pod koniec września kosztowały 109 dol. Dla porównania: 7 września 2016 r., a więc w dniu, kiedy Dell Technologies sfinalizowało zakup EMC, kurs był o 50 proc. niższy. W rezultacie akcjonariusze zyskali dodatkowe 14 mld dol., a wśród beneficjentów znalazł się także Michael Dell.

– *Myślę, że Dell EMC i VMware pasują do siebie jak masło orzechowe i czekolada. Współpraca układa się nam doskonale. Często dyskutujemy o synergii, wynikających nie tylko ze sprzedaży krzyżowej, ale innowacji w produktach i rozwiązaniach* – tłumaczył Michael Dell uczestnikom konferencji VMworld.

Drogi Pata Gelsingera i Michaela Della po raz pierwszy zeszły się w 1986 r. Młody biznesmen z Teksasu pojawił się w Intelu, żeby wynegocjować kontrakt na zakup mikroprocesorów, zaś Pat Gelsinger pracował w tym czasie w zespole zajmującym się technologią x86. Legendarny Andrew Grove, pełniący wówczas funkcję CEO Intela, podpisał umowę z Michaeliem Dellem. Pat Gelsinger uważa, że Grove zdecydował się na taki krok, ponieważ nie chciał popełnić błędu sprzed kilku lat, kiedy odesłał z kwitkiem Steve'a Jobsa.

– *Od tego czasu minęło ponad 30 lat, a wiedza i doświadczenie Michaela Della umożliwi kształtowanie przyszłości VMware'a. To technologiczny potentat, który rozumie, że niezależna firma musi mieć samodzielnego dyrektora generalnego. Michael Dell jest prezesem zarządu, a także zaangażowanym menedżerem o dużej wiedzy technicznej. Niemniej to ja prowadzę firmę* – zapewnia CEO VMware'a.

PRZYJAŹŃ Z WROGIEM

Pat Gelsinger i Andy Jassy, CEO AWS Cloud Services, wspólnie prezentując w 2016 r. na konferencji w San Francisco rozwiązanie VMware Cloud on AWS, wprawili branżę IT w osłupienie. Jak to? – pytano. Wrogowie zawieszają broń i łączą siły? Warto przy tym zaznaczyć, że wcześniej VMware doprowadził do współpracy pomiędzy platformą vSphere a IBM SoftLayer. Również ten sojusz zaskoczył rynek – ze względu na duże zaangażowanie SoftLayera w konkurencyjną platformę OpenStack. Jednakże umowa z AWS była jeszcze bardziej odważnym posunięciem.

– *Fakt, że wcześniej zawarliśmy porozumienie z innym dostawcą chmury, wprowadził nieco niepokoju w nasze relacje z Amazonem, aczkolwiek zaangażowa-*

VMware, który przez ponad dekadę wyznaczał warunki gry w centrach danych znalazł się pod ścianą. Pat Gelsinger postawił więc wszystko na jedną kartę.

nie inżynierów obu firm przyczyniło się do rozwoju VMware Cloud dla AWS. Usługa hybrydowej chmury została uruchomiona pod koniec sierpnia – mówił wówczas Pat Gelsinger w specjalnym wywiadzie udzielonym amerykańskiej redakcji CRN.

VMware nawiązał także współpracę z Microsoftem i Google'em. Nowi sojusznicy skupili się na kluczowych kwestiach. W pierwszym przypadku było to udostępnienie VMware Horizon Cloud na platformie Microsoft Azure. Integracja ułatwiła migrację do Windows 10 i korzystanie z wirtualnych desktopów oraz aplikacji VMware w środowisku chmury Azure. Natomiast w kooperacji z Google Cloud powstało rozwiązanie PCS (Pivotal Container Service), umożliwiające usługodawcom i przedsiębiorstwom dostarczanie oprogramowania >

- Kubernetes, działającego pod kontrolą VMware vSphere i Google Cloud Platform.
 - *Jeśli przyjrzeć się naszym relacjom z IBM-em, Amazonem, Microsoftem oraz Google'em, okazuje się, że są one unikalne i bazują na kluczowych rozwiązaniach każdego z tych megapartnerów* – podkreśla Pat Gelsinger.

Działania VMware'a, który cały czas pogłębia integrację usług z dostawcami, są bacznie obserwowane przez kanał sprzedaży.

– *Widzę, że VMware chce się zmienić. Przez lata nie chcieli mieć nic wspólnego z chmurą publiczną. Obecnie zamierza ją pełnić rolę dużego integratora łączącego różne platformy chmurowe. Niewiele przedsiębiorstw przenosi wszystkie zasoby do chmury, ale systemy hybrydowe zyskują popularność. Firmy chętnie korzystają z niektórych usług zewnętrznych usługodawców, takich jak odzyskiwanie danych po awarii oraz z rozwiązań do tworzenia i testowania oprogramowania* – mówi David Klee, założyciel i główny architekt w Heraflux Technologies.

PORTFOLIO CHMUROWE

VMware, żeby zaistnieć w nowym segmencie rynku, musiał wprowadzić kilka nowych produktów, odbiegających od sztandarowego narzędzia vSphere. Oprócz oprogramowania do wirtualizacji sieci NSX oraz pamięci masowych vSAN, w odświeżonej ofercie pojawiły się aplikacje przeznaczone do obsługi różnych środowisk chmurowych, Internetu rzeczy, mobilnych terminali, a także unikalne systemy bezpieczeństwa. W drugim kwartale fiskalnym 2018 r. wartość zamówień na vSphere po raz pierwszy w historii firmy była niższa aniżeli przychody z pozostałych produktów. Tym samym analitycy podnieśli prognozowane wartości dotyczące rocznych przychodów koncernu do 7,61 mld dol.

– *vSphere było motorem napędowym naszej sprzedaży w ciągu ostatnich dwóch dekad, ale w następnym dziesięcioleciu tę rolę przejmie NSX, a więc system pozyskany dzięki przejściu w 2012 roku firmy Nicira. Technologia wirtualizacji sieci powinna stanowić integralny element oferty naszych partnerów* – mówi Gelsinger w swoim

wystąpieniu podczas niedawnej konferencji VMworld.

AirWatch to kolejny cenny nabytek VMware'a. Transakcja zrealizowana w 2014 r. pozwoliła producentowi rozszerzyć portfolio o system do zarządzania flotą mobilnych urządzeń, który stał się podstawą platformy Workspace ONE. Z kolei nowe wersje vRealize czy vCenter Operations Management Suite zyskały nowe możliwości w postaci monitorowania wirtualnych maszyn w publicznych chmurach i zarządzania nimi. VMware zachęca teraz partnerów, aby zwiększali bezpieczeństwo

W drugim kwartale fiskalnym 2018 r. wartość zamówień na vSphere po raz pierwszy w historii VMware była niższa aniżeli przychody z pozostałych produktów.

wdrażanych rozwiązań poprzez wykorzystanie NSX do mikrosegmentacji sieci, jak też oprogramowania AppDefense, blokującego aplikacje w warstwie hypervisor.

Brandon Sweeney, który niedawno został szefem kanału sprzedaży VMware, uważa, że partnerzy tego dostawcy powinni przemyśleć sposób wykorzystania jego nowych produktów. Po to, aby mogli realizować projekty związane z transformacją centrów danych i tym samym zarabiać na świadczeniu usług w chmurze.

– *VMware stworzył ekosystem oparty na hiperwizorze, a teraz odkryliśmy, jak rozszerzyć go w centrum danych definiowanym przez oprogramowanie* – mówi Brandon Sweeney.

Co ciekawe, niektórzy partnerzy chcą, aby nowa filozofia nie obejmowała wyłącznie portfolio VMware'a. David Klee ma nadzieję, że producent nie ograniczy się do krzyżowej sprzedaży własnych rozwiązań, ale także ułatwi dostęp do wielu narzędzi open source, takich jak np. PowerShell firmy Microsoft, za pośrednictwem publicznych interfejsów API.

WYKORZYSTAĆ RDZEŃ

Zmiany zachodzące w firmie sprawiają, że vSphere nie jest już centralnym punktem w nowej historii VMware'a, choć bez niego koncern nie doszedłby aż tak daleko.

– *Chmura publiczna zaczęła zdobywać udział w rynku szybciej, niż ktokolwiek się spodziewał, co zmusiło nas do szybkiej adaptacji do nowego trendu. Wiedzieliśmy, że trzeba wprowadzić innowacyjne rozwiązania. Jesteśmy jedną z niewielu firm programistycznych na świecie, która jest w stanie poradzić sobie z tymi problemami. W sercu tego wszystkiego jest vSphere. VMware Cloud dla AWS, AppDefense, vSAN spotykają się w warstwie vSphere'a* – tłumaczy Mike Adams, dyrektor marketingu odpowiedzialny za promocję vSphere.

Jednym z najbardziej gorących tematów w branży jest rozkład obciążeń w hiperskalowalnych centrach danych w chmurze i lokalnych środowiskach. Mike Adams uważa, że nastąpi równomierny podział 50:50.

– *Wersja 6.5 uwzględni zmiany zachodzące w środowiskach chmury publicznej i prywatnej, łącząc je ze sobą. To jedyna wersja vSphere, która może działać w centrum danych AWS* – wyjaśnia Mike Adams.

Pomimo niekończących się dyskusji o ostrej konkurencji, jaka panuje wśród dostawców różnych platform, VMware liczy na harmonijną koegzystencję wirtualnych maszyn i kontenerów. Co więcej, producent planuje głębszą integrację wspierającą popularne rozwiązania technologiczne dla kontenerów, takie jak np. Kubernetes.

– *Docelowo przedsiębiorstwa będą miały „kieszenie IT”, w których znajdzie się miejsce dla AWS, Microsoftu, Google'a. Sprzedawcy agnostyczni wobec typów infrastruktury i dostawców odniosą sukces na rynku. Chcemy być punktem łączącym i pozwolić ludziom na dokonanie wyboru. Świetnie, jeśli zdecydują się na środowisko vSphere, ale uszanujemy też inne decyzje* – podsumowuje Mike Adams.

OPR. WOJCIECH URBANEK

ARTYKUŁ UKAZAŁ SIĘ W PAŹDZIERNIKOWYM WYDANIU AMERYKAŃSKIEGO CRN-A.

Strategiczne zarządzanie sprzedażą w B2B (cz. 1)

PYTANIE O TO, JAK POPRAWIĆ EFEKTYWNOŚĆ SPRZEDAŻY, JEST JEDNYM Z CZĘŚCIEJ ZADAWANYCH PRZEZ MOICH ROZMÓWCÓW PROWADZĄCYCH FIRMY W BRANŻY B2B. CZY ŻEBY SPRZEDAWAĆ WIĘCEJ ALBO Z WYŻSZĄ MARŻĄ, TRZEBA ZAWSZE ZATRUDNIAĆ WIĘCEJ LUDZI ALBO WYDAWAĆ WIĘCEJ PIENIĘDZY?

Gdy analizuje się wyniki najnowszego badania sprzedażowego przeprowadzonego przez analityków Simon & Kucher, widać, że najlepszymi inicjatywami, które miały wpływ na poprawę wyników biznesowych i efektywność sprzedaży, były działania z obszaru strategicznego. A więc, jeśli poprawiać sprzedaż, to w myśl zasady „pracować mądrzej, niekoniecznie więcej albo wydając więcej”. Co to znaczy?

Strategicznie działający dyrektor sprzedaży przede wszystkim dba o to, by optymalnie określić strukturę klientów, aby zapewnić firmie regularność przychodów i właściwą marżę. Musi więc sobie odpowiedzieć na pytanie, którzy klienci są dla firmy potencjalnie najbardziej wartościowi i dlaczego. W segmencie B2B możliwych jest wiele kryteriów segmentujących, takich jak chociażby wielkość przedsiębiorstw, specyfika branżowa, kompleksowość potrzeb i oczekiwań klientów czy regionalizacja.

Na poziomie operacyjnym segmentacja umożliwia dyrektorowi sprzedaży ustalenie celów dla handlowców i ustawienie systemu sprzedaży tak, by potencjalnym klientom poświęcać zasoby adekwatne do ich potencjału. Segmentacja zapewnia więc określenie priorytetów wizyt handlowych, ich częstotliwości lub sposobu przygotowania. Dobra segmentacja ma jeszcze jedną zaletę: ułatwia również podejmowanie decyzji, z kim nie należy się spotykać i gdzie nie należy podejmować wysiłków sprzedażowych, czyli pozwala oszczędzać czas i pieniądze.

Doświadczeni handlowcy podkreślają również, że myśląc o kanałach dystrybucji, warto pamiętać o tym, gdzie znajduje się realny klient. Po co budować i inwestować na przykład w dystrybucję w całym kraju, jeśli w niektórych regionach z powodów obiektywnych jest znacząco mniej potencjalnych klientów niż w innych?

Kolejna kwestia dotyczy sprawdzonej w wielu sytuacjach zasady marketingu i sprzedaży, mówiącej o tym, że nie da się stworzyć jednej uniwersalnej oferty, która zadowoli wszystkich klientów. W szczególności w obecnych czasach i na rynku B2B, gdzie często w ramach jednej kategorii potrafi rysować się duże zróżnicowanie potrzeb, będące pochodną wielu czynników biznesowych, takich jak faza rozwoju firmy, poziom jej profesjonalizacji lub wielkość centrum decyzyjnego. Dla każdego segmentu klientów powinna zostać zbudowana odrębna oferta wartości, opierająca się na dobrym zrozumieniu specyfiki ich potrzeb oraz problemów, które ma rozwiązać nasz produkt bądź usługa.

Optymalna argumentacja wartości powinna nie tylko wskazywać, dlaczego lepiej niż konkurencja zaspokajamy potrzeby klienta, ale również zredukować jego „ból” i „napięcia” w procesie wyboru. Takie podejście zwiększa szansę na sukces sprzedażowy naszej oferty.



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 ma
jednej
uniwersalnej
oferty.**



Sieć dla nowoczesnej uczelni

Politechnika Poznańska zmodernizowała wykorzystywaną dotychczas infrastrukturę IT, wdrażając rozwiązania Extreme Networks. Dzięki inwestycji znacznie poprawiła się dostępność oraz poziom bezpieczeństwa uczelnianej sieci, a przy okazji także wydajność. Nie tylko zapewnia to obecnie wyższą przepustowość, ale również ułatwia pracę administratorów.

Politechnika Poznańska jest państwową szkołą wyższą o profilu technicznym, o blisko 100-letniej tradycji akademickiej. Kształci ok. 20 tys. studentów na 10 wydziałach, prowadzących łącznie 28 kierunków studiów, na ponad 100 specjalnościach. Pracuje tu ok. 2,6 tys. osób. Uczelnia dysponuje 36 budynkami położonymi na terenie 5 kampusów.

POTRZEBY

Sieć na uczelni ma duży wpływ na sprawność funkcjonowania i komunikowania się. Z powodu wykorzystywania jej do przesyłania bardzo ważnych danych przez dużą liczbę użytkowników musi

wyróżniać się nie tylko wysoką wydajnością i dostępnością, ale także odpowiednimi systemami zabezpieczeń.

Pracownicy administracji wykorzystują sieć komputerową w trakcie pełnienia codziennych obowiązków, m.in. do wymiany czy archiwizacji dokumentów. Za jej pomocą mogą też łączyć się z bazami danych czy wewnętrznymi systemami. Z kolei pracownicy naukowcy i wykładowcy dzięki stabilnej i szybkiej sieci mogą udostępniać informacje w trakcie zajęć oraz przesyłać duże ilości danych z prowadzonych badań. Także studenci potrzebują dostępu do sieci, aby w pełni wykorzystywać możliwości nowoczesnej edukacji.

– Przed wdrożeniem obecnie eksploatowanych urządzeń Extreme Networks mieliśmy w sieci LAN w zasadzie szczytkową redundancję w warstwie drugiej i brak redundancji w warstwie trzeciej. Do monitoringu pracy sieci wykorzystywaliśmy głównie darmowe narzędzia, a zarządzanie urządzeniami odbywało się wyłącznie za pomocą CLI. Brakowało nam m.in. mechanizmu powiadamiania e-mailowego o awariach urządzeń w sieci. Nie mogliśmy także automatycznie przeprowadzać operacji takich jak upgrade oprogramowania switchy w zaplanowanym dogodnym (nocnym) czasie, co utrudniało pracę administratorom – mówi Artur Wawrzyniak

z Sekcji Infrastruktury Działu Obsługi i Eksploatacji Politechniki Poznańskiej.

ZASTOSOWANE ROZWIĄZANIE

Proces wdrażania rozwiązań Extreme Networks na Politechnice Poznańskiej był wieloetapowy i zajął osiem lat. Polegał na wymianie dotychczas wykorzystywanych urządzeń na nowe oraz rozbudowie infrastruktury IT o kolejne rozwiązania. Cała sieć uczelniana składa się z ok. 400 switchy przeznaczonych do obsługi rozbudowanych systemów. Z oferty producenta uczelnia wybrała przełączniki Black Diamond 8800 i modele Summit z serii X. Zapewniają one dopasowywanie zasobów sieciowych do roli użytkownika. Dzięki temu możliwe jest nadawanie priorytetów wybranym grupom osób oraz dokładna kontrola nad tym, z jakich zasobów korzystają użytkownicy. Wysoka dostępność sieci przez cały czas jest możliwa dzięki modularnemu systemowi ExtremeXOS.

– *Infrastruktura IT ośrodków akademickich musi spełniać zmieniające się i rosnące wymagania zarówno kadry uczelnianej, jak i samych studentów. Środowisko akademickie charakteryzuje duża fluktuacja, jeśli chodzi o użytkowników oraz wykorzystywane przez nich urządzenia (BYOD), komputery PC i sprzęt mobilny. Wymaga to od administratora IT wysoce zaawansowanego systemu kontroli dostępu do zasobów sieci wraz z możliwością eliminowania zagrożeń pojawiających się wewnątrz niej* – mówi Paweł Jachimczyk, Product Manager Extreme Networks w Veracomie.

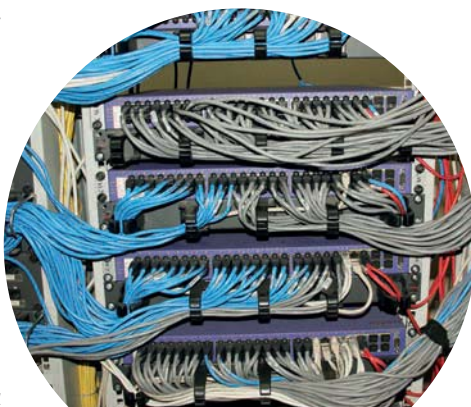
Specjalista podkreśla, że producent oferuje kompleksowe rozwiązania klasy enterprise z zakresu LAN i WLAN. Są to produkty wyróżniające się wysoką wydajnością, które mogą być zarządzane za pomocą jednej platformy Extreme Management Center. A to ma bezpośrednie przełożenie na bezpieczeństwo, troubleshooting i widoczność użytkowników.

Jako kontrolery sieci bezprzewodowej na Politechnice Poznańskiej zastosowano modele Extreme Networks WM3700 i V2110, przeznaczone dla wymagających klientów, którzy poszukują skalowalnych rozwiązań. Uczelnia wybrała punkty dostępowe: AP3805I, AP4022, 4610 i 4620.

Od nich w głównej mierze zależy szybkość łącza.

Całym systemem można zarządzać za pomocą oprogramowania Extreme Networks NetSight. Zapewnia ono wgląd w infrastrukturę i umożliwia wykorzystanie jej pełnego potencjału. Dostęp do sieci bezprzewodowej udzielany jest na podstawie loginu i hasła lub certyfikatu. Dane te wykorzystywane są przy logowaniu się za pomocą specjalnej strony (tzw. Captive Portal) spersonalizowanej przez Politechnikę. Co więcej, dzięki zastosowanej architekturze NAC (Network Access Control) użytkownik, podłączając się do sieci, zachowuje swoje uprawnienia (np. dostęp do zasobów) bez względu na to, gdzie się podłącza i z jakiego medium korzysta.

– *Decyzja o wyborze Extreme Networks była podjęta z dwóch powodów, choć każdy z nich jest związany z istotnym czynnikiem*



Wyzwania

- Niekompletne narzędzia do monitoringu sieci
- Brak zabezpieczeń na wypadek awarii
- Zarządzanie wyłącznie za pomocą wiersza poleceń
- Brak powiadomień o awarii urządzeń w sieci
- Ograniczone możliwości wykorzystywania skryptów

Korzyści

- Wysoka dostępność sieci
- Lepsza kontrola stanu i funkcjonowania sieci
- Obsługa wielu skryptów
- Wyższy komfort pracy administratorów
- Bezpieczeństwo sieci
- Poprawiona przepustowość

cenowym – mówi Artur Wawrzyniak. – *Po pierwsze rozwiązania Extreme Networks znamy już od ponad 15 lat, więc nasi administratorzy mogli od razu rozpocząć korzystanie z systemu XOS. Drugim powodem był wysoki, w naszej ocenie, stosunek liczby dostępnych funkcji i protokołów do ceny urządzeń.*

Po wdrożeniu

Uczelnia dysponuje dwoma szybkimi łączami do Internetu oferującymi prędkość rzędu 1 Gb/s w trybie High Availability. Od 2018 r. ich prędkość zostanie zwiększona do 10 Gb/s. Sieć Wi-Fi została włączona do projektu eduroam, umożliwiającego uzyskanie dostępu do niej bez konieczności kontaktowania się z lokalnymi administratorami. Uczelniana sieć komputerowa udostępniana jest wszystkim pracownikom i studentom Politechniki Poznańskiej oraz gościom dysponującym niezbędnymi danymi uwierzytelniającymi.

Zaaplikowane protokoły EAPS, MLAG, VRRP, ELRP, LACP i mechanizm ACL gwarantują stworzenie niezawodnej, bezpiecznej i szybkiej sieci. We wdrożeniu wykorzystano również SIEM Extreme Networks, narzędzie służące do gromadzenia danych oraz alarmowania o potencjalnych zagrożeniach. Z kolei administrację i śledzenie poprawności działania całej infrastruktury umożliwia NetSight.

– *Dzięki wdrożeniu osiągnęliśmy kilka postawionych wcześniej celów. Uzyskane narzędzia dają lepszą kontrolę stanu i pracy sieci – łatwiej wykrywamy anomalie. Dzięki wykorzystaniu nowych skryptów poprawiliśmy komfort pracy administratorów, a jednocześnie podnieśliśmy poziom bezpieczeństwa* – podsumowuje Artur Wawrzyniak.

Sieć Politechniki Poznańskiej składa się obecnie m.in. z rozwiązań Extreme Networks: kontrolerów sieci bezprzewodowej, punktów dostępowych, przełączników LAN oraz SIEM. Ich dostawcą była firma Veracom oraz współpracujący z dystrybutorem integratorzy – VOL (urządzenia Extreme Networks, oprogramowanie NetSight) i AdvaCom (wdrożenie SIEM). Opracowanie koncepcji i niemal całe wdrożenie było przeprowadzone przez Politechnikę Poznańską. ■

Najważniejsze są długofalowe relacje

Lubię współpracować z małymi firmami IT
 – mówi **PRZEMYSŁAW JANCZAK, DYREKTOR IT W SPÓŁCE PAMAPOL**
 z siedzibą w miejscowości Rusiec koło Łodzi.

CRN Co w głównej mierze wyznacza kierunki działania szefa IT w przedsiębiorstwie zajmującym się produkcją przetworów spożywczych?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Próby nadążenia za działaniami dyrektora operacyjnego (śmiech). To ten, który odpowiada za egzekucję decyzji, organizację, analizę i kontrolę. A te działania cechuje obecnie duża zmienność, na co wpływają: konieczność sprostania potrzebom klientów, indywidualne, niepowtarzalne zamówienia, specjalne konfekcjonowanie, zmienność rynku, zmienność cen surowców, zmienność kosztów pracy czy globalizacja. Ta sytuacja musi znaleźć odzwierciedlenie w naszych systemach informatycznych.

CRN A co w takim razie stanowi największe wyzwanie w kontekście nowych technologii?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Oprogramowanie musi nadążać za szybko zmieniającymi się potrzebami biznesowymi. Nie jest tak, że jak coś wdrożymy, to mamy potem przez dłuższy czas spokój. Nasza praca to ciągła pogoń za nieustannie zmieniającymi się potrzebami biznesowymi. Może dlatego w dużej części wciąż Excel sprawdza się najlepiej, bo jest prosty i szybki w zastosowaniu. Użytkownicy są nawet gotowi zaakceptować ryzyko błędów związane ze stosowaniem wielu arkuszy kalkulacyjnych, bo w pierwszym rzędzie liczy się dla nich elastyczność działania.

CRN Jak można ją zapewnić w innych obszarach funkcjonowania IT? Po stronie dostawców też prawdopodobnie

trzeba mieć partnerów, którzy rozumieją specyfikę działania zakładu.

PRZEMYSŁAW JANCZAK Bardzo lubię współpracować z małymi firmami. Są one wyspecjalizowane w konkretnych zagadnieniach i mają wiedzę nie tylko z zakresu IT, ale też z dziedziny biznesowej, którą obsługuje ich oprogramowanie. Dzięki temu można z nimi budować długofalowe relacje, które stanowią podstawę udanej kooperacji. Jeżeli partner jest dobrze zorientowany w specyfice naszych wymagań i rzeczywiście rozumie nasze potrzeby, to chcemy go zatrzymać jak najdłużej. Współpraca w dłuższej perspektywie jest opłacalna dla obu stron.

CRN Czym małe przedsiębiorstwo może przekonać do siebie szefa działu IT w takim zakładzie przemysłowym jak Pamapol?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Specjalizacją w danej dziedzinie popartą głęboką wiedzą merytoryczną. Szukam przede wszystkim rozwiązań branżowych. Cenię sobie współpracę z firmami, które są niszowe i obsługują jakiś konkretny rynek czy jego wycinek. Takimi, które mają dopracowany produkt, ale jednocześnie rozwijają się i nadążają za zmianami i potrzebami w danej branży. To wcale nie musi oznaczać, że są tańsze od innych, ale powinny naprawdę być ekspertami w danej dziedzinie.

CRN A wykorzystywane rozwiązania technologiczne?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Oprogramowanie samo w sobie jest w gruncie rzeczy sprawą wtórną. Liczy się przede wszystkim

jego użyteczność i funkcjonalność. A tę potrafią właściwie ocenić tylko specjaliści z danej dziedziny. Wdrażamy teraz na przykład system kadrowo-płacowy autorstwa małej łódzkiej firmy. Specjaliści stamtąd szybciej dogadają się w sprawie wyglądu poszczególnych ekranów z docelowymi użytkownikami z naszego zakładu niż ze mną czy kimkolwiek innym z mojego działu.

CRN Czyżby anegdotyczny problem „ulubionych ikon księgowej” nie był wcale taki trywialny?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Nie należy go absolutnie bagatelizować. To w końcu ludzie z pionu kadrowo-płacowego będą korzystać z wdrażanego przez nas oprogramowania, a nie dział IT. System musi działać zgodnie ze sposobem funkcjonowania i organizacji pracy użytkownika. Upodobania dotyczące wyglądu pulpitu wcale nie muszą wynikać z czyjegós widzimisię, tylko przyjętych procedur działania. Dlatego dobrze, jeśli firma wdrażająca oprogramowanie wie chociażby, jak rozmieścić zakładki, tak aby odzwierciedlały logikę procesu zatrudnienia, a nie wymagały dodatkowego wysiłku przy ich obsłudze.

CRN Czym jeszcze powinno się charakteryzować dobre oprogramowanie dla firmy?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Do dobrego wykonania zadania nie trzeba od razu zaawansowanej, skomplikowanej informatyki. Czasami najskuteczniejsze okazują się rozwiązania najprostsze. Pracownik, który przechodzi w fabryce od maszyny do maszyny, nie musi się logować za



każdym razem w systemie na monitorze. Wystarczy, że będzie miał przy sobie czujnik, który po zbliżeniu do maszyny od razu wywoła w systemie jego konto. Na takie pomysły często wpadają właśnie małe, innowacyjne firmy, które potrafią dobrze zdiagnozować problem.

CRN Mówi się często, że małych firm nie stać na specjalizację, że tylko te największe mogą sobie pozwolić na zatrudnianie ekspertów z poszczególnych dziedzin.

PRZEMYSŁAW JANCZAK Sytuacja na rynku tego nie potwierdza. Dzisiaj już nie jest tak, że w małej firmie każdy musi robić wszystko. Znam wiele przedsiębiorstw kilkusobowych, gdzie każdy jest w czymś

naprawdę mocno wyspecjalizowany. To się potem opłaca w relacjach z klientami. Firma może wtedy pokazać swoją rzeczywistą przewagę nad innymi, udowodnić, że jest naprawdę dobra w tym, co robi.

CRN Jak szczegółowe bywają te specjalizacje?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Znam na przykład firmę, która produkuje i wdraża oprogramowanie logistyczne. Nie podejmuje się jednak jego integracji z innymi systemami, nie stawia baz danych ani serwerów. Tymi rzeczami zajmują się współpracujące z nią, wyspecjalizowane z kolei w tych dziedzinach, firmy trzecie. Na czas wdrożenia wszystkie tworzą rodzaj wirtualnej organizacji. Odbiorca może

też zatrudnić wybranych przez siebie wykonawców. Wszyscy mają szansę zarobić, a klient jest zadowolony z dobrze wykonanego zlecenia.

CRN Czy korzystanie z wielu rozwiązań małych, niszowych firm nie rodzi problemów z integracją systemu?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Nie. Integracja może być problemem dla kogoś, kto robi ją po raz pierwszy czy drugi. Ja mam już za sobą tyle integracji, że się ich nie boję. Owszem, wymaga to większego zaangażowania i wysiłku, ale da się skutecznie przeprowadzić. W ostateczności zawsze można też zatrudnić małą firmę, która się tylko w tym specjalizuje. Są takie na rynku. Z drugiej strony nie wierzę >

- już w totalną jednorodność systemu IT. Nie wierzę, że kupię do firmy ERP-a i będziemy wszyscy tylko tego ERP-a używać, i niczego innego.

CRN Wasze przedsiębiorstwo nie ma ERP-a?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Oczywiście, że ma. Używamy go w określonych zakresach, ale on sam też się dzisiaj bardzo zmienia. Kiedyś był sprzedawany jako „jedno pudełko”, a teraz tak się zaczyna rozrastać, pęcznić, że poszczególne kawałki się od niego odrywają i zaczynają funkcjonować jako osobne rozwiązania. Nawet firmy produkujące do tej pory jednorodne oprogramowanie wydzielają działy, których zadaniem jest sprzedaż tych wyodrębnionych modułów. Nastawiam się więc na sięganie po branżowe, niszowe programy, które można integrować bezpośrednio ze sobą albo poprzez jakąś wspólną, firmową platformę.

CRN Co dyskwalifikuje firmę jako potencjalnego partnera do współpracy?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Najgorzej, jeśli ktoś mi mówi, że jest w stanie zrobić wszystko, a jego oprogramowanie poradzi sobie z każdym moim problemem. Profesjonalizm integratora poznaję również po tym, że po analizie sytuacji powie mi, że jego rozwiązanie nie spełnia moich wymagań. Jeśli nawet teraz nie podpiszemy kontraktu, to być może nawiążemy współpracę przy innej okazji. Będę o nim pamiętał, bo dał się poznać jako rzetelny, dysponujący faktyczną wiedzą fachowiec, który potrafi dobrze zidentyfikować moje problemy i zrozumieć wymagania. Wiem, że poważnie traktuje siebie i swój produkt, więc poważnie będzie traktował również mnie.

CRN Jakie inne priorytety, poza bieżącym wspieraniem biznesu, ma obecnie dział IT w Pamapolu?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Równoległe z działaniami na rzecz wspierania biznesu staramy się stale podwyższać jakość istniejącej infrastruktury. Założyłem, że będzie się to odbywało sukcesywnie. W każdym z obszarów chciałbym wejść przynajmniej o poziom wyżej, czy to będzie zamiana kabla na światłowód, czy za-

stąpienie starego urządzenia sieciowego nowszym, o lepszych parametrach, poprawiających bezpieczeństwo lub przepustowość całej sieci. Chodzi o to, żeby podejmowane działania miały charakter długofalowy, żeby były przemyślane, zaplanowane i perspektywiczne.

CRN Jak to się będzie przekładać na relacje z dostawcami?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Nie chciałbym, żeby dział funkcjonował od awarii do awarii komputera. Trwałość sprzętu i okres jego użytkowania powinny być z góry określone, żebyśmy mieli z wyprzedzeniem zaplanowany budżet na okresową wymianę. Trudno jest zorganizować jeden duży przetarg, żeby uzyskać niską cenę urządzenia. Jeżeli jednak będziemy mieli przygotowany plan i budżet na dłuższy

Profesjonalizm integratora poznaję również po tym, że po analizie sytuacji powie mi, że jego rozwiązanie nie spełnia moich wymagań.

okres, możemy negocjować z dostawcami upusty w zamian za możliwość cyklicznej współpracy. Kooperacja w dłuższej perspektywie może wyjść wszystkim na dobre. Jeżeli dostawca dobrze rozpozna nasze potrzeby i zaoferuje satysfakcjonujące nas rozwiązania, będzie mógł liczyć na pierwszeństwo we wszystkich kolejnych zamówieniach.

CRN Czy często zdarzają się oferty składane przez firmy, które nie zadały sobie nawet trudu rozpoznania naszych potrzeb?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Wielu handlowców przychodzi z ofertami zupełnie nietrafionymi. Albo próbują nam sprzedać to, co akurat mają w magazynie, albo proponują wymianę sprzętu, który rzeczywiście użytkujemy, na nowszy, nie zastanawiając się, czy nam to jest faktycznie potrzebne.

Sprzedający powinien umieć zadać pytanie o faktyczne potrzeby i wyciągnąć z odpowiedzi właściwe wnioski. Tylko wtedy jest w stanie zainteresować klienta swoją ofertą.

CRN Jakie najczęściej błędy popełniają sprzedawcy?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Podstawowym błędem jest oferowanie pojedynczych urządzeń, a nie kompletnych rozwiązań. Nawet jeśli kamera jest dobra i ma przystępną cenę, to i tak jej nie kupię, bo nie potrzebuję kamery, tylko dostosowanego do konkretnego celu systemu monitoringu. Potrzeby związane z ochroną wejścia do zakładu są inne niż te, które dotyczą dokumentowania załadunku palet z wyrobami do kontenera. Jeżeli nawet będę kupował kamerę, to ściśle pod potrzeby konkretnych, poszczególnych rozwiązań. Liczy się bowiem efekt, jaki chcę uzyskać, a nie samo rozwiązanie techniczne.

CRN Czy w planach na przyszłość jest także korzystanie z usług w chmurze?

PRZEMYSŁAW JANCZAK Bierzymy to pod uwagę. Na razie jednak nie są to dla nas akceptowalne rozwiązania, głównie ze względu na wysoką cenę. Być może też dlatego, że nie bilansujemy wszystkich kosztów, które składają się na wykorzystanie i utrzymanie posiadanego przez nas narzędzia. Jest jednak jeden wyjątek. Staram się, żeby Office był kupowany tylko w wersji chmurowej. Jakość obsługi pakietu biurowego w chmurze jest lepsza niż ta, którą jest w stanie zapewnić firmy dział IT. Mam tu na myśli kwestię kompatybilności, dostępu do pełnego środowiska, możliwość korzystania z najnowszej wersji. Kupowanie oprogramowania pudełkowego w tym obszarze staje się nieefektywne.

CRN A aplikacje biznesowe?

PRZEMYSŁAW JANCZAK ERP-a na razie w chmurę oddać nie planuję. Wydaje mi się, że tego typu systemy lepiej jednak mieć u siebie. Póki co wygląda to na pewniejsze rozwiązanie. Jak będzie w przyszłości, trudno powiedzieć.

ROZMAWIAŁ
ANDRZEJ GONTARZ



Kłęsa **cyfrowej transformacji**

Nowe regulacje **VAT** w UE

Wyraźna poprawa na **ryнку monitorów**

Szef Intela w Polsce: zmieniamy się

Split payment z poślizgiem

Notebooki: szczyt wymiany w 2018 r.





Historie, które uczą: 7 największych pomyłek przywódców

Często mówimy, że błędzić jest rzeczą ludzką. Jednak gdy siedzisz u sterów, twoje błędy mogą mieć poważne konsekwencje. Dlatego zachęcamy do czerpania wiedzy również z historii. Współcześni liderzy mogą się z niej wiele nauczyć. Poniżej redakcyjny wybór siedmiu największych błędów, jakie popełnili historyczni przywódcy.

FILIP SZUMOWSKI

ALEKSANDER MACEDOŃSKI

Aleksander był prawdopodobnie najwspanialszym generałem i strategiem starożytności. Jego armia zajęła całe imperium perskie i dotarła aż do Indii. Podczas wieloletniej kampanii wojennej nie przegrał ani jednej bitwy, a w momencie jego śmierci państwo miało rozpiętość aż 5 tys. km, licząc ze wschodu na zachód. Aleksander Wielki miał możliwość stworzenia potężnego imperium. Co więc zawiodło? Aleksander, nawet w swoich ostatnich dniach, nie postarał się o namaszczenie następcy tronu, skazując własne państwo na upadek i dwa stulecia wojen między mniejszymi królestwami.

KRÓL VORTIGERN

Słaba pod względem militarnym Brytania w II poł. V wieku była łatwym kąskiem dla wojowniczych plemion zamieszkujących tereny Szkocji. Jak podają m.in. legendy arturiańskie, ówczesny władca Brytanii, król Vortigern, myślał, że znalazł skuteczny sposób, żeby uratować swoje ziemie. Wynajął grupę saksońskich wojowników, aby walczyli w jego imieniu. Najemnicy szybko się zorientowali, że są jedyną prawdziwą siłą militarną w królestwie, dlatego zebrali posiłki i przejęli Brytanię bez większego problemu. Król podejmował próby negocjacji pomiędzy Brytami a Saksonami, jednak nie dało się już nic zrobić. Przez kolejne 200 lat wyspy znajdowały się pod panowaniem najeźdźców.

ALA AD-DIN MUHAMMAD II

Władca Imperium Chozremijskiego w latach 1200–1220 miał na swoim koncie śmiałe podboje. Między innymi do roku 1205 opanował Persję, a do 1215 podbił Afganistan. Stworzył jedną z największych potęg w regionie, jednak w tym samym okresie rosło w siłę państwo mongolskie pod wodzą Temudżyna. W roku 1218 na rozkaz władcy Chozremu w mieście Otrar została zatrzymana karawana idąca z Mongolii. Przyczyny tej decyzji, podjętej przez Muhammada II, nie są do końca znane – znane są natomiast konsekwencje. Czyngis-chan wysłał posel-

stwo w celu wynegocjowania uwolnienia swoich ludzi, jednak pewny siebie Muhammad najpierw zmusił ambasadorów do czekania na audiencję przez wiele tygodni, a potem ich zabił. Reakcja Czyngis-chana była zdecydowana – trzy lata później przynajmniej 300 tys. mongolskich jeźdźców najechało Imperium Chozremijskie, pozostawiając po sobie same zgłiszcza.

KRZYSZTOF KOLUMB

W czasach Kolumba większość uczonych wiedziała już, że ziemia jest okrągła, a także jakiej mniej więcej jest wielkości. Czyżby więc Kolumb świadomie ryzykował morderczy rejs w poszukiwaniu drogi morskiej do Indii? W żadnym wypadku. Żeglarz podjął decyzję o wyruszeniu na zachód w oparciu o błędne obliczenia. Konsultował swój plan z muzułmańskimi matematykami, wykorzystującymi do obliczeń swoją własną jednostkę mili, która jednak była znacznie dłuższa od tej europejskiej. Kolumb pomylił jednostki, dlatego miał błędne przeświadczenie, że średnica Ziemi wynosi zaledwie 15 tys. km. Szczęśliwie dla niego na zachód od wybrzeży Hiszpanii znajdował się nieodkryty kontynent.

ALONSO PEREZ DE GUZMAN, KSIĄŻĘ MEDINA-SIDONIA

Przez większą część XV i XVI wieku Hiszpania niepodzielnie panowała na morzach. Podczas wojny z Anglią Filip II stworzył potężną flotę, która miała wypędzić przeciwników z rejonu kanału La Manche. Dowodził nią jeden z najlepszych generałów króla, Alonso Perez de Guzman. Książę nie był jednak nigdy komandorem floty. Podczas podejmowania decyzji kierował się swoim doświadczeniem w dowodzeniu wojskami lądowymi. Zamiast atakować Anglików od frontu, zdecydował się opłynąć Wyspy Brytyjskie od północy, by znaleźć się na dogodniejszej pozycji – na tyłach wroga. Podobny manewr byłby uzasadniony w przypadku kawalerii albo piechoty, ale dla hiszpańskich statków zakończył się tragicznie. Sztormy i zdradliwe wody Oceanu Atlantyckiego

zatonęły większą część floty, co doprowadziło do przegranej.

NIEMIECKI SZTAB GENERALICJI PODCZAS I WOJNY ŚWIATOWEJ

W 1917 r., gdy I wojna światowa trwała w najlepsze, mieszkający wtedy w Brnie Włodzimierz Lenin był poszukiwany w większości europejskich krajów, a zwłaszcza w carskiej Rosji. Niemiecka generalicja wpadła na pomysł, jak destabilizować swojego wroga ze wschodu i być może sparaliżować jego działania wojenne. Pochwycono mieszkających w Szwajcarii bolszewików, łącznie z Leninem, i przetransportowano ich do Rosji. Lenin i jego ludzie otrzymali od Niemców środki finansowe na rozpoczęcie rewolucji. Rewolucjoniści odnieśli upragniony sukces, jednak Europa miała zapłacić zań bardzo wysoką cenę. Gdyby nie kontrowersyjna decyzja niemieckiej armii, mogłoby nie być rewolucji październikowej ani jej krwawych następstw.

NEVILLE CHAMBERLAIN

Pamiętając traumę I wojny światowej, angielski premier Neville Chamberlain prowadził politykę tzw. appeasementu, która polegała na stosowaniu ustępstw wobec hitlerowskich Niemiec. Tą polityką kierował się Chamberlain w czasie negocjacji, jakie prowadził z Hitlerem we wrześniu 1938 r., czyli już po zajęciu przez Niemcy Nadrenii. Zgodził się także podpisać układ monachijski oddający Niemcom część Czechosłowacji, co zdaniem komentatorów było rażącym pogwałceniem traktatu wersalskiego. Taktyka Chamberlaina miała na celu zachowanie pokoju w Europie za wszelką cenę, ale pobłażanie Hitlerowi przyniosło odwrotny rezultat.



AUTOR JEST REDAKTOREM
HARVARD BUSINESS
REVIEW POLSKA.

ARTYKUŁ UKAZAŁ SIĘ PIERWOTNIE NA PORTALU HBRP.PL.



Fot. © showcake - Fotolia.com

Zapowiadają się wielkie zmiany w unijnym VAT. Niektóre na razie dość odległe, ale całkowicie zmienią zasady rozliczania tego podatku w transakcjach handlowych między przedsiębiorcami z różnych państw członkowskich UE.

PAWEŁ SATKIEWICZ

Ideę podatku od wartości dodanej wymyślił niedługo po I wojnie światowej Georg Wilhelm von Siemens (tak, z tych Siemensów). Wynalazek Niemca przyjął się obecnie w większości państw na świecie – w formie VAT lub ekwiwalentnego podatku. Pan Siemens nie przewidział tylko, że jego podatek będzie, z racji swojej konstrukcji, świetnym narzędziem do... wyłudzenia podatku.

Jednym ze sposobów wyłudzenia VAT jest rozliczenie tego podatku w transakcji unijnej. Kupuję w Polsce towar ze stawką 23 proc. od swojego polskiego dostawcy i sprzedaję go niemieckiemu kontrahentowi, w ramach wewnątrzspółnotowej dostawy, z zerową stawką VAT. Zasadniczo w takiej sytuacji należy mi się zwrot VAT w wysokości 23 proc.

zapłaconych polskiemu dostawcy. Niestety, nie jest to takie proste i uczciwi podatnicy mają czasami problem z odzyskaniem podatku. A nieuczciwi? Nie dość, że wyłudzą zwrot VAT w Polsce, to jeszcze nie zapłacą go w Niemczech, bo zrobią kolejną fikcyjną dostawę, na przykład do Czech. I tak się kręcą karuzele VAT-owskie po całej Europie.

Oczywiście nie jest tak, że Unia do tej pory nie wiedziała o tym, że na VAT się oszukuje. Gdy wchodziliśmy do UE w 2004 r., przykładowo Hiszpania miała mnóstwo karuzel VAT-owskich na towarach elektronicznych. Kilka lat później przestępcy przenieśli się na Bałkany, do krajów Europy Centralnej i Wschodniej oraz do państw bałtyckich. Wykorzystali m.in. słabiej doświadczoną skarbów-

kę w nowych państwach członkowskich, wyższe stawki (np. Luksemburg 15 proc., Polska 23 proc.) i ideę swobody przepływu towarów, rynku wewnętrznego oraz pozostałe zasady unijne (bo niestety granic nie ma i trudniej stwierdzić, czy np. TIR z towarem wyjechał z Polski do Niemiec – nikt tego, tak jak kiedyś, przed 2004 r., nie kontroluje).

Moim zdaniem państwa zachodnie UE trochę bagatelizowały problem wyłudzeń VAT, ciesząc się, że ich dotyczy on w coraz mniejszym stopniu. Dlatego dość długo zapowiadano gruntowne reformy, ale w końcu słowa zamieniły się w czyny. Być może komisarze unijni przestraszyli się nie tak przecież odległych doniesień medialnych, że np. grupy wyłudzające VAT w Skandynawii... finansowały ISIS.

Nowy VAT za 5 lat?

Komisja Europejska przedstawiła właśnie zmiany do Dyrektywy VAT, która w obecnym, przejściowym modelu funkcjonuje w dziedzinie rozliczeń wewnątrzunijnych już prawie 25 lat. Modyfikacja jest wstępnym etapem, który ma na celu wprowadzić podstawy docelowego systemu dla handlu wewnątrzunijnego. Drugi etap (zostanie przedstawiony przez Komisję Europejską w przyszłym roku) ma zawierać szczegółowe przepisy techniczne dotyczące wdrożenia wspomnianych zmian. System ma być prosty i odporny na oszustwa. Jednocześnie będzie to gruntowne przeobrażenie Dyrektywy VAT, które pociągnie za sobą modyfikację zasad współpracy administracyjnej oraz fundamentalne zmiany w zakresie informatycznym.

Obejmą one zresztą nie tylko dostawy towarów. Systemem nowego rozliczania VAT będzie objęte również transgraniczne świadczenie usług. Celem KE jest także, aby administracja podatkowa poszczególnych państw członkowskich była bardziej efektywna i zintegrowana na poziomie unijnym. Zapowiadane są poza tym zmiany w zakresie dotychczasowych przepisów regulujących swobodę poszczególnych krajów UE w ustalaniu stawek VAT.

Podatnik certyfikowany

Nowe przepisy wprowadzą nieznaną do tej pory pojęcie podatnika certyfikowanego, a więc rzetelnego podatnika VAT. Będzie on mógł rozliczyć transakcję unijną w taki sposób, jak obecnie. Jeśli to on będzie nabywcą towarów dostarczanych z innego państwa członkowskiego, transakcja będzie mogła zostać rozliczona na zasadzie odwrotnego obciążenia (tj. w państwie nabywcy, gdyż zakłada się, że podatnik certyfikowany jest rzetelnym podatnikiem). Trzeba na marginesie zaznaczyć, że wprowadzenie certyfikowanego podatnika postulowała w resorcie finansów m.in. organizacja ZIPSEE „Cyfrowa Polska”. Wówczas minister finansów pozostał głuchy na głos przedsiębiorców. Teraz będzie musiał zrealizować to, co uchwałą w Brukseli.

Podatnik nie otrzyma certyfikatu, jeżeli poważnie naruszy lub kilkakrotnie złamie przepisy podatkowe i celne,

jak również jeśli został skazany za poważne przestępstwo związane z działalnością gospodarczą. Poza tym wnioskujący o certyfikat podatnik musi wykazać wysoki poziom kontroli swoich operacji i przepływów towarów, zapewniony przez system zarządzania ewidencją handlową (i transportową), oraz dowieść, że jest wypłacalny. Status podatnika certyfikowanego otrzymany w jednym państwie członkowskim ma być uznawany przez organy podatkowe we wszystkich krajach WE. Sprawdzenie statusu podatnika certyfikowanego od 1 stycznia 2019 r. będzie następowało poprzez obecnie obowiązujący system wymiany informacji o VAT – VIES.

Transakcje z udziałem podatnika certyfikowanego

Oprócz przepisów Dyrektywy VAT planuje się też zmienić rozporządzenie wykonawcze, które ma wprowadzać jednolitość w zakresie dokumentowania przez podatników zakończonych dostaw wewnątrzspółnotowych (od tego zależy zastosowanie do takich dostaw zwolnienia lub stawki 0 proc.). Taką dostawę wewnątrzspółnotową będzie uważało się za udowodnioną, jeżeli sprzedawcą będzie podatnik certyfikowany, towary zostaną przez niego (lub w jego imieniu) wysłane i będzie on dysponować co najmniej dwoma z poniższych dowodów potwierdzających transport lub wysyłkę:

- dokument podpisany przez nabywcę lub przez osobę upoważnioną w jego imieniu, potwierdzający odbiór towarów w państwie członkowskim przeznaczenia,
- dokumenty odnoszące się do transportu lub wysyłki towarów, takie jak podpisany dokument lub list przewozowy CMR, konosament, faktura za towary przewożone lotniczo, faktura od przewoźnika towarów, polisa ubezpieczeniowa w odniesieniu do transportu lub wysyłki towarów albo dokumenty bankowe potwierdzające zapłatę za transport lub wysyłkę towarów,
- dokumenty urzędowe wydane przez organ publiczny, na przykład notariusza, potwierdzające przybycie towarów do państwa członkowskiego przeznaczenia,
- poświadczenie odbioru wystawione w państwie członkowskim przeznacze-

nia, potwierdzające składowanie towarów w tym państwie członkowskim,

- zaświadczenie wydane w państwie członkowskim przeznaczenia przez organizację zawodową w tym państwie członkowskim, taką jak izba handlowa lub przemysłowa, potwierdzające miejsce przeznaczenia towarów,
- umowa między sprzedawcą a nabywcą towarów lub zamówienie ze wskazaniem miejsca przeznaczenia towarów,
- korespondencja między stronami transakcji ze wskazaniem miejsca przeznaczenia towarów,

Systemem nowego rozliczania VAT będzie objęte również transgraniczne świadczenie usług.

– deklaracja VAT nabywcy towarów potwierdzająca wewnątrzspółnotowe nabycie towarów.

Jednocześnie domniemanie to może zostać obalone, jeżeli istnieją przesłanki o nadużyciu lub nieprawidłowościach, których mogli dopuścić się sprzedawca lub nabywca towaru.

W sytuacji zaś, gdy nabywcą towarów jest podatnik certyfikowany, sprzedawca musi dysponować:

- pisemnym oświadczeniem nabywcy towarów (przedstawionym do 10 dnia miesiąca następującego po miesiącu dostawy) potwierdzającym, że towary zostały wysłane lub przetransportowane przez niego albo przez osobę trzecią w jego imieniu, i odnoszącym się do państwa członkowskiego przeznaczenia towarów,
- dwoma z niebędących ze sobą w sprzeczności dowodów wymienionych na liście powyżej, potwierdzających transport lub wysyłkę.

Magazyn konsygnacyjny

Magazyn konsygnacyjny to model, w którym przedsiębiorca (dostawca) trzyma towar w magazynach innego podatnika VAT (nabywcy), ale nie przenosi własności >

- towaru (tzn. nie następuje dostawa) do czasu, aż nabywca nie pobierze ich z magazynu. Dopiero wówczas przenoszona jest własność towarów i ma miejsce dostawa opodatkowana VAT. To świetne rozwiązanie w ramach upraszczania dostaw, np. surowców producentom. Magazyn konsygnacyjny robi się problematyczny, gdy dostawca i nabywca znajdują się w dwóch różnych państwach unijnych.

Wówczas ma miejsce najpierw transport własnych towarów nabywcy z jednego państwa członkowskiego do drugiego. W tym drugim kraju dostawca musi się zarejestrować jako podatnik VAT i rozliczyć tam wewnątrzwspólnotowe nabycie towarów. Następnie w chwili pobrania towarów z magazynu przez nabywcę dochodzi do kolejnej (już krajowej) dostawy pomiędzy dostawcą a nabywcą.

Komisja Europejska proponuje, żeby w sytuacji, w której mamy do czynienia z transakcją w składzie konsygnacyjnym pomiędzy dwoma podatnikami certyfikowanymi, przyjmować, iż ma miejsce jedna dostawa w państwie członkowskim wyjścia oraz wewnątrzwspólnotowe nabycie w państwie członkowskim, w którym znajduje się magazyn (w chwili pobrania towaru ze składu przez nabywcę). Aby to było możliwe, dostawca i nabywca będą musieli prowadzić rejestr towarów w magazynie konsygnacyjnym.

DOSTAWA WENĄTRZWPÓLNOTOWA: NOWA PRZESŁANKA

Zastosowanie zwolnienia przez dostawcę (w Polsce zastosowanie stawki 0 proc. VAT) dla dostawy unijnej towarów nie było do tej pory uzależnione od posiadania ważnego numeru VAT przez nabywcę. Jedną ze zmian jest wprowadzenie materialnej przesłanki, że nabywca musi być zidentyfikowany dla celów VAT w państwie członkowskim innym niż państwo członkowskie rozpoczęcia wysyłki lub transportu towarów.

TRANSAKcje ŁAńCuchowe

Transakcje łańcuchowe to kolejne dostawy tego samego towaru, którego transport odbywa się tylko między dwoma stronami, np. między dwoma podatnikami z różnych

Krótko i na temat

Planowane zmiany są na razie na wstępnym etapie. Najpierw mają być wprowadzone (na poziomie ustawodawstwa krajowych) i zatwierdzone przez państwa członkowskie od 1 stycznia 2019 r. Wówczas zaczną obowiązywać: certyfikowanie podatników VAT, nowe zasady rozliczania składu konsygnacyjnego, nowa przesłanka wewnątrzwspólnotowej dostawy towarów i rozliczenia transakcji łańcuchowych. Docelowy system VAT, wprowadzający m.in. wewnątrzunijną dostawę, ma się pojawić w Europie dopiero około roku 2022.

państw członkowskich. Przykładowo polski podatnik A sprzedaje towar polskiemu podatnikowi B, który następnie ten sam towar sprzedaje niemieckiemu podatnikowi C. Towar jest natomiast transportowany między podatnikiem A i podatnikiem C z Polski do Niemiec.

W podatku VAT istotne jest przypisanie transportu do jednej z dostaw, dzięki czemu można ustalić, do której transakcji da się zastosować rozliczenie dla dostawy unijnej. Nowe zasady dotyczą sytuacji, w której dostawca pośredniczący i podatnik dostarczający mu towary są podatnikami certyfikowanymi. Na ich podstawie transport przeprowadzony przez jednego z dostawców pośredniczących w łańcuchu (lub w jego imieniu) zostanie przypisany dostawie na rzecz tego pośredniczącego (po spełnieniu określonych warunków). W przypadku, gdyby któryś z tych warunków nie został spełniony, transport przypisuje się dostawie przeprowadzonej przez dostawcę pośredniczącego na rzecz kolejnego podmiotu w łańcuchu.

DOSTAWA WENĄTRZUNIJNA

Docelowo przepisy VAT-owskie w całej Wspólnocie (a także w Polsce, tak długo, jak będziemy do WE należeli) będą przewidywały zastąpienie obecnego systemu dostaw wewnątrzwspólnotowych (zwolnione/opodatkowane 0 proc. VAT) i opodatkowania wewnątrzwspólnotowych nabyć w państwie docelowym. We-

dług nowego pomysłu zastąpi je dostawa wewnątrzunijna, w przypadku której miejscem dostawy (tam, gdzie jest opodatkowana) będzie państwo przybycia towarów. W niniejszym modelu to dostawca – tak jak w transakcjach krajowych, nieopartych na zasadzie odwrotnego obciążenia – będzie musiał opodatkować dostawę wewnątrzunijną. Chyba że nabywca jest certyfikowanym podatnikiem. Wówczas to certyfikowany nabywca będzie rozliczał nabycie w swojej deklaracji VAT. W przypadku gdy obowiązek rozliczenia takiej wewnątrzunijnej dostawy spoczywać będzie na dostawcy, nie będzie on musiał dla celów rozliczenia rejestrować się jako VAT-owiec w państwie członkowskim, do którego dokonuje dostawy. Deklaracja, zapłata i odliczenie podatku będą następowały poprzez tzw. punkty kompleksowej obsługi (pojedynczej rejestracji, tzw. MOSS – Mini One Stop Shop, dotyczącej obecnie usług elektronicznych, nadawczych, telekomunikacyjnych).

Jak to będzie działało w praktyce? Sprzedając towar z Polski do Niemiec (jeżeli niemiecki kontrahent nie będzie certyfikowanym podatnikiem), polski sprzedawca będzie zobowiązany rozliczyć niemiecki VAT od tej dostawy – według niemieckich stawek podatku. Analogicznie, jeżeli np. włoski kontrahent będzie sprzedawał polskiemu podatnikowi (który również nie będzie certyfikowanym podatnikiem), to będzie zobowiązany rozliczyć polski VAT od tej dostawy. Natomiast w przypadku, gdy czeski podatnik będzie dokonywał dostawy na rzecz duńskiego podatnika (który będzie jednocześnie certyfikowanym podatnikiem), nie będzie musiał rozliczyć duńskiego VAT – zrobi to duński nabywca towarów.



AUTOR JEST PRAWNIKIEM I LICENCJONOWANYM DORADCĄ PODATKOWYM.

OD KILKUNASTU LAT ŚWIADU-

WCZY USŁUGI DORADZTWA PODATKO-

WEGO, PRAWNEGO I CELNEGO RÓŻNYM PODMIOTOM, OD NAJMNIEJSZYCH JEDNOOSOBOWYCH DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZYCH PO GLOBALNE KORPORACJE. Prowadzi serwis internetowy [PODATKI.BLOG](#).

QNAP i przyjaciele

QNAP stał się jednym z pierwszoplanowych graczy na polskim rynku pamięci masowych. Podczas niedawnej konferencji partnerskiej w budynku Warsaw Spire producent szczególnie chętnie poruszał tematy związane z bezpieczeństwem.

WOJCIECH URBANEK

Tajwańska firma rozpoczęła ofensywę w Polsce ponad dwa lata temu. W połowie 2015 r. powstał lokalny oddział producenta, na którego czele stanął Grzegorz Bielawski, odpowiedzialny za zarządzanie dystrybucją i pozyskiwanie nowych partnerów. Dale Chen, wiceprezes ds. marketingu i sprzedaży w QNAP, przyznaje, że decyzja o otwarciu biura w Polsce była strzałem w dziesiątkę, bo znacznie wzmocniła pozycję firmy w naszym kraju.

– QNAP kontroluje 63 proc. polskiego rynku systemów NAS. Tak doskonały wynik jest zasługą partnerów, którzy sprzedają nasze produkty. QNAP stał się firmą rozpoznawalną, która wyznacza trendy na globalnym rynku. Jako pierwsi wprowadziliśmy w systemach NAS porty 10 Gb Ethernet i 40 Gb Ethernet, a nasze urządzenia jako jedyne w tej kategorii obsługują porty Thunderbolt oraz funkcję auto tieringu – podkreśla Grzegorz Bielawski, Country Manager w QNAP.

Producent podczas konferencji przedstawił nowe rozwiązania sprzętowe, a także najświeższą wersję beta systemu operacyjnego QTS 4.3.4. Najważniejszą zmianą wiąże się ze zmniejszeniem wymagań sprzętowych, jeśli chodzi o ob-

ługę migawek, do 1 GB pamięci RAM. Zapowiedziano także nowe zasady współpracy z resellerami.

– Rozpoczęliśmy rejestrację partnerów, którzy będą teraz certyfikowani. Zajmują się tym procesem nasi dystrybutorzy. Wydawanie rocznych certyfikatów zaczniemy od stycznia. Chcemy bardziej niż do tej pory promować aktywnych partnerów, dlatego po roku nastąpi weryfikacja oraz podział firm na kilka poziomów, w zależności od obrotów i kompetencji – tłumaczy Grzegorz Bielawski.

Producent z Dalekiego Wschodu zaprosił do udziału w spotkaniu kilku swoich strategicznych partnerów. Dzięki temu resellerzy oraz integratorzy mieli okazję spotkać się również z przedstawicielami WD, Microsoftu, Cyber Power, Kingston Technology i Nakivo. Ich obecność na konferencji stanowi dowód na to, że przechowywanie danych w chmurze stało się jednym z najbardziej gorących tematów w branży IT. Wiele firm obawia się przenieść całość zasobów cyfrowych do chmury i decyduje się na model hybrydowy. Systemy QNAP zostały wyposażone w rozwiązania do tworzenia kopii zapasowych w chmurze publicznej, m.in. Microsoft Azure.

– 30 proc. danych przechowywanych w chmurze stanowią kopie bezpieczeństwa, natomiast 64 proc. przedsiębiorstw kupuje usługi związane z backupem oraz odzyskiwaniem danych od resellerów. To biznes, którym warto się zainteresować – przekonuje Tomasz Kaczorowski, Territory Channel Manager w Microsoft Polska.

Jak wynika z danych Ernst & Young, przeciętna polska firma jest atakowana przez hakerów 126 razy w roku, a znaczną część inwazji kończy się sukcesem.

– Microsoft notuje w skali globalnej półtora miliona ataków dziennie, ale potrafiśmy sobie z nimi radzić. Co więcej, ataki są dla nas cenną nauką, dzięki której możemy coraz lepiej zabezpieczać zasoby klientów – twierdzi Tomasz Kaczorowski.

Microsoft obecnie posiada 36 regionalnych centrów danych na całym świecie. Najbliżej Polski znajduje się ośrodek w Dublinie, w którym pracuje ponad 600 tys. serwerów.

W branży pamięci masowych często mówi się o zmierzchu dysków twardych. Norbert Koziar, WD Senior Sales Manager, udowadnia, że informacje o śmierci „twardzieli” są przedwczesne. Wprawdzie technologia PRM doszła do granic swoich możliwości, ale WD pokłada duże nadzieje w MAMR. Nowy standard zapewni nawet czterokrotne zwiększenie gęstości zapisu danych, a pierwsze nośniki zadebiutują na rynku prawdopodobnie w 2019 r.

– MAMR sprawi, że dyski HDD będą 10-krotnie tańsze niż SSD – przekonuje Norbert Koziar.

I przywołuje dane, z których wynika, że w 2025 r. na wszystkich nośnikach będzie zapisanych 163 ZB danych, o cztery razy więcej niż w 2006 r. A to oznacza, że pojemne dyski do przechowywania cyfrowych informacji nadal będą potrzebne.



Zwiększymy inwestycje w polski rynek

„Rynek jest bardzo trudny ze względu na to, że musimy konkurować nie tylko z innymi producentami, ale również dostawcami usług chmurowych. Jednak nie traktujemy chmury wyłącznie w kategoriach zagrożenia” – mówi **DALE CHEN**,

WICEPREZES DS. MARKETINGU I SPRZEDAŻY W QNAP.

CRN QNAP kontroluje ponad 60 proc. polskiego rynku NAS. Zawiesiliście sobie poprzeczkę tak wysoko, że w przyszłym roku trudno będzie ją przeskoczyć.

DALE CHEN Ten rezultat bardzo nas cieszy. Wprowadziliśmy poprzeczkę została zawieszona wysoko, ale nie ma rzeczy niemożliwych i możemy poprawić ten wynik. Kto wie, może w przyszłym roku zbliżymy się do 70 proc.? Polska to duży rynek, o niemal 40-milionowej populacji, a w naszej gospodarce kluczową rolę odgrywają małe i średnie przedsiębiorstwa. Każde z nich jest potencjalnym użytkownikiem systemów NAS. Oczywiście nic się nie dzieje samoistnie, dlatego zamierzamy zwiększać inwestycje na polskim rynku. Myślimy m.in. o powiększeniu lokalnego zespołu, ponieważ bezpośrednie kontakty z klientami oraz partnerami przynoszą wymierne korzyści.

CRN Optymizm jest uzasadniony, ale polski rynek IT ostatnio przeżywa gorsze chwile. Nakłada się na to globalna zmiana modelu biznesowego.

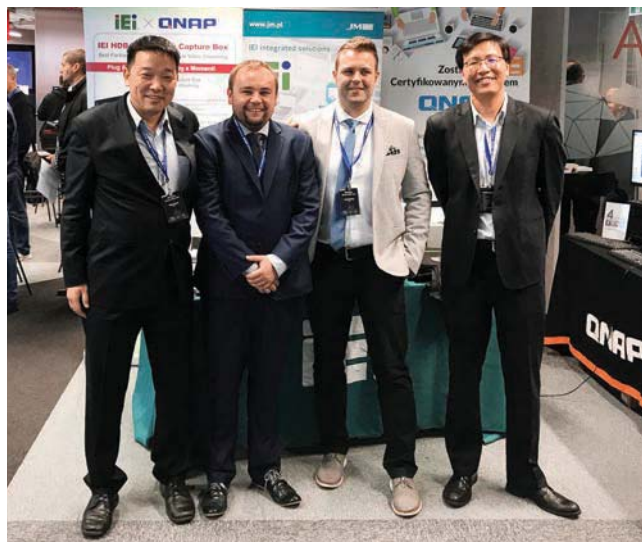
DALE CHEN Tak, rynek jest bardzo trudny ze względu na to, że musimy konkurować nie tylko z innymi producentami, ale również dostawcami usług chmurowych. Jednak nie traktujemy chmury wyłącznie w kategoriach zagrożenia. To dla nas szansa, bo gros klientów, bazując na systemach QNAP, tworzy także prywatne lub hybrydowe chmury.

CRN Polski rynek NAS dla MŚP został zawłaszczony przez dwóch graczy z Tajwanu: QNAP i Synology. Czy jest to dla was duże zaskoczenie?

DALE CHEN Nie jest to dla nas niespodzianką. Z podobną sytuacją mamy do czynienia we Włoszech, Francji, Hiszpanii i Niemczech. W niektórych państwach my jesteśmy liderem, a w innych Synology. Niemniej inwestujemy w ludzi oraz edukację klientów, aby być liderem w jak największej liczbie krajów europejskich, choć klienci oraz resellerzy mają pewne przyzwyczajenia i preferencje. Nie jest łatwo je zmienić.

CRN QNAP działa w trzech segmentach rynku – SOHO, MŚP i w pewnym stopniu enterprise. To wymaga dużych nakładów na R&D. Jak sobie z tym radzicie?

DALE CHEN Nasz udział w rynku rośnie od dziesięciu lat. Co oznacza, że radzimy sobie całkiem nieźle. Jednym z największych wyzwań jest rekrutacja odpowiednich pracowników, zwłaszcza



PRZEDSTAWICIELE QNAP (OD PRAWY): **DALE CHEN**, WICEPREZES DS. MARKETINGU I SPRZEDAŻY, **LASZLO BURKUS**, REGIONAL MANAGER, INTERNATIONAL SALES DEPARTMENT, **GRZEGORZ BIELAWSKI**, COUNTRY MANAGER I **MEIJI CHANG**, GENERAL MANAGER.

informatyków. W naszym biurze R&D pracuje około 500 specjalistów od oprogramowania. To obszar, w który ciągle inwestujemy. Rozwój oprogramowania jest jednym z naszych priorytetów. Mamy też swoje problemy. Tajwan nie jest zbyt duży, a wielu utalentowanych informatyków wyjeżdża do Stanów Zjednoczonych, ze względu na wyższe zarobki. Ale nie poddajemy się i cały czas szukamy nowych możliwości. Niedawno otworzyliśmy duże biuro w Indiach, gdzie rekrutujemy zdolnych inżynierów oraz programistów.

CRN Czasami przychodzi wam konkurować z Dell EMC czy NetAppem. W jaki sposób staracie się przekonać potencjalnych klientów, żeby wybrali właśnie QNAP?

DALE CHEN Nie jest żadną tajemnicą, że naszą przewagą jest cena. Ponadto oferujemy wiele specyficznych funkcji, których klienci nie znajdują w produktach Dell EMC czy NetApp, czego przykładem jest stacja wirtualizacji. Na pewno rywalizacja z wymienionymi koncernami wymaga od nas dużego wysiłku. Ważna jest edukacja klientów, bo przecież Dell EMC i NetApp działają od lat w tym segmencie rynku i obaj gracze wypracowali sobie na nim silną pozycję. Poza tym, aby aktywniej włączyć

się do walki w tym obszarze, należy podnosić poziom usług serwisowych. Jeśli chcesz być silny na rynku odbiorców korporacyjnych, musisz posiadać lokalne serwisy. To bardzo ważne dla przedsiębiorców. QNAP na razie dysponuje centrum logistycznym tylko w Holandii, ale planujemy świadczyć usługi serwisowe również w innych krajach europejskich.

CRN W klasie rozwiązań przeznaczonych dla korporacji coraz częściej wspomina się o pamięci obiektowej, która ma być alternatywą dla plików. Czy jest to technologia, która może zainteresować waszych największych klientów?

DALE CHEN Bardzo dokładnie przyglądamy się temu, co dzieje się na rynku pamięci masowych. Mamy też specjalny zespół zajmujący się rozwojem innowacyjnych rozwiązań. Nie mamy wątpliwości, że pamięć obiektowa to interesujące zagadnienie. Wielokrotnie dyskutowaliśmy chociażby o CEPH. Niemniej rynek nie jest jeszcze na tyle dojrzały, aby na szerszą skalę adaptować systemy bazujące na tej technologii. Poza tym QNAP, oprócz rynku SOHO i MŚP, działa w obszarze, który określiłbym jako entry enterprise. Z kolei pamięć obiektowa przeznaczona jest dla bardzo dużych przedsiębiorstw.

CRN Świat IT ma być już wkrótce zdominowany przez oprogramowanie. To chyba niezbyt dobra wiadomość dla firmy utożsamianej z hardware'em.

DALE CHEN Nie zgodzę się z tym, że jesteśmy firmą hardware'ową. Oprogramowanie stanowi bardzo ważny element naszej oferty. Poza tym software potrzebuje sprzętu i na odwrót. Zaawansowane oprogramowanie pozwala dostarczać nam unikalne funkcje. Jednak, aby je realizować, niezbędne są wydajne procesory i odpowiednia ilość pamięci RAM. Najlepiej charakter naszej działalności oddaje stwierdzenie, że jesteśmy firmą tworzącą kompleksowe rozwiązania.

CRN Niektórzy przekonują, że lepiej zbudować NAS na własnej platformie sprzętowej i darmowym oprogramowaniu, zamiast kupować gotowe urządzenie. Czy nie spoglądacie z lękiem na tego typu inicjatywy?

DALE CHEN Rzeczywiście istnieją możliwości stworzenia serwera plików we własnym zakresie, na przykład za pomocą bezpłatnego oprogramowania FreeNAS. W przeszłości takie inicjatywy miały sens, bo serwery NAS oferowane przez producentów były dość drogie. Jednak na przestrzeni ostatnich lat ceny profesjonalnych systemów spadły i działania typu „zrób to sam” raczej się nie opłacają. Tym bardziej że działają IT w firmach i tak są zaangażowane w liczne przedsięwzięcia i nie narzekają na brak zajęć.

CRN W czasie warszawskiej konferencji wystąpiłście wspólnie z kilkoma zaprzyjaźnionymi firmami. Według jakich kryteriów tworzycie ekosystem partnerski?

DALE CHEN Chcemy współpracować z jak największą liczbą firm. W przypadku producentów dysków twardych utrzymujemy dobre relacje z WD, Toshiba, Seagate'em oraz HGST. Oczywiście może być tak, że w Polsce mamy lepsze relacje z WD, a w innym kraju z firmą Seagate. W segmencie oprogramowania do backupu maszyn wirtualnych rekomendujemy Nakivo. Aplikacja ta jest przystosowana do współpracy z produktami QNAP i bardzo dobrze sprawdza się w firmach średniej wielkości. W przypadku zasilaczy awaryjnych stawiamy na rozwiązania Cyber Power oraz APC. Wychodzimy z założenia, że należy zapewnić klientom jak najbardziej kompleksową obsługę i maksymalnie dużo wariantów. W związku z tym staramy się krok po kroku integrować nasze urządzenia z systemami innych dostawców. Jest to dla nas bardzo ważne, gdyż kooperacja z innymi producentami sprawia, że nasz biznes rośnie.

CRN Jakie nowości mogą się pojawić w najbliższym czasie w urządzeniach QNAP?

DALE CHEN W przypadku rozwiązań sprzętowych jesteśmy uzależnieni od dostawców procesorów. Jak wiadomo, systemy QNAP bazują na trzech platformach: Intela, ARM Annapurna, a od niedawna również AMD. Niezwykle istotny jest też SSD Cache.

Planujemy wprowadzić rozwiązanie 3-zatokowe, w tym jedna z zatok będzie przeznaczona dla pamięci SSD Cache. Co ważne, chcemy oferować trzecią kieszeń za darmo. W rezultacie użytkownicy nie będą tracili dodatkowej pojemności. Jeśli chodzi o oprogramowanie, chcemy mocno rozwijać możliwości systemu w zakresie tworzenia snapshotów, z których powinni korzystać nie tylko użytkownicy biznesowi, ale również gospodarstwa domowe. Mamy też kilka pomysłów związanych z integracją NAS-ów z automatyką

domową. Niezwykle ważna jest także współpraca z największymi dostawcami usług chmurowych – Amazonem czy Microsoftem. Coraz więcej użytkowników wybiera rozwiązania hybrydowe, przechowując część danych we własnej siedzibie, a resztę u zewnętrznego usługodawcy.

CRN Jakie najważniejsze trendy pojawią się w segmencie produktów NAS w 2018 roku?

DALE CHEN Uważam, że w drugiej połowie przyszłego roku wzrośnie zainteresowanie standardem 10 Gigabit Ethernet. Chciałbym podkreślić, że nawet nasze urządzenia z niższej półki mają możliwość obsługi kart 10 Gigabit Ethernet. Kolejnym gorącym trendem będzie korzystanie ze snapshotów chroniących dane użytkowników przed konsekwencjami ataków ransomware. W obecnych czasach nie trzeba już przekonywać klientów, jak ważna jest ochrona danych, co jeszcze kilka lat temu nie było takie oczywiste.

W drugiej połowie przyszłego roku wzrośnie zainteresowanie standardem 10 Gigabit Ethernet.

ROZMAWIŁ

WOJCIECH URBANEK

HP Inc. o sposobach na trudności i zmiany

Amerykański koncern podczas gali HP Partner Excellence Award 2017 podsumował kończący się rok, a także przedstawił zarys nowej strategii.

WOJCIECH URBANEK

Między już ponad dwa lata od momentu podziału firmy na HP Inc. i HP Enterprise. Niektórzy analitycy uważali, że rozłam nie jest dobrym pomysłem, bo osłabia pozycję obu podmiotów na rynku. W przypadku HP Inc. tego typu obawy okazały się bezzasadne. Firma od trzech kwartałów jest światowym liderem w segmencie komputerów PC i przewodzi w zestawieniach sprzedaży urządzeń drukujących.

Gala HP Partner Excellence Award 2017 była doskonałą okazją nie tylko do wręczenia nagród najlepszym partnerom, ale również podsumowania kończącego się roku oraz prezentacji planu działań na najbliższe lata. Maciej Deka, Country Channel Manager HP Inc Polska, w swoim wystąpieniu nawiązał do trudności, z jakimi firmie przyszło się borykać w bieżącym roku. Zastój w sektorze publicznym, brak okazji biznesowych, a także złe oceny wystawiane branży IT przez instytucje finansowe nie ułatwiały prowadzenia biznesu. Producent, by wybrnąć z kłopotliwej sytuacji, postawił na cztery filary: rynek mid market (firmy zatrudniające od 100 do 1000 pracowników), rozwój grupy produktów A3, zwiększenie sprzedaży druku w modelu usługowym oraz gaming.

– Nasze działania przyniosły efekty. Udało nam się zwiększyć udział w rynku mid market o 68 proc. Nasza sprzedaż usług druku wzrosła o 31 proc., a poza tym podwoiliśmy udział w segmencie A3. Z kolei nowa marka komputerów gamingowych Omen by HP zdobyła w III kwartale tego roku 16 proc. udziału w swoim segmencie rynku. Uzyskane wyniki nie byłyby możliwe bez wsparcia naszych partnerów. To ich sukces – mówi Maciej Deka.

Z kolei Marcin Olszewski, prezes zarządu Hp Inc Polska, podkreślał, że ciągle



zmiany, jakim podlega współczesne otoczenie biznesu, stanowi szansę na rozwój dla producenta i jego partnerów.

– *Po prostu klienci będą poszukiwać nowych rozwiązań, aby nadążyć za zachodzącymi przemianami. Zmiana staje się standardem, skorzystajmy z tego –* zachęcał Marcin Olszewski.

Niepośledni wpływ na rozwój nowych technologii, a także sposoby korzystania z urządzeń ma urbanizacja. Do 2025 r. liczba mieszkańców świata ma sięgnąć niemal 8,5 mld osób. Przyrost ludności doprowadzi do zmian szeregu zwyczajów, m.in. zakupowych. W nieodległej przyszłości wzrośnie znaczenie ekonomii współużytkowania, zakładającej dzielenie się, pożyczanie oraz wymianę produktów i usług. HP Inc., dostosowując się do nowych warunków, zamierza oferować w modelu usługowym nie tylko urządzenia drukujące, ale również komputery PC.

Marcin Olszewski wspominał o pokoleniu Z, które już za kilka lat wejdzie na rynek pracy. To specyficzne osoby, wyma-

gające bardziej spersonalizowanej i elastycznej technologii. Niemniej HP Inc. już dziś dąży do tego, aby produkty były jeszcze bardziej mobilne, cieńsze i miały bardziej wytrzymałe baterie. Klasyczny przykład stanowi nowa linia komputerów HP EliteBook x360, 1020 G2 i 1040 G4.

Producent dostrzega także szanse biznesowe w rozwoju rozwiązań do ochrony sprzętu. Najslabiej chronione w firmowej sieci są drukarki – jedynie 19 proc. tych urządzeń ma odpowiednie zabezpieczenia.

– *Z jednej strony te dane przerażają, z drugiej zaś pojawia się szansa, żeby to zmienić –* mówił Marcin Olszewski.

HP wiąże duże nadzieje z rynkiem kopiarek oraz drukarek A3. Ekspansja w obu segmentach będzie możliwa dzięki zakupowi biznesu drukarkowego Samsunga. Wartość polskiego rynku urządzeń drukujących A3 wynosi ok. 520 mln dol., w tym 63 proc. obrotów generuje MŚP – grupa odbiorców, do których HP Inc. zamierza dotrzeć z nową ofertą w pierwszej kolejności.

Polish VoIP & Security Summit 2017

Niemiecki producent sprzętu telekomunikacyjnego, innovaphone, od początku istnienia specjalizuje się w wytwarzaniu produktów VoIP. Podczas listopadowej konferencji dla partnerów zaprezentował swoją ofertę, w tym najważniejsze nowości.

ANDRZEJ JANIKOWSKI

Poszczególne państwa od pewnego czasu dążą do przekształcenia krajowych systemów komunikacyjnych na cyfrowe, ale nie wszystkie z taką samą skutecznością. Nawet Unia Europejska jest pod tym względem niejednorodna. Na przykład w Niemczech decyzja tamtejszego regulatora, który w zasadzie nakazał stosowanie VoIP w nowych instalacjach, zdynamizowała koniunkturę na tego typu rozwiązania. Z kolei w Hiszpanii ciągle jeszcze wdraża się bardziej tradycyjne systemy. W Polsce stan rozwoju telefonii IP bardziej przypomina to, co dzieje się na Półwyspie Iberyjskim niż u naszych zachodnich sąsiadów. Jak mówią specjaliści innovaphone, odpowiednie decyzje regulatora mogłyby znacznie przyspieszyć rozpowszechnienie się standardu IP w polskiej telefonii. Tak czy inaczej, niemiecki producent zapowiada dalszą ekspansję na naszym rynku.

BEZ ANALOGII

Nie ma wątpliwości, że firma stawia przy tym na koncepcję All IP, a więc de facto

całkowitego przejścia na łącza IP. Spośród zaprezentowanych urządzeń marki innovaphone na uwagę zasługuje z pewnością nowa generacja bram VoIP, która została wyposażona w szybsze – od poprzedniej – procesory. W urządzeniach tych zastosowano też nowoczesne pamięci SSD, które współdziałają z Linux Application Platform. We wspomnianą ideę wpisuje się też nowa linia telefonów IP z portami PoE. Są to urządzenia, które mają książki adresowe, za ich pośrednictwem można też korzystać z usług katalogowych z protokołem LDAP. Na liście dodatkowych funkcji umieszczono przekierowanie połączeń i funkcję głośnego mówienia.

W RUCHU I NIE TYLKO

Producent zaprezentował też rozwiązania do mobilnej transmisji. Jeśli chodzi o telefonię IP Dect, to pokazano stację bazową IP1200, która może obsługiwać do ośmiu jednocześnie prowadzonych rozmów telefonicznych. Umożliwia ona roaming, ma także układ do kompensacji echa. W ofercie producenta znajdziemy również WiFi

Phone IP62. Ten wyposażony w głośnik sprzęt ma książkę telefoniczną, a z ciekawszych funkcji można wymienić sygnalizację wibracjami. Co ważne, to typowy „twardziel” – urządzenie jest bowiem odporne na działanie wody, kurzu i substancji chemicznych. Niewątpliwą zaletą produktu jest to, że można go używać w sieciach IEEE 802.11 a/b/g/n.

Firma oferuje poza tym bardziej zaawansowane rozwiązania wykorzystujące przeglądarki internetowe, czyli na przykład WebRTC – system działający w sieci Web przeznaczony do komunikacji w czasie rzeczywistym. Obsługuje on większość przeglądarek, z wyjątkiem Internet Explorera.

Generalnie cechą produktów IP innovaphone jest ich skalowalność. Kiedy używa się rozwiązania hybrydowego, nie trzeba rezygnować z komponentów starego, ale po prostu dodawać nowe elementy IP niemieckiego producenta. Inną ważną kwestią – zwłaszcza w kontekście strategii All IP – jest zabezpieczanie transmisji. Innovaphone ma w tej dziedzinie własne pomysły, na przykład kontroler SBC (Session Border Controller), który czuwa właśnie nad bezpieczeństwem komunikacji.

MIEJSCE DLA PARTNERA

Listopadowa konferencja była również okazją do przedstawienia oferty firm, które współpracują z niemieckim dostawcą. Swoją prezentację miał PLFON. Ta należąca do szwajcarskiego koncernu spółka operatorska oferuje usługi telefonii VoIP ponad 30 tys. polskich klientów. Podczas konferencji można też było odwiedzić niewielką wystawę, na której swoje produkty zaprezentowały firmy: Axiom, Thulium i Axtel Headsets.





Fot. © Renáta Sedrnáková - Fotolia.com

Ochrona danych po izraelsku

Silicon Wadi, czyli izraelska „Dolina Krzemowa”, to prawdziwe eldorado dla startupów. Kreatywne młode firmy przyciągają do tego małego kraju rzesze inwestorów.

WOJCIECH URBANEK, TEL AWIW

Mimo, że Tel Awiw liczy niewiele ponad 400 tys. mieszkańców, należy do najważniejszych na świecie ośrodków innowacji i przedsiębiorczości. To nadmorskie miasto jest domem dla około tysiąca startupów (na jeden kilometr kwadratowy przypada ich aż 19) oraz blisko 50 międzynarodowych centrów badawczo-rozwojowych, w tym m.in. Google, Microsoft, SAP, Oracle czy Cisco.

Obecność w Tel Awiwie wielkich koncernów IT, a także duża aktywność młodych firm nie są dziełem przypadku. Rząd Izraela przeznaczą 4,5 proc. PKB na badania naukowe i zapewnia przedsiębiorcom liczne ulgi podatkowe. Niepoślednią rolę w rozwoju nowych technologii peł-

nią Izraelskie Siły Obronne, których roczny budżet oscyluje wokół 15 mld dol. Znawcy tematu przyznają, że obowiązkowa służba wojskowa dla żydowskich Izraelczyków przyczynia się do zdobycia szeregu umiejętności i zacieśniania kontaktów. Jednym z przykładów jest startup Axonius, który rozpoczął działalność dopiero w 2017 r., a jego założyciele (Avidor Bartov, Dean Sysman i Ofri Stuhr) o wspólnym biznesie zaczęli myśleć, będąc jeszcze w armii. Ich pomysł okazał się na tyle ciekawy, że fundusze venture capitals już na starcie wpompowały w młodziutką firmę 4 mln dol.

Axonius opracował zunifikowaną, otwartą platformę, która integruje informacje pochodzące z różnych urzędzeń

podłączonych do sieci oraz niezależnych systemów zarządzających flotą terminali.

– *Nasze rozwiązanie zdecydowanie poprawia bezpieczeństwo organizacji, umożliwiając działom IT świadome i bezpieczne wdrażanie urządzeń i wykorzystanie ich na dużą skalę. Obecnie wielu przedsiębiorców nie potrafi odpowiedzieć na takie pytania jak: ile terminali pracuje aktualnie w firmowej sieci? Które z nich są zbyteczne? Czy są odpowiednio chronione? Wiemy, jak uzyskać właściwe odpowiedzi* – zapewnia Dean Sysman, CEO Axoniusa.

Analitycy z 451 Research przewidują, że globalnie do 2020 r. firmy będą korzystały z 10 mld urządzeń. Przedsiębiorstwa nie uciekną więc od problemów związanych z zarządzaniem i ochroną sprzętu.

– *Dalszy rozwój takich trendów, jak mobilność, chmura czy Internet rzeczy, prowadzi do zjawiska porównywalnego z eksplozją kambryjską* – dodaje Dean Sysman.

Platforma Axonius zadebiutuje na rynku dopiero na początku przyszłego roku. Niemniej firma już teraz poszukuje partnerów handlowych w Izraelu, Stanach Zjednoczonych oraz w Europie.

OCHRONA DLA KONTENERA

Na tegorocznej konferencji DockerCon Europe organizatorzy poinformowali, że z repozytorium Dockera pobrano już 24 mld obrazów. Kontenery weszły więc do głównego nurtu, stając się poważną alternatywą dla maszyn wirtualnych, a ich popularność z pewnością nie umknie uwadze twórców złośliwych aplikacji. Z której strony nadejście zmasowany atak?

Założyciele Aqua Security – startupu wywodzącego się z Intel Security, CA Technologies oraz firmy Imperva – od dwóch lat pracują nad systemem chroniącym kontenery. Nie byłoby to możliwe bez wsparcia venture capitals. Microsoft Ventures, TLV Partners oraz Lightspeed zasiłowały startup kwotą w wysokości 38 mln dol.

Aqua Security pod koniec bieżącego roku przeprowadziła badania dotyczące wykorzystania kontenerów w przedsiębiorstwach, przesyłając pytania do pół tysiąca specjalistów IT. Wśród wielu zagadnień znalazły się też kwestie związane z bezpieczeństwem. Ponad 50 proc. respondentów uważa, że największe zagrożenie stanowi zainfekowanie obrazu, czyli szablonu do tworzenia kontenerów.

– *Tradycyjne aplikacje zabezpieczające bądź narzędzia do kontroli kodu nie widzą kontenerów, dlatego tworzy się segment zupełnie nowych produktów* – tłumaczy Rani Osnat, wiceprezes ds. marketingu w Aqua Security.

Na rynku pojawiły się pierwsze aplikacje przeznaczone do ochrony kontenerów, zazwyczaj realizujące funkcje związane ze skanowaniem rejestrów. Izraelski startup idzie o krok dalej. Opracowana przez firmę platforma skanuje obrazy, wykrywa anomalie i informuje administratora o nieprawidłowościach. Aqua Security filtruje nie tylko rejestry Dockera, ale również nieco mniej popularnych rozwiązań: Ama-

zon ECS, CoreOS Quay, JFrog Artifactory. Oprogramowanie ma dodatkowe zabezpieczenie w postaci Aqua Enforcera, specjalnego kontenera blokującego działanie obiektów zainfekowanych lub zachowujących się niezgodnie z regułami. Dodatkowy element stanowi konsola Aqua Command, za pomocą której można monitorować umieszczone w kontenerach aplikacje. Oprogramowanie Aqua Security zostało wyróżnione jako jeden z ciekawszych produktów 2017 roku przez CRN, SC Magazine oraz Cyber Defense Magazine.

OSZUKAĆ HAKERA

Hakerzy, którzy penetrują firmowe sieci, stosują coraz bardziej wyrafinowane metody. Firma Illusive Networks wychodzi z założenia, że najlepiej walczyć z cyberprzestępcami ich własną bronią.

– *Twórcy aplikacji bezpieczeństwa opracowują narzędzia zapobiegające atakom. Natomiast dla nas kluczowym momentem jest wtargnięcie hakera do sieci, wówczas przechodzimy do ofensywy* – tłumaczy Ofer Israeli, CEO i założyciel Illusive Networks.

Jego firma opracowała system zawierający szereg pułapek czyhających na intruza. Takie rozwiązanie zapewnia wykrycie hakera już na etapie rekonesansu w środowisku produkcyjnym. Zresztą twórcy produktu wykazali się wyjątkową perfidią, umieszczając obok siebie fałszywe i prawdziwe dane.

– *Nawet jeśli cyberprzestępca ma lut szczęścia i trafi na właściwy trop, wcześniej czy później wpadnie w pułapkę. Z analizy wynika, że dzięki naszej ochronie haker wykona maksymalnie trzy ruchy, a to za mało, żeby wyrządzić w sieci jakiegokolwiek szkody* – dodaje Ofer Israeli.

Kiedy nieproszony gość trafi na przynętę, konsola zarządzania Illusive Networks alarmuje o jego obecności w firmowej sieci. Dodatkowym walorem oprogramowania jest system wizualizacji, który wyświetla informacje o użytkownikach sieci.

Warto dodać, że jednym z kluczowych inwestorów startupu jest Team 8 – organizacja założona przez członków izraelskiego wywiadu, zajmujących się cyberbezpieczeństwem. Na liście inwestorów Illusive Networks znajdują się też Cisco oraz Microsoft Ventures. W ciągu

trzech lat działalności startup ten pozyskał od venture capitals 30 mln dol.

WIEDZA Z LOGÓW

Gromadzenie i analiza logów komputerów oraz innych urządzeń mogą być pomocne przy rozwiązywaniu problemów związanych z bezpieczeństwem, zarządzaniem operacjami biznesowymi czy błędami aplikacji. Jednak niewiele przedsiębiorstw potrafi wykorzystać informacje zawarte w rejestrach. Często wynika to stąd, że dzienniki zawierają gigantyczną

W Izraelu związki branży IT z armią są wyjątkowo bliskie.

ilość nieistotnych, trudnych do rozszyfrowania zdarzeń. Przykładowo 1 GB danych rejestru zajmuje niemal 700 tys. stron tekstu. Wyodrębnienie z nich istotnych informacji zajęłoby około trzech lat.

Ariel Assaraf, współzałożyciel firmy Coralogix, uważa, że przedsiębiorstwa w końcu zaczną doceniać znaczenie narzędzi przeznaczonych do analizy logów. Platforma opracowana przez izraelski startup agreguje wszystkie zapisy dziennika i dokonuje ich analizy, a następnie dzieli na kategorie. Cały proces związany z filtrowaniem milionów logów, w tym wyszukiwanie anomalii, zajmuje około 20 sekund.

– *Jeszcze do niedawna firmy cieszyły się z możliwości gromadzenia i wizualizacji wielkich zbiorów danych. Ale dziś chcą czerpać z nich maksymalne korzyści bez konieczności przekopywania terabajtów pamięci. Nasze rozwiązanie sprawia, że wielkie zbiory danych stają się małe i czytelne* – mówi Guy Krouup, CEO Coralogix.

Ciekawostką jest to, że Ariel Assaraf był wcześniej związany z jednostką 8200. To supertajna agencja izraelskiego wywiadu zajmująca się elektroniką. Jest ona podejrzewana o opracowanie najbardziej szkodliwego kodu w historii – Stuxneta. To kolejny przykład pokazujący, że w Izraelu związki branży IT z armią są wyjątkowo bliskie. ■



D-Link: przełączniki z PoE

W serii przełączników ethernetowych warstwy trzeciej DGS-3630 pojawiły się urządzenia z funkcją Power over Ethernet. Są to dwa modele wyposażone w 24 porty PoE, natomiast DGS-3630-52 PC w 48 portów PoE. Opcja stacjonarna umożliwia połączenie do dziewięciu przełączników w jednym stosie. Użytkownik ma wówczas do dyspozycji 432 gigabitowe porty Ethernet. Dla przełączników z rodziny DGS-3630 dostępnych jest kilka wersji oprogramowania, co umożliwia ich rozbudowę w miarę potrzeb. Domyślnie jest zainstalowany standardowy obraz oprogramowania (Standard Image - SI), który obejmuje podstawowe funkcje dla MŚP, m.in. przełączania L2, routingu statycznego i protokołu RIP, multicastu w warstwie 2, a także zaawansowane opcje QoS.

Cena modelu 28-portowego: 2 345 euro brutto (ok. 9,8 tys. zł), modelu 52-portowego: 4 123 euro (ok. 17,3 tys. zł). Gwarancja: 5 lat od zakończenia sprzedaży.

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

Zowie do e-sportu

Monitor XL2411P marki Zowie (należącej do BenQ) ma 24-calową matrycę TN Full HD o czasie reakcji 1 ms GtG. Częstotliwość odświeżania wynosi 144 Hz, jasność 350 nitów, a kontrast statyczny 1000:1 (12 mln:1 DCR).

Nowością w tym modelu jest gniazdo Display Port 1.2 i funkcja ColorVibrance, umożliwiająca regulację nasycenia kolorów. Monitor ma także gniazda DVI-DL i HDMI oraz wyjście słuchawkowe.

Wśród funkcji poprawiających widoczność i chroniących wzrok są: Black eQualizer, FlickerFree i Low Blue Light. Położenie ekranu można regulować w pionie w zakresie 130 mm oraz pochylać panel w zakresie od -5 do +20 st.

Cena: 1099 zł. Gwarancja: 3 lata w trybie door-to-door.



- **AB, www.ab.pl**
- **ABC DATA, www.abcddata.com.pl**
- **ACTION, www.action.pl**
- **ED'SYSTEM, www.edsystem.pl**
- **NTT SYSTEM, www.ntt.pl**

Chieftec: obudowa dla graczy

Obudowa ATX Stallion GP-01 B to model gamingowy. Ma wymienny przedni panel o strukturze plastra miodu i przezroczystą ścianę boczną. Szyny z diodami LED umożliwiają wybranie ośmiu różnych kolorów podświetlenia. Konstrukcja mieści dwa wewnętrzne napędy o przekątnej długości 2,5" oraz cztery 3,5", do tego dwa zewnętrzne o średnicy 5,25". Położenie karty graficznej można regulować w pionie i poziomie. Wewnątrz obudowy znajdują się dwie komory chłodzenia. Do wyboru jest opcja chłodzenia wodnego lub za pomocą trzech wentylatorów. Ich prędkość reguluje wbudowany kontroler. GP-01 B zapewnia takie ułożenie kabli, aby umożliwić najlepszy przepływ powietrza. Obudowa jest oferowana bez zasilacza. Opcjonalnie można dodać model z serii Chieftec Power Smart.

Cena resellerska netto: 67 dol. (ok. 240 zł). Gwarancja: 2 lata.



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



Epson: laserowe kino domowe

EH-LS100 to pierwszy laserowy projektor o ultrakrótkim rzucie 3LCD, przeznaczony do kina domowego. Wyświetla obraz Full HD o przekątnej do 130 cali (ok. 3,3 m) z odległości 5,6 cm od ekranu. Jasność światła białego i kolorowego sięga 4 tys. lumenów. Współczynnik kontrastu wynosi 2,5 mln:1. Projektor można połączyć bezprzewodowo ze źródłem obrazu. Ma m.in. port RS-232 C, interfejs ethernetowy, porty USB 2.0, VGA (wejście i wyjście), 3x HDMI, MHL, wejście sygnału kompozytowego, złącza audio. Czas eksploatacji laserowego źródła światła według producenta wynosi 30 tys. godz. w trybie eco.

Cena: 12,9 tys. zł. Gwarancja: 5 lat lub 12 tys. godz. pracy.

- **AB, www.ab.pl**
- **SAV, www.sav.tkb.pl**

HP: minidrukarka do zdjęć

Sprocket to nowy gadżet od HP wielkości dłoni, drukujący zdjęcia o wymiarach 5 x 7,6 cm bez użycia atramentu, za pomocą technologii Zero Ink. Polega ona na podgrzewaniu kryształów barwników, które nanoszone są na specjalny papier (jest w zestawie). Fotografie są jednocześnie naklejkami do dekoracji torby czy laptopa. Aplikacja mobilna umożliwia obróbkę i personalizację zdjęć (stosowanie filtrów, dodawanie emotikonów, ramek itd.). Można do niej przypisać konta z serwisów społecznościowych i edytować pliki graficzne zarówno z pamięci wewnętrznej smartfona, jak i z social mediów. Ze smartfonem drukarka łączy się poprzez Bluetooth. Cena: 599 zł w komplecie z 10 arkuszami papieru HP Zink Photo Paper. Gwarancja: 1 rok.



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

Delta: modułowy UPS o mocy 500 kVA

Delta Electronics poszerza linię zasilaczy UPS o model Modulon DPH 500 kVA. Urządzenie składa się z modułów mocy, by-passu i głównego sterownika z funkcją ich wymiany w trakcie pracy. UPS wielkości pojedynczej szafy rack charakteryzuje się najwyższą na świecie gęstością mocy na jeden moduł, wynoszącą 55,6 kVA. Możliwość zwiększania mocy od 55,6 do 4 tys. kVA umożliwia elastyczne dopasowanie systemu do aktualnych potrzeb. Sprawność w trybie podwójnej konwersji wynosi 96,5 proc. Dotykowy 10-calowy wyświetlacz w połączeniu z rozbudowaną funkcjonalnością sterownika umożliwia monitorowanie działania zasilacza oraz baterii i zarządzanie nim. Cena urządzenia zależy od konfiguracji. Gwarancja: 2 lata, w wersji rozszerzonej – 5 lat.



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

QNAP: pierwszy NAS z procesorem Ryzen

Producent wprowadził na rynek serię TS-x77, pierwsze na świecie NAS-y z procesorami AMD Ryzen. Dostępne są wersje z 6, 8 i 12 zatkami oraz układami Ryzen 7 1700 (8 rdzeni/16 wątków) i Ryzen 5 1600 (6 rdzeni/12 wątków). Urządzenia mają do 64 GB RAM DDR4 i dwa złącza M.2 SATA 6 GB/s SSD. Każdy model wyposażono także w złącza USB 3.1 Gen2 10 Gb/s Type-A i Type-C oraz trzy sloty PCIe, co zapewnia rozbudowę NAS-a w celu zwiększenia wydajności, usprawnienia łączności sieciowej i poszerzenia pamięci masowej (m.in. instalacja karty graficznej, układów 10GbE/40GbE NIC, karty rozszerzeń USB 3.1, karty QM2 cards – dodatkowe moduły M.2 SSD lub łączność 10GbE). Seria TS-x77 może hostować maszyny wirtualne, umożliwia również kompleksowe zarządzanie wirtualizacją. Obecnie dostępnych jest sześć modeli w cenach od 6370 zł do 14 445 zł netto. Gwarancja: 2 lata.

- **ABC DATA**, www.abcddata.com.pl
- **ACTION**, www.action.pl
- **EPA SYSTEMY**,
www.epasystemy.pl
- **FEN**, www.b2b.fen.pl



Zebra: smartfon dla MŚP



Zebra Technologies wprowadziła na rynek TC20 – wzmocniony komputer mobilny z systemem Android, który umożliwia również komunikację głosową. Został zaprojektowany z myślą o małych i średnich przedsiębiorstwach, zwłaszcza dla handlu detalicznego oraz branży hotelarskiej i turystycznej. Urządzenie jest przeznaczone do użytku w pomieszczeniach. Ma obudowę odporną na zapylanie i przypadkowe upadki oraz 4,3-calowy wyświetlacz dotykowy. TC20 umożliwia skanowanie kodów kreskowych 1D i 2D. Można dodać funkcje odczytu, zapisu i lokalizowania znaczników UHF RFID. Android otrzymuje poszerzone aktualizacje bezpieczeństwa od Zebry. TC20 jest dostępny także w wersji z ekranem dotykowym i klawiaturą. Możliwe jest prowadzenie rozmów poprzez WLAN, w tym połączenia grupowe. Cena bez akcesoriów: mniej niż 500 euro (poniżej ok. 2,1 tys. zł). Cena zależy od liczby zamówionych urządzeń oraz modelu. Gwarancja: 1 rok.

- **INGRAM MICRO**, www.pl.ingrammicro.eu
- **JARLTECH**, www.jarltech.com
- **KONCEPT-L**, www.koncept-l.pl
- **SCANSOURCE**, www.scansourceposbarcode.eu



Ireneusz Dąbrowski

Straszę nieodpowie- dzialnością polityków ze wszystkich nurtów i partii.

Summa summarum

W OSTATNIM FELIETONIE W ROKU TRADYCYJNIE OCZEKUJE SIĘ PODSUMOWANIA CZASU MINIONEGO. A ZWŁASZCZA ZMIERZENIA SIĘ ZE SWOIMI WŁASNymi PROGNOZAMI, SKORO JUŻ MIAŁO SIĘ CZELNOŚĆ UPUBLICZNIĆ JE NA POCZĄTKU ROKU W FELIETONIE „HORROSKOP”.

Jak się zatem sprawdziłem jako domorosły analityk i profeta? Wydaje się, że całkiem nieźle, bo na przykład w odniesieniu do zdarzeń zagranicznych mam blisko 100 proc. trafności. Pozostaje tylko do zrealizowania kształt koalicji rządowej w Niemczech, gdzie sojusz – zwany od kolorów barw partyjnych „jamajskim” – chyba ostatecznie upadł.

Nierozstrzygnięty (na moment pisania tego tekstu, a więc koniec listopada) jest też zakres i ostateczny wynik rekonstrukcji rządu w Polsce, który to proces bardzo się opóźnia i chwilami przybiera formę groteski. W każdym razie na dziś mamy już wprawdzie premiera w spodniach, bo taki strój preferuje szefowa rządu, ale jeszcze z broszką, czyli jakby w połowie drogi do realizacji wizji, którą roztaczałem na początku roku.

Zresztą, jakie to ma dla nas znaczenie? Dotąd, od co najmniej 25 lat, czyli od czasu po premierze Mazowieckim i ministrze Balcerowiczu, wpływ sił politycznych na biznes był ograniczony. Ograniczony był też zakres zmian narzucanych gospodarce i tak naprawdę sprowadzał się do regulacji drobiazgowych, ale strategicznie drugo- i trzeciorzędnych oraz do prób majstrowania domorosłych mechaników przy nieźle działającym zegarku.

Zaraz, zaraz – odezwą się niektórzy – a to, co się dzieje z firmami zipiącymi w uścisku fiskusa, to drobiazgi? Otóż tak. I w odpowiedzi przytoczę przykład JTT i Optimusa. Kiedyś bardzo dolegliwy dla branży, dziś bardziej anegdotyczny. Uważam, że tak samo będzie z dzisiejszymi „gwiazdami” mediów biznesowych. Przykre to dla zarządów firm i pracowników borykających się z problemami, z którymi borykać się nie powinni, ale z drugiej strony jeśli ktoś chce dobrowolnie robić biznes w kraju o powszechnie znanym „szacunku” do przedsiębiorców, gdzie osoba ryzykująca swym majątkiem i zdrowiem, tworząca miejsca pracy dla głównie młodych ludzi, „cieszy się” zasłużoną „atencją” i „uznaniem” obywateli, to musi się liczyć z konsekwencjami takiego szaleństwa.

Cała ówczesna i obecna sytuacja świetnie obrazuje stosunek rządzących do obywateli. Interesują się obywatelem głównie jako: a) płatnikiem podatków, b) głosem wyborczym. A cel jest jeden: zdobyć władzę albo ją utrzymać, w zależności, czy jest się na wozie, czy pod wozem. A władza jest potrzebna nie po to, aby czynić świat lepszym, ale po to, aby ją umocnić i w niej trwać. Oczywiście autostrady, służba zdrowia, szkolnictwo są ważne, ale na tyle, na ile nie zżerają środków potrzebnych na inne cele, jednocześnie nie powodując frustracji owocujących „niewłaściwymi” zachowaniami przy urnie wyborczej.

Historia Polski ostatnich 27 lat to kapitalne studium, czym jest władza w młodej i niesamodzielnej demokracji. Niesamodzielnej, bo poddanej międzynarodowej kontroli i dążącej do ustalonych z góry wzorców. Tej „niesamodzielności” zawdzięczamy nasz

rozwój gospodarczy. Temu, że wskaźnik PKB na głowę zwiększył się od 1990 r. ponad dwukrotnie i że Polska gospodarka stara się na stałe wejść do pierwszej dwudziestki najbardziej rozwiniętych krajów świata, sprzyja wiatr wiejący od Zachodu. Choć nigdy nie wiadomo, kiedy przestanie. Wszak nawet pasatowe monsuny czasem cichną i „ryczące czterdziestki” mogą zawodzić zbyt ambitnych żeglarzy. Z tym że my chyba do nich się nie zaliczamy, bo nasi rządzący inaczej rozpisują scenariusze, a w nich gospodarka to samograj. Co najwyżej trzeba pilnować spółek Skarbu Państwa, bo to wehikuł wyborczy.

Najbardziej przykre jest to, że niezależnie od opcji rządzącej nie potrafimy osiągnąć adekwatnych do sukcesów ekonomicznych standardów życia i poziomu usług społecznych. Wszystko, co państwowe, rządowe czy samorządowe, jest siermiężne i kiepskie. Systemy obsługi obywatela na każdym poziomie kuleją. Ostatnie informacje o działaniu choćby systemu CEPiK są powalające. Doświadczona pani minister od cyfryzacji realizuje projekt informatyzacji jednego z głównych w państwie systemów danych swoją własną ekipą i z powodów politycznych nakazuje jego odpalenie, a potem obywatel, aby zarejestrować pojazd, musi stosowny urząd odwiedzić kilka razy, bo „komputer” nie drukuje dowodu rejestracyjnego. Wstyd pod niebiosa! I my mamy uwierzyć, że „centralizacja”, „repolonizacja”, „dekoncentracja” i jeszcze parę „re” i „de” podniesie nasz standard życia. Jeśli taki fachowiec popełnia błędy, to jak to może wyglądać w innych sferach i u ministrów cieszących się gorszą opinią?

Zatem dlaczego władza dąży do autarkii i onnipotencji? Dlaczego mimo wszystko chce skupić całość naszego życia społecznego w swoich rękach? To proste: bo każda „władza lubi tych, do których dopłaca”. Tak było za komuny i tak jest dziś. Ta forma dobrego szafarza, który uległych nagradza (vide 500+), a złych karze (vide domiary VAT za „niezachowanie staranności”), to marzenie każdego rządcy. Dlaczego? Ano dlatego, że zazwyczaj nawet pies nie gryzie ręki, która mu daje kość, i odgania psy z innego podwórka, aby mu jej nie zabrały. Moment, w którym władza liczy na naszą „psią wierność”, to ta chwila, w której długopisem nad kartą wyborczą. To jedyny czas, kiedy możemy władzę „polizać” albo „ukąsić”. Ważne, aby wiedzieć, dlaczego jedną z tych czynności wykonujemy. I musimy pamiętać, że następna okazja, aby władzy pokazać nasz wybór, nie nastąpi za miesiąc. Wielu z naszych obywateli o tym zapomina. Traktuje głosowanie jak plebiscyt czy sondaż. A potem kilkanaście godzin traci na zarejestrowanie samochodu czy boi się pójść na spacer z dzieckiem 11 listopada. A ponadto znakomita większość nie dostrzega między tymi zdarzeniami związku przyczynowo-skutkowego. I na to liczy władza. Na naszą krótką pamięć, na psie odruchy, na lenistwo intelektualne, na ciche skamlenie zamiast buntu.

Może zmieni to nowe pokolenie, którego emanacją jest protest lekarzy rezydentów. Ich sprzeciw nosi fundamentalnie inny charakter od tego, co znaliśmy dotąd. Jest wielkim wołaniem (nie skamleniem!) o normalność, o przyzwoitość, o właściwe standardy pracy i życia. Większość socjologów opisujących ten bunt podkreśla uniwersalizm protestu, choć wypływający z partykularnych pobudek. Jeśli będzie skuteczny, może pociągnąć za sobą inne zawody, np. pracowników wymiaru sprawiedliwości, nauczycieli, służby mundurowe. Co może być czynnikiem sukcesu tych protestów? Jeden fakt, co prawda statystyczny, ale istotny: oni niczego już nie muszą. Nawet nie muszą zostawać w Polsce. Podobno w czasie głodówki młodych lekarzy odwiedziło więcej headhunterów reprezentujących instytucje medyczne z Europy Zachodniej niż polityków. Oferowali im natychmiastowe zatrudnienie w swoich placówkach za bardzo dobre pieniądze. Realizacja scenariusza emigracji młodych i wykształconych jest dla władzy naprawdę groźna. Nie dość, że uciekają głosy, to w dwójnasób ucieka kasa. Raz jako nakład na państwowy system kształcenia, a dwa jako niezapłacona tu i teraz składka emerytalna.

Ciągłe myślenie w kategorii utrzymania i możliwości utraty władzy ubezwłasnowolnia. Powoduje, że nie ma sensu budowa żadnych pozytywnych i pozytywistycznych

(związanych z pracą u podstaw) programów ani strategii. Możemy stać się Włochami z lat 60. i 70 XX wieku, kiedy to rządy zmieniały się kilka razy w roku, a najbardziej cieszyło to mafię na południu, którą nikt się nie zajmował. Ba, która w pewnych zadaniach zastępowała państwo i organizowała społeczność lokalną, niejako wypełniając pustkę po „państwie teoretycznym”.

Czy to przewiduję dla Polski w nadchodzącym roku? Nie, choć takiego scenariusza nie mogę wykluczyć. Obcięte do minimum nakłady na inwestycje, brak poważnej wizji rozwoju, fantasmagorie w stylu Obrony Terytorialnej, Centralnego Portu Komunikacyjnego, inwestowanie w szkodliwy ekologicznie węgiel czy kolejne 500+ dla kogokolwiek – to droga do słabej edukacji, niewydolnej służby zdrowia, jeszcze niższego poziomu usług społecznych, większej emigracji młodych i starzejącej się populacji. To wizja rozwoju krainy domów starców utrzymywanych z pieniędzy przesyłanych serwisem Western Union. Przegięnam? Obym przesadzał! Straszę PiS-em? Nie, straszę nieodpowiedzialnością polityków ze wszystkich nurtów i partii. Oni się wyżywią, jak mówił 30 lat temu główny propagandzista PRL-u. A my w naszym kunktatorstwie wyborczym, przenosząc głosy na efemerydy, zabijemy sens demokracji. Poza PSL żadna z partii politycznych III RP nie doczekała swojego 15-lecia. Taką mamy stabilność i ciągłość władzy. Niby twarze te same od lat, a partie coraz to nowe i życie polityczne coraz brutalniejsze i mniej produktywnie.

Jak widać, nie ma we mnie głębokich pokładów optymizmu, którymi mógłbym się podzielić z czytelnikami. Jedynie, co człowieka trzyma, to świadomość, że Święta tuż, tuż, że niedługo pierwszy śnieg, że dzień coraz dłuższy, że niebawem wiosna. A rok 2018 zapowiada się biznesowo nawet ciekawiej niż ten, który odchodzi powoli do historii.



Wojciech Urbanek

zastępca redaktora naczelnego

Cyfrowy detoks. Na Święta.

Długopisy i rozum do lamusa?

FASCYNACJA NOWYMI TECHNOLOGIAMI CORAZ CZĘŚCIEJ PRZYBIERA GROTESKOWĄ POSTAĆ. O ILE TRUDNO SIĘ DZIWIĆ ZACHOWANIU DZIECI, O TYLE POSTĘPOWANIE WIELU RODZICÓW ZACZYNA WRĘCZ NIEPOKOIĆ.

Niedawno brałem udział w miłym spotkaniu towarzyskim, w gronie dawnych i mniej dawnych znajomych. Przy lampce wina wspominaliśmy minione wakacje, snuliśmy plany na sylwestra, rozmawialiśmy o pracy. Ale, jak to często w takich przypadkach bywa, konwersacja zesłała na temat dzieci, a konkretnie ich edukacji. „Program szkolny jest beznadziejny, zupełnie nieprzystosowany do realiów. Nie rozumiem, w jakim celu nasza Zosia uczy się odręcznego pisania. Przecież wystarczy, że będzie sprawnie posługiwać się klawiaturą” – żaliła się jedna z koleżanek.

Jej utyskiwania tym razem zbyłem milczeniem, ale jak się później dowiedziałem, podobnie jak ona myślą w postępowej Finlandii. Już trzy lata temu rząd tego kraju zapowiedział powolne wycofywanie ze szkół zajęć z pisania odręcznego, które zastąpi maszynopisanie. A skoro temat nie ogranicza się do luźnych pogawędek towarzyskich, chciałbym jednak wtrącić swoje trzy grosze.

Nie ma co ukrywać, że pisanie na klawiaturze staje się *passé*. To zajęcie dla babci i dziadka. Wnuki śmigają sprawnymi paluszkami po dotykowym ekranie, wybierając za pomocą ikonki ulubione rozrywki. Ci najsprytniejsi korzystają z komend głosowych bądź pomocy inteligentnego osobistego asystenta, takiego jak na przykład Siri. Dlatego niebawem może się okazać, że nauka maszynopisania to pomysł z gatunku banalnych. Przecież wystarczyłyby podstawowe lekcje abecadła, dzięki którym dzieciaki będą mogły przeczytać posty na Facebooku i menu w McDonalddie. Czego chcieć więcej? Z listy przedmiotów szkolnych powinny ponadto jak najszybciej zniknąć również lekcje matematyki i geografii. Wszak nawet najtańszy smartfon jest wyposażony w kalkulator i mapy Google'a, które zaprowadzą nasze latorośle w dowolny zakątek globu.

Zosia, poruszająca się w świecie nowych technologii jak ryba w wodzie, za kilkanaście lat wejdzie w dorosłe życie. Jej rodzice wierzą, że będzie szczęśliwa i zajmie eksponowane stanowisko w dużej korporacji. Oby tak się stało. Jednak na świecie nie brakuje osobników szukających dziury w całym. Taki chociażby Simon Sinek, mówca motywacyjny i autor książek biznesowych, przyglądając się karierom millenialsów, dochodzi do ciekawych, nieco alarmujących wniosków. „Obserwuję niesamowitą grupę młodych, fantastycznych ludzi, którzy dostali złe rozdanie, nie z ich winy. Potem umieszczamy ich w korporacyjnym środowisku, które bardziej dba o krótkoterminowe zyski niż długoterminowe życie młodego człowieka. To nie pomaga im w nawiązaniu relacji, nabywaniu umiejętności współpracy, sprostaniu wyzwaniom cyfrowego świata czy odnalezieniu równowagi wewnętrznej” – wylicza Simon Sinek.

Te słowa powinny przynajmniej część rodziców skłonić do głębszej refleksji. Tym bardziej że zbliżające się święta Bożego Narodzenia są doskonałą okazją, żeby porozmawiać o życiu i tych tzw. najważniejszych sprawach w rodzinnym gronie. Bez smartfonów.



SZUKASZ PRACOWNIKÓW W BRANŻY IT?

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





GDY TECHNOLOGIE WSPÓŁPRACUJĄ NIEZAWODNIE, ŁATWIEJ O NASZĄ WSPÓŁPRACĘ

Misją firmy Vertiv jest tworzenie świata, w którym technologie o znaczeniu krytycznym działają niezawodnie. Zintegrowaliśmy możliwości kompleksowej infrastruktury technologicznej pod jedną marką, aby ułatwić naszym Partnerom dotarcie do rynku z najbardziej innowacyjnymi rozwiązaniami i wspierać ich gotowość do podejmowania codziennych wyzwań ich Klientów. Dokładamy wszelkich starań, aby pomóc naszym Partnerom w rozwoju ich działalności, zwiększeniu zysków i zdobyciu pozycji lidera w swoim segmencie rynku.

**To już rok naszej działalności pod nazwą Vertiv.
Dziękujemy za zaufanie i dotychczasową współpracę!**

Avocent® Liebert® Trellis™ Knürr

Zostań partnerem Vertiv: www.vertivco.com/partners



YOUR VISION, OUR PASSION



**ZDALNE ZARZĄDZANIE
INFRASTRUKTURĄ IT**

