

kwiecień 2014 [www.crn.pl](http://www.crn.pl)

ISSN 1429-8945

historia

# CRN

WYDANIE OKOLICZNOŚCIOWE

## 25 lat polskiego ryнку IT

przeszłość - teraźniejszość - przyszłość

# Firmy

25-lecia polskiego rynku IT



Redakcja CRN Polska  
ogłasza listę laureatów  
nagrody Firma 25-lecia  
polskiego rynku IT.\*  
Wyróżniliśmy  
przedsiębiorstwa, które  
współtworzyły rozwój  
naszej branży co najmniej  
od początku lat 90.  
Gratulujemy!

**Action**  
**Comarch**  
**Insert**  
**NTT System**  
**Veracomp**  
**Wilk Elektronik**

\* Braliśmy pod uwagę polskie firmy kierowane od momentu założenia do dzisiaj przez te same osoby. Wyboru dokonywaliśmy w kategoriach: dystrybutor broadline, dystrybutor VAD, integrator, producent oprogramowania, producent PC, producent podzespołów IT.

## SPIS TREŚCI

- 4 Polska myśl komputerowa
- 8 Opowieści o komputerach
- 11 **Commodore C64** – ośmiobitowiec nr 1
- 12 **Ever** przekracza granice
- 13 **Marek Bigaj**: jestem spokojny o przyszłość
- 15 Dyskretny zapach lutownicy
- 16 **Wiesław Wilk**: lubię ryzyko
- 18 **Dell**: najbardziej lokalna międzynarodowa marka
- 20 Na początku były kluby
- 24 **Tomasz Mazur**: od Jaguara do Xboksa
- 26 **Dystrybucja IT**: zostali najlepsi
- 32 **Tech Data**: dystrybucja bez kompromisów
- 34 **AB**: przyszłość zaczyna się dziś
- 37 Przyszłość kanału dystrybucyjnego
- 40 **Alstor**: eksperci od dystrybucji z wartością dodaną
- 41 **Adam Zwierzyński**: profesjonalne wsparcie jest w naszym DNA
- 42 **IDC**: na początku był pecet
- 46 **Dariusz Wichniewicz**: z odpowiednią usługą w odpowiednim czasie i miejscu
- 49 **Wojciech Życiński**: usługi w chmurze – rewolucja dla partnerów firm sektora MSP
- 50 **Branża IT** wczoraj i dziś
- 54 Jubileusz, miła rzecz



# Chwila przerwy

Tytuł naszego dodatku jest nieco mylący. Polska branża informatyczna nie ma bowiem 25 lat, ale co najmniej dwa razy tyle. Jednak to właśnie w czasie ostatniego ćwierćwiecza (1989 – 2014) powstał nasz rynek IT w takim kształcie, w jakim widzimy go dzisiaj. Polska myśl informatyczna w epoce PRL-u, choć czasami błyskotliwa, właściwie nie miała żadnego wpływu na obecny stan rodzimej branży IT. Nie dorobiliśmy się polskich odpowiedników na miarę IBM-a, HP, Intela, Microsoftu czy Apple'a. Przy czym nie chodzi o wielkość, ale wiek wymienionych firm. Dlaczego tak się stało, wszyscy doskonale wiemy. Na szczęście w końcu przyszedł rok 1989, w którym rozwój polskiego rynku komputerowego przyspieszył tak, jak nigdy wcześniej. I nadal pędzi. Spróbujmy choć przez chwilę zatrzymać się, aby pomyśleć o tym, co będzie.

**TOMASZ GOŁĘBIOWSKI**  
Redaktor naczelny

## Partnerzy wydania



### CRN COMPUTER RESELLER NEWS POLSKA

WYDANIE OKOLICZNOŚCIOWE  
kwiecień 2014  
ISSN 1640-9183

**REDAKCJA:** 00-034 Warszawa, Warecka 11a  
tel. (22) 44-88-000, redakcja@crn.pl,  
www.CRN.pl

Tomasz Gołębiowski **tg**o (redaktor naczelny)  
tomasz.golebiowski@crn.pl, tel. (22) 44-88-488  
Dorota Gutkowska **dg** (sekretarz redakcji)  
dorota.gutkowska@crn.pl, tel. (22) 44-88-350  
Karolina Marszałek **km**  
karolina.marszalek@crn.pl, tel. (22) 44-88-459  
Krzysztof Pasławski **kp**  
krzysztof.paslawski@crn.pl, tel. (22) 44-88-495  
Krzysztof Jakubik **kj**  
krzysztof.jakubik@crn.pl, tel. 660-73-30-90  
Tomasz Janos **tj** tomaszjanos@crn.pl  
Rafał Janus **rj** rafal.janus@crn.pl  
**FELIETONY:** Ireneusz Dąbrowski i IDC

**ŁAMANIE I GRAFIKA:** Aneta Mikulska  
**FOTOGRAFIA NA OKŁADCE:**  
© ra2 studio – Fotolia.com  
**FOTOGRAFIE:** Marek Zawadzki, archiwum  
**KOREKTA:** Katarzyna Winstal

**KIEROWNIK PRODUKCJI:** Tomasz Gajda  
tomasz.gajda@burdamedia.pl  
**KOORDYNATOR PRODUKCJI:** Jan Kutyna  
jkutyna@burdamedia.pl  
**PRENUMERATA:** prenumerata@crn.pl

**WYDAWCA:**  
Burda Communications Sp. z o.o.  
02-674 Warszawa, Marynarska 15

**ZARZĄD:**  
**Regional Director Poland & Czech Republic:**  
Margaret Ann Dowling  
**Prezes:** Magdalena Malicka  
**Prökurent/Chief Financial Officer:**  
Tomasz Dziekan

**Doradca Zarządu ds. Edytorskich:**  
Krzyszyna Kaszuba  
**Dyrektor Wydawniczy:** Edyta Pudłowska  
**Brand Manager:** Ewa Korzańska,  
tel. (22) 44-88-404, ewa.korzańska@burdamedia.pl

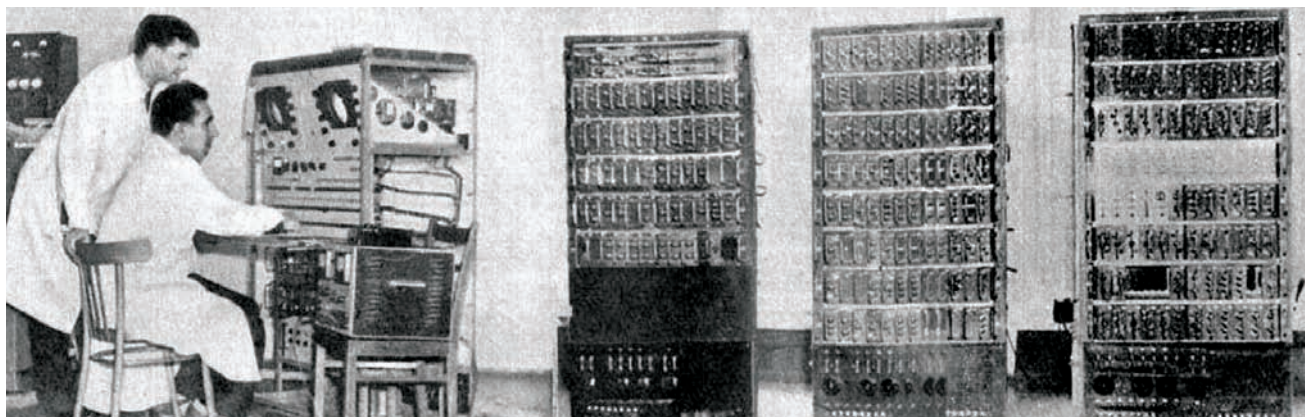
**REKLAMA:** Burda Media Polska Sp. z o.o.  
02-674 Warszawa, ul. Marynarska 15  
tel. (22) 360-36-03, faks (22) 360-39-80

**Commercial Director of Advertising Sales,  
Corporate Publishing & Business Development:**  
Barbara Topol  
**Sales Director Men & Special Interest:**  
Katarzyna Nowakowska  
**HANDLOWCY:**  
**Head of Sales:**  
Agata Myśluk, tel. (22) 360-36-75,  
agata.myśluk@burdamedia.pl  
**Senior Account Executive:**  
Piotr Ciechowicz, tel. (22) 360-36-76,  
piotr.ciechowicz@burdamedia.pl

**Senior Sales Coordinator:**  
Anna Jelen, tel. (22) 360-36-71,  
annajelen@burdamedia.pl  
**PROJEKTY SPECJALNE:**  
Jacek Goszczycki, tel. (22) 360-36-78  
jacek.goszczycki@burdamedia.pl

**Head of Digital Sales:**  
Kamil Kopka, tel. (22) 360-38-94  
kamil.konopka@burdamedia.pl  
**Group Account Manager:**  
Dominik Ulański, tel. (22) 360-38-90  
dominik.ulanski@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 Izby Wydawców Prasy



# Polska myśl komputerowa

Przeskok technologiczny od analogowych komputerów, zbudowanych z 400 lamp elektronowych, do wydajnych stacji roboczych zamkniętych w obudowach notebooków, miał miejsce tu, w Polsce, na przestrzeni 60 lat.

**BARTŁOMIEJ DRAMCZYK**

**G**dyby zapytać przypadkowego przechodnia w dowolnym wieku, jakie polskie komputery, tablety czy smartfony może dziś kupić w sklepie, prawdopodobnie zamyśliłby się, podrapał po głowie i udzielił odpowiedzi: nie wiem. A jednak są: nasze rodzime marki, kreowane niekiedy przez lata, a czasem bardzo szybko wyrastające na potęgę w swoim segmencie rynku. Zanim jednak pojawiły się najnowsze rodzime pecety i tablety, już dawno w Polsce powstawały – projektowane od podstaw – maszyny analogowe i komputery (nie mylić z minikomputerami i komputerami osobistymi).

## INFORMATYKA JAKO POCHODNA MATEMATYKI

Największy powojenny projekt opracowany przez Grupę Aparatów Matematycznych Państwowego Instytutu Matematycznego (GAM) zyskał nazwę Analizatora Równań Różniczkowych. Ta zbudowana przez zespół Leona Łukasiewicza na bazie lamp elektronowych maszyna, służąca do rozwiązywania układu ośmiu równań różniczkowych zwyczajnych pierwszego rzędu, sięga korzeniami 1948 r. Otóż 23 grudnia w gmachu Zakładu Fizyki Doświadczalnej przy ul. Hożej w Warszawie odbyło się spotkanie zorganizowane przez profesora UW Kazimierza Kuratowskiego, na które zostali zaproszeni wybitni matematycy i logicy tamtych czasów. Inspiracją dla matematyków, prognozujących wykorzystanie maszyn liczących w badaniach matematycznych, był ENIAC – analogowy komputer złożony z 18,8 tys. lamp elektronowych. W zrujnowanej wojną Warszawie, pozbawiony początkowo siedziby zespół projektantów, niemający odpowiedniego praktycznego doświadczenia, rozpoczął prace nad pierwszym polskim komputerem analogowym: Analizatorem Równań Różniczkowych. Dziś możemy oglądać tę maszynę, składającą się z sześciu potężnych modułów wielkości



ANALOGOWY ANALIZATOR RÓWNAŃ RÓŻNICZKOWYCH, 1953 R.

szafy, w Muzeum Techniki w Warszawie. Kluczowym elementem, który zadecydował o rozwoju polskich komputerów w GAM, było opracowanie ultradźwiękowej pamięci rtęciowej, wykorzystywanej w późniejszych projektach.

## PRZED E-MAILEM BYŁ EMAL

Z kolei pierwszy polski cyfrowy komputer powstawał w latach 1953–1955. EMAL, bo tak się nazywał, nigdy nie został ukończony. Powodem był brak materiałów o odpowiedniej jakości. Wiemy jednak, że w jego wnętrzu znajdowało się 1000 lamp elektronowych i pamięć rtęciowa (512 słów o długości 40 bitów mieszczących się w 32 rurach z rtęcią). W sumie aż do 1958 r. musieliśmy czekać na oficjalną premierę pierwszego rodzimego komputera cyfrowego – XYZ (wzorowanego na architekturze IBM 701). Dzięki szybkiej pamięci akustycznej XYZ mógł wykonywać ok. 800 operacji na sekundę.

Następnie, w roku 1961, powstaje ZAM-2, który był udoskonaloną wersją komputera XYZ. Zarówno XYZ, jaki i ZAM-2 miały w swoich „szafkach” pamięci bębnowe i rtęciowe ultradźwiękowe o czasie dostępu 0,5 ms. W ciągu trzech lat wyprodukowano jedynie 12 maszyn tego typu. Dwa lata później światło dziennie ujrzał prototyp ZAM-41, wyposażony w pamięci ferrytowe i bębnowe oraz taśmy magnetyczne wykorzystywane do składowania danych. W sumie powstało 16 maszyn typu ZAM-41.

Jednak pierwszym seryjnie produkowanym polskim komputerem był UMC-1. Maszynę zbudowano wyłącznie na bazie lamp elektronowych i pamięci bębnowych. Pierwsze 5 egzemplarzy przygotowała Politechnika Warszawska, zaś po przekazaniu dokumentacji Elwro do użytku weszło kolejne 25 urządzeń.

## NAJLEPSZE KOMPUTERY BLOKU WSCHODNIEGO

Na początku 1959 r. powstaje państwowe przedsiębiorstwo o nazwie Wrocławskie Zakłady Elektroniczne Elwro. Partia zdecydowała, że Elwro ma być fabryką polskich komputerów. Zaczęło się od cyfrowego przelicznika S-1, który posłużył za bazę do opracowania prototypu maszyny cyfrowej Odra 1001 w 1961 r. Późniejsze modele Odry z serii 1300 były zgodne z komputerami ICL 1904 firmy International Computers and Tabulators. Kontrakt zawarty w 1967 r. doprowadził do zbudowania w 1970 r. ośmiu maszyn Odra 1304 i zbioru współpracujących z Odrą urządzeń wejścia/wyjścia: czytników kart perforowanych, drukarek →

# ZARYS HISTORII KOMPUTERÓW

**1943** – ENIAC (Electronic Numerical Integrator And Computer) – komputer analogowy zbudowany z 18,8 tys. lamp elektronowych



**1953** – Analizator Równań Różniczkowych – polski komputer analogowy zbudowany z ponad 400 lamp elektronowych



**1958** – IBM 709

**1958** – XYZ

**1961** – ZAM-2, UMC-1, Odra 1001

**1962** – Odra 1002

**1963** – ZAM-41

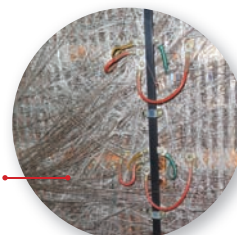
**1964** – Odra 1003

**1965** – DEC PDP-8 (pierwszy minikomputer, kosztował 18 tys. dol.)

**1968** – ILLIAC IV (superkomputer złożony z ponad 1 tys. tranzystorów)

**1970** – K-202

**1973** – Xerox PARC Alto – pierwszy komputer z interfejsem graficznym, Odra 1305 (na licencji ICL)



**1974** – Mera 300

**1975** – MITS Altair 8800 (pierwszy domowy komputer)

**1976** – Apple I, superkomputer CRAY-1, Mera 400

**1977** – Apple II, Tandy TRS-80, Commodore Pet, Atari 2600

**1979** – Atari 400, Atari 800, SM-3

**1980** – Apple III, ZX-80

**1981** – Osborne 1 (przenośny komputer), IBM PC, Epson HX-20, BBC Micro, SM-4



**1982** – Commodore 64, ZX Spectrum, Compaq Portable

**1983** – IBM PC jr., IBM PC XT, Apple Lisa, Acorn Electron, Atari 800 XL, Meritum, Unipolbrit 2086



**1984** – Apple Macintosh (z graficznym interfejsem użytkownika), IBM PC/AT, Amstrad CPC 464

**1985** – Amiga 1000, Atari 65XE, Atari ST



**1986** – Elwro 800 Junior, Mazovia

**1987** – Amiga 2000, Amiga 500

**1990** – NeXT Turbo Dimension Cube, Amiga 3000

**1992** – Amiga 1200, Amiga 4000

**1997** – Nokia 9000i Communicator (pierwsze mobilne urządzenie umożliwiające łączenie się z Internetem)



**1998** – Apple iMac

**2001** – Microsoft Tablet PC, Siemens Simpad (tablet)

**2010** – Apple iPad

**2012** – Raspberry Pi, Microsoft Surface



→ wierszowych, terminali, pamięci taśmowych. Odra 1304 oprócz systemu operacyjnego oferowała już możliwość tworzenia programów w językach COBOL, ALGOL i FORTRAN. Istniała również bogata, jak na owe czasy, biblioteka obejmująca tysiąc programów.

W lata 70. wkraczaliśmy z najlepszymi komputerami w całym tzw. bloku wschodnim. Jeśli chodzi o serię 1300 (modele 1304, 1305, 1325), to wyprodukowano aż 578 egzemplarzy. Dwa modele Odry 1305 pracowały w PKP aż do 2010 r. Pierwszy, który wyłączono 1 kwietnia tamtego roku, obsługiwał System Kierowania Pracą Stacji. Pomagał zarządzać składem i rozrządem wagonów towarowych na siedmiu stacjach Dolnego Śląska i Opolszczyzny. Maszyna wykorzystywana była do rejestracji online i obliczeń związanych m.in. z siłą hamowania składów oraz ich optymalizacją. Ten model Odry pracował w systemie 24/7 przez 25 lat. Celem zapewnienia bezustannego działania w odwodzie trzymano drugi system komputerowy. Znajdował się w Ośrodku Informatyki PKP w Lublinie i wyłączono go miesiąc później.

## CUD NAD ODRA

Odra okazała się fenomenem w standardzie RIAD (kompatybilność w zakresie oprogramowania) wymuszonym przez specjalistów z Moskwy w 1968 r. Polska maszyna najszybciej realizowała testowy program zawierający milion operacji, opracowany przez Czechosłowacką Akademię Nauk. Wojskowa wersja Odry 1325 (Rodan 10) posłużyła 27 marca 1999 r. do namierzenia i zestrzelenia samolotu F-117 Nighthawk. Ten myśliwiec bombardujący był niewidzialny dla radarów, ale Rodan 10 nie tylko wychwycił jego obecność, ale także bezbłędnie zdiagnozował, że to maszyna produkcji amerykańskiej. W latach, kiedy programowano opisywany komputer, USA były wrogiem numer jeden, więc polska maszyna, w której zapisane były parametry amerykańskich samolotów bojowych, bezwzględnie wszczęła alarm. Serbska obrona przeciwlotnicza niemal natychmiast wydała rozkaz do ataku, który został przeprowadzony przez poradziecką baterię raketową. Amerykanie byli w szoku, bo razem z samolotem w utracili przekonanie o tym, że radary i komputery Układu Warszawskiego nie mają prawa wykryć myśliwca klasy stealth. Stał się jednak cud i stara polska myśl techniczna okazała się lepsza niż naszpikowane najnowocześniejszymi systemami militarne cacko na usługach supermocarstwa.

## ERA MAŁEGO KOMPUTERA

Wrocławskie Zakłady Elektroniczne Mera (których częścią od 1964 r. stało się Elwro) to istotny punkt na mapie polskich wytwórców komputerów. Me-

ra odpowiada za pierwsze opracowane w latach 70. minikomputery. Znacznie mniejsze od mieszczącej się w pokaźniej szafie Odry, a więc: K-202, Mera 300/400 oraz SM-4. Jacek Karpiński, uznawany za twórcę 16-bitowego komputera K-202, wprowadził do maszyn stronicowanie pamięci, co umożliwiało wykorzystywanie pamięci operacyjnej o trudnej wówczas do wyobrażenia pojemności 8 MB. Łącznie wyprodukowano ok. 130 egzemplarzy K-202. Posłużyły jako wzorzec do opracowania 16-bitowej Mery 400, wytwarzanej w latach 1978–1987.

Początek lat 80. przetoczył się przez mieszkania i domy potężną, 8-bitową falą uderzeniową. To właśnie wtedy Atari debiutowało z modelami 400 i 800, które stanowiły bazę do zbudowania popularnych w Polsce Atari 800XL i Atari 65XE. W tamtym okresie Commodore wprowadził do sprzedaży cieszący się największym powodzeniem komputer wszechczasów Commodore 64, zaś Brytyjczyk Clive Sinclair zasłużył na szlachecki tytuł „sir” za projekt ZX Spectrum. Polacy, wciąż oddzieleni murem berlińskim od tętniącej życiem komputerowej rzeczywistości, uczyli się budować własne maszyny. W tym celu sprowadzali (często w podręcznym bagażu) niezwykle wynalazki zachodniej cywilizacji. Oba najpopularniejsze polskie komputery powstały właśnie na bazie zachodnich pomysłów.

Pierwszy z nich – Meritum – powstał w zakładach Mera-Elzab w 1983 r. Maszynę zamknięto w drewnianej obudowie, dla niepoznaki pomalowanej niebieską farbą. Była ubogim bratem Tandy-Radio Shack 2, z bijącym sercem sklonowanego układu Z-80. Nieco później, w 1986 r., Elwro buduje Juniora – zgodny z ZX Spectrum komputer umieszczony w obudowie od zabawkowego, elektronicznego syntezatora Elwirka (stąd obecność... podstawki na nuty). Junior stał się nieodłącznym elementem szkolnych pracowni komputerowych końca lat 80. i pierwszej połowy lat 90. Dzięki opcji pracy w sieci Junet, łączącej Juniory z komputerem nauczyciela, możliwe było udostępnianie aplikacji uruchamianych z dyskietek. Niestety, zawodność Junetu i trudny dostęp do urządzeń perifereryjnych okazały się przyczynkiem do upadku



## Najszybsze notebooki na świecie? Made in Poland!

Doskonały sposób na zagospodarowanie niszy znalazła białostocka firma XNOTE, obierając za swój cel użytkowników, którzy wymagają od sprzętu jak największej mocy obliczeniowej i wydajności, dla których liczą się FPS-y w grach, szybka transmisja danych z dysku, możliwość precyzyjnego doboru komponentów komputera. Właśnie z myślą o nich powstała marka XNOTE. Jeśli kogoś stać na 8-rdzeniową stację roboczą z 3-dyskowym RAID-em SSD i nVidią Quadro K5100M opakowaną w notebooka ważącego 6 kg, polski producent chętnie złoży i dostosuje maszynę do zaleceń klienta.



## Wojskowa wersja Odry 1325 (Rodan 10) posłużyła Rosjanom 27 marca 1999 r. do namierzenia i zestrzelenia amerykańskiego myśliwca F-117 nad Serbią.

Juniorów. Planowano wprawdzie sprzedaż edycji 804 z wbudowaną stacją dyskietek 3,5", jednak poza krótką prototypową serią liczącą około 200 egzemplarzy Junior 804 nigdy nie zagościł w polskich domach.

### **MAZOVIA: ZGODNA Z IBM PC**

Poważnym krokiem, mającym na celu zbudowanie polskiego komputera na solidnych podstawach, było utworzenie spółki Mikrokomputery, która w 1984 r. pokazała światu polski klon IBM PC XT. Ze względu na ograniczenia eksportowe CoCom (patrz: przypis na str. 10) części Mazovii musiały być wytwarzane w bloku wschodnim. Komputer miał wydajny odpowiednik 16-bitowego procesora 8086, potrafił wyświetlać polskie znaki, a także zaistniał w filmie „Pan Kleks w kosmosie”. Niestety, wysoka cena oraz kiepska organizacja produkcji i dystrybucji pierwszego polskiego (klona) PC doprowadziły projekt do klęski komercyjnej. Zdołano wyprodukować kilka tysięcy sztuk, zanim Mazovia przegrała walkę z importowanymi z zachodu, tańszymi, bardziej sprawnymi i elastycznymi w zakresie doboru komponentów pecetami.

### **HIPERINFLACJA I CZAS REFORM**

Lata 90. zapamiętamy jako czas reform prof. Balcerowicza, spadek wartości złotych (liczonej w dolarach) oraz okres rozkwitu polskich prywatnych przedsiębiorstw. To, co było przyczyną przegranej Mazovii, przeobraziło się w ocean możliwości dla rekinów biznesu, które miały pomysł na złowienie najlepszej zdobyczy: klientów chętnych wydać pieniądze na swój pierwszy komputer. Pod koniec lat 80. powstaje Optimus, NTT System, zaś na początku lat 90.: TCH Components, Veracomp, JTT Computer, Action, APN Promise oraz Wilk Elektronik. Jeśli uważnie przyjrzymy się obudowom leciwych pecetów, oferowa-

nych obecnie na internetowych aukcjach w kategorii „Stare komputery”, prawdopodobnie odnajdziemy kwadratową nalepkę z logo jednej z wymienionych firm, a w ich wnętrzach komponenty polskich dystrybutorów. Najbardziej dynamiczny okres sprzedaży komputerów osobistych zaowocował szybkim spadkiem cen i... lekceważącym podejściem klientów do wzornictwa. Przyzwyczajeni do oryginalnego designu Atari, Commodore'a czy Amigi, nagle zaczęliśmy upychać pod biurkami pecety w jak najtańszych obudowach.

Wiele powstałych w latach 90. polskich firm zajmujących się sprzedażą komponentów komputerowych i komputerów istnieje do dziś. Te, które nie przetrwały (Optimus, JTT Computer), do dziś prowadzą ze skarbówką boje o odszkodowania. Na mapie polskich przedsiębiorstw są również bardziej optymistyczne akcenty. Umiejętne dostosowanie się do warunków rynkowych pozwoliło wyrosnąć takim firmom jak ARAM czy Eureka Soft & Hardware. W obu przypadkach mamy do czynienia z dawnymi potentatami w zakresie osprzętu i oprogramowania do komputerów Amiga. Teraz ARAM to największa w Polsce firma zajmująca się organizacją i obsługą konferencji oraz imprez. Z kolei Eureka zmieniła się w instalatora systemów telewizji przemysłowej i narzędzi umożliwiających kontrolę czasu pracy.

Jedną z rynkowych ikon jest Wilk Elektronik, powszechnie znany producent nośników danych i modułów RAM. Firma zaczynała 23 lata temu w Tychach, zatrudniając dwóch pracowników. W ciągu sześciu lat stała się głównym dostawcą pamięci RAM w Polsce. Po zmianie siedziby w 2003 r. stolica polskich pamięci znalazła się w Łaziskach Górnych, 18 km od Katowic. Dziś Wilk Elektronik zatrudnia ponad 140 osób, a linia produkcyjna zajmuje powierzchnię 3 tys. m.kw.

### **MODA NA SMARTFONY I TABLETY**

Kiedy przechadzamy się po centrach handlowych, nasze zmysły są atakowane przez nazwy egzotycznych marek odzieżowych. Gdyby poświęcić kilka minut na poszukiwanie firm, które stoją za tymi markami, okazałoby się, że ich producenci mają swoje siedziby w Polsce. Nie inaczej jest w przypadku nowoczesnych smartfonów i tabletów. Polski rynek opanowały rodzime marki. Nie trzeba szukać daleko. W przypadku tabletów to: Manta, Kyano, Goclever, Colorovo, Kruger&Matz, myTab, NTT czy Modecom. Na rynku smartfonów mamy Modecom, NTT, myPhone czy Pentagonam. Większość nazw brzmi obco dla ucha przeciętnego klienta, ale każda z nich powstała na zlecenie polskich firm.

# Opowieści o komputerach

W pobliżu Dworca Głównego w Katowicach, na placu Oddziałów Młodzieży Powstańczej 1, w niepozornej kamienicy mieści się niezwykła instytucja będąca nowością na mapie miasta – muzeum tętniące elektrycznym życiem kilku-, kilkunasto- i kilkudziesięcioletnich maszyn. CRN Polska rozmawia z **Krzysztofem Chwałowskim**, dyrektorem Muzeum Historii Komputerów i Informatyki, oraz **Piotrem Fuglewiczem**, członkiem Rady Muzeum.

**CRN** Czy jeden z najmłodszych wynalazków ludzkości, komputer, zasłużył już na miejsce w muzeum?

**PIOTR FUGLEWICZ** Jak najbardziej. Tempo wdrażania i starzenia się urządzeń wciąż przyspiesza. Pół wieku – a tyle mają nasze najstarsze eksponaty – to kilka generacji takich urządzeń. Przemykały przez nasze życie w takim tempie, że nie nadążaliśmy ich zapamiętywać.

**CRN** Polacy budowali komputery już przed zmianą ustrojową. Mamy w tym zakresie jakieś poważne osiągnięcia?

**PIOTR FUGLEWICZ** Wybitnie poważnych nie, bo materia nie nadążała za duchem. Wprawdzie koncepcyjnie polskie komputery z lat sześćdziesiątych, siedemdziesiątych i osiemdziesiątych w niczym nie ustępowały myśli światowej, ale niestety baza techniczna oraz organizacja pracy powodowały, że wykonawczo nie doganialiśmy Zachodu. Poczestaniem pozostaje fakt, że podobnie do nas mieli się Rosjanie: koncepcje wspaniałe, ale wykonanie jeszcze gorsze od polskiego.

**CRN** Kto przyczynił się do popularyzacji mikrokomputerów w Polsce? Prasa komputerowa, program telewizyjny „Sonda”, a może kluby komputerowe i salony gier zręcznościowych?

**PIOTR FUGLEWICZ** Wszyscy po trochu, ale głównie sami Polacy. Zawsze byliśmy podróżnikami, którzy chętnie przywożą nowinki. A trend był ogólnoswiatowy.

**CRN** 8-bitowe komputery pojawiły się w szkołach jako pierwsze. Na czym mogli pracować uczniowie pod koniec lat 80.?

**KRZYSZTOF CHWAŁOWSKI** Wówczas popularnym komputerem szkolnym był wrocławski Elwro 800 Junior wraz z siecią Junet. Oczywiście w szkołach ciągle funkcjonowały pracownie zbudowane na bazie komputerów Meritum. Do szkół w drugiej połowie lat 80. trafiły także komputery Amstrad-Schneider, Spectravideo i Acorn.



**CRN** Czy Polacy po zniesieniu ograniczeń CoComu\* potrafili odnaleźć się w nowej rzeczywistości? Jakich komputerów nie można było sprowadzać do Polski?

**PIOTR FUGLEWICZ** Praktycznie żadnych poważnych, bo chodziło o wojskowe embargo. Gorszym ograniczeniem CoComu było embargo na elementy do produkcji komputerów i urządzeń pomiarowych. Dobra wiadomość jest taka, że istniało sporo ścieżek obejścia CoComu. Kapitałiści bardzo lubili sprzedawać swoje produkty...

**CRN** Komputer bez oprogramowania nie może istnieć. Jakie firmy powstały w latach 90. i czym w głównej mierze zajmował się nowy przemysł software'owy? Czy brak prawnej ochrony oprogramowania przed kopiowaniem pomógł czy raczej zaszkodził rozwojowi przedsiębiorstw na początku lat 90.?

**PIOTR FUGLEWICZ** Po licznych fuzjach i przejściach największa w Polsce i szósta w Europie firma software-usługowa Asseco stanowi dziedzictwo głównie Prokomu. Innymi dużymi przedsiębiorstwami tego okresu były między innymi: CSBI, Computerland (dziś ich wnukiem jest Sygnity) oraz Softbank. Produkowano i wdrażano głównie oprogramowanie z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem.



PIOTR FUGLEWICZ, CZŁONEK RADY MUZEUM (ZDJĘCIE POWYŻEJ)  
I KRZYSZTOF CHWAŁOWSKI, DYREKTOR MUZEUM



AMSTRAD CPC 464, 8-BITOWY,  
KOMPLETNY SYSTEM DO PRACY  
Z WBUDOWANYM MAGNETOFONEM  
(ZDJĘCIE POWYŻEJ).



ELWRO 800-3 JUNIOR – POLSKI  
KOMPUTER KOMPATYBILNY  
Z ZX SPECTRUM (ZDJĘCIE Z LEWEJ).

**CRN** Komputer Odra... to polski sukces czy nieudany projekt, który zasłużył już na miejsce w muzeum? Jak szybka jest Odra w odniesieniu do współczesnych komputerów? Czy jej konstrukcja jest zbliżona do znanych nam pecetów?

**PIOTR FUGLEWICZ** To polski sukces, który zasłużył na miejsce w muzeum. Ostatnia Odra została wyłączona zaledwie parę lat temu. Pytanie o jej podobieństwo do pecetów świadczy o kompletnej ignorancji społeczeństwa co do istoty prawdziwych komputerów. Niestety, zbyt mało tu miejsca, aby wyjaśnić to dogłębnie. Odpowiedź brzmi: nie! Odra jest tak podobna do PC jak klimatyzowany autokar do dziurawego malucha.

**CRN** Kiedy wyłączono ostatnią wykonującą pracę zawodową Odrę? Gdzie się znajdowała?

**PIOTR FUGLEWICZ** Eksploatacja ostatniego komputerowego systemu teleprzetwarzania, funkcjonującego na bazie procesorów Odra 1305, zakończyła się 30 kwietnia 2010 r. o godz. 22:00 w Ośrodku Informatyki w Lublinie, oddziale spółki PKP.

**CRN** Najbardziej rozpoznawalne polskie komputery to Meritum Mery oraz Elwro 800 Junior. Czy istnieją inne popularne lub ciekawe polskie komputery?

**PIOTR FUGLEWICZ** Polski przemysł był niezły w wytwarzaniu komputerów eksportowanych do krajów RWPG. MERA-60 i SM-4 oraz komputery R-32 (EC 1032) stanowiły cenny produkt eksportowy. Z tymi maszynami sprzedawaliśmy też wiele urządzeń peryferyjnych. Lata 90. otworzyły nasz rynek na świat i uczyniły produkcję dużych komputerów nieopłacalną. Zresztą nie →



DAWNE Dyski TWARDE  
- POKAŻNE ROZMIARY, MAŁA POJEMNOŚĆ.



IBM 3741 - KOMPUTER WBUDOWANY  
W BIURKO (ZDJĘCIE POWYŻEJ).  
MERITUM - POLSKI KLON TRS-80  
(ZDJĘCIE Z PRAWYJ).



→ tylko w Polsce, ale i w całej Europie. Zanik polskiego przemysłu komputerowego był częścią ogólnoświatowego trendu.

**CRN Kiedy mowa o polskiej branży IT, zwykle pada nazwisko nieżyjącego już Jacka Karpińskiego. Co niezwykłego krył w swoim wnętrzu jego procesor K-202?**

**PIOTR FUGLEWICZ** W czasie powstawania był koncepcyjnie porównywalny z najlepszymi minikomputerami owych czasów, jak na przykład Super-Nova (USA) oraz CTL Modular One (Wielka Brytania), i gorszy od PDP-8, a potem PDP-11 (USA). Jednak w odróżnieniu od nich nigdy nie wszedł do masowej produkcji – wyprodukowano i sprzedano około trzydziestu egzemplarzy. Poprawiona i pozbawiona wad prototypu wersja K-202 była wytwarzana pod nazwą MERA-400. Wyprodukowano około sześciuset egzemplarzy tej maszyny, która wszakże nie wywołała rewolucji na rynku. Karpińskiego otacza legenda wyolbrzymiająca jego faktyczne osiągnięcia. W istocie był jednym z kilkuset zdolnych polskich konstruktorów i programistów swoich czasów. W odróżnieniu od nich wyjątkowo nieudolnym we wprowadzaniu swoich pomysłów w życie.

**CRN Czy w Polsce produkowano konsole do gier?**

**KRZYSZTOF CHWAŁOWSKI** Owszem, najbardziej znaną jest Elwro TVG 10 z klasycznym Pongiem. Ta sama gra, w nieco innej konsoli, była oferowana przez gdańskie zakłady Unimor. Natomiast nie weszła do produkcji konsola typu Pong zaprojektowana w ELZAB-ie w Zabrzu. Wytwarzano także w niewielkich ilościach kłony innych konsol znanych na świecie.

**CRN Ile komputerów, minikomputerów i kalkulatorów mieści się w zbiorach Muzeum Historii Komputerów i Informatyki? Czy wszystkie z nich można zobaczyć w Katowicach?**

**KRZYSZTOF CHWAŁOWSKI** W zbiorach zmieści się jeszcze bardzo dużo maszyn. Obecnie kolekcja liczy ponad dwa tysiące komputerów i konsol. Kalkulatory to osobna jej część – ponad dwieście pozycji. Niestety, nie wszystko możemy oglądać w ramach bieżących ekspozycji z uwagi na brak powierzchni wystawienniczej.

**CRN I jeszcze pytanie, które może zaskoczyć młodszych czytelników: ile kilobajtów mieści się na rolce taśmy perforowanej?**

**PIOTR FUGLEWICZ** Na jednym calu taśmy można zapisać 10 bajtów informacji. Kilobajt ma więc długość 2,6 m. Rolka taśmy, w zależności od wielkości, mogła zatem pomieścić od dziesięciu do dwudziestu kilobajtów.

ROZMAWIAŁ **BARTŁOMIEJ DRAMCZYK**

\* **CoCom** – FUNKCJONUJĄCY W CZASACH ZIMNEJ WOJNY KOMITET SKUPIAJĄCY NAJBARDZIEJ ROZWI-  
NIĘTE PAŃSTWA ŚWIATA (M.IN. STANY ZJEDNOCZONE, JAPONIĘ, PAŃSTWA EUROPY  
ZACHODNIEJ), KTÓREGO CELEM BYŁA OCHRONA ZACHODNICH  
TECHNOLOGII TZW. PODWÓJNEGO ZASTOSOWANIA  
PRZED PRZEJĘCIEM ICH PRZEZ KRAJE KOMUNISTYCZ-  
NE. CHODZIŁO O JAKIEKOLWIEK ROZWIĄZANIA,  
KTÓRE MOGLY POSŁUŻYĆ DO ROZWOJU TECHNI-  
KI WOJSKOWEJ. ZAKAZ EKSPORTU TEGO RODZAJU  
PRODUKTÓW CZY PODZESPOŁÓW DO ZWIĄZKU  
RADZIECKIEGO I POZOSTAŁYCH DEMOLUDÓW ZMUSZAŁ  
RZĄDY TYCH PAŃSTW DO SZUKANIA INNYCH, CZĘSTO  
NIELEGALNYCH METOD ICH POZYSKIWANIA.

# Commodore C64

## ośmiobitowiec nr 1

Ukształtował całe pokolenie przenosząc do domów atmosferę salonów gier elektronicznych, a głowy młodych ludzi zaprzając kodem maszynowym, pikselami i basowymi pomrukami SID-a.

**JERZY GOZDEK**

**P**rodukowany bez przerwy przez dwanaście lat od debiutu w 1982 r. na targach Consumer Electronics Show w Las Vegas Commodore 64 stał się najchętniej kupowanym komputerem domowym lat 80. Szacuje się, że ze sklepowych półek zniknęło od 12 do nawet 30 mln egzemplarzy. Bardziej dokładnych danych nie udało się zebrać do dziś, niemniej dzięki wielkiej sprzedaży C64 trafił do Księgi Rekordów Guinnessa. Początkowo nic nie zapowiadało sukcesu. Recenzenci z powodu skromnej puli oprogramowania krytycznie podchodzili do tego komputera. Przewidywali jednak, że klienci pojawią się po premierze programów biurowych, takich jak Easy Calc i Easy Word. Ich prognozy okazały się całkowicie chybione.

Commodore 64 nigdy nie zyskał uznania dzięki aplikacjom biurowym – zamiast tego w ciągu kilku lat stał się najbardziej pożądanym komputerem do gier. Układu graficzny VIC II (Video Interface Chip II), dawał wprawdzie obraz o rozdzielczości 320×200 pikseli, jednak w grach często stosowano mniejszą rozdzielczość, 160×200 pikseli, typową dla komputerów domowych z początku lat 80. Rewolucyjny był za to układ dźwiękowy SID (Sound Interface Device): monofoniczny scalak oferował trzy niezależne kanały, których brzmienie zdolny muzyk mógł modyfikować za pomocą wbudowanych filtrów.

Na rynek trafiło około 17 tys. gier do C64. Powódz nowych tytułów była tak wielka, że urzędnicy w niektórych krajach nie nadążali z ocenianiem i prawidłowym oznaczaniem drastycznych gier. Zasadniczo działania cenzorów były walką z wiatrakami, gdyż C64 dawał użytkownikom coś, czego nie dało się kontrolować: możliwość samodzielnego tworzenia gier, rysowania obrazów złożonych z pikseli i komponowania dobrze brzmiących utworów muzycznych. Ogromna popularność C64 i prymitywny, wbudowany dialekt języka BASIC, zmusiły posiadaczy Commodore 64 do sięgnięcia po kod maszynowy i w efekcie wykreowały generację młodych hakerów i crackerów łamiących zabezpieczenia gier. Przyczyniła się także do wyodrębnienia z tej kasty ludzi parających się nowoczesną dziedziną cyfrowej sztuki, znanej dziś jako demoscena. Kiedy pojawiły się komputery 16-bitowe takie jak Amiga 500, dni C64 były już policzone. Do dziś nie brakuje jednak wiernych fanów, które nigdy nie przestali kochać przodka dzisiejszych konsol i komputerów PC.

## EWOLUCJA



**2014 STEAM MACHINE:** MINIKOMPUTER PODTRZYMUJE TRADYCJĘ C64, GDYŻ JEST ZOPTYMALIZOWANY POD KĄTEM GIER.



**2002 XBOX** KONSOLA MICROSOFTU SKŁADAŁA SIĘ GŁÓWNIEM Z TYPOWYCH PODZESPOŁÓW KOMPUTEROWYCH.



**1998 iMAC TEN** MODEL PRZYNIÓSŁ POPULARNOŚĆ KOMPUTEROM TYPU ALL-IN-ONE FIRMY APPLE.



**1997 N64** NAZWA NINTENDO 64 NAWIĄZUJE DO 64-BITOWEGO PROCESORA KONSOLI.



**1995 TANI PCET** W POŁOWIE LAT 90. KOMPUTERY KLASY PC STANIAŁY NA TYLE, ŻE ZACZĘŁY TRAFIAĆ DO ZWYKŁYCH DOMÓW.



**1995 PLAYSTATION** 32-BITOWY PROCESOR KONSOLI PLAYSTATION BYŁ TAKTOWANY ZEGAREM 33,8 MHz.



**1989 ATARI 1040 STE** MODEL 1040 STE BYŁ ODPOWIEDZIĄ ATARI NA AMIGĘ 500.



**1988 ATARI 2600 JR.** TRZECIA WERSJA 8-BITOWEJ KONSOLI DO GIER ODNIOŚLA NAJWIĘKSZY SUKCES.



**1987 AMIGA 500** 16-BITOWY KOMPUTER WYWODZIŁ SIĘ OD COMMODORE.



**Commodore 64**

**ROZPOCZĘCIE SPRZEDAŻY:** JESIEŃ 1982 R.  
**ZAKOŃCZENIE PRODUKCJI:** 1994 R.  
**PAMIĘĆ OPERACYJNA:** 64 kB  
**ROZDZIELCZOŚĆ OBRAZU:** 320 x 200 PIKSELI  
**CENA (POCZĄTKOWA):** OK. 600 DOL.

Fot.: Bill Bertram/CC-BY-2.5; Stefan Didam/CC BY-SA 1.0; 2.0, 2.5, 3.0; Evan-Amos; Hersteller; Masahige MOTOE/CC BY-SA 2.0; Origin; Nikolaus Schäffer



# EVER przekracza granice

Niewiele firm tak dobrze wykorzystało swoją szansę jak EVER, który przekształcił się z rodzinnego mikroprzedsiębiorstwa w największego polskiego producenta systemów zasilania gwarantowanego. Teraz nadszedł czas na rozwój biznesu w Europie.

**W**łaśnie mija osiemnasty rok obecności marki EVER na polskim rynku. Urządzenia swarzędzkiego producenta trafiły między innymi do Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, Ministerstwa Obrony Narodowej, Głównego Urzędu Ceł, Mennicy Państwowej. Działają też w tysiącach firm, zakładów produkcyjnych, szpitali, urzędów i prywatnych domów. Autorskie (polska myśl techniczna!) projekty systemów zasilania gwarantowanego (UPS) EVER opracował już w 1994 r. Ich seryjna produkcja ruszyła dwa lata później. W kolejnych latach firma szybko rozszerzyła dystrybucję swoich rozwiązań, wychodząc poza region poznański, i rozpoczęła stabilną sprzedaż w całym kraju. W 2001 r. liczba sprzedanych UPS-ów przekroczyła 200 tys. Jednocześnie oferta producenta wzbogaciła się o listwy filtrujące, uzupełniające systemy bezpiecznego zasilania elektrycznego w domach, przedsiębiorstwach i zakładach produkcyjnych. Wkład firmy EVER w rozwój branży docenił magazyn CRN Polska, który w zeszłym roku wyróżniał przedsiębiorstwa mające w latach 1998–2013 szczególne znaczenie w swoich segmentach działalności na polskim rynku IT. Polski producent został utytułowany Firmą 15-lecia. Na krajowym rynku funkcjonuje ponad 2,5 mln urządzeń marki EVER.

## WŁASNY DZIAŁ BADAŃ I ROZWOJU

EVER jest obecnie największym producentem UPS-ów o całkowicie polskich korzeniach i kapitale. Tym samym wyróżnia się na tle działających na naszym rynku firm zagranicznych. Produkty EVER nie tylko zabezpieczają przed utratą danych, ale też zapewniają ciągłość procesów produkcyjnych, pracy serwerów oraz minimalizują inne zagrożenia wynikające z nagłej utraty zasilania.

Różne linie oferowanego sprzętu umożliwiają zastosowanie go w kilkusobowych firmach, w halach produkcyjnych, jak również w urzędach czy szpitalach. Coraz częściej wykorzystywany jest także w prywatnych domach, gdzie zabezpiecza funkcjonowanie sprzętu RTV, bram garażowych, pieców CO.

Szeroka oferta dostosowana do różnego typu odbiorców to kluczowa część strategii produktowej firmy EVER. Producent rozbudował Dział Badań i Rozwoju, który umożliwia nie tylko ulepszenie sztandarowych linii produktów (SINLINE, POWERLINE, SUPERLINE), ale także tworzenie specjalistycznych rozwiązań dopasowanych do specyfiki działalności klienta. Własny dział serwisowy, wraz z planowaną siecią autoryzowanych punktów w całym kraju, zapewnia maksymalnie krótki czas usuwania ewentualnych usterek w systemie door-to-door oraz on-site w przypadku większych systemów.

## PATENT NA OSZCZĘDNOŚĆ

EVER stawia również na wspólne działania z zewnętrznymi technicznymi instytucjami naukowymi.

-badawczymi. Współpraca z Politechniką Poznańską oraz krakowską Akademią Górniczo-Hutniczą umożliwia wprowadzanie w urządzeniach technologii, które poszerzają ich funkcjonalność, zwiększają możliwości techniczne, na czym ostatecznie korzystają klienci. Na przykład wykorzystanie zgłoszonej przez EVER do Urzędu Patentowego funkcjonalności w postaci kompensacji mocy biernej w UPS-ach przekłada się na oszczędności od kilku do nawet kilkudziesięciu tysięcy złotych z tytułu zmniejszonych opłat za ponadumowne zużycie mocy biernej.

Producent podkreśla także gwarantowaną wysoką jakość podzespołów, z których zbudowane są jego urządzenia. To umożliwia osiąganie bardzo wysokich sprawności w szerokim zakresie obciążeń (energia użyteczna jest maksymalnie zbliżona do dostarczonej). Urządzenia marki EVER mogą pracować w trybie hybrydowym. W przypadku nieprawidłowych parametrów napięcia w sieci, UPS jest w stanie wykorzystać część energii z sieci o złych parametrach, uzupełniając zapotrzebowanie podłączonych odbiorników o energię dostarczaną z akumulatorów.

## **POLSKIE TECHNOLOGIE ZA GRANICĄ**

Dostawca zdaje sobie sprawę, że oprócz dbałości o najwyższe standardy w obecnych liniach produktów musi zwracać uwagę na nowe trendy rynkowe i dostosowywać do nich swoje urządzenia. Jednym z takich trendów jest mobilność i możliwość zdalnego zarządzania rozwiązaniami – również zasilania gwarantowanego. Dlatego UPS-ami EVER można sterować za pośrednictwem mobilnej aplikacji do urządzeń z systemem Android. Innym przykładem zastosowania innowacyjnego rozwiązania i przełamania bariery technologicznej jest UPS SINLINE EVOLUTION. Zamiast akumulatorów zastosowano w nim superkondensatory, jako zasobnik energii. Mają one możliwości kilkakrotnie przekraczające obecne standardy – od pracy w ekstremalnych temperaturach po pięciominutowy czas uzupełniania energii.

To nie koniec. EVER zapowiada poszerzenie zakresu mocy swoich produktów do 600 kVA. Mają to umożliwić rozwiązania wykorzystujące pracę równoległą w niektórych typach zasilaczy, w których dotychczas była ona niedostępna. Nie ma wątpliwości, że polski lider w produkcji UPS-ów ma dobrze przemyślaną strategię walki o wciąż rosnący rynek systemów zasilania gwarantowanego w Polsce i dysponuje rozwiązaniami, z którymi może śmiało przekraczać krajowe granice.



# Jestem spokojny o przyszłość

CRN Polska rozmawia z **Markiem Bigajem, prezesem zarządu EVER**, na temat dalszego rozwoju technologii UPS i wyzwań, jakie stoją przed polskim producentem w najbliższych latach.

**CRN Do tej pory wprowadziliście na rynek ponad 2,5 mln swoich urządzeń. Jak zmienia się grupa odbiorców produktów waszej marki?**

**MAREK BIGAJ** Coraz więcej rozwiązań EVER zabezpiecza złożone systemy teleinformatyczne, centra danych oraz linie produkcyjne. Polskie firmy oraz instytucje doceniają urządzenia naszej marki i im ufają, co pozwoliło nam na osiągnięcie pozycji największego polskiego producenta z obszaru zasilania gwarantowanego. Nasze produkty coraz częściej są też stosowane za granicą, m.in. w Czechach, na Słowacji czy Litwie. Poza tym od lat jesteśmy obecni w małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach, zarówno tych, które świadczą usługi, jak i produkcyjnych, a także w urzędach czy szpitalach. Ten sukces w dużej mierze zawdzięczamy naszym resellerom.

**CRN Jakie działania wymusza na was rosnący obszar dystrybucji i coraz większa liczba zamówień?**

**MAREK BIGAJ** Jeśli chodzi o coraz większą liczbę klientów – już nie tylko w Polsce – najważniejsze dla nas jest zapewnienie im jak najszybszej obsługi serwisowej. Do tej pory serwis EVER działał bezpośrednio w centrali firmy. Jednak obecnie intensywnie pracujemy nad wprowadzeniem sieci autoryzowanych partnerów serwisowych w różnych lokalizacjach w kraju. Pozwoli to na zapewnienie klientom jeszcze szybszej reakcji serwisowej, jeśli tylko okaże →

→ się ona niezbędna. Nieodmiennie od lat naszą główną zasadą jest oferowanie najlepszej możliwej jakości produktu, obsługi i serwisu. Marką EVER mogą zostać opatrzone tylko urządzenia gruntownie przetestowane, co do których istnieje pewność, że nie zawiodą, kiedy okażą się potrzebne.

#### **CRN Na czym koncentrujecie się podczas prac nad nowymi UPS-ami?**

**MAREK BIGAJ** Obecnie kończymy prace na rozszerzeniu funkcjonalności serii 3-fazowych zasilaczy on-line POWERLINE GREEN 33, czyli pracy równoległej i redundantnej. Oprócz tego realizujemy projekty związane z przygotowaniem następcy serii SINLINE i SINLINE XL oraz systematycznie rozwijamy, wykorzystując własny zespół programistów, bezpłatnie dla użytkowników zasilaczy EVER oprogramowanie monitorująco-zarządzające PowerSoft.

#### **CRN Oferujecie nie tylko zasilacze UPS...**

**MAREK BIGAJ** ...ale również listwy zabezpieczające, akcesoria poszerzające funkcjonalności urządzeń oraz moduły bateryjne. Poszczególne linie mają swoją odrębną specyfikę i w zależności od złożoności produktu oraz jego zastosowania wymagają odpowiednio dopasowanych działań. Nasz system zarządzania jakością nie przewiduje jednak kompromisów, jeśli chodzi o ulepszenie jednej linii kosztem innych. Każde urządzenie EVER to istotny element bezpiecznego systemu zasilania w obiektach przemysłowych, szpitalach czy domach, dlatego musi przejść rygorystyczną kontrolę jakości. Poza opracowywaniem nowych rozwiązań oraz koncentracją na jakości produktów cały czas priorytetem jest dla nas także zapewnienie najwyższej jakości obsługi klienta, począwszy od procesu sprzedaży po obsługę gwarancyjną i pogwarancyjną.

#### **CRN Firma powoli zbliża się do ćwierćwiecza działalności. Jak rysują się perspektywy dalszego rozwoju i pozycja marki za, powiedzmy, dziesięć lat?**

**MAREK BIGAJ** Jak mówiłem, ważna jest dla nas równowaga między ugruntowaną pozycją a potencjałem do dalszego rozwoju. Już teraz nasze produkty sprze-

Im bardziej technologia będzie się cyfryzować, tym ważniejsze stanie się zapewnienie nieprzerwanego dopływu prądu.

dajemy w innych krajach, a więc rynek europejski wyraźnie sygnalizuje, że potrzebne są urządzenia zasilania gwarantowanego o naprawdę wysokiej jakości, gruntownie przetestowane i przemyślane pod kątem różnych klientów z wielu branż i sektorów.

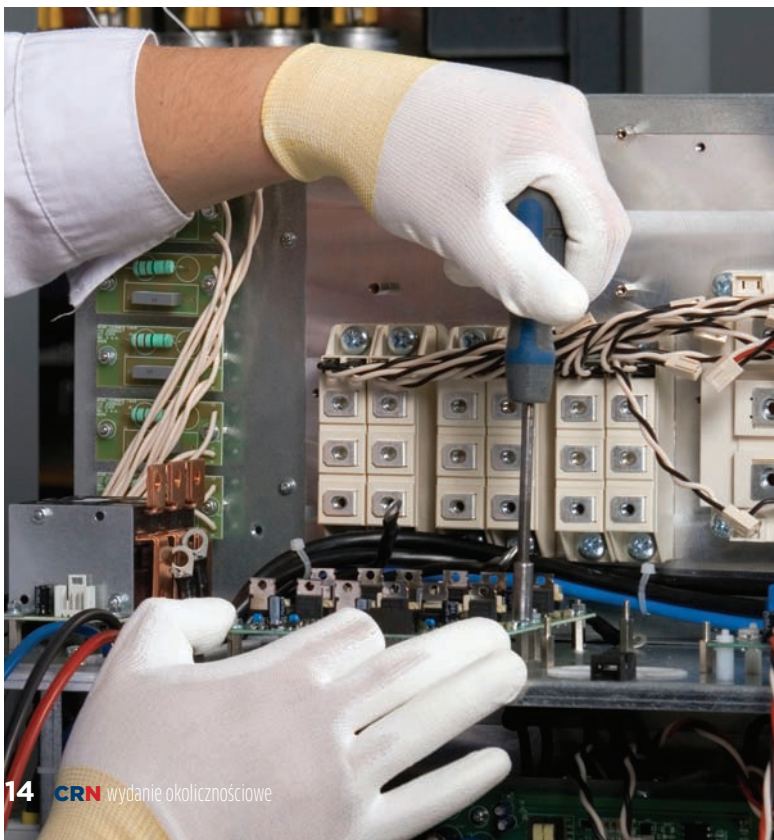
#### **CRN A w kwestiach technologicznych?**

**MAREK BIGAJ** W perspektywie technologicznej widzę szansę na dalszy rozwój i wprowadzanie nowych funkcjonalności. W miarę rosnącej potrzeby coraz wyższej wydajności, rynek zwróci się zapewne w kierunku rozwiązań, w których zasobnikiem energii jest superkondensator. Naszą odpowiedzią na takie zapotrzebowanie jest wyróżniony złotym medalem targów Expo Power UPS SINLINE EVOLUTION. Kolejnym elementem, na który stawiamy w rozwoju, jest proponowanie rozwiązań o wysokiej efektywności wykorzystania energii. Już dzisiaj oferujemy produkty, które mają niższe zapotrzebowanie na energię niż te oferowane przez konkurencję, zapewniając użytkownikowi bezpośrednie korzyści w postaci niższych rachunków. Prace naszego zespołu konstruktorów są w dużej mierze skoncentrowane na aspekcie energooszczędności – jest to jeden z kierunków, który pozwoli na uniknięcie w przyszłości problemów z niedoborami energii elektrycznej.

#### **CRN A jak rysuje się przyszłość całego segmentu UPS?**

**MAREK BIGAJ** Na pewno można powiedzieć, że im bardziej technologia będzie się cyfryzować, tym ważniejsze stanie się zapewnienie nieprzerwanego dopływu prądu. Dlatego jestem spokojny, jeśli chodzi o przyszłość naszej firmy i tej części rynku, na której działamy.

ROZMAWIAŁA **KAROLINA MARSZAŁEK**





# Dyskretny zapach lutownicy

W CIĄGU OSTATNIEGO ĆWIERĆWIECZA ZMIENIŁ SIĘ NIE TYLKO SPRZĘT IT,  
ALE TAKŻE LUDZIE.

KONSTANTY MŁYNARCYK

To musi być jakieś zboczenie – najpewniej zawodowe. Co więcej, wygląda na to, że nie tylko moje, bo gdzie bym nie spojrział i kogo nie spytał, temat pionierskich lat IT w Polsce zawsze wywołuje wśród kolegów dziennikarzy rozmarzone westchnienia w stylu: „ach, te Atari... kiedyś to był sprzęt!”. Oczywiście trudno z taką tezą polemizować. Chyba że dla udowodnienia, iż Amiga wyprzedzała swoje czasy o dwie długości. Jednak jeśli zastanowić się chwilę, okazuje się, że pomijamy coś niezmiernie ważnego. Pomijamy ludzi.

Gdy 25 lat temu ktoś mówił „znam się na komputerach”, prawdopodobnie był pasjonatem, który dokładnie wiedział, co dzieje się w środku takiej maszyny, znał podstawy programowania i potrafił posługiwać się lutownicą. Było takich ludzi stosunkowo niewielu, podobnie jak niewiele było komputerów. To w tamtych czasach swoje korzenie ma archetyp informatyka-hakera. Osobnika społecznego, nie do końca cywilizowanego, mającego równie wiele wspólnego z wyższą matematyką co z ruchami anarchistycznymi. Takiego współczesnego „szalonego naukowca”, buntownika i geniusza zarazem. Żeby zobaczyć, jak jest dziś, wystarczy rozejrzeć się dookoła. Gdziekolwiek w tej chwili jesteś, szanowny czytelniku, istnieje duża szansa, że masz wokół siebie kilka, kilkanaście, a może nawet kilkadziesiąt komputerów. W domu swój komputer ma często każdy członek rodziny, a dodatkowe maszyny służą na przykład za centrum multimedialnych. O tym, ile takich urządzeń otacza nas w pracy, nawet nie ma co wspominać. Co więcej, wracając do domu, zmieniamy po prostu miejsce, w którym siedzimy przed ekranem.

A teraz podchwytliwe pytanie: ilu jest w okolicy ludzi „znających się na komputerach”? Odpowiedzieć można słowami hobbita Bilbo Bagginsa: „całe mnóstwo, jak na lekarstwo”. W dzisiejszych

czasach, żeby uchwycić za kogoś takiego, wystarczy wiedzieć, skąd ściągnąć przeglądarkę internetową i jak ustawić opcje prywatności na Facebooku. Oczywiście takich specjalistów jest całe mnóstwo. Jeśli do tego potrafimy uruchomić Windows w trybie awaryjnym, sprawdzić, która aplikacja powoduje problemy przy starcie, i odinstalować ją albo wymienić cztery cechy różniące dyski SSD od HDD, zyskujemy etykietkę „komputerowego magika”. Przy okazji zostajemy obciążeni obowiązkiem pomagania za darmo wszystkim krewnym, znajomym oraz znajomym krewnych, kiedy „coś im nie działa”.

Dzisiaj  
łatwo zostać  
„komputerowym  
magikiem”.

W porównaniu z komputerowymi specjalistami sprzed ćwierćwiecza współczesnych „magików” jest istna armia. Jednak ich umiejętności i wiedza stanowią zaledwie ułamek tego, co potrafili tamci. Natomiast jak na lekarstwo jest ludzi, dla których komputery to pasja definiująca całe życie. Takich, którzy potrafią sami złożyć komputer, czytać schematy płytek drukowanych, samodzielnie napisać brakujący sterownik. Takich, dla których noc spędzona na stawianiu systemu operacyjnego na nietypowej konfiguracji komputera z niestandardowym oprogramowaniem i dodatkowymi modułami, jest przyjemnością. Nawet jeśli okupioną zmęczeniem. Komputerów jest więc coraz więcej, ale ludzi prawdziwie się na nich znających – coraz mniej. Jesteśmy coraz bardziej wygodni, a komputery (podobnie jak samochody) w miarę dojrzewania technologii stają się coraz bardziej zamkniętą całością, w której da się wymieniać – co najwyżej – określone moduły. To dobrze. Dzięki temu sprzętu komputerowego może dziś używać naprawdę każdy. Choć trochę żal tych dawnych „informatyków”.

AUTOR JEST REDAKTOREM NACZELNYM MIESIĘCZNIKA CHIP.



# Lubię ryzyko

CRN Polska rozmawia z **Wiesławem Wilkiem, prezesem Wilk Elektronik**, o początkach działania firmy, wyzwaniach związanych z produkcją pamięci oraz planach na przyszłość.

**CRN** Czy w historii Wilk Elektronik był taki moment, w którym zdałeś sobie sprawę, że firma odniosła już sukces i może śmiało myśleć o naprawdę poważnym dalszym rozwoju?

**WIESŁAW WILK** Chociaż moja firma rozwijała się sukcesywnie z roku na rok, to rzeczywiście można mówić o pewnej cezurze. Na początku poprzedniej dekady w jednym z pism ukazał się ranking firm, które mają największą sprzedaż w przeliczeniu na jedną zatrudnioną osobę. Okazało się, że uzyskaliśmy milion dolarów obrotu na każdego zatrudnionego, co dało nam pierwsze miejsce w tym rankingu. Biorąc pod uwagę ówczesną wartość amerykańskiej waluty czy choćby liczby zatrudnionych dziś osób w dużych firmach dystrybucyjnych, myślę, że nawet obecnie byłby to bardzo dobry wynik.

**CRN** A kiedy zdałeś sobie sprawę, że jesteś właścicielem dużej firmy?

**WIESŁAW WILK** Tu z pewnością można mówić o jednoznacznej cezurze w dziejach mojej firmy: był to czas przeprowadzki do nowej siedziby w Łaziskach Górnych i początku produkcji pamięci operacyjnych. Gdy wygraliśmy we wspomnianym rankingu, w firmie pracowało 10 osób. W Łaziskach zatrudnienie wynosiło na początku 30, a dzisiaj to ponad 140 osób. Wcześniej byliśmy specjalizowanym dystrybutorem, a od 2004 r. jesteśmy producentem.

**CRN** To musiało być bardzo duże wyzwanie. Na rynku nie brakowało głosów, że to bardzo odważny pomysł, który ma jednek małe szanse powodzenia...



**WIESŁAW WILK** Część fachowców z branży wręcz pukała się w czoło i głośno zastanawiała, kiedy zbankrutujemy. Gdybym podzielał takie opinie, nie zrealizowałbym mojej wizji, z którą się zresztą nosiłem od początku działalności w branży, gdy Wilk Elektronik zatrudniał tylko jedną osobę (pracuje u nas do dziś). Rzeczywiście, produkcja modułów pamięci to bardzo duże wyzwanie, ale nie bałem się ryzyka i trudnych zadań. Gdy się jest dystrybutorem, zawsze można spaść jak kot na cztery łapy – gdy nie ma jednego produktu, można się skupić na sprzedaży innego. W produkcji jest inaczej. Wystarczy, że zabraknie jednego niepozornego komponentu albo okaże się, że dostawa któregoś z elementów nie spełnia wymogów jakości, i finalny produkt nie może powstać. Jeśli w dystrybucji z dziesięciu pozycji zabraknie jednej, plan zostanie wykonany w 90 proc. Kiedy z listy dziesięciu komponentów niezbędnych do wyprodukowania modułu pamięci zabraknie jednego – plan w ogóle nie zostanie zrealizowany.

**CRN Wróćmy jeszcze do początków. Wilk Elektronik powstał w 1991 r., Z tego co wiem, nie były to Twoje pierwsze doświadczenia jako przedsiębiorcy?**

**WIESŁAW WILK** Wcześniej założyłem firmę Ataserw, która specjalizowała się w serwisowaniu komputerów Atari, Commodore czy Sinclair. Produkowaliśmy rozszerzenia pamięci i moduły przyspieszające pracę dysków. Popyt na peryferia do tych komputerów rósł w Polsce bardzo szybko. Wtedy nie było jeszcze komputerów klasy PC, więc sprzęt Atari czy Commodore znajdował zastosowanie w instytucjach, których nie było stać na zakup dużych komputerów, w tamtych czasach bardzo drogich. Dlatego rynek się rozwijał, powstawali lokalni producenci kartridżów, głównie do Commodore, a ja sprzedawałem im pamięci. Potem nadeszły czasy pecetów i powołałem do życia Wilk Elektronik, jako specjalistycznego dystrybutora pamięci.

**CRN To była bardzo nietypowa inicjatywa na tle rozwijających się wtedy firm dystrybucyjnych.**

**WIESŁAW WILK** Obserwowałem bardzo dokładnie zarówno naszych dystrybutorów, jak i tych zagranicznych, którzy działali w Polsce. Chciałem funkcjonować na tym rynku, ale nie interesowało mnie konkurowanie z broadlinerami. Wolałem być ich dostawcą. Wiedziałem natomiast, że duzi dystrybutorzy nie radzą sobie zbyt dobrze ze sprzedażą pamięci. To produkty bardzo specyficzne ze względu na to, że ich cena i dostępność może się zmieniać błyskawicznie. Struktura organiza-

---

Planuję, że za kilka lat  
będę sprzedawał  
o 20 proc. więcej modułów  
pamięci, 300 proc. więcej  
pamięci flash, zaś sprzedaż  
dysków SSD wzrośnie  
co najmniej 10-krotnie.

---

cyjna dużych firm nie pozwala reagować szybko i elastycznie. Na tym polu widziałem szansę dla siebie.

**CRN Czy wtedy, na początku lat 90., zastanawiałeś się, jak będzie wyglądała firma ćwierć wieku później?**

**WIESŁAW WILK** Nie miałem pojęcia, jak będzie wyglądała przyszłość branży w perspektywie kilku lat, nie mówiąc o kilkudziesięciu. Miałem w planach rozwinięcie działalności o produkcję, ale długo zwlekałem z tą decyzją. Chciałem mieć pewność, że gdy fabryka powstanie, to będę miał zapewnione dostawy kości DRAM. Z kolei moi potencjalni dostawcy mówili, że jak zobaczą fabrykę, to wtedy dadzą mi odpowiedź. Ostatecznie i tak musiałem zaryzykować: dokonałem inwestycji w fabrykę i linie produkcyjne.

**CRN Gdybyś mógł cofnąć czas, co byś zmienił w swojej firmie?**

**WIESŁAW WILK** Fabryka powstałaby kilka lat wcześniej. Po załamaniu w 2000 r. rynek w kolejnych latach nadal się rozwijał. Gdybym rozpoczął produkcję na przykład w 2001 r., to wcześniej miałbym wyższy udział sprzedaży eksportowej i dłużej korzystałbym z okresu dobrej koniunktury. A ta, jak wiemy, zakończyła się w 2008 r.

**CRN Czy masz wizję firmy, może nie za kilkanaście lat, ale za kilka, bo era peceta chyba się skończy, tak jak kiedyś Atari?**

**WIESŁAW WILK** Z pewnością nie da się przewidzieć odległej przyszłości. Wydaje mi się jednak, że pecety będą stosowane jeszcze przez wiele lat. Szczególnie w zastosowaniach instytucjonalnych czy domowych. W przypadku graczy, którym potrzebna jest bardzo duża wydajność, nie widzę alternatywy dla desktopa.

**CRN Jednak pecetów będzie ubywać, co nie jest dobrą wiadomością dla producentów. A jak w porównaniu z dzisiejszą będzie wyglądała struktura sprzedaży firmy za kilka lat? Jaka część będzie pochodziła z produkcji i sprzedaży pamięci operacyjnych, jaka z modułów flash, a jaka z SSD?**

**WIESŁAW WILK** Rynek pecetów będzie się zmniejszał, to pewne. Równocześnie zmniejsza się też liczba producentów pamięci, co oznacza, że mam mniejszą konkurencję. Planuję, że za kilka lat będę sprzedawał o 20 proc. więcej modułów pamięci, 300 proc. więcej pamięci flash, zaś sprzedaż dysków SSD wzrośnie co najmniej 10-krotnie. Systematycznie zwiększamy sprzedaż eksportową, która stanowi dzisiaj ponad 60 proc. sprzedaży firmy.

ROZMAWIAŁ **ARTUR KOSTRZEWA**



# najbardziej lokalna międzynarodowa marka

Dwa lata temu wiceprezes firmy Dell – Jeff Clarke – odwiedził dom dla ciężko chorych, samotnych dzieci i wyposażył go w sprzęt komputerowy. Nie byłoby w tym nic dziwnego, gdyby nie fakt, że spotkanie odbyło się w Polsce.

Unikalny gest Jeffa Clarke'a na rzecz instytucji prowadzonej przez Fundację Dom w Łodzi to element wyjątkowego, jak na obowiązujące standardy, zaangażowania w działania społeczne. Wiele wskazuje na to, że udział producenta w różnego rodzaju lokalnych przedsięwzięciach będzie się zwiększać, m.in. w związku z planami szybkiej rozbudowy kanału partnerskiego. Dell, od lat mający w Polsce swoją fabrykę, zadeklarował, że zamierza współpracować przy tworzeniu łódzkiego Centrum Gier, które ma ruszyć za dwa lata. Niedawno zaś zmodernizował – również działające w Łodzi – Centrum Spotkań z Klientami. Powstało ono z myślą o partnerach, których wytwórca zaprasza wraz z użytkownikami na pokazy i testy dotyczące wszystkich rozwiązań z szybko rosnącego portfolio produktów. Co szczególnie istotne, to właśnie u nas Dell wybudował swoją najnowocześniejszą, europejską fabrykę. W listopadzie 2007 r. z taśmy zjechał pierwszy polski komputer tej marki. Obecnie fabryka skupia się na produkcji rozwiązań klasy Enterprise oraz montażu komputerów Alienware przeznaczonych dla graczy.



Fot. Marek Zawadzki

DELL WYBRAŁ SOBIE NA SIEDZIBĘ BIUROWIEC W ŚCISŁYM CENTRUM STOLICY. OBECNA SZEFOWA NASZEGO REGIONU – ANJA MONRAD – JEST Z POCHODZENIA POLKA, ŚWIETNIE ZNA NASZ JĘZYK I BARDZO CZĘSTO ODWIEDZA WARSZAWĘ. DZIĘKI TEMU ROZUMIE SPECYFIKĘ LOKALNEGO RYNKU, CO ZNACZNIE UŁATWIA REALIZACJĘ STRATEGII PRZEZ MENEDŻERÓW W POLSKIM ODDZIALE.

## KIERUNEK: KANAŁ PARTNERSKI

W pierwszych latach działania na polskim rynku producent koncentrował się na bezpośredniej obsłudze klientów. Było to zgodne ze sposobem,

## DELL A SPRAWA POLSKA

- 2007 r.** – Z taśmy produkcyjnej zjechał pierwszy komputer Dell wyprodukowany w Polsce.
- 2008 r.** – Producent wprowadza program partnerski Dell PartnerDirect dla lokalnych resellerów, a kilka miesięcy później rozpoczyna sprzedaż bezpośrednią klientom indywidualnym.
- 2013 r.** – Modernizowane jest Centrum Spotkań z Klientami, dostępne za darmo dla partnerów i klientów firmy Dell.
- 2013 r.** – Zapadła decyzja o współpracy koncernu przy tworzeniu łódzkiego Centrum Gier.
- 2014 r.** – Podejmowana jest decyzja o bezprecedensowym zakupie kilku tysięcy drukarek 3D od polskiej marki Zortrax.
- 2014 r.** – Dell po raz pierwszy w historii liberalizuje polski program partnerski i zaprasza do kooperacji wszystkich resellerów.

## Wojciech Głównia, dyrektor generalny Dell Polska

Latem ubiegłego roku powiedziałem Michaelowi Dellowi, że nasza marka w Polsce kojarzy się ze świetnymi notebookami, desktopami, serwerami, monitorami i... właściwie z niczym więcej. Dlatego moim celem jest doprowadzenie do sytuacji, w której polski użytkownik – jeśli będzie miał potrzeby związane z bezpieczeństwem IT, rozwiązaniami sieciowymi czy pamięciami masowymi – zapyta o możliwe rozwiązania nie tylko naszych rynkowych konkurentów, ale również firmę Dell. To zajmie jakiś czas, ale mocno wierzę, że nam się uda.



w jaki Dell funkcjonował na swoim macierzystym rynku. Z czasem polski oddział zaczął jednak przygotowywać się do kooperacji z resellerami i integratorami. W 2008 r. Dell zaoferował im pierwszy kompleksowy program partnerski. Dzięki temu udało się przekonać do współpracy kilkuset partnerów. Co ciekawe, pomimo przyjęcia takiej właśnie strategii, do dzisiaj można spotkać się z opiniami, że producent jest nastawiony przede wszystkim na sprzedaż bezpośrednią.

O tym, że jest to fałszywy obraz – nie tylko działalności na polskim rynku, ale także globalnie – świadczą niedawne decyzje Michaela Della. Podczas Dell World 2013 zapowiedział on, że w najbliższych latach udział partnerów vendora w sprzedaży ogółem zwiększy się co najmniej dwukrotnie. Zapowiedź jest o tyle znamienita, że przed zaledwie pięcioma laty producent nie miał żadnego programu partnerskiego. Teraz światowi resellerzy oraz integratorzy generują 25 proc. jego obrotów, co daje rocznie kilkanaście miliardów dolarów. W Polsce sytuacja jest znacznie bardziej korzystna dla partnerów współpracujących z dostawcą, a ma być jeszcze lepiej. Nad Wisłą udział partnerów w przychodach koncernu już teraz stanowi około 75 proc. Szefowie polskiego oddziału zapowiadają, że w najbliższych latach odsetek ten będzie się zwiększał na korzyść resellerów.

### IDZIE NOWE

Przełom nastąpi najpewniej w 2014 r. ze względu na wprowadzenie nowego programu partnerskiego. „Po raz pierwszy w historii Dell zaprasza do współpracy wszystkich polskich resellerów” – tak komentował to wydarzenie Jarosław Trzaskoma, Channel Director w niedawnej rozmowie z CRN Polska (nr 3/2014, „Rok przełomu”). Nowe wymagania na poziomie podstawowym umożliwiają nawet niewielkiej firmie IT dostęp do programu partnerskiego Dell PartnerDirect. Liberalne podejście wytwórcy zbiegło się z najszybszym w historii firmy wzrostem portofolio produktów. Dlatego wizerunek firmy Dell, jako dostawcy solidnych desktopów, notebooków i monitorów, jest niepełny. Dzięki szeregowi przejęć, dostawca stworzył kompletną ofertę: począwszy od komputerów, poprzez serwery, drukarki, elementy sieciowe oraz zaawansowany storage, aż po systemy bezpieczeństwa i oprogramowanie. Jak mówi Jarosław Trzaskoma: „jesteśmy jednym z nielicznych producentów posiadających kompletną ofertę end-to-end”.

Dzięki tak szerokiej ofercie dostawca nie powinien mieć problemów z planowanym podwojeniem liczby partnerów Premier oraz Preferred i zdobyciem przynajmniej tysiąca partnerów z podstawowego poziomu. Zwłaszcza

że ma im do zaoferowania pakiet szkoleń i narzędzi wspierających sprzedaż w kilku szybko rosnących segmentach rynku IT (m.in. storage, security, systems management, cloud services and solutions).

### INWESTYCJE W R&D

Co ważne, oferta dostawcy będzie rozwijać się coraz dynamiczniej i to nie tylko poprzez akwizycje.

Koncern zapowiedział znaczące zwiększenie nakładów na dział R&D. Jedną z niedawnych inicjatyw jest powołany w końcu 2013 r. Strategic Innovation Venture Fund z budżetem o wartości 300 mln dol. Pieniądze są przeznaczone na rozwój nowych technologii w takich obszarach, jak cloud, security czy Big Data. Producent zamierza też wydać 60 mln dol. na przyspieszenie

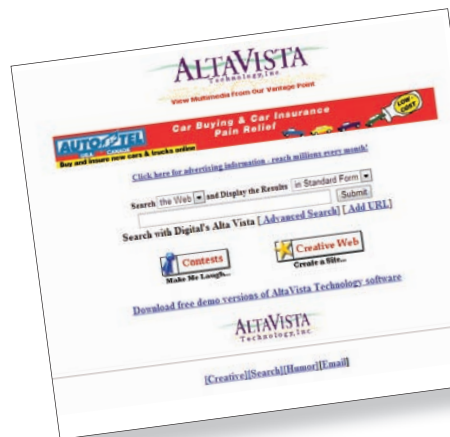
tempa prac nad nowymi rozwiązaniami pamięci masowych.

Inwestycje w nowe technologie nie omijają również polskiego rynku, jednego z najważniejszych dla producenta w całej Europie. Niedawno media z ogromnym zaskoczeniem informowały, że to właśnie w Polsce amerykański koncern kupił kilka tysięcy drukarek 3D. To kolejny dowód na to, że Dell jest zdecydowanie najbardziej lokalną międzynarodową marką IT na naszym rynku.

---

Wizerunek Della,  
jako dostawcy  
solidnych desktopów,  
notebooków  
i monitorów, jest  
nadal prawdziwy, ale  
wyjątkowo niepełny.

---



# Na początku były kluby

Zanim z Polski w 1991 r. wysłano pierwszego e-maila, musieliśmy przejść przyspieszony kurs obsługi komputera. Chęci i zapału do maszyn napływających z Zachodu – czasem oficjalnie, czasem mniej oficjalnie – mieliśmy sporo.

**BARTŁOMIJ DRAMCZYK**

Za murem oddzielającym kapitalistyczny Zachód od bloku państw przymusowo wyznających idee socjalizmu już wrzało. Komputery podbijały serca graczy, a ich ceny systematycznie spadały, sprawiając, że podłączane za pomocą kabla antenowego do telewizorów maszyny coraz częściej zajmowały centralne miejsca w umysłach młodych ludzi zafascynowanych grafiką, dźwiękiem i interakcją z nowym medium. Jednak na Wschodzie na początku lat 80. wciąż trwała mroźna zima. Ceny komputerów 8-bitowych, nawet tych najtańszych, takich jak ZX Spectrum, sięgały czterech średnich pensji. W tej sytuacji ciężar edukacji komputerowej wzięły na siebie osiedlowe kluby komputerowe. Jeden z pierwszych, warszawski Abakus, powstał w 1983 roku.

Równoległe błyskawicznie rozwijała się nowa gałąź mediów: magazyny poświęcone „tajemniczym” maszynom, w których objaśniano podstawy obsługi

wieloprzyciskowych urządzeń, jak też przedstawiano język, w jakim należało zwracać się do urzędzenia. Najważniejszą przepustką do magicznego świata komputerów był „Bajtek”, którego pierwszy numer pojawił się w kioskach Ruchu w 1985 r. Nie tylko niezwykle barwnie opowiadał o komputerach i ludziach, ale sprawnie odpowiadał na listy (publikując pełne dane osobowe z adresem korespondenta) i uczył złożonej sztuki pisania pierwszych programów w BASIC-u – prostym języku programowania, który rozumiała większość 8-bitowych komputerów. Wraz z „Komputerem”, „Mikrokladem” i dodatkiem do „Żołnierza Wolności” zatytułowanym „IKS” (Informatyka, Komputery, Systemy) „Bajtek” ukształtował nowe pokolenie młodzieży. Tej, która domagała się wiedzy o komputerach nawet wtedy, gdy wiedza ta jeszcze przez kilka lat miała nie wyjść poza teoretyczne rozważania lub miała szanse na wykorzystanie w praktyce głównie we wspomnianych klubach komputerowych.

Wkrótce polska prasa komputerowa wyspecjalizowała się: na początku lat 90. swoje miesięcz-

**Kluczem do popularności  
komputerów i fascynacji  
nimi były gry.**



ZDJĘCIE I CYTAT Z WYWIADU Z ALEKSANDREM KWAŚNIEWSKIM, WÓWCZAS MINISTREM DS. MŁODZIEŻY (BAJTEK, KWIECIEŃ 1987)

niki w kioskach mogli kupić gracje („Top Secret”, „Secret Service”), użytkownicy komputerów firmy Commodore („Amiga Magazyn”, „Commodore & Amiga”) oraz Atari („Moje Atari”, „Atari Magazyn”). Czytelników przybywało i z czasem nakłady miesięczników mieściły się w przedziale od 50 do nawet 100 tys. egzemplarzy.

## ZAGRASZ ZE MNA?

Kluczem do popularności i fascynacji komputerami były gry. To one sprawiły, że młodzi prekursorzy nowego hobby zamienili piłkę nożną na dżojstik, a bieżnię na Decathlon, czyli biegi na ekranie komputera, realizowane poprzez błyskawiczne i mordercze dla kontrolera wyginanie go w różne strony. Wczesne, 8-bitowe maszyny stały się oznaką statusu społecznego i centrum życia społecznego dla tzw. nerdów. Zamiast szczyć się osiągnięciami sportowymi, dzieciaki walczyły o najlepsze wyniki w grach zręcznościowych i strzelaninach. Zjadały kropki w Pac-Manie i ratowały ukochaną hydraulikę porwaną przez Donkeya Konga. Przed wszystkimi chętnymi otworzyły się tysiące światów pełnych przygód, często zastępując wirtualną rozrywką książki. Jednak w przypadku wielu gier z lat 80. należało użyć wyobraźni, żeby uzupełnić niedostatki w grafice (320×200 pikseli), kolorach (8 albo 16) czy dźwięku (buczy, piszczy, szumi...). Gry były łatwo dostępne za niewielką opłatą na giełdach komputerowych. Zapisane były na taśmach, nieco później zastąpionych przez elastyczne dyskietki 5,25-calowe, które wyparły ich →



# HISTORIA ROZWOJU INTERNETU

## – KROKI MIŁOWE W POLSCE I NA ŚWIECIE

- 1968** – Powstają założenia ARPANET-u (prekursora Internetu).
- 1969** – Pierwsze węzły ARPANET-u.
- 1973** – 30 instytucji podłączonych do ARPANET-u, powstaje Cyfronet w Krakowie.
- 1975** – ARPANET ma 61 węzłów, Cyfronet kupuje superkomputer CDC CYBER 72.
- 1983** – TCP/IP, DNS, ARPANET porzucony na rzecz Internetu, instytucje i uczelnie zaczynają korzystać z sieci.
- 1984** – William Gibson tworzy pojęcie „cyberprzestrzeń”, w DNS-ie powstają główne nazwy domenowe: .gov, .mil, .edu, .org, .net, .com.
- 1985** – 2000 hostów podłączonych do Internetu.
- 1987** – 30 tys. hostów podłączonych do Internetu.
- 1988** – Powstaje protokół komunikacyjny i system rozmów internetowych IRC.
- 1989** – 160 tys. hostów podłączonych do Internetu.
- 1990** – 300 tys. hostów podłączonych do Internetu. Tim Berners-Lee tworzy podstawy HTML i pierwszą stronę WWW – <http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html>. Polska staje się członkiem EARN, zostaje przyłączona do BITNET-u. Powstaje domena .pl.
- 1991** – 600 tys. hostów podłączonych do Internetu (100 państw). Zniesiony zostaje zakaz używania sieci do celów komercyjnych. Powstaje NASK, a z Polski w świat idzie pierwszy e-mail.

### World Wide Web

The WorldWideWeb (W3) is a wide-area [hypermedia](#) information retrieval initiative aiming to give universal access to a large universe of documents.

Everything there is online about W3 is linked directly or indirectly to this document, including an [executive summary](#) of the project, [Mailing lists](#), [Policy](#), [November's W3 news](#), [Frequently Asked Questions](#).

[What's out there?](#)  
Pointers to the world's online information, [subjects](#), [W3 servers](#), etc.

[Help](#)  
on the browser you are using

[Software Products](#)  
A list of W3 project components and their current state. (e.g. [Line Mode](#), [X11 Style](#), [NoX11Step](#), [Servers](#), [Tools](#), [Mail robot](#), [Library](#))

[Technical](#)  
Details of protocols, formats, program internals etc.

[Bibliography](#)  
Paper documentation on W3 and references.

[People](#)  
A list of some people involved in the project.

[History](#)  
A summary of the history of the project.

[How can I help?](#)  
If you would like to support the web.

[Getting code](#)  
Getting the code by [anonymous FTP](#), etc.

PIERWSZA STRONA WWW

**1992** – Ponad 1 mln komputerów podłączonych do Internetu. TP SA udostępnia POLPAK: 200 tys. starych zł/miesiąc + 300 zł za minutę + 5 zł za 64 B.

**1993** – Powstaje pierwsza graficzna przeglądarka WWW – NCSA Mosaic. Rusza serwis z oprogramowaniem Tucows. Startuje pierwszy serwer IRC w Polsce, a notowania warszawskiej giełdy stają się dostępne w Internecie. Pierwszy serwer WWW w Polsce to www.fuw.edu.pl.

**1994** – Powstaje portal Yahoo! oraz BBS Maloka na II poziomie podziemi hotelu Marriott w Warszawie (założony przez Stanisława Tymińskiego), połączony z Internetem za pomocą łącza 9600 kb/s. Zaczynają działać pierwsze polskie grupy na Usenecie, a pierwszym polskim premierem, który ma e-mail, jest Waldemar Pawlak. Na rynek trafia pierwsza komercyjna przeglądarka WWW – Nestcape.

**1995** – Urodziny przeglądarki Internet Explorer, serwisu aukcyjnego eBay oraz wyszukiwarki AltaVista. W Polsce powstaje: Publiczny Dostęp do Internetu w Łodzi – cena 385 tys. starych zł miesięcznie, pierwsza strona WWW instytucji kulturalnej – Centrum Sztuki Współczesnej w Warszawie. Powstaje też Polbox (dostawca usług). Wydarzeniem staje się zamieszanie wokół propozycji wysokich opłat za ruch zaproponowanych przez NASK, włamanie na serwer NASK i podmiana strony WWW przez „Gumisia”.



EBAY

**1996** – Internauci mogą już korzystać z komunikatora ICQ oraz przeglądarki Opera. WOŚP przeprowadza transmisję multicastingową, a TP SA umożliwia anonimowy dostęp do sieci przez modemy. Powstaje free.polbox.pl – serwis darmowych kont e-mail.

**1997** – Powstaje pierwsza gra MMO: Ultima Online. W Polsce pojawiają się darmowe strony WWW we free.polbox.pl. Środowisko IT żyje pozwem przeciwko NASK za praktyki monopolistyczne wniesionym przez ATM, Internet Technologies i SM-Media. Dochodzi do włamania do SunSITE z próbą podmiany poleceń SSH i mirror.



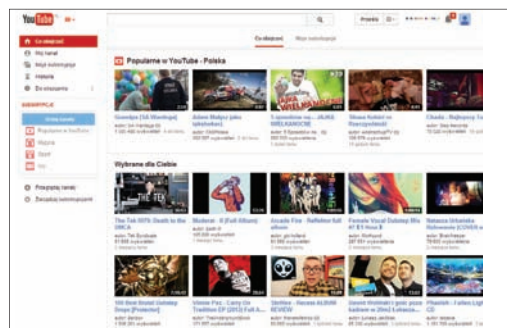
GOOGLE WCZORAJ I DZIŚ.

**1998** – Powstaje Google. Serwis Internet Archive zaczyna gromadzić archiwalne wersje stron WWW. W Polsce odbywa się... strajk internautów z wnioskiem o zmianę cen TP SA. Głośne staje się włamanie przez SSH na www.tpsa.pl i zmiana zawartości strony.

**2000** – Indeks Google'a ma ponad 1 mld elementów.

**2004** – Powstaje Firefox, komunikator Skype oraz Facebook. Indeks Google'a ma ponad 6 mld elementów.

**2005** – Rusza serwis YouTube.



YOUTUBE WCZORAJ I DZIŚ.

→ **mniejsze siostry:** zamknięte w sztywnej obudowie dyskietki 3,5-calowe. Eldorado trwały do 1994 r., kiedy to aktualizacja ustawy o prawie autorskim zablokowała swobodny przepływ oprogramowania i gier przez giełdy komputerowe.

Niekiedy zafascynowane nową zabawą dzieciaki podejmowały jeszcze jedno wyzwanie: w ich głowach rodził się plan napisania własnej gry. Często te ambitne plany były weryfikowane przez wybitną rzeczywistość: przeszkodą okazywały się albo umiejętności, albo brak czasu, albo brak możliwości zarobienia na wysiłku włożonym w opracowanie programu. Umiejętności Polakom jednak nie brakowało, co dostrzegł Lucjan Wencel, założyciel PZ Karen – firmy, która postawiła na tworzenie gier na... rynek zachodni. To właśnie w warszawskim Karenie pod szyldem California Dreams powstały do dziś dobrze pamiętane tytuły: Blockout (trójwymiarowa wersja Tetris), wyścigi Tunnels of Armageddon oraz połączenie strategii ekonomicznej z wyścigami – Street Rod.

## ŚWIAT NA DŁONI

Na początku lat 90. Polacy rozpoczynali kolejną przygodę z tworzeniem gier, odkrywając zupełnie nowe możliwości, jakie oferowały 16- i 32-bitowe modele Amig, Atari oraz szybko rozwijających się klonów komputerów PC. W opowieść o komputerach i programach powoli zaczął wkradać się Internet. W 1993 r. powstał pierwszy polski serwer

WWW, pod adresem [www.fuw.edu.pl](http://www.fuw.edu.pl). Dwa lata później Polbox zaoferował dostęp do Internetu wszystkim zainteresowanym, co zbiegło się z powstaniem Internet Explorera, serwisu aukcyjnego ebay.com i wyszukiwarki AltaVista.

Dostępu do wirtualnej sieci wciąż jednak brońniły ceny: łódzkie PDI (Publiczny dostęp do Internetu) żądało w 1995 r. 385 tys. starych złotych miesięcznie. Jednak infostrada otwierała się coraz szybciej przed żądnymi wiedzy i usług internautami. Już w 1995 r. „Magazyn Internet” radził, jak łączyć się z globalną siecią, i podpowiadała, jakie serwisy WWW warto odwiedzać. Rok później Polbox zaproponował klientom dostęp do skrzynek pocztowych – za darmo! To wywołało wręcz lawinę bezpłatnych usług online. Już w 1997 – rok przed pojawieniem się Google’a – mogliśmy bez dodatkowych opłat stać się posiadaczami własnej strony WWW. W tym samym, burzliwym dla polskiego Internetu roku (strajk internautów związany z cenami usług w TP SA oraz włamanie na serwer [www.tpsa.pl](http://www.tpsa.pl)) uznano, że czas już zacząć archiwizować błyskawicznie zmieniające się strony WWW. W efekcie powstało sieciowe archiwum [www.archive.org](http://www.archive.org). Niedługo później, bo na przełomie wieków, indeks stron WWW Google’a składał się już z jednego miliarda elementów. Cztery lata później urosł do sześciu miliardów elementów. Rok 2004 dał nowe oblicze sieci: pojawił się Facebook, Firefox i Skype. Dwanaście miesięcy później mogliśmy już oglądać filmy na YouTube.



ALLPLAYER WCZORAJ I DZIŚ.



PRASA KOMPUTEROWA LAT 80.

RACZKOWALIŚMY W ŚWIAT KOMPUTERÓW Z IKS-EM ORAZ BAJTKIEM.

## POLAK NIE GĘŚ, PROGRAM NAPISZE

Już w 1987 r. mieliśmy na rynku świetny produkt antywirusowy – mks\_vir Marka Sella. W kolejnym roku powstała pierwsza wersja odtwarzacza filmów, który już na starcie zyskał popularność dzięki wbudowanej opcji „Inteligentne napisy”, wydłużającej czas wyświetlania napisów do filmów. To ALLPlayer, dzieło Artura Majtczaka, cieszące się popularnością do dziś (7 mln unikalnych użytkowników, 90 proc. w Polsce). Kilkanaście lat poświęconych na rozwój odtwarzacza sprawiło, że dziś możemy sterować tym narzędziem za pomocą aplikacji uruchomionej na smartfonie z Androidem.

Pierwszymi testerami ALLPlayera byli znajomi Artura Majtczaka. Okazało się, że na coś takiego czekali, co zachęciło autora do szerszej publikacji odtwarzacza w Internecie i czasopismach komputerowych. Momentalnie liczba użytkowników wzrosła z kilkuset do kilkuset tysięcy. Innowacje były kluczowe dla rozwoju narzędzia, które z czasem dawało możliwość użycia lektora czytającego napisy, a następnie pobierania dopasowanych napisów w dowolnym języku. Głosu wspomnianemu lektorowi użyczyła Ivona, rozwijany w Gdańsku syntezytor mowy. Okazał się tak dobrym rozwiązaniem, że w styczniu 2013 r. Iwonę kupił... Amazon.com. Teraz czekamy na czytniki Kindle mówiące po polsku.

## PIONIERZY I LIDERZY: W CO DZIŚ GRAMY?

Przełom lat 80. i 90., kiedy zachwyciliśmy się pierwszymi komputerami, grami, a później Internetem, był czasem pojedynków dystrybutorów gier. Firmy Mirage Tomasz Mazura, LK Avalon Tomasz Pazdana i Mirosława Liminowicza, MarkSoft Marka Niesiołowskiego oraz IPS ComputerGroup Grzegorza Onichimowskiego otworzyły świat legalnej dystrybucji gier, programów użytkowych i edukacyjnych. Boom na polskie tytuły nadchodził: twórcy gier na małe Atari, Commodore 64 i Amigę sami oferowali swoje dzieła wydawcom. A ci ostatni płacili za produkty, pakowali je w schludne kartonowe bądź plastikowe opakowania i wbrew fali piractwa komputerowego sprzedawali na trudnym rynku. Dziś „Dead Island” Techlandu i „Wiedźmin” CD Projektu to gry, w które bawi się cały świat. Niewielki zespół 11 Bit Studios zdobywa serca graczy serią Anomaly. A przecież to tylko trzy studia, spośród ponad 200 zespołów tworzących obecnie gry w Polsce.

# Od Jaguara do Xboksa

CRN Polska rozmawia z **Tomaszem Mazurem, założycielem firmy Mirage Media**, która po połączeniu z IPS Computer Group zmieniła nazwę na Cenega, obecnie **prezesem IQ Publishing**, na temat początków polskiego rynku gier komputerowych.

**CRN** Mirage zawsze wspierał Atari, sprowadzając do Polski także jedną z pierwszych oficjalnie dystrybuowanych konsol – Jaguara. Czy nasz rynek był gotowy w tamtych czasach na konsolę do gier?

**TOMASZ MAZUR** Rzeczywiście w pierwszych latach naszej działalności, pod koniec lat 80. byliśmy mocno związani z Atari. Zresztą pierwsza nazwa firmy to Studio Komputerowe AS (Atari Studio). Potem, kiedy zaczęliśmy wydawać gry, zmieniliśmy nazwę na naszym zdaniem bardziej medialny Mirage. Związki z Atari i chęć wprowadzania na rynek nowości zaowocowały zainteresowaniem nowym dzieckiem tej firmy, Jaguarem. Myślę, że jak na tamte czasy to był spektakularny ruch – niewielkie polskie przedsiębiorstwo stało się partnerem wielkiego amerykańskiego koncernu. Nie mówiąc o tym, że konsola pojawiła się oficjalnie w Polsce właściwie równo z europejską premierą, co nawet dzisiaj niektórym potentatom się nie udaje.

**CRN** Czy nie był to jednak falstart pod względem zapotrzebowania na tego typu produkty?

**TOMASZ MAZUR** Zanim odpowiemy sobie na to pytanie, trzeba spojrzeć na Jaguara bardziej globalnie. To oczywiście temat rzeka, ale krótko rzecz ujmując... chyba Atari nie było gotowe na Jaguara. W efekcie genialna technicznie, jak na

dwóch miesiącach od ich przekazania. O promocji w sieciach handlowych, których nie było, w ogóle nie ma co mówić.

**CRN** To prawda, cały rynek gier był wtedy w innym miejscu...

**TOMASZ MAZUR** To nie była rozrywka masowa, za to bardzo pożądana. Przy czym, o ile łatwo było znaleźć chętnych na wszystko co niedrogie – patrz sukces osławionego Pegasusa, 8-bitowej konsoli do gier (taniego, chińskiego kłona konsoli Nintendo) – o tyle klienci niechętnie wydawali większe pieniądze na coś, co nie było postrzegane tak jak dzisiaj, ale raczej jako zabawka dla dzieci. Niemniej Jaguar w Polsce nie był porażką, choć trudno też mówić o wielkim sukcesie. Był oczywiście urządzeniem niezwykle podziwianym i pożądanym. Na pewno bardziej niż dzisiejsze PS4 czy Xbox One.

**CRN** Obecnie zataczamy koło, jeśli chodzi o metody tworzenia gier. Zaczęli się liczyć niezależni twórcy gier, którzy w Polsce już odcisnęli swoje piętno na przełomie lat 80. oraz 90., zresztą przy niemalym udziale Mirage'a. Jakie były pierwsze wydane przez Mirage polskie gry?

**TOMASZ MAZUR** Wspomniana wcześniej historia nazwy Mirage wiąże się właśnie z pierwszymi wydanymi grami – Battleships i Ortografia. Twórcą wspomnianych gier był Arek Łukszo, wielki miłośnik modelarstwa, lotnictwa i między innymi projektu samolotu Mirage. To za jego sprawą podczas burzy mózgów pojawiła się właśnie taka nazwa dla naszej firmy. Pierwsze gry może nie były bardzo odkrywcze, ale za to spełniały marzenia dotyczące tego, do czego mogłyby być przydatne komputery – nowy hit świata techniki. To było przeniesienie znanej rozrywki na ekran monitora i oczywiście rozwinięcie hasła: „komputer bawi i uczy”. Gry były naprawdę dobrze zrobione, więc znalazły uznanie odbiorców.

Pierwsze gry nie były odkrywcze, ale spełniały marzenia.

ówczesne czasy, konsola nie odniosła sukcesu. Myślę, że złożyło się na to wiele rzeczy, ale najważniejszą był brak wystarczającego wsparcia firm zewnętrznych produkujących gry oraz kilka innych błędów popełnionych przez Atari.

**CRN** Może polskich graczy nie było po prostu stać na taki luksus?

**TOMASZ MAZUR** Myślę, że nasz rynek był gotowy na konsolę, przecież były obecne inne – mniej doskonałe. Natomiast brak sukcesu w Polsce to oczywiście konsekwencja braku tego sukcesu globalnie, ale także braku jakiegokolwiek zorganizowanego systemu sprzedaży detalicznej czy kulejących możliwości promocyjnych (nie było np. Internetu). Ze względu na cykl wydawniczy prasy drukowanej informacje mogły dotrzeć do odbiorców najwcześniej po





**CRN Teraz wiele gier to produkcje na miarę hollywoodzkich hitów. Jak było kiedyś?**

**TOMASZ MAZUR** W latach 80. oraz 90. gry były tworzone przez małe zespoły. Nie było żadnego uzasadnienia ich rozbudowywania. I chociaż nie były to tak wielkie inwestycje jak dzisiaj, zastanawialiśmy się nad wydaniem każdej gry – czy w ogóle, a jeśli tak, to w jakiej postaci ją wydać. Tym bardziej że trafiały do nas zwykle projekty w fazie przedprodukcyjnej lub produkcyjnej. Często to były tylko pomysły z pierwszymi szkicami. Bywało też tak, że tworzyliśmy zespoły na potrzeby projektu, kontaktując i koordynując prace programisty, grafików, muzyka itp. Były też oczywiście projekty, z których zrezygnowaliśmy, bo na przykład nie wносиły nic nowego, a już mieliśmy kilka podobnych gier. Natomiast nie pamiętam sytuacji, żeby-

śmy zrezygnowali z wydania gotowej gry, która do nas trafiła. Przy czym takich było niewiele.

**CRN Teraz kilka polskich gier to światowe hity. Czy mieliście kiedyś w ofercie takie potencjalne przeboje?**

**TOMASZ MAZUR** Nie pamiętam wszystkich gier, ale na pewno zostały mi w pamięci dwie, które wyróżniały się na tle tego, co wtedy było wydawane. Pierwsza z nich to „Mózgprocesor” – genialna tekstowa gra przygodowa, która na pewno mogłaby konkurować z najlepszymi ówczesnymi produkcjami, ale niestety nie dostała takiej szansy, bo była tylko po polsku. Natomiast wydana później „Operation Blood” doczekała się premiery poza Polską i zbierała bardzo dobre recenzje. Została wielokrotnie uznana za jedną z najlepszych technicznie gier na Atari. Zresztą jednym z jej autorów był Paweł Kalinowski, który potem przez wiele lat wspólnie ze mną i z innymi budował wartość Mirage. Do dzisiaj jest rozpoznawalny w środowisku Atari.

ROZMAWIAŁ **BARTŁOMIEJ DRAMCZYK**



Fot. © Kadmy - Fotolia.com

# Dystrybucja IT: zostali najlepsi

Ostatnie kilka lat w polskiej dystrybucji IT – w porównaniu z tym, co działo się jeszcze dekadę temu – to wręcz stagnacja.

**TOMASZ GOŁĘBIOWSKI**



DYSTRYBUCJĘ IT MIELIŚMY NA ŚWIATOWYM POZIOMIE WCZEŚNIEJ  
NIŻ MOTORYZACJĘ.

Półowa lat 90. W Pałacu Kultury i Nauki odbywają się targi Komputer-Expo. Pod najwyższy budynek stolicy podjeżdża długa amerykańska limuzyna. Wsiada z niej dwóch dobrze ubranych mężczyzn. Jeden z nich to Wiesław Osowiecki, syn dyplomaty, który wychował się w Brazylii, Szwajcarii i Francji. Po skończeniu studiów informatycznych w Berlinie Zachodnim zaczął handlować komputerami. Drugi pasażer limuzyny to jego wspólnik Mirosław Lampka, polski emigrant przebywający w Niemczech. Obaj założyli w 1985 roku Soft-tronika (później przekształconego w STGroup) – uważanego za najstarszego polskiego dystrybutora.

Ich sielanka trwała kilkanaście lat i zakończyła się z kilku powodów. Jednym z nich było bezsensowne inwestowanie w biznes internetowy, co miało podnieść wartość STGroup na Giełdzie Papierów Wartościowych. Szefowie spółki zainwestowali w wirtualne przedsięwzięcia, m.in. portal YoYo.pl, ponad 24 mln zł, podczas gdy w emisji publicznej akcji pozyskali tylko 13 mln zł (spółka weszła na giełdę w 1999 r.). Przejściem branżowego dinozaura zainteresowany był Incom, ale zrezygnował. Były też przymiarki do połączenia STGroup z Californią Computer (później wchłoniętą przez Action), ale także ta fuzja nie wypaliła. Na trzy miesiące przed bankructwem zarząd firmy poinformował o restrukturyzacji spółki. Za późno! Pokażne długi – ok. 100 mln zł – sprawiły, że nic nie było w stanie uratować dystrybutora. W tej sytuacji Mirosław Lampka i Wiesław Osowiecki po prostu zniknęli. Według osób związanych ze spółką prawdopodobnie wyjechali do Niemiec, Meksyku lub Izraela.



JTT ORAZ TCH W LATACH 90. BYŁY W PIERWSZEJ DZIESIĄTCE  
DYSTRYBUTORÓW IT W POLSCE.

Takich historii polska dystrybucja IT zna o wiele więcej. Pod tym względem nie różni się od innych segmentów rodzimej gospodarki, która w latach 80. i 90. dawała szansę na szybką karierę „od pucybuta do milionera”, ale bez gwarancji utrzymania się na fali. Tym, którym się to udało, należy się ogromny szacunek. Stanowią zaledwie ułamek tych, którzy próbowali. Warto bowiem pamiętać, że na przełomie wieków, a więc po ponad dekadzie rozwoju polskiego rynku IT, aż 60 firm na poważnie zajmowało się dystrybucją lub subdystrybucją. Co najmniej drugie tyle prowadziło działalność hurtową z doskoku. Największe przychody osiągało wówczas przedsiębiorstwo Computer 2000 Polska (obecnie Tech Data Polska), a następnie ABC Data oraz nieistniejący już Techmex (niestety, nie ma już wśród nas również Jacka Studenckiego, założyciela wymienionej spółki, niezwykle ciepłego i sympatycznego człowieka). AB klasyfikowało się wówczas na szóstym miejscu, za JTT Computer i Optimusem, a tuż przed Actionem. W pierwszej dziesiątce był również Incom, a także TCH Components.

## CZAS WERYFIKACJI

Przez pierwszych kilkanaście lat – licząc od połowy lat 80. – polski kanał dystrybucyjny nieprzerwanie się rozwijał. Klimat do robienia biznesu był taki... jak w Amazonii, o której Arkady Fiedler zwykł mówić, że wystarczy wetknąć w tamtejszą ziemię parasol, a po kilku godzinach zakwitnie. Jednak po kilkunastu latach konkurencja i błyskawiczny rozwój biznesu zaczęły weryfikować umiejętności menedżerskie szefów firm dystrybucyjnych i subdystrybucyjnych. Krótko mówiąc: firmy zaczęły padać jak muchy. W 1999 r. byliśmy świadkami pierwszego poważnego wstrząsu, kiedy to stanęła sprzedaż w polskim biurze Datrontechu. Jako oficjalny powód podawano wycofanie się firmy ze wszystkich rynków Europy Środkowo-Wschodniej. Wiadomo było jednak, że już rok wcześniej Datrontech Poland poniósł duże straty. Na szczęście dla resellerów dystrybutor zadbał o przekazanie serwisu w dobre ręce – co należało do chlubnych wyjątków w takich sytuacjach. Zajęło się tym TCH Components, wówczas dystrybutor ze ścisłej krajowej czołówki. Nikt wtedy się nie spodziewał, że dwa lata później warszawska firma podzieli los Datrontechu. Upadek TCH był dla wielu prawdziwym szokiem. Na czele firmy stał przecież Tomasz Chlebowski, jeden z najbardziej znanych i zasłużonych graczy w polskiej branży IT. „Byłem do tego stopnia zachłyśnięty sukcesem i przekonany o własnej nieomyślności, że popełniłem kilka poważnych błędów” – wspominał później na łamach „Harvard Business Review”.

Bankructwo TCH było wstępem do jednego z najbardziej dramatycznych rozdziałów w historii polskiego kanału dystrybucyjnego. W latach

## Tak hartowała się branża...

wspomina Tomasz Chlebowski,  
obecnie CEO firmy ComCERT

Tuż przed odzyskaniem wolności przez Polskę przebywałem przez parę lat w Stanach Zjednoczonych. Kiedy mój przyjaciel dowiedział się, że wracam do kraju, zwrócił się do mnie z prośbą. Potrzebował do jakichś obliczeń na swoim komputerze PC koprocesora matematycznego 8087, podłączanego do płyty głównej przez specjalne gniazdo. Podzespół kosztował 100–200 dol. w zależności od szybkości. Kolega zamówił taki koprocesor w jakimś sklepie wysyłkowym, który bardzo ociągał się z jego wysłaniem. Ponieważ nie mógł dłużej czekać, poszedł do innego sklepu i kupił drugi. Po jakimś czasie przyszedł ten zamówiony wcześniej. Kolega nie chciał już wozić się z jego zwrotem. Wiedząc, że wracam do Polski, powiedział: „weź ten koprocesor, postaraj się go sprzedać w kraju – kosztował mnie 150 dol. – a jak sprzedasz, połowę przekaż na opozycję demokratyczną, a połowę daj mojej babci, która mieszka w Warszawie”. Wróciłem do Polski (było to w maju 1988 r.) i zabrałem się metodycznie do pracy nad zadaniem. W ciągu tygodnia na podstawie ogłoszeń w „Życiu Warszawy” zbudowałem być może pierwszą w Polsce bazę danych warszawskich firm komputerowych. Było ich prawie 300! Pierwszego dnia zadzwoniłem do 20–30 firm i zapytałem, czy nie chciałyby kupić koprocesora 8087 za 300 dol. Chyba trzy z nich odpowiedziały, że owszem, chcą kupić ten koprocesor. Nikt nie negocjował ceny. Natychmiast kupiłem w USA cztery kolejne koprocesory, potem osiem, szesnaście, i... tak stałem się „królem koprocesorów”, a potem również „królem pamięci”. Cały czas była to działalność uboczna, aż ostatecznie rozstałem się z moją dotychczasową pracą zawodową w styczniu 1993 r. Wtedy zatrudniałem już kilkanaście osób, pracujących w dwóch grupach: dystrybucyjnej (która później przyjęła nazwę TCH Components) i usługowo-produkcyjno-integracyjnej (która później przyjęła nazwę TCH Systems).

2001–2002 działalność zakończyło wielu dobrze znanych w branży dystrybutorów i subdystrybutorów. W ciągu zaledwie dwóch lat z rynku zniknęło w sumie dziewięć takich firm. Niektóre niemal niezauważone, jak dol czy Ryand, inne z hukiem słyszalnym w całym kraju – jak wspomniane już STGroup. Minęło niewiele czasu i nastąpiła kolejna głośna klęska: decyzję o wycofaniu się →

cd. na  
str. 30



# ACTION®

GLOBALNE MARKI, GLOBALNA DYSTRYBUCJA

# Zobacz co robimy dla sukcesu Twojej firmy



## **DZIAŁ HANDLOWY IT:**

- dwa systemy zamówień on-line (i-serwis oraz Bit-store)
- kilkudziesięciu handlowców do dyspozycji klienta

Odpowiadamy za realizację polityki handlowej firmy. Poprzez szkolenia produktowe i handlowe oraz styczność z nowymi technologiami - doskonalimy swoją wiedzę i umiejętności, aby jeszcze lepiej współpracować z naszymi kontrahentami.

**Marcin Bielawski,**  
**Doradca Zarządu ds. Kluczowych Klientów**

Od prawie 25 lat współtworzymy rynek IT w Polsce. Jesteśmy codziennie do dyspozycji naszych partnerów, razem z nimi osiągamy liczne sukcesy, dzielimy się doświadczeniem. Wspólnie kreujemy rynek, wyznaczając nowe trendy i dobrą przyszłość tego rynku.

**Piotr Bielirski,**  
**Prezes Zarządu**

## **DZIAŁ ELEKTRONIKI UŻYTKOWEJ:**

- już ponad 200 sklepów w ramach projektu „Specjaliści RTV/AGD”
- elektroniczny system wsparcia sprzedaży
- program sprzedaży przedłużonych gwarancji
- wsparcie marketingowe

Frekwencja naszych partnerów na lutowym spotkaniu oraz ich opinie utwierdzają nas w przekonaniu, że kierunek rozwoju naszego Programu jest słuszny. Motywuje nas to do jeszcze bardziej wyężonej pracy na rzecz podnoszenia konkurencyjności sklepów naszych partnerów na lokalnych rynkach.

**Paweł Karnasiewicz,**  
**Pełnomocnik Zarządu ds. Rozwoju Franczyzy**

## **DZIAŁ KSIĘGOWOŚCI:**

- e-faktury - oszczędność czasu, przyspieszenie rozliczeń
- telefoniczny i systemowy dostęp do informacji o saldzie klienta
- szybka pomoc w wyjaśnianiu i uzgadnianiu rozliczeń
- dzielenie się wiedzą i doświadczeniem w zakresie rachunkowości i podatków

## **DZIAŁ ZAKUPÓW I SPRZEDAŻY:**

- budowanie trwałych relacji z klientami
- komunikatywność, lojalność, zaufanie
- elastyczne podejście do partnerów





Z e-faktury zabezpieczonej podpisem elektronicznym korzysta już prawie 4000 osób. Klienci Action mają również bieżący dostęp do swojego salda poprzez i-serwis i dokonują płatności przy użyciu tzw. wskazówki płatniczej, umożliwiającej świadome zarządzanie wykorzystaniem limitu kredytowego.

**Violetta Szymczak,**  
księgowa



Już wkrótce Action poszerzy swoje zaplecze logistyczne o kolejne 20 000 mkw. W nowo powstającym magazynie zastosowane będą najnowsze technologie. Zapewni to naszym obecnym i przyszłym partnerom szybki dostęp do jeszcze większego niż dziś portfolio produktów.

**Marta Chodorowska,**  
Kierownik Działu Analiz Logistycznych



Do komunikacji marek własnych wykorzystujemy nowe rozwiązania, m.in. potencjał sportu. Marka ActiveJet przez ponad dwa lata zdobyła koszulki Legii Warszawa. W tym roku – jako sponsor tytularny zawodowej drużyny kolarskiej ActiveJet Team – docieramy do nowych klientów w Polsce i zagranicą.

**Ewelina Woldan-Nowak,**  
Kierownik ds. marketingu marki



Do każdego klienta podchodzimy indywidualnie, by zaproponować najbardziej korzystne dla obu stron warunki finansowe. Dla szybkiej i efektywnej obsługi rachunku, poprzez i-serwis dajemy partnerom możliwość natychmiastowego dostosowania warunków współpracy, w tym tzw. kojarzenia płatności.

**Wioletta Gardzińska,**  
Specjalista ds. kontroli kredytów



Cena i dostępność – choć ważne – są czynnikami drugorzędnymi w stosunku do kwestii takich jak lojalność, rzetelność oraz gotowość udzielenia pomocy. Na fundamentach postawy partnerskiej powstają solidne, długofalowe relacje z klientami, korzystne dla wszystkich zaangażowanych stron.

**Łukasz Pietruszka,**  
Doradca Zarządu ds. rozwoju produktów przenośnych



#### DZIAŁ LOGISTYKI:

- najnowocześniejsze urządzenie firmy SSI Schaefer wspomagające procesy logistyczne
- 9 500 Klientów miesięcznie
- 45 000 paczek wysyłanych dziennie
- oferta 18 000 produktów

#### Od września 2014 Action planuje obsługę:

- 50 000 indeksów
- 25 000 zamówień dziennie
- 100 000 kartonów wysyłkowych dziennie
- 150 000 linii handlowych dziennie

#### DZIAŁ MARKETINGU:

- efektywne narzędzia wsparcia sprzedaży
- szeroki wachlarz akcji promocyjnych
- innowacyjne działania sponsoringowe

marki własne:





Z LEWEJ: RYSZARD TURKIEWICZ, BYŁY CZŁONEK ZARZĄDU AB, ZANIM SPÓŁKA STAŁA SIĘ JEDNYM Z GIGANTÓW NASZEJ BRANŻY. POWYŻEJ: KRZYSZTOF MUSIAŁ, ZAŁOŻYCIEL ABC DATY, JESZCZE W ROLI PREZESA ZARZĄDU.

→ cd. ze str. 27

z Polski podjęło kierownictwo Ingram Micro. Kilka miesięcy później jego śladem poszedł zarząd ELKOTechu (pochodzącego z Łotwy). Wyglądało na to, że z punktu widzenia zagranicznych inwestorów nasz rynek tracił na atrakcyjności. Z drugiej strony obaj międzynarodowi gracze deklarowali, że „jeszcze tu wrócą”. W przypadku Ingramu niewiele brakowało, aby powrót faktycznie doszedł do skutku. Amerykanie przez jakiś czas byli zainteresowani przejęciem AB, ale negocjacje zostały przerwane w do dziś niejasnych okolicznościach. W 2003 r. smutny los nie ominął też rdzennie polskich przedsiębiorstw. Wśród nich znalazło się zasłużone JTT Computer, które zbyt późno usłyszało wyrok uniewinniający w sporze z fiskusem. Kolejne trzy lata były stosunkowo spokojne, choć w każdym z nich żegnaliśmy jednego subdystrybutora. W 2004 r. poległ Rubikon, rok później konkurencji nie wytrzymał Emiter. Rok 2006 to czas smutnego końca Bestcomu. Do grona dystrybutorów, którzy swojego czasu byli dobrze znani w branży, a teraz ich nie ma, zaliczyć też można: Tornado 2000, System 3000, Rubikon, MSD czy Cezara.

### DZIKI ZACHÓD NA WSCHODZIE

Do wielu bankructw, z którymi mieliśmy wtedy do czynienia, dochodziło w atmosferze skandalu, a co najmniej niesmaku. Z tego punktu widzenia ostatnie przykre sytuacje

PIOTR BIELIŃSKI W CZASACH, KIEDY OBECNOŚĆ ACTION NA GPW BYŁA WCIAŻ W SFERZE MARZEŃ.



JACKA STUDENCKIEGO, ZAŁOZYCIELA TECHMEKSU, NIEZWYKLE CIEPLEGO I SYMPATYCZNEGO CZŁOWIEKA, NIE MA JUŻ NIESTETY WŚRÓD NAS.



TECH DATA, JAKO JEDNA Z PIERWSZYCH, ZAOFEROWAŁA PARTNEROM USŁUGĘ KONFIGURACJI SERWERÓW.

– w rodzaju wpadki ABC Daty z przejściem rumuńskiego SCOP-a – wydają się skutkiem zwykłego biznesowego ryzyka. Trudno porównać to na przykład z historią Arkana, gdańskiego subdystrybutora, który pierwszy spadek obrotów zanotował już w 2000 r., czyli w okresie prosperity na rynku IT. Potem było już tylko gorzej. Nie pomogło nawiązanie współpracy z niemieckim Wortmannem, redukcje zatrudnienia ani zmniejszenie powierzchni magazynowej. Przyczyn upadku należało szukać w wydarzeniach z 23 marca 1999 r. Tego dnia nieznanymi sprawcami zastrzelili Bassemu Abou-Dahera, libańskiego właściciela firmy... Kolejna upadłość w atmosferze skandalu dotyczyła Emitera, któremu w 2004 r. dostawcy obcięli linie kredytowe. Podobno działali pod wpływem fałszywych plotek rozsiewanych przez pracowników, których zwolniono za – jak twierdził zarząd warszawskiego dystrybutora – działania na szkodę firmy.

Kilka upadłości z pierwszej dekady XXI wieku spowodowane było działaniami urzędników. W 2002 r. skarbowka, prokuratura i Sąd Rejonowy w Białymstoku oskarżyły prezesa Compact Komputery o fałszowanie faktur i wprowadzanie na rynek sprzętu „niewiadomego pochodzenia”. Z kolei według Naczelnego Sądu Administracyjnego i Sądu Okręgowego w Białymstoku nie było na to dowodów. Nie zmieniło to faktu, że firma zniknęła z rynku. Podobnie jak JTT Computer, a także Bestcom – kolejna ofiara fiskusa, tym razem z Poznania. Dystrybutor zdołał utrzymać się na powierzchni zaledwie przez dwa miesiące od wyprowadzenia prezesów z biura przez policję. Jacek Karaban, szef Bestcomu, jest już na wolności i domaga się od Skarbu Państwa sowitego odszkodowania.

Byli też prezesi firm dystrybucyjnych, którzy – pomimo niepowodzeń w tym segmencie rynku IT – dobrze poradzili sobie z dalszą karierą. Dobrym przykładem jest Holender Arjan Bakker, były prezes Cadena Systems. Dystrybutor powstał w 1992 r. i rozwijał się błyskawicznie – od 1,5 mln zł obrotów w 1994 r. do 110 mln zł w 1999 r. Według konkurentów szybki wzrost był jednak pozorem, za którym kryła się coraz gorsza sytuacja finansowa. Kłopoty zaczęły się w momencie zakończenia działalności przez Escom, jednego z głównych wierzycieli Cadeny. Arjan Bakker był już wtedy pochłonięty rozwojem... Allegro.pl. Warto wspomnieć także o Marku Kwiatkowskim, który przeżył upadek Datrontechu, następnie spółki dol, a niedługo później również porażkę Ingram Micro Polska. Obecnie wciąż jest aktywnym uczestnikiem rynku IT jako prezes zarządu iSource.

## POZORNA STAGNACJA

Na tle historii sprzed kilkunastu lat ostatni okres w polskiej dystrybucji to czas względnego spokoju. Względny, bo chociaż nie ma już spektakularnych upadków ani fuzji, to jednak zmiany wciąż następują. Broadlinerzy zaczynają coraz śmielej działać na rynku zaawansowanego sprzętu IT, ale także w innych segmentach gospodarki, jak RTV/AGD, a nawet na rynku zabawek. Od lat mówi się o fuzji wśród polskich broadlinerów lub wykupieniu jednego z nich przez Tech Datę czy Ingram Micro. Na razie skończyło się na przejściu iSource'a przez ABC Datę oraz niemieckiego Devila przez Action. Podczas gdy wśród największych utrzymuje się względna równowaga, sporo zaczyna się dziać w segmencie małych, niszowych dystrybutorów. Na polskim rynku zaczynają pojawiać się nowi gracze (ostatnio m.in. Caseking, StorageCraft, Bakotech, Westcon). W kolejnych latach ten proces może postępować.

Warto podkreślić, że obecnie polska dystrybucja niejako zatoczyła koło. Na początku spora część importu szła z Niemiec. Za Odrą powstały ABC Data i Soft-tronik, a DHI zostało przejęte przez niemieckiego dystrybutora Computer 2000. Teraz, po latach, to nasze firmy zaczynają wchodzić na rynek niemiecki – Action, ABC Data i Komputronik stanowią tylko najbardziej znane przykłady obrazujące, jak wiele się zmieniło od lat 90. XX wieku.

PRÓBĘ ODPOWIEDZI NA PYTANIE, W KTÓRĄ STRONĘ BĘDZIE ROZWIJAĆ SIĘ POLSKI RYNEK DYSTRYBUCJI IT, PODEJMNIEMY W ARTYKULE NA STR. 37.

# Tech Data

## Dystrybucja bez kompromisów

Początek lat 90. to dla polskiego rynku dystrybucji IT czasy Dzikiego Zachodu. Dystrybutorzy prowadzili sprzedaż nie tylko resellerom, ale także użytkownikom końcowym. I wtedy w mieście pojawił się szeryf...

**T**ech Data to jeden z najstarszych polskich dystrybutorów IT. Od początku wyznaczała standardy obowiązujące w tym segmencie rynku. Wiele z nich przetrwało do dzisiaj i choć teraz wydają się oczywiste, nie zawsze tak było. To właśnie Tech Data na początku lat 90. (wówczas jeszcze jako Dom Handlowy Informatyki) zdecydowała się na wyjątkową, jak na tamte czasy, kampanię reklamową skierowaną tylko do resellerów i integratorów. Dystrybutor za pośrednictwem „PC Kuriera” i „Computerworlda” ogłosił, że nie pro-

wadzi sprzedaży użytkownikom końcowym. W ten sposób jako pierwszy podjął trud uporządkowania polskiego kanału dystrybucyjnego i związane z tym ryzyko. Właśnie wtedy powstały granice, które obowiązują do dzisiaj. W efekcie Tech Data zdobyła zaufanie największych resellerów i integratorów, którzy nie mogli sobie pozwolić, żeby ich dostawcy konkurowali z nimi o tak poważnych klientów jak instytucje rządowe czy duże przedsiębiorstwa.

Tech Data wciąż największe przychody czerpie ze współpracy z dużymi i średnimi firmami IT. To się jednak zmienia, bo od pewnego czasu dystrybutor prowadzi bardziej zrównoważoną politykę, w której mniejsi resellerzy grają znacznie większą rolę. Z myślą o nich w 2013 r. ruszyła akcja „20 dni później”, która umożliwia partnerom przedłużenie kredytu kupieckiego nawet o 20 dni. Znamienne, że dystrybutor do dzisiaj konsekwentnie trzyma się swojej żelaznej zasady. Strona [www.techdata.pl](http://www.techdata.pl) wita odwiedzających stwierdzeniem niepozostawiającym żadnych wątpliwości: „Tech Data prowadzi sprzedaż wyłącznie firmom dokonującym dalszej odsprzedaży”.

### PRZEKRACZANIE GRANIC

Z jednej strony dystrybutor wyznaczał granice etycznej dystrybucji, a z drugiej, jeśli chodzi o innowacyjność, często te granice przekraczał. Przykłady można mnożyć, a jednym z bardziej znamiennych jest powstanie Azlan jako siostrzanej działalności dystrybucyjnej z wartością dodaną. Warto pamiętać, że Tech Data to pierwszy broadliner na polskim rynku, który zdecydował się na równoległą dystrybucję w modelu VAD. Innowacyjnym pomysłem była także organizacja targów dla partnerów pod nazwą TDExpo. W tamtym okresie, a więc 10 lat temu, dystrybutor udostępnił też resellerom internetowy konfigurator pecetów – jeden z pierwszych w kraju.

Co ważne, po 26 latach działalności dystrybutorowi, mówiąc kolokwialnie, nadal się chce. Ze względu na zmiany na polskim rynku IT, coraz bardziej stawia na współpracę z integratorami. W tym celu Azlan Competence Center przeprowadziło się do nowej siedziby i zwiększyło liczbę szkoleń oraz sprzętu demo. Dzięki temu lepiej zaspokaja potrzeby małych i średnich integratorów, którzy nie mają wystarczających kompetencji ani zasobów, aby spełnić rosnące wymagania klientów. Dystrybutor stara się poza tym maksymalnie wykorzystać handicap, jaki daje współpraca z wielką trójką branży IT – Cisco, IBM oraz HP. Azlan jest jedynym w Polsce autoryzowanym dystrybutorem wszystkich tych trzech marek.

„WCIĄŻ MOŻEMY BYĆ LIDEREM ZMIAN I KREOWAĆ NOWE TRENDY NA POLSKIM RYNKU” – PIOTR MIROSLAW,  
DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY TECH DATA POLSKA.





– To daje nam sporą przewagę nad konkurencją na polskim rynku. Będziemy jednak pracować dalej, aby ofertę poszerzać o kolejne marki – zapowiada Piotr Mirosław, dyrektor zarządzający polskim oddziałem Tech Daty.

Kolejnym udogodnieniem dla resellerów jest stosunkowo niedawne usprawnienie InToucha oraz wprowadzenie ESD – systemu elektronicznej dystrybucji oprogramowania.

– Jak widać, wciąż możemy być liderem zmian i kreować nowe trendy na polskim rynku – podkreśla Piotr Mirosław.

Powyższe powody, choć nie tylko one, zadecydowały o tym, że Tech Data to wciąż jedyny zagraniczny broadliner, który prowadzi działalność na wyjątkowo wymagającym polskim rynku. Jak wiadomo, nie zdołał tego dokonać lider światowego rynku – Ingram Micro.

## NOWE OTWARCIE

Najnowsza historia Tech Daty to szereg zmian, które mają umożliwić dystrybutorowi wyrównaną walkę z lokalną konkurencją. Wyjątkowy był chociażby rok 2012, w którym Tech Data oraz Azlan zyskały nowych liderów – Piotra

# Tech Data od początku istnienia wyznaczała standardy obowiązujące w dystrybucji IT.

Mirosława oraz Andrzeja Nojszewskiego. Do zespołu dołączył także Adam Pawtel, który kieruje częścią broadline'ową, a wcześniej był dyrektorem odpowiedzialnym za broadline ABC Daty. Przyjęta przez nich strategia na najbliższe kilka lat zakłada m.in. zmianę struktury zatrudnienia w taki sposób, aby jak najwięcej pracowników Tech Daty i Azlana było zaangażowanych w działania sprzedażowe.

– Dzięki temu przyspieszyliśmy proces podejmowania decyzji i zwiększyliśmy wydajność zespołu. Możemy też lepiej rozumieć potrzeby naszych partnerów – twierdzi Piotr Mirosław.

Tech Data Polska czerpie korzyści również z tego, że jest częścią potężnej międzynarodowej struktury. Dzięki temu warszawski oddział postarał się

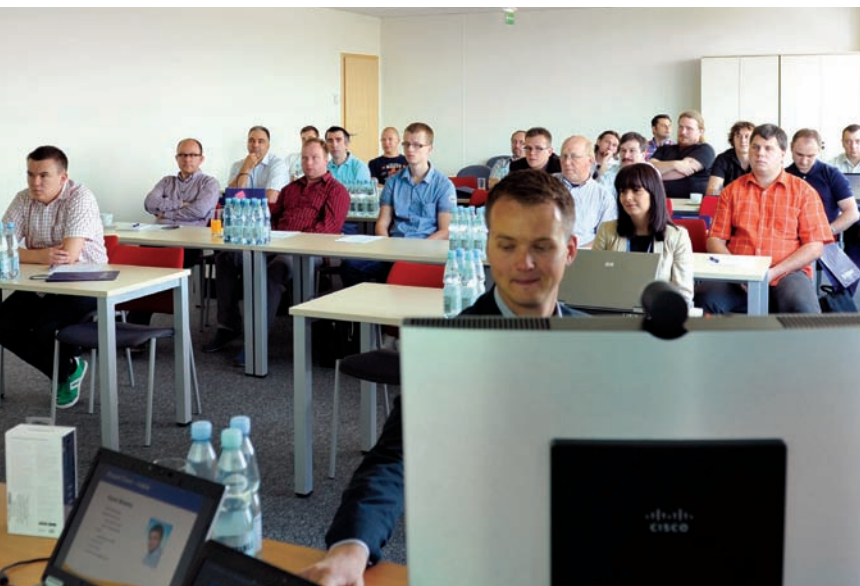


o dostęp do produktów składowanych w europejskich magazynach koncernu. W ten sposób w samym 2014 r. jego oferta zwiększyła się kilkakrotnie. Bardzo mocną pozycję w Europie ma także Azlan, który po przejęciu SDG stał się największym VAD-em na naszym kontynencie. I znów ta sama historia: polskie biuro Azlana ma dostęp do całej listy producentów, z którymi Tech Data ma kontrakty paneuropejskie.

– *Niezwykle istotne jest także antycypowanie zmian i nowych trendów, które wcześniej pojawiają się na większych i bardziej rozwiniętych rynkach w Europie. Zanim przyjdą do Polski, my już o nich wiemy i jesteśmy lepiej na nie przygotowani* – podsumowuje szef polskiego biura Tech Daty.

W kolejnych latach coraz większą rolę w sprzedaży Tech Daty będą odgrywały urządzenia przenośne. Dział mobilny, obok dystrybucji typowego sprzętu IT oraz zaawansowanych rozwiązań, ma być trzecim filarem biznesowym dystrybutora na rynku polskim. W Europie Zachodniej Tech Data jest już największym dystrybutorem telefonów, głównie takich marek jak Apple czy Samsung. Na naszym rynku duży udział stanowi cały czas szary kanał, jednak Tech Data liczy na unormowanie się dystrybucji telefonów i widzi swoje szanse w klasycznym modelu bliskiej współpracy z producentem i kanałem partnerskim.

AZLAN COMPETENCE CENTER PRZEPROWADZIŁO SIĘ DO NOWEJ SIEDZIBY I ZWIĘKSZYŁO LICZBĘ SZKOLEŃ (ZDJĘCIE Z LEWEJ) ORAZ SPRZĘTU DEMO (ZDJĘCIE POWYŻEJ).





# Przyszłość zaczyna się dziś

Minione 25 lat to okres, który zmienił nie tylko branżę dystrybucji, ale i całą naszą gospodarkę, otaczającą rzeczywistość – i w końcu – samych konsumentów. Historia AB, spółki współtworzącej ten rynek od początku lat 90., to historia ewolucji, która pozwoliła dynamicznie rozwinąć się całej branży, a samej AB stać się największym dystrybutorem sprzętu IT w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

**F**irma AB powstała na początku lat 90. jako jednoosobowa spółka. Był to moment olbrzymich zmian gospodarczych w Polsce. Dopiero otwarcie naszego kraju na Zachód pokazało, w jak dużym stopniu Polska odstawała pod względem nie tylko infrastruktury informatycznej, ale także poziomu życia i dostępnych produktów, począwszy od żywności, skończywszy na wyspecjalizowanych usługach.

Najlepiej przedstawia to wskaźnik PKB per capita, uwzględniający siłę nabywczą. O ile na początku lat 90. wynosił on w Polsce nieco ponad 8,1 tys. dol., o tyle w ciągu kolejnej dekady zwiększył się do prawie 12 tys. dol., a na koniec ubiegłego roku wyniósł ponad 18,2 tys. dol.

Obrazuje to, jak bardzo Polacy potrzebowali zachodnich nowości, produktów, technologii i standardu życia. Konsumpcja do dziś pozostaje jednym z fundamentów naszego wzrostu gospodarczego. Drugim kołem zamachowym gospodarki były (i wciąż są) inwestycje. Na początku lat 90. polskie instytucje i przedsiębiorstwa potrzebowały w szczególności infrastruktury IT, na której mogłyby oprzeć swój dalszy postęp.

## RYNEK IT A ROZWÓJ BIZNESU

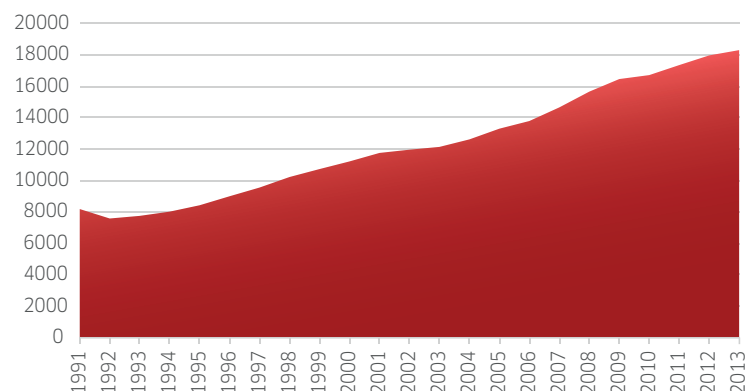
Jednym z ówczesnych warunków rozwoju Polski była informatyzacja kraju. Komputerami i nowymi technologiami zainteresowani byli klienci indywidualni, jak również sektor publiczny i prywatny. Z jednej strony kreował się popyt konsumencki, z drugiej strony rynek IT był potrzebny

do tego, aby gospodarka mogła szybko rosnąć. Lata 90. to także rozkwit wielu małych prywatnych firm. Młodzi przedsiębiorcy nie mieli dobrych wzorców i gotowych rozwiązań, na których mogli się oprzeć. Każdy nowy przedsiębiorca musiał zainwestować swój czas i podjąć ogromny trud nauki prowadzenia biznesu w nowym porządku gospodarczym. W takich realiach pierwszy krok ku dalszemu sukcesowi postawił Andrzej Przybyło – zakładając Przedsiębiorstwo Handlowe AB.

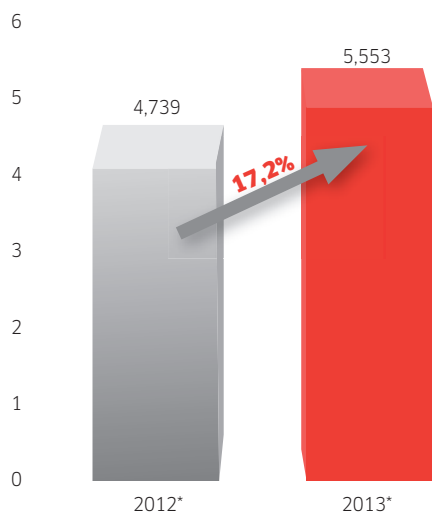
## ROZWÓJ BIZNESU A IT

Założyciel AB od samego początku miał jasną wizję przyszłości swojej firmy – rozwijać się na rynku dystrybucji, szczególnie sprzętu IT. W przeciwieństwie do wielu innych przedsiębiorstw powstających w tamtym okresie, AB nigdy nie zmieniło diametralnie przedmiotu działalności, a nazwa pozostała do dziś synonimem odpowiedzialności, skuteczności i dobrze zarządzanej organizacji.

PKB per capita PPP w Polsce (w dol.)



## Grupa AB – przychody netto ze sprzedaży (w mld zł)



\* dane za rok kalendarzowy

Sukces, który dziś można mierzyć w miliardach złotych przychodów, nie byłby możliwy bez rozwoju rodzimego rynku kapitałowego. W kwietniu 1991 r. wystartowały pierwsze notowania Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie – kolejny symbol dynamicznego wzrostu naszej gospodarki. W międzyczasie AB przekształciła się w spółkę akcyjną oraz pozyskała finanse na dalszy rozwój od funduszu inwestycyjnego. Gdy firma była już gotowa, a raczkujący jeszcze w latach 90. rynek kapitałowy – prężnie rozwijającą się giełdą w regionie, w 2006 r. akcje spółki zadebiutowały na GPW, wprowadzając AB na ścieżkę dynamicznego wzrostu i rozwoju nowych produktów. Licząc od tego dnia do początku kwietnia 2014 r., kurs akcji AB wzrósł o prawie 175 proc. Nie bez przyczyny zresztą.

### AB – POLSKI, MIĘDZYNARODOWY SUKCES

Podobno nie wszystko da się zamknąć w liczbach. Gdy spojrzymy na to, co udało się AB osiągnąć, cyfry robią wrażenie. Grupa AB to największy, pod względem wielkości obrotów oraz liczby klientów, dystrybutor sprzętu elektronicznego (IT, CE, TELEKOM oraz RTV-AGD) w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Grupa w ciągu czterech minionych lat prawie podwoiła obroty, z 2,8 mld zł w roku 2009 do 5,4 mld zł w roku 2012/2013. Już w 2007 r. AB przejęła AT Computers Holding a.s. – czeskiego dystrybutora IT i producenta komputerów, działającego na rynkach czeskim i słowackim.

Było to jedno z największych przejęć na rynku, zakończone sukcesem. Akwizycji ATC dokonano w momencie boomu ekonomicznego, co umożliwiło czerpanie korzyści wynikających z synergii i zwiększenia skali działalności. W chwili zakupu ATC była trzecią co do wielkości spółką na terytorium Czech i Słowacji, natomiast obecnie pod względem przychodów jest liderem w Czechach.

Obecnie AB działa na rynku polskim, czeskim i słowackim, oferując ponad 70 tys. produktów największych światowych producentów IT. Współpracuje z prawie 16 tys. partnerów handlowych – resellerami, VAR-ami, integratorami, operatorami telekomunikacyjnymi, hurtowniami komputerowymi i hipermarketami.

AB potrzebuje tylko jednego dnia roboczego, aby dostarczyć klientowi zamówiony towar. Wrocławskie Centrum Dystrybucyjne zmodernizowane zostało w oparciu o najnowocześniejsze rozwiązania z zakresu techniki magazynowej. Wielopoziomowa antresola do kompletacji towaru oraz zintegrowany, w pełni skalowalny system automatyki magazynowej znacząco wpływają na wzrost wydajności i obniżenie kosztów logistycznych. To jednak nie koniec, jeśli chodzi o podniesienie jakości usług dla klientów. W planach jest budowa centrum logistycznego w strategicznej lokalizacji pod Wrocławiem, w Magnicach. Spółka zamierza m.in. zwiększyć szybkość procesów logistycznych i handlowych.

AB jest również cenionym pracodawcą (otrzymała m.in. nagrodę Odpowiedzialnego Pracodawcy – Lider HR 2013) oraz firmą wdrażającą najwyższe standardy CSR, np. politykę jakości czy politykę środowiskową.

### W SIECI SIŁA

Technologia IT, a z nią i cała branża nie zatrzymują się ani na chwilę. Aby kontynuować rozwój, dystrybutorzy muszą myśleć o tym, co będzie w przyszłości: jakich kanałów dystrybucji będą oczekiwać klienci, jakie produkty będą się cieszyć popularnością, jakie usługi dodatkowe będą potrzebne. Dlatego szereg rozwiązań oferowanych już dziś przez AB dopiero staje się standardem lub będzie nim w niedalekiej przyszłości. →

### Andrzej Przybyto, założyciel i prezes AB

AB to firma, która ma znaczący udział w tworzeniu polskiego sektora dystrybucji IT. To niezwykle doświadczenie móc przyglądać się rozwojowi samej spółki, jak i rynku, na którym działa. Chociaż nieustannie patrzymy w przyszłość i dbamy o ciągły progres firmy, to cały czas mamy na uwadze obecne relacje z naszymi kontrahentami. Partnerzy i klienci AB są dla nas najważniejsi.



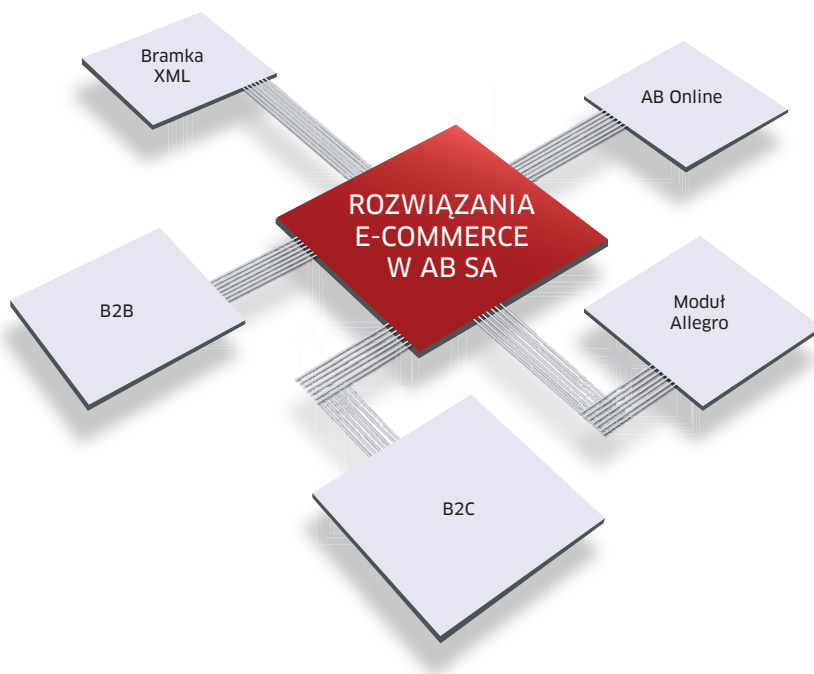
→ Tak jest na przykład z jedną z najszybciej rosnących części rynku handlu, czyli e-commerce. Według raportu firmy PMR rynek ten w 2012 roku był wart 21 mld zł, a – według tych samych szacunków – w 2013 roku wzrósł o 15 proc., czyli do 24 mld zł. Aby uzmysłowić sobie, jak szybko jest tempo wzrostu e-commerce w Polsce, należy przypomnieć sobie, ile wart był ten rynek w niedalekiej przeszłości. 10 lat temu startował z poziomu zaledwie 330 mln zł, pięć lat temu osiągnął próg 5 mld zł, by w końcu z wielokrotnością tę wartość dzisiaj.

Aby spełnić oczekiwania rynku e-commerce, firma AB zaoferowała partnerom m.in.: nowoczesny serwis AB Online, który obsługuje ok. 90 proc. ilości zamówień, integrację z platformą aukcyjną Allegro, rozwiązania dla resellerów działających na rynku B2B oraz B2C. Spółka jest również w stanie przygotować dedykowane sklepy internetowe z szeroką ofertą produktową, wraz z obsługą klienta końcowego.

### KOLEJNE 25 LAT – WYPRZEDZIĆ PRZYSZŁOŚĆ

Mówi się, że kto stoi w miejscu, ten się cofa. Tę zasadę wyznaje również AB, która chce towarzyszyć klientom i partnerom w ich rozwoju. Właśnie dlatego, z myślą już niekoniecznie o teraźniejszości, ale o przyszłości, AB dokonała rewitalizacji polskiej znamienitej marki – Optimus.

Nowy Optimus jest nie tylko producentem sprzętu dla firm i instytucji, ale także in-



tegratorem rozwiązań IT oraz franczyzodawcą. Ta ostatnia część oferty Optimusa stanowi innowacyjny model biznesowy na polskim rynku. Zakłada on przede wszystkim stworzenie sieci franczyzowej małych i średnich integratorów. Pozwoli to na zwiększenie udziału w rynku przetargów i projektów informatycznych, które do tej pory były dla nich niedostępne. Do sieci mogą dołączyć firmy integratorskie, obsługujące projekty i aktywnie uczestniczące w przetargach publicznych, współpracujące z klientem instytucjonalnym w sektorze administracji publicznej, edukacji, służby zdrowia, finansowym oraz z przedsiębiorstwami prywatnymi.

Nowy pomysł na markę Optimus został doceniony przez rynek oraz jury konkursu EMEA Distributor Initiative of the Year: AB otrzymała za niego nagrodę EMA Initiative of the Year (2013).

Minione kilka lat i zapewne kilkanaście kolejnych pokażą, jak dużą wagę konsumenci przywiązują nie tylko do samych właściwości sprzętu czy rozwiązań, ale do ich marki oraz designu. W odpowiedzi na nowe trendy z myślą o klientach końcowych AB wprowadziła marki własne: TB Print (materiały do drukarek), TB Energy (nowoczesne oświetlenie LED), TB Clean (produkty czyszczące przeznaczone do sprzętu elektronicznego) oraz TB Touch, czyli tablety o różnym stopniu zaawansowania technologicznego, które łączą nowoczesne wzornictwo oraz ciekawa kolorystyka.

Firma nieustannie rozszerza spektrum swoich możliwości. Jest m.in. wiodącym dystrybutorem elektroniki użytkowej, sprzętu RTV i AGD oraz zabawek. Nic nie stoi bowiem na przeszkodzie, aby sprawdzony model biznesowy, który odniósł sukces w ciągu ponad 20 lat, przenieść na nowe rynki.



AB JEST CENIONYM I NAGRADZANYM DYSTRYBUTOREM. ZA NOWY POMYSŁ NA MARKĘ OPTIMUS, AB OTRZYMAŁA EMEA INITIATIVE OF THE YEAR (2013), SPÓŁKA ZOSTAŁA TAKŻE TRZY RAZY Z RZĘDU DYSTRYBUTOREM ROKU WEDŁUG CRN POLSKA. AB DOCENIANA JEST TAKŻE JAKO DOBRY PRACODAWCA, W 2013 R. OTRZYMAŁA NAGRODĘ ODPOWIEDZIALNEGO PRACODAWCY ROKU – LIDER HR 2013.



Fot. © Christophe Fouquin - Fotolia.com

# Przyszłość kanału dystrybucyjnego

Czy dystrybutorzy będą jeszcze potrzebni? Czy wszyscy resellerzy staną się integratorami? Dlaczego wiedza będzie się liczyć bardziej niż towar?

**KRZYSZTOF PASŁAWSKI**

**O**przyszłość kanału dystrybucyjnego zapytaliśmy dystrybutorów, integratorów i resellerów. Z ich wypowiedzi wynika, że należy spodziewać się zmian, choć nikt nie oczekuje rewolucji. Pewne jest, że w dystrybucji będzie rosło znaczenie VAD-ów. Również duzi broadlinerzy bę-

dą nadal wzmacniać działy zajmujące się sprzedażą rozwiązań dla firm. Z kolei wśród wyspecjalizowanych graczy wyraźnie zaostrzy się konkurencja. Będzie to związane z rosnącym popytem na całościowe rozwiązania, a nie pojedyncze produkty. Zainteresowanie prostą odsprzedażą zmniejsza się także w firmach resellerskich. Stąd u dystrybutorów zyska na znaczeniu wiedza i kompetencje, które można przekazać integratorowi czy resellerowi. Bardzo ważna będzie także wiedza, jak rozwiązania IT mogą przyczynić się do rynkowego sukcesu użytkownika, wzmocnić jego przedsiębiorstwo, usprawnić działanie, poprawić konkurencyjność. Doradztwo będzie w dużym stopniu stanowić o sile firm działających w kanale dystrybucyjnym.

– *Transakcyjny model sprzedaży, którego naturalnym elementem są broadlinerzy, w wielu obszarach będzie zastępowany modelem relacyjnym, ukierunkowanym na doradztwo i długoterminową relację vendor – dystrybutor – reseller – klient* – mówi Mariusz Kochański, członek zarządu Veracompu.

**Mariusz Kochański,**  
dyrektor Działu  
Systemów Sieciowych  
w Veracompie



Dla vendora kluczowym, aby odnieść sukces sprzedaży, stanie się kanał – przeszkolony, lojalny wobec niego, oferu-

jący doradztwo klientowi końcowemu w prowadzeniu biznesu. Tylko w ten sposób można właściwie przedstawić produkt oraz wyróżnić go na tle konkurencji.

## **SAM SOBIE MARKA**

Wskazywano także na rosnące znaczenie marek własnych w ofercie broadlinerów, co pozwala zwiększyć profity dzięki wyższym marżom. Nikt jednak nie spodziewa się, że dystrybutorzy staną się w końcu przede wszystkim producentami. Nie będzie im się to opłacać, choćby dlatego że nie są w stanie nawet w połowie zastąpić bardzo rozbudowanego asortymentu własnymi brandami. →



### Ireneusz Dąbrowski, niezależny doradca biznesowy

W dystrybucji będzie rosła rola VAD-ów. Konkurencja w tym segmencie zaostriże się, zaczną się wyścigi o jakość i kompetencje. Skoro zwiększy się rola VAD-ów, to także VAR-ów. Wzrośnie popyt na produkty związane z integracją, a zwłaszcza z przetwarzaniem danych, chmurą i bezpieczeństwem. Resellerzy będą zdobywać kompetencje związane z usługami, ponieważ odbiorcy końcowi wraz

z rozwojem chmury będą mniej inwestować w sprzęt. Końcowy użytkownik potrzebuje już dzisiaj rozwiązania, a nie urządzenia, i te preferencje będą coraz bardziej widoczne. Na rynku detalicznym dystrybutorzy będą sprzedawać przede wszystkim sieciom handlowym i e-sklepom. Sami dystrybutorzy niewiele się zmienią. Będą wzmacniać swoją pozycję w segmentach, w których już są silni, czyli na przykład w VAD lub markach własnych. Nie przewiduję konsolidacji wśród największych graczy w najbliższych latach.

→ *- Dla resellera bardzo istotną sprawą jest szerokość oferty. Dlatego to mało prawdopodobne, aby marki własne zdominowały biznes broadlinerów* – twierdzi Tadeusz Alankiewicz, dyrektor handlowy Impaktu.

Można natomiast spodziewać się, że ci gracze, którzy już wprowadzili własne marki, będą systematycznie powiększać ich asortyment.

Co ciekawe, mało kto spodziewa się integracji największych firm dystrybucyjnych. Będą one nadal inwestować (w tym za granicą) i wzmacniać różne „nogi” swojego biznesu, np. poszerzając portfolio produktów niezwiązanych z IT. Dotyczy to zwłaszcza sprzętu AGD, który staje się coraz bardziej zinfomatyzowany – zjawisko to jest związane z przenikaniem się branż. Swoją drogą, jeśli nastanie epoka Internetu wszechrzeczy, wszystko będzie produktem IT, nawet wanna...

### WARTOŚĆ DODANA

Drobny sprzedawca nie przetrwa na rynku, jeśli jego działalność będzie ograniczać się do sprzedaży „pudełek” – tę powtarzaną już wielokrotnie tezę słyszeliśmy zarówno od dystrybutorów, jak i resellerów. Jedni i drudzy byli zgodni, że resellerzy muszą zmodyfikować profil działalności lub ją poszerzyć. Takie zjawisko będzie coraz częstsze, a ci, którzy się nie dostosują, wypadną z gry.

*- Ci sprzedawcy, którzy nie wejdą w nisze albo nie zaoferują usług z wartością dodaną, raczej nie utrzymają się na rynku* – mówi Sławomir Harazin, wiceprezes Actionu.



### Piotr Błoniarz, dyrektor handlowy, Max Computers

Od dłuższego czasu dystrybutor jest centrum logistycznym dla producenta. Nie było by w tym nic dziwnego, gdyby działy handlowe wykonywały swoją pracę tak jak kilka lat temu. Obecnie obserwujemy bierne podejście działów handlowych do sprzedaży dla SMB i retailu.

Moim zdaniem to zasługa vendorów, którzy wyręczają dystrybucję w sprzedaży. W tym segmencie dystrybutor już wiele nie zdoła, jednak mniejsze firmy – subdystrybucyjne – kładące nacisk na aktywną i agresywną sprzedaż (której brakuje dystrybutorom), mają szansę znaleźć swoje miejsce na rynku, ponieważ są bardziej elastyczne i stają się alternatywą dla dilerów.

Wielu naszych rozmówców przewidywało, że resellerzy będą zwiększać portfolio usług i rozwiązań, stając się w większym stopniu VAR-ami. Do rozwijania takiej działalności, podobnie jak w przypadku VAD-ów, niezbędna będzie odpowiednia wiedza i kompetencje. Szansę na lepszy biznes mają przede wszystkim resellerzy, którzy współpracują z firmami – najlepiej tymi większymi.

*- Najlepszymi klientami będą podmioty, które mają co najmniej kilkanaście stanowisk. Na jedno- bądź dwuosobowych podmiotach obrót i zarobki są minimalne* – mówi Michał Klimek, właściciel firmy Amber.

W handlu konsumenckim rola pojedynczych resellerów nadal będzie się zmniejszać. Sprzedawcom, którzy starają się zarabiać na usługach dla konsumentów, będzie trudniej, bo klienci domowi nie potrzebują już usług w rodzaju instalacji systemu. Po prostu przeciętny zjadacz chleba ma coraz większą wiedzę o IT. Z drugiej strony wśród usług konsumenckich, które prawdopodobnie będą w najbliższych latach przynosić pewne profity, wymieniano m.in. ponowne napełnianie tuszem kartridży (ponieważ ceny oryginałów pozostaną wielokrotnie wyższe) oraz serwis telefonów komórkowych. W tym drugim przypadku na lepszy biznes mogą liczyć ci przedsiębiorcy, którzy będą inwestować w wiedzę, ponieważ telefony są coraz bardziej zaawansowane.

### ZDANIEM RESELLERA

#### Bogdan Łęcki, współwłaściciel Arkomu

W kolejnych latach resellerzy odejdą od zakupów w dystrybucji, choć nie całkowicie, bo jeśli chcę mieć pewność, że towar dotrze szybko, terminowo i będzie dobrej jakości, wybieram hurtownika. Moim zdaniem dystrybutorzy będą coraz mniej potrzebni producentom, przynajmniej jeśli chodzi o sprzedaż oprogramowania. Aby dotrzeć do klientów z cyfrową wersją software'u, dystrybutor nie jest niezbędny.

#### Michał Klimek, właściciel firmy Amber

Drobni resellerzy nie znikną z rynku, bo na miejsce biznesów, które nie wytrzymują konkurencji, wciąż wyrastają nowe. Takie zjawisko widać już teraz. Jeśli ktoś zakłada działalność gospodarczą pierwszy raz, płaci niższy ZUS i jeszcze załatwi sobie dotację, to ma na tyle niskie koszty, żeby tanio sprzedawać. Po roku czy dwóch zwija interes, bo jednak stwierdza, że mu się to nie opłaca. Wówczas na jego miejsce przychodzi następny.

## Top 5 trendów w kanale dystrybucyjnym

- ⇒ Wzmacnia się pozycja kanału dystrybucyjnego – dystrybutorów VAD i integratorów – jako gwaranta dotarcia do użytkowników i obsługi klientów na najwyższym poziomie.
- ⇒ Popyt na rozwiązania wymusza inwestycje w rozwój kompetencji i specjalizację.
- ⇒ Mali integratorzy będą rosnąć w siłę dzięki dobrej znajomości potrzeb lokalnych użytkowników.
- ⇒ Rośnie znaczenie marek własnych dystrybutorów.
- ⇒ Broadlinerzy będą rozwijać się w nowych segmentach rynku, jak na przykład sprzęt AGD.

### MALI SPRZEDAWCY ZNIKĄ? NIEKONIECZNIE

Co godne uwagi, nie wszyscy zgadzają się z tezą, że drobni sprzedawcy w ciągu kolejnych lat znikną z rynku.

– *To scenariusz nieprawdopodobny* – mówi Norbert Biedrzycki, prezes ABC Daty – *Prawdą jest, że resellerzy mają trudniej niż 10 lat temu. Muszą być bardziej konkurencyjni, specjalizować się, wyszukiwać ciekawe nisze, inwestować w wiedzę. Znam resellerów, którzy świetnie konkurują z dużymi sklepami nawet na tej samej ulicy.*

Po raz kolejny powtarza się więc teza, że wiedza i specjalizacja będzie niezbędna do dalszego funkcjonowania na rynku. Są jednak także głosy, że nawet to nie pomoże i rynek pójdzie w innym kierunku.

– *Resellerzy nie mają szans na dłuższe utrzymanie się na rynku z samej sprzedaży detalicznej* – stwierdza Dariusz Dudelski, właściciel firmy Eden Komputery. – *Choćby dlatego że mają mniej środków na*



**Sławomir Harazin,**  
wiceprezes Actionu

Teza, że dystrybutorzy przestaną być potrzebni, bo producenci będą dogadywać się bezpośrednio z dużymi detalistami, nie ma wiele wspólnego z rzeczywistością. Pomija-

jąc różnicowanie biznesu firm dystrybucyjnych, w kanale detalicznym będziemy nadal niezbędni choćby po to, aby zaopatrywać w towar sprzedawców internetowych. W retailu można spodziewać się dalszej konsolidacji. Wśród sieci komputerowych pozostanie 1-2 największych graczy, zaś 2-3 w przypadku dużych detalistów RTV AGD.



**Tomasz Kliczkowski,** wiceprezes ViDiS-u

Specyfiką VAD-ów jest często praca z markami, które nie są bezpośrednio obecne w naszym kraju. Ponieważ przybywa marek, które nie są zainteresowane inwestowaniem w polski oddział, moim zdaniem pozycja dystrybucji będzie się umacniać. Najtrudniejsza będzie sytuacja średniej wielkości, niewyspecjalizowanych dystrybutorów, którzy operują na rynku produktów masowych i nie znaleźli sobie niszy, w której mogą stać się mocnym graczem.

*reklamę niż markety. Ceny mogą mieć nawet podobne jak sklepy sieciowe, ale klient skuszony gazetką z kilkoma tanimi produktami i tak pójdzie do hali.*

Na razie panuje zgoda, że mali integratorzy, działający lokalnie, w ciągu najbliższych kilku lat raczej nie będą wypierani z rynku przez dużych graczy.

– *Ceny ich usług są wciąż dużo wyższe niż małych firm. Być może ta różnica będzie maleć, ale szybko się nie zmniejszy* – stwierdza Michał Klimek.

Są opinie, że wręcz wzrośnie znaczenie małych integratorów, którzy są mocno związani z miejscowymi klientami. Jak podkreśla Sławomir Harazin, mniejszym graczom łatwiej jest poznać potrzeby drobnego biznesu i efektywnie na nie odpowiedzieć niż dużemu integratorowi, który działa w skali całego kraju czy ponad granicami.

### KANAŁ JEST NIEZBĘDNY

Nikt nie przewiduje, że producenci będą częściej docierać bezpośrednio do klientów końcowych, z pominięciem kanału dystrybucyjnego. Następuje raczej zjawisko odwrotne. Ostatnio najbardziej spektakularnym przykładem jest Dell, który odchodzi od sprzedaży bezpośredniej, będącej przez lata fundamentem jego strategii. Skoro w kanale będzie rosło znaczenie rozwiązań, a nie produktów, wiedzy, kompetencji i bardziej zindywidualizowanego podejścia do klienta (co prowadzi do wzmocnienia pozycji VAD i VAR), a z drugiej strony sprawnej logistyki, to wytwórca, który chce prowadzić biznes na większą skalę i mieć lojalnych klientów, nie może omijać kanału dystrybucyjnego. Bez dystrybutorów nie poradzą sobie także integratorzy.

– *Tu działa ekonomia skali, która w logistyce jest bardzo ważna. Dystrybutor zawsze taniej rozwiezie towar do wielu lokalizacji, niezależnie od tego, czy będzie dostarczał go do resellera czy jego klienta końcowego* – tłumaczy Norbert Biedrzycki.

Wśród resellerów powtarzają się natomiast głosy, że ich więzi z broadlinerami słabną. Sieci i duzi retailerzy mogą dogadywać się bezpośrednio z vendorami, a dla drobnych sprzedawców w dystrybucji jest teraz za drogo. W komentarzach dla CRN Polska nie zabrakło gorzkich słów.

– *Kanał dystrybucyjny zanika. W biznesie niezwykle ważną jest lojalność, a tej w relacjach dystrybutor – reseller brak. Nawet po wielu latach stałej współpracy warunki oferowane przez dystrybutorów drobnym sprzedawcom są gorsze niż dla dużych firm* – mówi Bogdan Łęcki, współwłaściciel firmy Arkom.

Resellerzy podkreślają, że obecnie wiele produktów można kupić taniej w Internecie albo w sieciach handlowych niż u hurtownika. To osłabia relacje drobnych sprzedawców z dystrybutorami i skłania ich do szukania alternatywnych źródeł zaopatrzenia.

**Na CRN.pl WYPOWIEDZI:** TADEUSZA ALANKIEWICZA z **IMPAKTU**, NORBERTA BIEDRZYCKIEGO z **ABC DATY**, PATRYCJI GAWARECKIEJ z **AB**, KAMILA GÓRALA z **COMARCHU** I ANNY PIECHOCKIEJ z **DAGMY**.

# Alstor – eksperci od dystrybucji z wartością dodaną

Alstor na stałe wpisał się w krajobraz polskiego rynku dystrybucji IT. Jest jedną z najstarszych istniejących prywatnych firm komputerowych – prowadzi działalność od 1987 r. Przez ten czas z małego przedsiębiorstwa serwisowego stał się klasycznym dystrybutorem z wartością dodaną (VAD), z którego kompetencji co roku korzystają tysiące resellerów, integratorów oraz ich klientów.

Firma, na początku działająca pod nazwą Intel-Serwis, powstała jeszcze przed wielkimi politycznymi zmianami, które miały miejsce na przełomie 1988 i 89 roku. Jej główną działalnością był serwis sprzętu komputerowego. Rozpoczęta w 1992 r. działalność dystrybucyjna w pewnym momencie skupiła się w znakomitej większości wokół pamięci masowych, co doprowadziło w 1997 r. do zmiany nazwy na Alstor (od angielskiego „all storage”).

## NIE TYLKO PAMIĘCI MASOWE

Profesjonalne podejście do obsługi klientów zaowocowało otwarciem kolejnych działów w strukturach Alstor i możliwością dostarczania specjalistycznych rozwiązań w kilku wybranych obszarach technologicznych. Już na samym początku w ofercie dystrybutora dostępne były skanery dokumentowe, które później uzupełniono o oprogramowanie do zarządzania obiegiem dokumentów. Rozpoczęcie dystrybucji profesjonalnych monitorów EIZO umożliwiło stworzenie oferty zarówno dla profesjonalnych grafików i fotografów, jak też... placówek ochrony zdrowia, co później poskutkowało wyodrębnieniem całego działu obejmującego rozwiązania wspierające diagnostykę medyczną oraz systemy obrazowania radiologicznego. W asortymencie Alstor znajdziemy też rozwiązania do zarządzania infrastrukturą informatyczną oraz produkty konsumenckie IT, związane głównie z technologiami mobilnymi.

Oprócz rozbudowanej oferty handlowej Alstor zapewnia partnerom szczegółowe konsultacje w zakresie projektowania inwestycji dla ich klientów końcowych, jak również kompleksową obsługę projektów, obejmującą instalacje, wdrożenia oraz testowanie implementowanych rozwiązań. Partnerzy mają też dostęp do szerokiej oferty szkoleniowej – treningów dotyczących konkretnych rozwiązań i pełnego wykorzystania ich funkcjonalności.



FIRMY, KTÓRYCH PRODUKTY DYSTRYBUJE ALSTOR, MOGĄ LICZYĆ NA PEŁNE WSPARCIE, RÓWNIEŻ MARKETINGOWE – PRZYKŁADEM JEST STOISKO EIZO NA TARGACH FVF2014 W ŁODZI.

Pracownicy dystrybutora posiadają szereg certyfikatów potwierdzających ich wysokie kwalifikacje. Alstor, jako jeden z nielicznych europejskich dystrybutorów, ma w zespole inżyniera z tytułami Trellis Administrator, Trellis Data Center Planner oraz Trellis Monitoring Specialist w zakresie platformy Trellis. Inżynierowie ukończyli też kursy firm Hitachi Data Systems, CommVault, Overland Storage, Tandberg Data czy Infortrend.

## OTWARCI NA NOWOŚCI

Każdy rok wnosi do oferty Alstor nowe kontrakty dystrybucyjne, jak też innowacyjne, niespotykane dotychczas na polskim rynku produkty. Przez ostatnie lata bardzo szybko rozwijała się grupa produktów iCorner, na które składają się innowacyjne akcesoria i peryferia przeznaczone dla rodziny iPhone/iPad/iPod, smartfonów oraz tabletów.

Przykładem takich unikalnych nowości mogą być urządzenia do deduplikacji danych HYDRAsTOR firmy NEC, które trafiły do oferty dystrybutora w kwietniu 2014 r. Ich wyjątkowa architektura zapewnia nieograniczoną, liniową skalowalność zarówno pojemności, jak i wydajności, przy czym – w odróżnieniu od rozwiązań konkurencji – dane nadal są deduplikowane globalnie. HYDRAsTOR do ochrony danych nie używa tradycyjnego systemu RAID, zamiast niego stosowane jest kodowanie DRD (Distributed Resilient Data), odporne na awarię od 3 do 6 dysków lub węzłów skalowalnego rozwiązania. Technologia ta zapewnia także szybszą odbudowę danych w porównaniu z tradycyjnymi systemami RAID, przy mniejszym wykorzystaniu pojemności i obciążeniu procesora.



# Profesjonalne wsparcie jest w naszym DNA

CRN Polska rozmawia z **Adamem Zwierzyńskim, CEO w firmie Alstor.**

**CRN Firma Alstor powstała w 1987 r., ale dystrybucja nie była wówczas jej głównym zajęciem...**

**ADAM ZWIERZYŃSKI** Tak, na początku – jeszcze pod marką Initel-Serwis – zajmowaliśmy się profesjonalnym serwisowaniem zaawansowanego sprzętu IT, przede wszystkim serwerów czy pamięci masowych. Mieliśmy wielu prestiżowych klientów, w tym kilka placówek dyplomatycznych. Pracowałem wówczas w Niemczech u dystrybutora Fujitsu i dostarczałem do Alstor m.in. twarde dyski SCSI. Polski rynek bardzo chłonił takie rozwiązania, marże wciąż były wysokie, co skłoniło mnie do zainwestowania w Alstor i zostania udziałowcem tej firmy. Dzięki moim staraniom w 1992 r. została podpisana pierwsza umowa dystrybucyjna z Fujitsu dotycząca drukarek, dysków twardej, napędów magnetoptycznych i skanerów. Później każdy rok przynosił nowe kontrakty dystrybucyjne. Istotne jest jednak to, że nie zarzuciliśmy działalności serwisowej. Wciąż jest to bardzo ważny dział w naszej firmie – realizujemy naprawy gwarancyjne i pogwarancyjne, nadal mamy prestiżowych klientów i często napraw dokonujemy w ich siedzibie.

**CRN Czy, oprócz przekształcenia firmy w dystrybutora, można było zauważyć jakieś przełomowe momenty?**

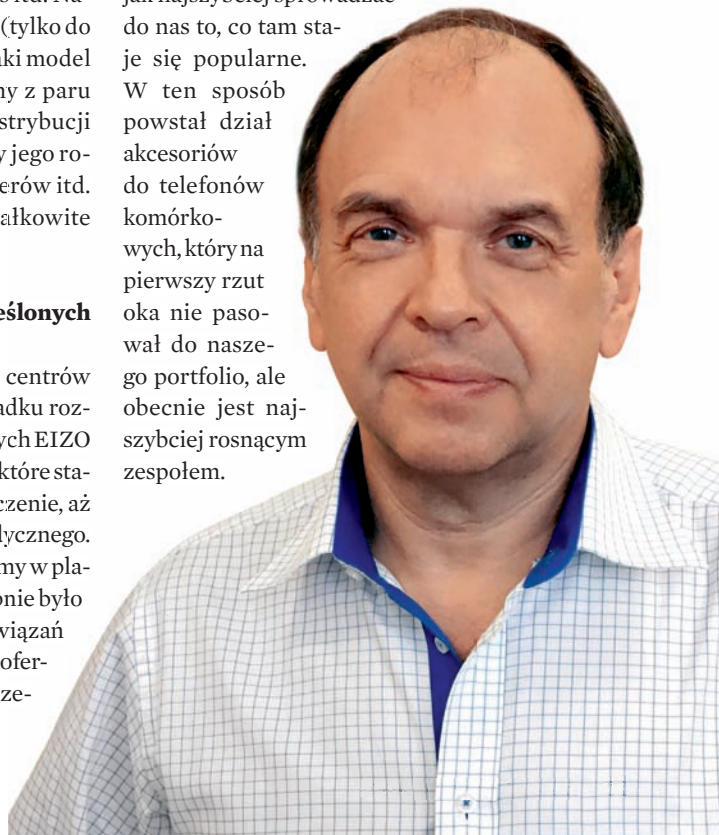
**ADAM ZWIERZYŃSKI** Około 2000 r. zauważyliśmy, że polskim rynkiem rozwiązań dla przedsiębiorstw zainteresowali się najwięksi, globalni producenci IT. Wszystkie ważne marki świata zaczęły otwierać tu swoje biura i zatrudniać własne siły sprzedażowe, wsparcie techniczne, serwis itd. Nagle okazało się, że rola dystrybutora została przez nich spłaszczona (tylko do logistyki), bowiem śmietankę z całej transakcji spijał producent. Taki model działania był niezgodny z naszą filozofią i wtedy zrezygnowaliśmy z paru kontraktów dystrybucyjnych. Do dzisiaj specjalizujemy się w dystrybucji rozwiązań firm, które nie mają polskiego oddziału, i to my pełniemy jego rolę – zapewniamy wsparcie, serwis, marketing, szkolenia dla resellerów itd. Stanowimy typowy przykład dystrybutora z wartością dodaną i całkowite przeciwieństwo broadlinerów.

**CRN Wygląda na to, że coraz bardziej specjalizujecie się w określonych dziedzinach?**

**ADAM ZWIERZYŃSKI** Naszą ideą jest tworzenie wewnątrz firmy tzw. centrów kompetencji w danej dziedzinie – tak stało się na przykład w przypadku rozwiązań dla medycyny. Zaczęliśmy od sprzedaży monitorów medycznych EIZO RadiForce, z roku na rok rozszerzaliśmy portfolio o kolejne produkty, które stanowiły uzupełnienie oferty, wzbogacaliśmy swoją wiedzę i doświadczenie, aż wreszcie doprowadziliśmy do powstania dedykowanego działu medycznego. Obecnie sprzedajemy serwery i stacje medyczne HP, czego nie mieliśmy w planach, a co stało się faktem dzięki rozwojowi oferty medycznej. Podobnie było w przypadku linii produktów do serwerowni – rozpoczęliśmy od rozwiązań do zdalnego zarządzania serwerownią firmy Avocent, a obecnie mamy ofertę szereg powiązanych rozwiązań: począwszy od zasilania czy chłodzenia, a skończywszy na oprogramowaniu do inwentaryzacji.

**CRN Globalny i polski rynek IT bardzo szybko się zmienia. Obecnie w domu mamy urządzenia, o których 10 lat temu można było tylko pomarzyć. Jak ta sytuacja wpływa na prowadzenie biznesu związanego z dystrybucją rozwiązań IT?**

**ADAM ZWIERZYŃSKI** Rzeczywiście, jeszcze w XIX w. ludzie doświadczali jednej, może dwóch dużych zmian w całym swoim życiu. Przez ostatnie dziesięciolecie duże zmiany następowały co dekadę, ale analitycy twierdzą, że jeszcze przed 2100 r. takie zmiany będą następowały co rok i trzeba się po prostu do tego przyzwyczaić. Sukces odniesie nie tylko ten, kto będzie miał otwarte oczy i zauważy potrzebę rynkową wcześniej niż inni, ale przede wszystkim ten, kto zdecyduje się na podjęcie ryzyka. Takie ryzyko podjęliśmy w 2003 r., zajmując się drugorzędną z punktu widzenia naszego ówczesnego profilu i zupełnie nieznaną na polskim rynku marką EIZO. Dzięki naszym staraniom jest to obecnie marka numer jeden na rynku profesjonalnej fotografii, grafiki i poligrafii w Polsce. Wszyscy nasi pracownicy uważnie obserwują zachodnie rynki i staramy się jak najszybciej sprowadzać do nas to, co tam staje się popularne. W ten sposób powstał dział akcesoriów do telefonów komórkowych, który na pierwszy rzut oka nie pasował do naszego portfolio, ale obecnie jest najszybciej rosnącym zespołem.



ROZMAWIAŁ **KRZYSZTOF JAKUBIK**



# Na początku był pecet

Fot. © dp3010 - Fotolia.com

Pierwszy raport IDC na temat polskiego rynku IT pochodzi z 1990 r. Dowiadujemy się z niego, że sprzedano wówczas około 50 tys. komputerów PC za kwotę ponad 70 mln dol. Przede wszystkim klonów IBM PC, zwanych też „żółtymi klonami”, importowanych przez lokalne firmy z Singapuru i Tajwanu.

**ANDRZEJ JAROSZ**

**D**uzi międzynarodowi dostawcy sprzedawali wtedy głównie tzw. mikrokomputery na platformach Unix oraz serwery mainframe. W 1990 r. sprzedano około 200 tych urządzeń za 16 mln dol., a liderem rynku był IBM przed Siemensem, Unisysiem i NCR-em. Niedługo potem, bo zaraz na początku lat 90., polskie przedsiębiorstwa rozpoczęły marsz ku informatyzacji. Grubą kreską oddzieliły doświadczenia kolektywnego przetwarzania danych w ośrodkach ZETO i zaczęły masowo kupować pecety. Były one postrzegane jako główny sposób na informatyzację ze względu na niską wówczas jakość oprogramowania oraz wciąż małą efektywność przetwarzania. W efekcie decyzji, zamiast skupić się na poprawie wydajności i dosko-

naleniu procesów biznesowych, na siłę próbowali informatyzować bałagan własnie za pomocą komputerów PC. Ówczesne dane o strukturze polskiego rynku IT wydają się potwierdzać ten stan. Wartość zakupów sprzętu stanowiła prawie 70 proc. jego wartości, oprogramowania niewiele ponad 10 proc., zaś w przypadku usług informatycznych wskaźnik ten wynosił niecałe 20 proc.

Jedno z ciekawszych zastosowań pecetów miało miejsce w sektorze bankowym. Polegało na rejestracji danych, a następnie ich transmisji do ośrodków przetwarzania na serwerach mainframe. Pod koniec lat 80. NBP wykorzystywał do tego celu około 100 pecetów. Było to wielkie usprawnienie, ponieważ dziennie wczytywano tam jakieś... 10 MB danych, co odpowiadało 25 km taśmy dziurkowanej. Dzisiaj rola stacjonarnych PC została praktycznie zredukowana do trochę inteligentniejszych terminali, z którymi to one same rozpoczęły wojnę na początku lat 80. Światowa sprzedaż pecetów od dekady utrzymuje się na stałym poziomie około 150 mln sztuk. W Polsce od 2008 r. liczba ta systematycznie spada na korzyść komputerów przenośnych.

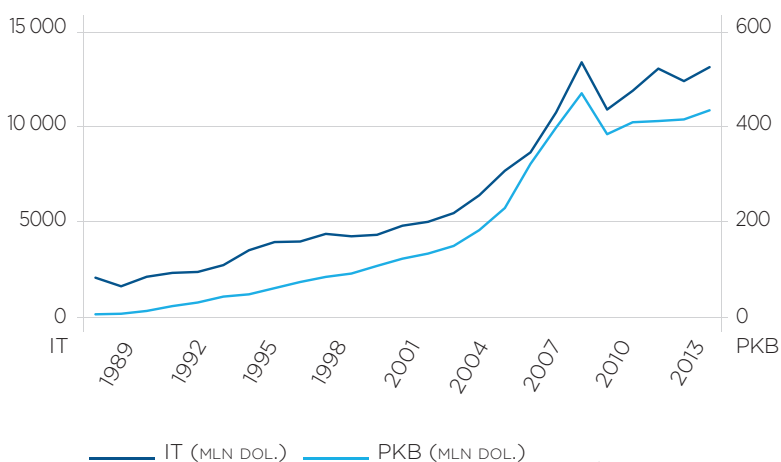
## ERP-EM W MROK – POCZĄTEK INFORMATYZACJI PRZEDSIĘBIORSTW

Przełomem w informatyzacji firm było pojawienie się zintegrowanych systemów zarządzania przedsiębiorstwem, a więc ERP-ów (Enterprise Resource Planning). Zalety tych systemów, stosowanych w Europie Zachodniej oraz USA, dostrzeżono również w Polsce. Wiele lokalnych firm informatycznych uznało, że to może być ich szansa na sukces, i zaczęło przygotowywać produkty o funkcjonalności zbliżonej do możliwości systemów międzynarodowych producentów. Jednym z pierwszych dostawców, który oferował tego typu oprogramowanie w Polsce, było Computer Studio Kajkowski. CSK już na początku lat 90. dysponowało całkowicie zlokalizowanym systemem Comet firmy Siemens-Nixdorf. Pakiet ten składał się z kilkunastu modułów funkcjonalnych, obejmujących najważniejsze obszary działania przedsiębiorstwa. W 1994 r., choć wartość sprzedaży tych systemów nie przekraczała 20 mln dol., aż 18 producentów (w tym trzech polskich) sprzedawało różne rozwiązania klasy ERP na naszym rynku. Zintegrowany System Zarządzania firmy Prokom był już wtedy wdrożony w kilku stoczniach, 20 kopalniach oraz zakładach przemysłu zbrojeniowego i spożywczego. Ułatwiał im zarządzanie działem finansowo-księgowym, gospodarką materiałową, sprzedażą oraz sprawami dotyczącymi kadr i płac.

Pomimo sporej liczby produktów firm międzynarodowych oraz lokalnych i intensywnej promocji rozwiązań ERP popyt na nie rozwijał się niezbyt dynamicznie. W roku 1997 wartość sprzedanych w Polsce licencji wynosiła zaledwie ok. 33 mln dol., co stanowiło jakieś 1,8 proc. wartości ówczesnego rynku IT. Głównym powodem tej sytuacji był stosunkowo niski poziom zarządzania przedsiębiorstwami, które dopiero uczyły się optymalizacji procesów biznesowych. Znacznie łatwiej było uporządkować mętne zasady funkcjonowania firm za pomocą różnych wynalazków, czyli rozwiązań odpowiadających aktualnym potrzebom. Zazwyczaj jednak nie poprawiały one trwale jakości zarządzania, za to ułatwiały życie i na jakiś czas rozwiązywały określony problem.

Nie bez znaczenia było również to, że koszty pracy programistów były stosunkowo niskie (przeciętne wynagrodzenie w firmach zatrudniających powyżej 20 osób w 1995 r. wynosiło 908 zł miesięcznie, a w całej gospodarce 720 zł). Z badania IDC przeprowadzonego w 1999 r. w segmencie średnich i dużych przedsiębiorstw wynikało, że tylko 11 proc. badanych firm posiadało wielomodułowe systemy ERP. Z kolei aż 30 proc. wykorzystywało różnego typu aplikacje własnej produkcji. Taka sytuacja nie

## ROZWÓJ POLSKIEGO RYNKU IT, 1989-2013



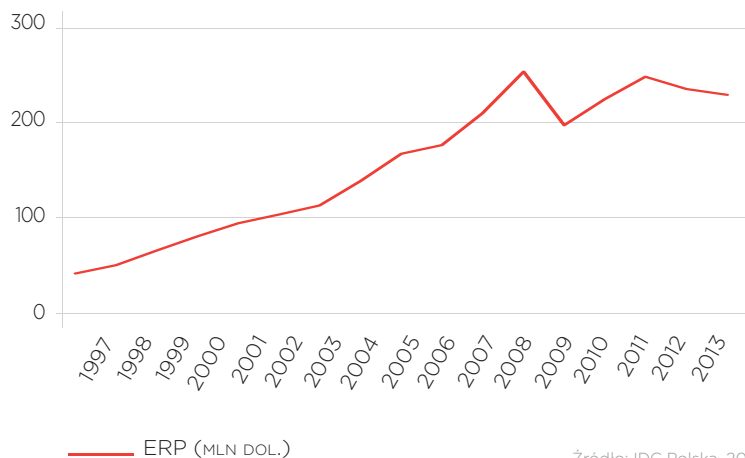
Źródło: IDC Polska, 2014

ułatwiała zadania polskim wytwórcom, więc musieli poszukiwać innych źródeł przychodu, zajmując się integracją lub handlem sprzętem. W kolejnych latach odbiło się to niekorzystnie na ich zdolności do konkutowania z międzynarodowymi dostawcami. Pewnie dlatego niewiele polskich firm, które oferowały systemy zarządzania przedsiębiorstwem na początku lat 90., przetrwało w dobrej kondycji do dziś. Należą do nich na przykład BPSC i Comarch.

## W STRONĘ MOBILNOŚCI

Według dzisiejszych kryteriów mobilność to możliwość pracy i rozrywki z dowolnego miejsca. Technologie czynią z nas mobilnych pracowników. To skutkuje znacznym wzrostem wydajności pracy, zwiększa popyt oraz obniża koszty dystrybucji wielu towarów i usług. Szybki postęp w tej dziedzinie jest możliwy dzięki miniaturyzacji urządzeń mobilnych, upowszechnianiu się zdalnego dostępu do Internetu, poprawie przepustowości sieci oraz aplikacjom. Pierwsza sieć mobilnych usług transmisji głosu zaczęła funkcjonować w Polsce w 1992 r. Była to sieć komórkowa Centertel, w której koszt rozmowy telefonicznej wynosił 1,02 zł za minutę, a oferowany wówczas model telefonu ważył 0,8 kg. Posiadanie telefonu komórkowego było wówczas symbolem możliwości, wysokiego statusu społecznego i finansowego sukcesu. W maju →

## RYNEK ERP W POLSCE, 1997-2013



Źródło: IDC Polska, 2014

→ 1995 r. liczba abonentów przekroczyła 50 tys. Były to złote czasy dla operatorów komórkowych, gdy roczne przyrosty liczby abonentów wynosiły ponad 100 proc. Tak wielkie zainteresowanie konsumentów utrzymywało się w następnych latach i prowadziło do dużych inwestycji w rozwój infrastruktury telekomunikacyjnej. W 2004 r. operatorzy komórkowi wydali na inwestycje ponad 2 mld zł. Liczba abonentów w sieciach wynosiła wówczas 23 mln i rosła w tempie dwucyfrowym.

Większego tempa rozwoju technologie mobilne nabrały wraz z pojawieniem się transmisji danych za pomocą urządzeń mobilnych. W 2002 r. ich liczba na świecie była porównywalna z liczbą PC i wynosiła około 500 mln. W ciągu dekady wzrosła dziesięciokrotnie, a coraz więcej tych urządzeń zapewniało połączenie z Internetem. W 2013 r. ponad 1,2 mld ludzi na świecie miało dostęp do Internetu za pomocą urządzeń mobilnych, które generują obecnie 15 proc. całego ruchu w Internecie.

W świecie mobilnym dokonuje się nieustanny postęp i człowiek powoli traci ważną rolę wyłącznego operatora urządzenia. Możliwość podłączenia różnych urządzeń mobilnych do sieci sprawia, że da się je wykorzystywać również do komunikacji pomiędzy nimi samymi, bez udziału człowieka. To stwarza nieznanne dotąd możliwości rozwoju nowych usług i modeli biznesowych. Według najnowszego raportu IDC światowy rynek Internet of Things (IoT) jest szacowany na około 5 bln dol. Wielu analityków nie ma wątpliwości, że to właśnie w ramach IoT pojawiają się przełomowe technologie oferowane przez start-upy, które szybko urosną, osiągając rozmiary dzisiejszych gigantów technologicznych. W Polsce, gdzie rynek IoT również powoli zaczyna się rozwijać, ukazał się już pionierski raport IDC na ten temat, w którym roczna wartość przychodów szacowana jest na razie na ponad 200 mln dol.

## WYPRZEDZIMY INDIĘ?

Polska znalazła się na liście atrakcyjnych lokalizacji centrów usługowych jako jeden z pierwszych krajów naszego regionu. Według danych udostępnianych przez Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL) pod koniec 2004 r. działało w Polsce 96 centrów BPO/SSC. Z kolei pod koniec 2012 r. 400 centrów usługowych w naszym kraju zatrudniało już ponad 110 tys. osób. Dwucyfrowe tempo przyrostu zatrudnienia w takich ośrodkach utrzymuje się już od kilku lat. Choć Polska niewątpliwie odniosła sukces, pozyskując ważnych inwestorów, którzy tworzą u nas centra usług BPO, na światowej mapie wciąż nie jesteśmy mocarstwem. Według danych IDC w 2013 r. globalne przychody na rynku BPO wynosiły ok. 168 mld dol. Na Polskę

## CZY WIESZ, ŻE...

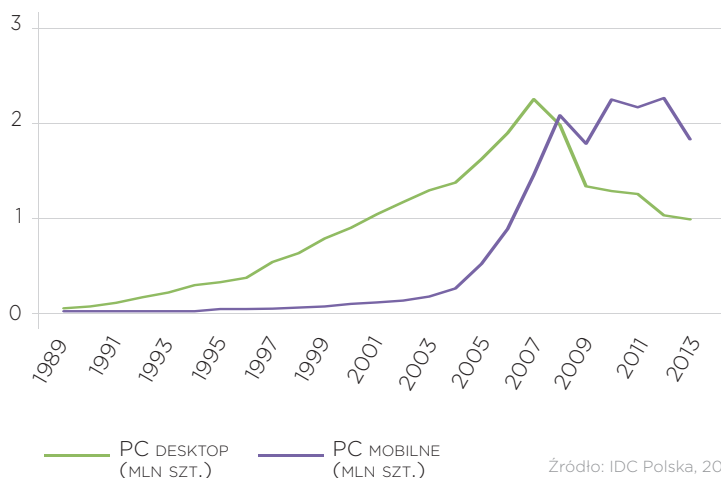
- Kiedyś koszty pracy programistów były stosunkowo niskie: przeciętne wynagrodzenie w przedsiębiorstwach zatrudniających powyżej 20 osób w 1995 r. wynosiło 908 zł miesięcznie, a w całej gospodarce 720 zł.
- W 1990 r. sprzedano w Polsce ok. 50 tys. komputerów PC za kwotę ponad 70 mln dol., głównie klonów IBM PC, zwanych też złotymi klonami, importowanych przez lokalne firmy z Singapuru i Tajwanu.
- Pierwsza sieć mobilnych usług transmisji głosu ruszyła w Polsce w 1992 r. Była to sieć komórkowa Centertel, w której koszt rozmowy telefonicznej wynosił 1,02 zł za minutę, oferowany wówczas model telefonu ważył 0,8 kg.
- Obecnie w branży IT, według najnowszego raportu GUS „Społeczeństwo informacyjne w Polsce”, zatrudnionych jest ok. 140 tys. pracowników w 1460 przedsiębiorstwach (zatrudniających pow. 10 osób).
- Według danych IDC w 2013 r. globalne przychody na rynku centrów usług wynosiły około 168 mld dol. Na Polskę przypadło ok. 0,6 proc. tej kwoty, czyli mniej niż udział polskiego PKB w światowym dochodzie oraz mniej niż udział polskiego rynku IT w globalnym.
- Pod względem nakładów IT na głowę mieszkańca Polska zajmuje piątą pozycję (270 dol.) wśród krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Do średniej UE brakuje nam prawie drugie tyle.

przypadło ok. 0,6 proc. tej kwoty, czyli mniej niż udział polskiego PKB w światowym dochodzie oraz mniej niż udział polskiego rynku IT w globalnym.

Dla przykładu w Indiach w sektorze BPO, który walczy o zmianę wizerunku ze względu na globalną konkurencję i prezentuje swoją ofertę jako Business Proces Management, pracuje 1,1 mln osób. Sektor BPO generuje tam 21 mld dol. przychodów, a według prognoz (NASSCOM) do 2020 r. może osiągnąć nawet 50 mld dol. przy zatrudnieniu 1,8 mln pracowników.

W miarę rozwoju usług BPO pojawia się w Polsce coraz więcej głosów krytycznych. Zwraca się uwagę, że centra oferują niskiej jakości pracę i łatwo je zlikwidować, jeśli pojawią się lepsze lokalizacje, w których koszty zatrudnienia są niższe. Prawda wydaje się jednak bardziej złożona. W ramach BPO są oczywiście świadczone proste usługi, które nie wymagają wysokich kwalifikacji, takie jak prosta obsługa księgową, HR, podstawowe wsparcie klienta. Ale na liście usług BPO pojawia się coraz więcej tych bardziej złożonych, wymaga-

## SPRZEDAŻ STACJONARNYCH KOMPUTERÓW PC ORAZ KOMPUTERÓW PRZENOŚNYCH (NOTEBOOKI I TABLETY) W POLSCE, 1989-2013



Źródło: IDC Polska, 2014

jących zaawansowanego wsparcia technologii informatycznych. Dobrym przykładem jest analityka biznesowa, która dzisiaj staje się podstawowym obszarem konkurencji dla dostawców usług BPO. Nowe wyzwania dla właścicieli tego typu centrów to nie tylko analityka. Firmy, które korzystają z usług BPO, oczekują optymalizacji i szybszego przebiegu procesów, zarządzania ryzykiem, współdzielenia ryzyka biznesowego i nowych modeli opłat. Żądają podawania wskaźników biznesowych w czasie rzeczywistym oraz odpowiednich kompetencji sektorowych. Lista tych oczekiwań jest na tyle długa, że zapewni firmom z sektora BPO, które sprostają wymienionym wyzwaniom, długie i dostatnie życie, a ich pracownikom możliwość wykonywania ambitnych zadań.

### **POLSKI SEKTOR IT – NA CO GO STAĆ I DOKĄD ZMIERZA?**

Obserwując rozwój polskiego rynku IT w ciągu ostatnich 25 lat, widzimy jasno, że rozwijał się tak jak cała polska gospodarka. Oczywiście powiązanie ze wzrostem PKB nie jest dla nikogo zaskoczeniem. Natomiast ważne wydaje się pytanie: czy polskie przedsiębiorstwa wykorzystały należycie szanse, jakie niesie efektywne stosowanie IT celem poprawy innowacyjności, konkurencyjności, a w efekcie pozycji rynkowej? Tu obraz jest niejednoznaczny. Badania GUS prowadzone od 2005 r. w ramach projektu „Społeczeństwo informacyjne” wskazują, że systematycznie poprawia się dostęp do infrastruktury IT w przedsiębiorstwach zatrudniających powyżej dziewięciu pracowników. Dotyczy to posiadania komputerów, dostępu do Internetu czy wykorzystywania stron WWW. Przy czym pod tym względem duże przedsiębiorstwa prezentują się znacznie lepiej niż małe i średnie, gdzie proporcje wydatków nie zmieniają się od lat pomimo wielu programów adresowanych do sektora MSP. Dlatego też Polska nie jest liderem rankingów, jeśli chodzi o wydatki na IT per capita czy nakłady na IT w stosunku do PKB. Gdy mowa o nakładach IT per capita, to zajmujemy piątą pozycję (270 dol.) wśród krajów regionu CEE, a do średniej UE brakuje nam prawie drugie tyle. Wskaźnik IT/PKB wynosi 2,1 proc. i plasuje Polskę w środku stawki Unii Europejskiej.

Według zgodnych ocen wielu ekspertów Polska powoli wyczerpuje proste rezerwy wzrostu oparte głównie na taniej sile roboczej. Obecnie branża IT, jak nigdy dotąd, daje możliwości szerokiego dostępu do najnowocześniejszych technologii. A przecież są one niezbędne do tworzenia innowacyjnych produktów, które skutecznie mogą konkurować na globalnych rynkach. Rewolucyjne zmiany w dostępie do zasobów IT polegają na tym, że coraz częściej



**Polska powoli  
wyczerpuje  
proste rezerwy  
wzrostu  
oparte głównie  
na taniej  
sile roboczej.**



Fot. Marek Zawadzki

zaczynają być dostarczane pod postacią różnorodnych usług. Duże moce obliczeniowe mogą być pozyskiwane w ciągu kilku godzin, a nie jako efekt projektów ciągnących się całymi miesiącami. Najistotniejsze jest to, że taki model umożliwia precyzyjną alokację kosztów tej infrastruktury z uwzględnieniem poszczególnych źródeł przychodów. Istnieje wiele przykładów na to, że taki sposób wykorzystywania infrastruktury przyczynia się do wzrostu innowacyjności przedsiębiorstw. Doprowadziło to do tak przełomowych odkryć jak chociażby rozszyfrowanie ludzkiego genomu.

Zmiany nie ominą również polskiej branży IT. Słuszna strategia wielu polskich przedsiębiorstw IT w ostatnim ćwierćwieczu, która polegała na konsolidacji zasobów po to, aby obsłużyć duże kontrakty w sektorze publicznym, nie wystarczy, aby przetrwać następne 25 lat. Firmy muszą bardziej aktywnie poszukiwać klientów poza granicami Polski, a jednocześnie specjalizować się w nowoczesnych usługach oraz dokonywać większych inwestycji w rozwój nowych produktów. Tylko w ten sposób będą mogły skutecznie konkurować na światowych rynkach.

Obecnie w branży IT, według najnowszego raportu GUS „Społeczeństwo informacyjne w Polsce”, zatrudnionych jest ok. 140 tys. pracowników w 1460 przedsiębiorstwach (zatrudniających powyżej 10 osób). Bardzo ciekawa jest statystyka dotycząca dynamiki zmiany struktury przychodów netto sektora. Sprzedaż usług IT na przestrzeni ostatnich lat (2009–2012) wzrosła ok. 40 proc., ale udział usług w przychodach sektora spadł z 36 proc. do 33 proc. Udział eksportu w przychodach z usług IT wynosi zaledwie 12 proc. W tym samym okresie przychody ze sprzedaży hurtowej sektora wzrosły o 140 proc., a udział sprzedaży hurtowej w sprzedaży całego sektora zwiększył się dwukrotnie: z 13 do 26 proc. Znaczna część tego wzrostu przypada na eksport towarów do byłych republik radzieckich. Oczywiście każdy wzrost cieszy, również w handlu, który był podstawą rozwoju wielu szacownych firm w historii, w tym Kompani Wschodnioindyjskiej. Co jednak cieszyło jeszcze 200 lat temu, dziś już nie robi takiego wrażenia. Dużo bardziej znaczący byłby dynamiczny wzrost udziału usług oraz innowacyjnej produkcji w sektorze IT.

AUTOR JEST DYREKTOREM ZARZĄDZAJĄCYM POLSKIM ODDZIAŁEM IDC.

# Z odpowiednią usługą w odpowiednim czasie i miejscu

CRN Polska rozmawia z **Dariuszem Wichniewiczem**, dyrektorem Działu Rozwoju Usług Telekomunikacyjnych ATMAN w ATM SA

## CRN ATM koncentruje się na rynku centrów danych...

**DARIUSZ WICHNIEWICZ** Tak, od prawie 15 lat oferujemy usługi oparte na centrach danych. Stale rozbudowujemy posiadaną infrastrukturę telekomunikacyjną oraz powierzchnię kolokacyjną, wraz ze wzrostem zapotrzebowania na takie usługi wśród naszych klientów. Widzimy, w jaki sposób, korzystając z naszych rozwiązań, rozwijają się portale informacyjne, banki internetowe i inne serwisy działające w Internecie.

## CRN Na rynku serwerowych centrów danych odnieśliście już niejednego sukces. Twierdzi pan, że oprócz profesjonalnego zarządzania firmą i nadawania kierunku jej rozwojowi w oparciu o realne przesłanki ważne jest także wpisanie się w trendy rynkowe...

**DARIUSZ WICHNIEWICZ** W momencie kiedy zbudowaliśmy pierwszą większą serwerownię, przetestowaliśmy realny cykl inwestycyjny i nauczyliśmy się oddawać klientom usługi oparte na centrum danych w odpowiednim tempie oraz dostosowywać dalsze inwestycje do przewidywanego wzrostu sprzedaży. W tym czasie okazało się również, że istnieje duże, wręcz nieoczekiwane zainteresowanie usługami centrów danych ze strony firm z sektora finansowego. To pozwoliło nam na szybszy, niż zakładaliśmy, wzrost sprzedaży. W ciągu półtora roku podpisaliśmy umowy z około dwudziestoma tego typu firmami, co jest ewenementem zarówno ze względu na liczbę klientów, jak i na szybkość podejmowania przez nich decyzji.

## CRN Jakie czynniki sprawiają, że rynek centrów danych dobrze się rozwija?

**DARIUSZ WICHNIEWICZ** Cloud computing to jeden z głównych czynników, który będzie motorem napędowym rozwoju centrów danych. Ulokowanie chmury w odpowiednio przygotowanym obiekcie kolokacyjnym to podstawa sukcesu. Sprawdzone w tym zakresie partner gwarantuje klientom końcowym stabilność działania i umożliwi skupienie się na biznesie. Resellerowi ułatwia pracę – może on administrować wszystkimi usługami ulokowanymi w jednym, przygotowanym do tego miejscu, co jest zresztą zgodne z trendem przeno-



szenia infrastruktury IT do operatorów zewnętrznych. Wzrasta bowiem świadomość użytkowników dotycząca zagrożeń, jakie niesie za sobą lokowanie serwerów w siedzibie firmy (zwykle w nieprzystosowanych do tego pomieszczeniach biurowych), a także chęć właściwego wykorzystania rozwoju IT, w tym niezawodności dostępu do Internetu.

## CRN Są usługi, które zdają się cieszyć rosnącą popularnością, a ATM decyduje się wprowadzić je dopiero teraz...

**DARIUSZ WICHNIEWICZ** Wielką wagę przykładamy do tego, aby być w odpowiednim czasie, w odpowiednim miejscu i nie popełnić falstartu. Na przykład w usługach cloud computingu – stale monitorujemy zapytania, jakie przychodzą do firmy. Liczba pytań o różne nowe rozwiązania i potencjał sprzedaży w chmurze prywatnej okazały się na tyle duże, że zdecydowaliśmy się wprowadzić do oferty tę usługę. Podobnie sytuacja wyglądała dwa lata temu w przypadku serwerów dedykowanych. Warto dodać, że wśród klientów ATM jest wiele firm, które oferują własne usługi chmurowe zbudowane w oparciu o infrastrukturę naszych centrów danych, co z dumą wspieramy.

## CRN Wspomniał pan o chmurze prywatnej, którą od niedawna oferujecie. Jakim cieszy się zainteresowaniem?

**DARIUSZ WICHNIEWICZ** Biorąc pod uwagę informacje zebrane od obecnych klientów, to typ chmury, który znajduje się w ich kręgu zainteresowania. Systemy informatyczne poszczególnych użytkowników są bardzo zróżnicowane. Trudno dziś wskazać takie, które można by nazwać „standardowymi”. Zaufanie, które zyskaliśmy przy świadczeniu usług centrum danych, procentuje obecnie →

cd. na str. 48

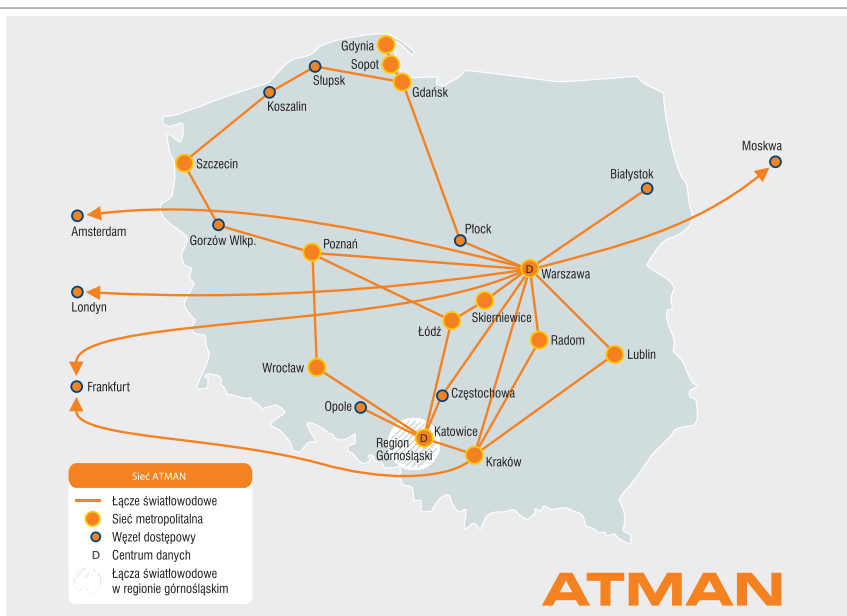
## KALENDARIUM ATM

- 1992** - pierwsza firma w Polsce podłączona do Internetu (100 proc. użytkowników akademickich)
- 1993** - pierwszy komercyjny ISP w Polsce: patrząc na rozwój Internetu w USA, ATM zaczyna budować **świadomość rynkową** (czym jest Internet i dlaczego będzie ważny) oraz **bazę klientów** (1 adres mailowy za 250 zł miesięcznie)
- 1997** - pierwszy w Polsce międzyoperatorski punkt wymiany ruchu internetowego: ATM **buduje środowisko dostawców Internetu** (ISP) - techniczną platformę pozwalającą podnieść jakość usług, obniżyć koszty działalności i częściowo uniezależnić się od sieci Tier 1 i krajowych monopolistów
- 2001** - budowa sieci światłowodowej ATMAN w Warszawie: ATM zostaje **hurtowym dostawcą Internetu** i usług transmisji danych **dla większości operatorów** działających na polskim rynku
- 2001** - rozpoczęcie świadczenia usług kolokacji w centrum danych: **w oparciu o infrastrukturę ATM** zaczynają działać **banki internetowe, portale, media**, usługi sieciowe, usługi IT, usługi kreatywne itd.
- 2004** - IPO na GPW: **zaufanie** wypracowane u klientów ATM łączy z kapitałem nowych inwestorów, a jednocześnie wprowadza **przejrzystość** w działania firmy, związaną z obecnością na rynku publicznym
- 2007** - budowa Centrum Danych ATMAN - stale rozbudowywanego w kolejnych latach **wraz z rozwojem klientów ATM**
- 2010** - budowa CD Thinx Poland - największego neutralnego centrum danych w Polsce będącego jednocześnie punktem wymiany ruchu IP: ATM tworzy nie tylko obiekt techniczny, ale również **konkurencyjne środowisko biznesowe**, w którym każdy operator i dostawca usług IT może świadczyć usługi innym klientom Thinx Poland
- 2011** - ATM osiąga pozycję lidera rynku centrów danych w Polsce: świadczy usługi dla startupów i liderów rynku, wprowadza **pośredni kanał sprzedaży**
- 2012** - wydzielenie działalności integratorskiej oraz IT i utworzenie oddzielnej firmy (obecnie niepowiązanej kapitałowo). ATM natomiast **koncentruje się na kluczowej działalności**, czyli centrach danych i telekomunikacji
- 2012** - uzupełnienie oferty kolokacyjnej o dzierżawę serwerów dedykowanych: oferta dla odbiorców końcowych, **integratorów i sprzedaży pośredniej**
- 2014** - kontynuacja rozbudowy centrów danych; rozszerzenie oferty o usługi ATMAN Private Cloud i ATMAN anty-DDoS

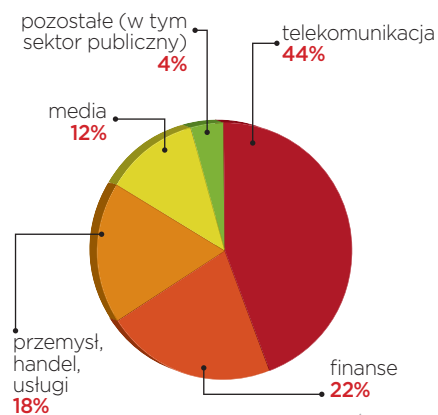
## STRATEGIA ROZWOJU ATM...

... zakłada utrzymanie pozycji lidera na rynku centrów danych i usług bazujących na rozbudowanej sieci światłowodowej w głównych miastach Polski. Ważną i szybko rosnącą grupą klientów są firmy wykorzystujące zasoby ATM do budowy oferty rozwiązań informatycznych i telekomunikacyjnych. W ten sposób łączy się efektywność inwestycyjną ATM - czasochłonne i kapitałochłonne inwestycje w budowę centrów danych i sieci światłowodowych - z elastycznością i szybkością działania integratorów oraz dostawców usług internetowych. Od 2011 r. ATM rozwija kanał sprzedaży pośredniej, udostępniając w nim praktycznie całą swoją ofertę. Uzupełniając usługi kolokacyjne o dzierżawę serwerów dedykowanych oraz rozwiązań bazujących na chmurze prywatnej, stworzył program partnerski, dzięki któremu firmy IT na preferencyjnych warunkach mogą odsprzedawać takie usługi klientom lub dołączać je do własnych rozwiązań IT. Współpraca partnerska dotyczy również rynku telekomunikacyjnego - ATMAN, będąc na terenie Polski dostawcą usług transmisji danych dla największych światłowodowych operatorów, często wykorzystuje w nich łącza pozyskiwane od lokalnych operatorów i ISP. Każda ze stron odnosi wtedy korzyści: operator lokalny zyskuje możliwość sprzedaży na rynku, na którym sam nie działa, ATM - elastyczność lokalnego dostawcy i efektywne wykorzystanie własnej sieci krajowej, a klient końcowy otrzymuje łącze szybko i w dobrej cenie. Centra danych i łącza ATMAN są często wykorzystywane przez integratorów w przetargach publicznych dotyczących systemów IT, platform usługowych, e-learningu i wielu innych. ATM takich usług sam nie świadczy, ale systemy te muszą pracować w profesjonalnym centrum danych, z dobrym dostępem do Internetu.

- 3 nowoczesne centra danych w Warszawie i Katowicach, o łącznej powierzchni technicznej ponad 10 600 m<sup>2</sup> i zasilaniu 42 MW
- ponad 4500 km łączy międzymiastowych oraz ponad 7400 km łączy międzynarodowych
- ponad 50 węzłów tworzących ogólnopolską sieć transmisji danych
- 100 000 km włókien optycznych na terenie Warszawy, Krakowa, Gdańska, Katowic, Poznania, Wrocławia, Lublina i Łodzi
- bezpośrednie punkty styku o dużej przepustowości z ponad 1000 sieci telekomunikacyjnych (z czego około 300 w Polsce)
- obecność w 4 największych węzłach międzyoperatorskich w Europie: AMS-IX (Amsterdam), DE-CIX (Frankfurt), LINX (Londyn) i MSK-IX (Moskwa)

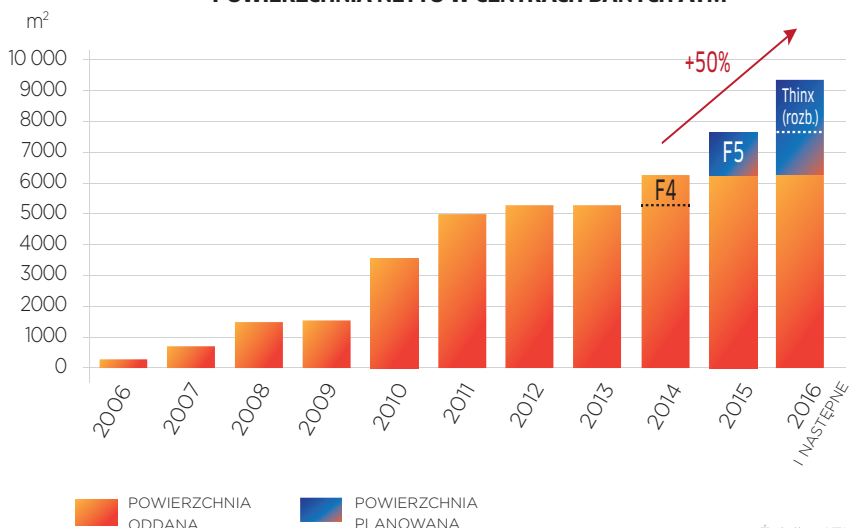


**PRZYCHODY ATM ZE SPRZEDAŻY OGÓŁEM (Z WYŁĄCZENIEM PRZYCHODÓW Z PROJEKTU OST 112) WYNIOSŁY W 2013 R. 131 MLN ZŁ, W TYM:**



Źródło: ATM

**POWIERZCHNIA NETTO W CENTRACH DANYCH ATM**



Źródło: ATM

→ cd. ze str. 46

przy planowaniu rozbudowy lub modernizacji serwerów. Duże zainteresowanie chmurą prywatną to również efekt naszej elastyczności w procesie tworzenia dedykowanych rozwiązań oraz profesjonalnego doradztwa.

**CRN Dużo powiedzieliśmy o centrach danych. Ale istotną częścią waszej oferty są też światłowodowy...**

**DARIUSZ WICHNIEWICZ** O ile kiedyś światłowodowy były kluczowe w świadczeniu usług dostępowych do Internetu przez dużych i bardzo dużych operatorów, o tyle obecnie są bardzo ważne jako łącza między głównym centrum danych, np. w banku, a centrum zapasowym.

**CRN Czy mogę w takim razie wykupić w ATM dostęp do Internetu?**

**DARIUSZ WICHNIEWICZ** Jako operator telekomunikacyjny świadczymy firmom usługi dostępu do Internetu, ale jesteśmy także operatorem budynkowym, oferującym kompleksowy outsourcing usług telekomunikacyjnych (telefonia VoIP, obsługa centrali telefonicznej itp.). Innym istotnym aspektem jest dostarczanie łączy lokalnym ISP, na bazie których prowadzą swój biznes.

**CRN Wracając do tematu centrów danych, czy możemy powiedzieć kilka słów o waszym Centrum Danych Thinx Poland? Na czym polega jego neutralność?**

**DARIUSZ WICHNIEWICZ** Operatorzy telekomunikacyjni mogą bezpłatnie wprowadzić swoje łącza na teren centrum danych. Mają również automatyczną zgodę na świadczenie usług skierowanych do kolokowanych na terenie obiektu klientów. Jeśli ktoś doprowadzi kable do Centrum Danych Thinx Poland, to ma prawo zestawiania łączników pomiędzy swoimi szafami a szafami innych klientów obecnych w Thinx Poland, co umożliwi świadczenie dowolnych usług w tym obiekcie, takich jak dostęp do Internetu, łącza do sieci krajowej czy uruchamianie swoich własnych chmur. Wiele firm korzystających z naszego centrum tak robi, np. umieszcza własne serwery i na ich bazie oferuje różnego rodzaju usługi PaaS czy SaaS. Na terenie CD Thinx Poland obowiązuje wspólny dla wszystkich cennik lokalnych zasobów (przede wszystkim łączników, energii elektrycznej itd.), dzięki czemu zapewniamy w 100 proc. konkurencyjne środowisko biznesowe i techniczne.

**CRN Z jakim problemem musieliście sobie poradzić, skupiając się na działalności z zakresu centrów danych?**

**DARIUSZ WICHNIEWICZ** Bardzo ważnym aspektem jest edukacja. Jako lider rynku staramy się na różne sposoby przekonywać, że właściwym miejscem do lokowania zasobów IT są miejsca projektowane i wykonane w tym właśnie celu. Widzimy również duży potencjał wśród naszych resellerów, którzy docierając do swoich klientów, mogą przekonywać ich do stosowania dobrych praktyk w zakresie przechowywania i przetwarzania danych.



JEDNA Z SERWEROWNI W CENTRUM DANYCH ATMAN

ROZMAWIAŁA **KAROLINA MARSZAŁEK**

ARTYKUŁ POWSTAŁ WE WSPÓŁPRACY Z FIRMA ATM.





## Usługi w chmurze - rewolucja dla partnerów firm sektora MSP

Rynek IT w Polsce przez ostatnie 25 lat podlegał stałym i intensywnym przemianom, choć wydaje się, że to relatywnie krótki okres. Na początku był to niezwykle dynamiczny rozwój branży i firm w niej działających. Po nim nastąpił czas stabilizacji, żeby wreszcie, co zresztą normalne, przynieść kolejne zmiany, których jesteśmy obecnie świadkami.

**WOJCIECH ŻYCZYŃSKI**

**W**iele osób wciąż pamięta pracę z DOS-em, czarno-białe monitory i prowadzenie korespondencji za pomocą listów czy faksów. Obszar nowoczesnego IT, który jeszcze tak niedawno wydawał się nieosiągalny dla wielu firm, zwłaszcza z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, dziś jest nieodzownym elementem ich działania. Zmienił się sposób korzystania z informatyki: kiedyś komputery pełniły rolę nieco bardziej zaawansowanej maszyny do pisania, dziś urządzenia i aplikacje są tak nieodłączną częścią naszego funkcjonowania w pracy i w domu, że często ich nie zauważamy, przyjmując ich obecność i wsparcie za pewnik. Co więcej, wraz ze wzrostem znaczenia informatyki rozwinęły się nowe gałęzie biznesu, czyniąc z Polski istotne zaplecze technologiczne dla największych marek europejskich czy światowych.

Przez te lata zmieniał się również Microsoft, dawniej postrzegany jako producent programów w pudełkach, a obecnie wiodący dostawca nie tylko oprogramowania, ale też urządzeń i usług. Dziś to właśnie urządzenia i usługi czy też szeroko pojęty cloud computing wyznaczają nowe trendy w branży.

Jak teraz wygląda cloud computing, na czym polega jego fenomen? Dla małych i średnich przedsiębiorstw usługi w chmurze są nie tylko obietnicą większej efektywności i elastyczności działania, większego bezpieczeństwa i komfortu pracy, ale przede wszystkim umożliwiają korzystanie z zaawan-

sowanych technologicznie rozwiązań bez konieczności dokonywania inwestycji. Otwiera to zupełnie nowe możliwości, dzięki którym każdy pracownik zyska dostęp do niezbędnych zasobów firmy z każdego miejsca i urządzenia, co w warunkach, kiedy praca coraz częściej wykonywana jest spoza siedziby firmy, ma kolosalne znaczenie.

MSP wyraźnie dostrzegają ten trend i domagają się rozwiązań, które pomogą im realizować ich zadania z każdego miejsca. Cloud computing zapewnia mobilność oraz w pełni zdalną pracę. W przeprowadzonym przez Ipsos Mori w 2013 r. badaniu SMB Cloud Survey 2013 aż 81 proc. firm korzystających z usług w chmurze wskazało mobilność i pracę zdalną jako kluczowe czynniki, mające ogromny wpływ na wzrost efektywności pracowników. Dostęp do poczty, kalendarzy służbowych, praca w podróży przy wykorzystaniu różnych urządzeń to tylko część procesów, których przeniesienie do chmury pozwala pracownikom oszczędzać czas i pracować bardziej efektywnie. Dzięki zwiększeniu mobilności pracodawcy mogą zaoferować zatrudnionym bardziej elastyczne warunki pracy, przyspieszyć i usprawnić wiele procesów, ułatwić wykonywanie zadań pracownikom zdalnym i jednocześnie obniżyć koszty. Doceniają to również użytkownicy rozwiązań chmurowych – aż 67 proc. z nich uważa, że mobilność i elastyczność nowoczesnych rozwiązań IT ma pozytywny wpływ na równowagę między życiem prywatnym a zawodowym.

Cloud computing gwarantuje ciągłość biznesową – czy to w przypadku niespodziewanych zdarzeń, których efektem jest zniszczenie infrastruktury IT, czy też wymiany urządzeń. Błyskawiczna synchronizacja danych i brak skomplikowanych instalacji to główne atuty, stające się standardem dla wielu małych i średnich przedsiębiorstw, zwłaszcza z branży usługowej, wymagającej sprawnej oraz szybkiej komunikacji i przepływu informacji. To też niewątpliwym atutem w rękach partnerów oferujących rozwiązania w tym modelu.

Mity i uprzedzenia firm do cloud computingu odchodzą w niepamięć. Rewolucja, która zaczęła się jakiś czas temu, dokonuje się na naszych oczach. Chmura i mobilność rewolucjonizują sposób prowadzenia biznesu, również partnerskiego. Już przeszło tysiąc polskich firm partnerskich dostrzegło kierunek zmian i aktywnie sprzedaje Office 365. Wspieramy ich w tym procesie oraz ich rozwoju. Teraz i w przyszłości.

AUTOR KOMENTARZA JEST DYREKTOREM ODPOWIEDZIALNYM  
ZA SEKTOR SMB W POLSKIM ODDZIALE MICROSOFT.

# Branża IT wczoraj i dziś

Patrząc z dzisiejszej perspektywy, początek lat 90. w branży IT to prehistoria. Z punktu widzenia firm teleinformatycznych, których korzenie sięgają tak głęboko, absolutnie każdy element prowadzenia działalności wyglądał wtedy inaczej.

**KAROLINA MARSZAŁEK**

**O**d narzędzi począwszy, poprzez kompetencje osób zaangażowanych w biznes, na efektywności pracy skończywszy. W pamięci Andrzeja Przybyły, założyciela AB, pozostaną na zawsze obrazy biznesmenów handlujących z łózek polowych, pierwszego magazynu w hotelu robotniczym czy małego fiata bez siedzeń, który pełnił funkcję „tira”. Adam Rudowski, szefa Vaeracompu, wspomina atmosferę tajemniczości spowijającą większość tego, co wiązało się z branżą IT. Klienci zwykle nie wiedzieli wtedy, czym konkretnie zajmują się ludzie od teleinformatyki. Jak wspomina szef Veracompu: „prezentując pierwsze routery, musieliśmy tłumaczyć, czym jest Internet”.

Rynek był niedojrzały i bardzo chłonny. Po krótkim okresie, w którym nastąpiło pierwsze, wciąż jeszcze powierzchowne rozeznanie ze strony klientów, czym właściwie jest IT, zapanowała euforia – zarówno wśród odbiorców końcowych, jak i ludzi, którzy postanowili związać się z branżą.

– *Mieliśmy do czynienia z łatwym dostępem do wykwalifikowanych pracowników, którzy jednocześnie byli entuzjastami* – mówi Janusz Filipiak, założyciel Comarchu.

Ich chęć do ciężkiej pracy dawała ogromną, choć oczywiście nie stuprocentową gwarancję na osiągnięcie sukcesu.

– *To był doskonały zbieg okoliczności, że z tą wiedzą i umiejętnościami, jakie miałem, mogłem zacząć rozwijać Comarch w Polsce na początku lat 90. Teraz byłoby to niemożliwe* – przyznaje Janusz Filipiak.

Entuzjazm po obu stronach barykady, ciekawość i chęć kupowania rozwiązań IT to pozytywy. Trudno jednak na młody rynek patrzeć wyłącznie przez różowe okulary.

– *Jeden z najważniejszych problemów stanowiły szalejące kursy walut* – wspomina Tadeusz Kurek,

prezes NTT System. – *Wahania wynosiły nawet kilkanaście procent dziennie. Firmy ubezpieczające transakcje jeszcze nie istniały, więc każdy robił, co tylko mógł, żeby nie dać się okraść.*

Jak z kolei wspomina Wiesław Wilk, dla wielu przedsiębiorców rynek lat 90. to ciągle borykanie się z nieuczciwą konkurencją.

– *Nielegalnie wprowadzany na rynek towar czy nieopłacanie stawki VAT były dla wielu uczciwych właścicieli firm przeszkodą w rozwijaniu własnego biznesu* – mówi twórca Wilk Elektronik.

Pamięta też nieufność konsumentów do rodzimych produktów oraz brak przekonania o ich jakości. Pokonanie tych trudności było nie lada wyzwaniem. Menedżer podkreśla jednak, że dynamika rozwoju oraz zapotrzebowanie niekiedy przewyższające podaż dawały szerokie perspektywy działalności. Z drugiej strony spory problem stanowił brak łatwo dostępnych źródeł wiedzy o wielu rozwiązaniach. Dziś tę funkcję spełnia w dużej mierze sieć. Wówczas były to nieliczne konferencje i szkolenia.

– *Podstawowymi środkami komunikacji były oczywiście telefony, faksy oraz indywidualne spotkania* – wspomina szef NTT.

To było jasne, że stan z początku lat 90. nie będzie trwał długo. Dlatego, jak mówi prezes Comarchu, już w pierwszym okresie rozwoju branży, w tych euforycznych warunkach, trzeba było patrzeć świadomie w przyszłość i umieć budować wartość firmy, nie zachłystując się pierwszymi sukcesami. Od tamtego czasu przestrzeń biznesowa jest bez porównania bardziej dojrzała, a sam rynek się nasycił. Efektywne prowadzenie firmy zależy od umiejętności przewidywania rozwoju rynku oraz elastycznego dostosowywania się do zmian. Kluczową rolę pełni również finansowanie, umiejętność trzymania kosztów w ryzach czy zarządzania ryzykiem. Generalnie znacząco skurczył się margines błędu, który w pierwszych latach rozwoju polskiego rynku IT był wyjątkowo szeroki. Profesor Filipiak twierdzi, że przewidywanie zagrożeń to wręcz jego pasja.

– *Ryzykiem zarządzamy niezmiennie i zapobiegamy zagrożeniom we właściwym czasie. Dla nas to właśnie oznacza działanie w branży IT* – podsumowuje legendarny już krakowski integrator.

Andrzej Przybyły dodaje, że coraz większą rolę będą odgrywać fuzje i przejęcia, choć wciąż istnieją warunki do rozwoju organicznego. Piotr Bieliński zwraca natomiast uwagę, że dawniej można było handlować jednym towarem przez znacznie dłuższy okres. Dziś nowe modele produktów pojawiają się niemal z dnia na dzień i z uwzględnieniem takiego tempa trzeba teraz

planować działania. Tak, aby być przygotowanym na to, że dzisiejsze hity jutro przejdą do lamusa.

Kolejna kwestia, która uległa diametralnej zmianie w porównaniu z latami, kiedy polski rynek IT dojrzywał, to podejście do działalności za granicą. Firmy wiedzą już, że rozszerzenie rynku zbytu poza ten krajowy stało się koniecznością.

– *Zdobywanie klientów, którzy za usługi są w stanie zapłacić więcej niż polscy odbiorcy, oferowanie nowoczesnych rozwiązań, które już mają dużą grupę odbiorców poza Polską, a niekoniecznie jeszcze w kraju, gwarantuje firmie stały rozwój* – mówi Janusz Filipiak.



Andrzej Przybyło, AB



Piotr Bieliński, Action



Janusz Filipiak, Comarch

## Klienci wczoraj i dziś...

**Klienci byli, są i będą. Z tym że coraz bardziej świadomi swoich potrzeb i tego, że mają, w wielu przypadkach, bardzo szeroki wybór dostawców sprzętu i usług. Nienasytzeni odbiorcy na nienasyconym rynku? To był moment, który minął jak sen. Piękny sen...**

### Andrzej Przybyło

W latach kształtowania się polskiego rynku IT konsumenci byli skłonni płacić więcej za sprzęt informatyczny, bo był dla nich luksusem. Właściciele byli pewniejsi losów własnych firm, bo poziom marż umożliwiał im stabilne funkcjonowanie. Dziś konsumenci wciąż chcą kupować sprzęt, ale zdecydowanie większą wagę przywiązują do kryterium jakość-cena.

### Piotr Bieliński

Dawniej konsumenci byli bardziej otwarci na nowości. Powiew technologii zza żelaznej kurtyny podsycał pożądanie słabo dostępnych u nas rzeczy. Klienci biznesowi z kolei byli skłonniejsi do ryzyka, kreatywni, chętnie podejmowali nowe wyzwania. Administrację państwową z dużą liczbą dużych przetargów porównałbym do lokomotywy rynku IT. Dziś konsumenci są wyedukowani, wymagający, z nieograniczonym dostępem do potężnego narzędzia opiniotwórczego - Internetu. Biznes okrzepł, zorganizował się, umiejętnie wykorzystuje narzędzia finansowe, technologie i światowe doświadczenia w zarządzaniu. Administracja pozostaje od pewnego czasu w głębokim uśpieniu.

### Tadeusz Kurek

Wtedy klienci, zarówno ci indywidualni, jak i biznesowi, zdarzali się sporadycznie. Dziś może zabrzmieć to zabawnie, ale sprzedaż 10 tys. komputerów stanowiła wielki sukces dla firmy. Trzeba jednak pamiętać, że marże były niejednokrotnie liczone w dziesiątkach procent. Obecnie mamy do czynienia z odwrotną relacją: klientów jest mnóstwo, ale sprzedaż nawet dziesięciokrotnie większej liczby maszyn wcale nie gwarantuje satysfakcjonującego zysku.

Szef Veracompu podkreśla z kolei, że dziś działanie w IT to wyzwanie wielowymiarowe. Wymaga w jednym czasie wykorzystania wiedzy technicznej, biznesowej i... społecznej.

– *Czy tego chcemy czy nie, IT wkradło się do wszystkich sfer naszego życia* – mówi Adam Rudowski. – *Nie dlatego, że chcieli tak producenci sprzętu czy aplikacji. Stało się nieodwołalne, bo bez Internetu, komórki i notebooka nie wyobrażamy sobie zawodowego i prywatnego funkcjonowania.*

### Janusz Filipiak

Klienci nie kupują już po prostu oprogramowania. Ten model przestał obowiązywać. Dziś odbiorcy są zainteresowani konkretnymi rozwiązaniami biznesowymi i informacją - ile są warte dla ich firmy jako narzędzie dalszego wzrostu. Trzeba umieć im przedstawić, jak będą działać w konkretnym środowisku, np. grywalizacja w liniach lotniczych, automotive w samochodach. Klienci coraz chętniej przekazują również pod nadzór firm informatycznych całe działy - jednym z częściej „wypychanych” na zewnątrz jest dział IT.

### Adam Rudowski

„Wczoraj” konsumenci kupowali produkty najtańsze albo kierowali się maksymą „wystarczająco dobre”. Firmy przy zakupach szły za modą, często wydawały pieniądze, nie wiedząc, w jaki sposób nabyte rozwiązanie ma im pomóc w biznesie. Administracja zorientowana była głównie na realizację budżetu - najczęściej to integrator podejmował decyzję, jak go zagospodarować. Teraz konsumenci chętnie współtworzą opinie o produktach. Są krytyczni i wybredni. Od dostawców oczekują otwartej, bezpośredniej komunikacji - jak w mediach społecznościowych. Biznes zdaje sobie sprawę, że teleinformatyka jest niezbędna w budowaniu firmy, ale wie, że zastosowanie najlepszych rozwiązań IT bez dobrej strategii, to za mało.

### Wiesław Wilk

Kiedy rozpoczynaliśmy działalność na rynku IT, jednym z problemów, z jakim musieliśmy się uporać - zarówno w przypadku konsumentów, jak też klientów biznesowych i administracji - była ich niska świadomość w zakresie jakości kupowanych produktów. Z perspektywy czasu wyraźnie widać, jak zmieniły się wymagania klientów, a relacja jakości do ceny produktu zyskała kluczowe znaczenie dla użytkowników końcowych, jak również odbiorców biznesowych.

## Kluczowe czynniki dla rozwoju polskiego biznesu IT...

**Teleinformatyka kocha swoich klientów i ich budżety. Ta miłość będzie odwzajemniona wtedy, gdy dzięki IT klienci osiągną swoje cele biznesowe. To ważny czynnik, ale nie jedyny.**

### Andrzej Przybyło

Kluczowym wyzwaniem ekonomicznym wciąż pozostaje niska marżowość tego biznesu. Uważam także, że powinniśmy intensywniej korzystać z możliwości drzemających w naszym biznesie – potencjału ludzi, ich wiedzy i umiejętności. Powinniśmy jak najczęściej pokazywać światu to, na co nas stać i co już zdążyliśmy osiągnąć.

### Tadeusz Kurek

Odpowiedź jest prosta: najważniejsza jest sytuacja gospodarcza kraju. Od tego przecież zależy, czy są pieniądze na inwestycje. Dotyczy to szczególnie administracji publicznej, ale nie tylko.

## Sukcesy i porażki...

**Co cię nie zabije, to cię wzmocni – warto o tym pamiętać w trudnych sytuacjach. W biznesie porażki to bardzo drażliwy temat. Jeśli już w ogóle się o nich wspomina, to raczej krótko i pobieżnie.**

### Wiesław Wilk

W zeszłym roku marka GOODRAM obchodziła 10-lecie. Wilk Elektronik może zaś pochwalić się ponad 20-letnią obecnością na polskiej arenie IT. Dlatego też chciałbym podkreślić sukcesy, jakie w przeciągu tych lat udało nam się osiągnąć. Po pierwsze to, co dla niektórych przedsiębiorców było i nadal jest mało prawdopodobne: uruchomienie w Polsce, w Łaziskach Górnych na Śląsku jedynej fabryki pamięci komputerowych w Europie Środkowo-Wschodniej. Wyzwaniem, ale i naturalną kolejną rzeczą było dla nas wprowadzenie i wypromowanie własnej marki pamięci komputerowych, rozpoznawanej nie tylko w Polsce, ale i poza granicami kraju. GOODRAM to obecnie marka pamięci RAM i flash o ugruntowanej pozycji w kraju i na rynkach eksportowych.

### Janusz Filipiak

Sukcesem są nasze innowacyjne produkty i wkroczenie polskiej firmy na rynki zagraniczne. Nie mówiłbym o porażkach, raczej wyzwaniach, którymi są nieustanna presja wynagrodzeń w segmencie nowych technologii i konkurowanie z globalnymi graczami.

### Adam Rudowski

Rosnąca liczba sukcesów wdrożeniowych. Klienci będą kochać teleinformatykę i zwiększać na nią budżety tylko wówczas, kiedy dzięki inwestycjom będą osiągać swoje cele biznesowe. Gdy zwiększą zyski, poprawią skuteczność działania lub wizerunek firmy. Kluczowe dla tego procesu jest zmieniające się podejście uczestników rynku IT. Uświadomienie sobie, że pierwsze i najważniejsze jest doradztwo, a sprzedaż rozwiązania jest konsekwencją dobrego pomysłu na osiągnięcie celu.

### Janusz Filipiak

Krajowe firmy muszą wyjść poza rodzimy rynek. Tylko dobre własne produkty, mające międzynarodowe referencje, pozwolą osiągnąć im większą rentowność. W rozwoju polskich firm IT przeszkadzają międzynarodowe korporacje – wygrywają chociażby bóje o specjalistów, płacąc wyższe pensje, dając może wygodniejsze, bardziej stabilne miejsca pracy. A ludzie w firmie to podstawa. Rozwój za granicą i wyższa rentowność zwiększy szanse polskich firm IT w konkurowaniu o tych najlepszych na rynku. Takich, którzy nie tylko mają umiejętności, ale interesuje ich większa samodzielność w działaniu.

### Wiesław Wilk

Kluczowym czynnikiem dla istnienia oraz rozwoju polskiej branży IT w perspektywie długoterminowej będą innowacyjne rozwiązania oraz produkty, dzięki którym możliwy będzie rozwój i wzrost konkurencyjności polskich firm na arenie międzynarodowej.

### Andrzej Przybyło

Moim największym osobistym sukcesem było i wciąż pozostaje stworzenie spółki AB w jej obecnym kształcie. Z jej bazą stałych kontrahentów, klientów i pracowników, bez których działalność firmy przy obecnej skali nie byłaby możliwa.

Stworzyliśmy firmę, która słucha swoich klientów i stara się ich wspierać oraz wskazywać nowe kierunki rozwoju. Sukcesem jest także to, że zaangażowanie we współpracę i korzyści z niej płynące są obopólne.

### Piotr Bieliński

Za największy sukces uważam wejście na Giełdę Papierów Wartościowych, co uwiarygodniło nas jako spółkę. Dodatkowo nasz debiut został uznany za debiut roku. Kolejnym sukcesem i kamieniem milowym w historii Actionu było przekroczenie w 2012 r. miliarda dolarów przychodów ze sprzedaży. Porażką z kolei było wdrożenie nowego systemu informatycznego w 2004 r., które cofnęło nas w biznesie o dwa, trzy lata. Gdyby nie tamta sytuacja, dziś byłibyśmy niekwestionowanym liderem rynku. To była ogromna nauczka, dzięki której jesteśmy mądrzejsi o solidne doświadczenie.

### Tadeusz Kurek

Największy sukces? Fakt, że firma przetrwała na rynku przez ćwierć wieku. Umiejętne dopasowanie się do zmian to duża sztuka. Wciąż się jej uczymy. Nie zawsze reagowaliśmy na zmiany odpowiednio szybko. Porażką było z pewnością błędne oszacowanie czasu transformacji z technologii stacjonarnej na mobilną. Za późno zareagowaliśmy na ten trend i nie udało nam się uzyskać właściwych dystrybucji we właściwym czasie.



Adam Rudowski, Veracomp



Tadeusz Kurek, NTT System



Wiesław Wilk, Wilk Elektronik

### Janusz Filipiak

Duże wyzwanie stoi przed młodym pokoleniem. Na Zachodzie to w dużej części pokolenie zadowolone z tego, co ma, nieczule na wyróżnienia, premie, awanse firmowe czy społeczne. Trudno ich mieć za partnerów, kiedy firma chce się ciągle rozwijać. Jak takie pokolenie nastanie w Polsce, to trudno będzie zbudować coś więcej, niż się zbudowało. Do zrobienia jest dużo, a brakuje kadr. Dlatego bardzo liczymy na Internet i wszystkie możliwości, jakie daje, jeśli chodzi o rozwinięcie sprzedaży.

### Andrzej Przybyło

Martwi na pewno stale spadająca marża związana z dystrybucją sprzętu IT, ale w końcu dojdziemy do nieprzekraczalnej granicy. Pytanie – jak daleko od niej jesteśmy?

### Tadeusz Kurek

Podstawowym wyzwaniem przyszłości będzie zdobywanie kompetencji. W branży IT ilość wiedzy niezbędnej do prowadzenia biznesu rośnie systematycznie i w niezwykle szybkim tempie.

## Z czym branża musi sobie poradzić w najbliższej przyszłości?

**Ze spadającymi marżami, wprowadzaniem innowacji, coraz większym tempem zdobywania kompetencji, konkutowaniem na zagranicznych rynkach, a nawet ze znalezieniem ludzi, którym chce się ciężko pracować.**

### Wiesław Wilk

By polska branża IT mogła notować dalszy rozwój, a polskie firmy mogły konkurować nie tylko na rynku europejskim, ale i globalnym, niezbędne są rozwiązania i produkty innowacyjne. To właśnie innowacyjność stanowi wyzwanie dla polskich producentów i będzie główną siłą przetargową oraz kluczem do dalszego rozwoju na rynkach eksportowych.

## Jaki będzie profil działania firmy za kolejnych 25 lat?

**Taka „wiedza” daje spore szanse na to, aby duża go-tówka popłynęła do przedsiębiorstwa szerokim strumieniem.**

### Janusz Filipiak

W czasach przyśpieszenia, z jakimi mamy do czynienia w ciągu ostatnich kilku lat, może nastąpić kolejny skok cywilizacji, na miarę ery Gutenberga czy Internetu.

### Piotr Bieliński

Przy dzisiejszej dynamice rynku odpowiedź na to pytanie byłaby jak wróżenie z fusów. Nikt nawet nie opracowuje strategii biznesowej na tak długi czas. Trzeba mieć ustalone kierunki działania, mieć szeroko otwarte oczy, by dostrzec pojawiające się na horyzoncie szanse i tworzyć potencjał pozwalający na ich wykorzystywanie. Tak działa Action. Właśnie prowadzimy rozbudowę naszego centrum logistycznego w Zamieniu. Będzie ono dopasowane nie tylko do bieżącej oferty spółki, ale również z myślą o produktach, które mogą się w niej pojawić w kolejnych latach. Inaczej bowiem dystrybuje się notebooki, inaczej pralki, a jeszcze inaczej urządzenia, o których istnieniu dziś jeszcze nie wiemy.

### Adam Rudowski

Z pewnością zmienimy profil firmy. W miejsce sprzętu będziemy dystrybuować więcej usług. Myślę, że podstawą naszej działalności wciąż pozostanie doradztwo. Świat będzie wyglądał inaczej. Za 25 lat będziemy mieli dojrzały rynek M2M, na każdym kroku wykorzystywać będziemy „pogłębiającą rzeczywistość”, a sieć 5G pozwoli przesyłać holograficzne wideo. Dziś możemy sobie tylko wyobrazić, ile taki postęp będzie wymagał innowacji, nowych usług i jak złożona będzie przyszła infrastruktura IT.

### Andrzej Przybyło

Gdybym to wiedział, byłbym z pewnością miliarderem. Jedno jest pewne: będziemy się nieustannie rozwijać i pogłębiać biznesowe relacje z naszymi kontrahentami. Staramy się nieustannie reagować na potrzeby klientów oraz dostawców, budując tym samym naszą pozycję na rynku. Ufam, że tak będzie również w przyszłości.

### Tadeusz Kurek

Z równym powodzeniem możemy dyskutować o pogodzie na Wielkanoc 2039 roku. Będzie padać czy nie? Podobnie jak w meteorologii dobrze sprawdzają się tylko prognozy krótkoterminowe, tak w biznesie można planować na kilka lat do przodu – nie więcej. W ciągu ponad dwóch dekad może zdarzyć się dosłownie wszystko, a nawet więcej.

### Wiesław Wilk

Jestem przekonany, że za 25 lat Wilk Elektrotechnik nadal skupiony będzie na produkcji nośników pamięci masowej przeznaczonych nie tylko dla konsumentów, ale też branży przemysłowej oraz biznesu. Liczę, że obrany przez firmę kierunek rozwoju umocni jej pozycję.



# Jubileusz?

STAROŻYTNI MÓWILI „HISTORIA MAGISTRA VITAE EST”.  
CZY NAPRAWDĘ CZEGOŚ NAS UCZY?

**IRENEUSZ DĄBROWSKI**

**J**ubileusz, miła rzecz. Rąsia, buzia, kłapa, goździk – mówili satyrycy w czasach słusznie dawno minionych. Ale bez tych czasów nie byłoby dzisiejszej branży IT w Polsce. Po wiem więcej: wówczas ona naprawdę istniała, inaczej niż dziś, kiedy to sprowadza się do mniej lub bardziej twórczego aplikowania obcych technologii. Pierwsza w 100 proc. polska maszyna cyfrowa tzw. drugiej generacji powstała w roku 1963 w zakładach Elwro we Wrocławiu. Było to zatem lat temu nie 25, a ponad 50! Odra 1003 była konstrukcją całkowicie polską. Dopiero później, w trakcie szaleństwa licencyjnego epoki gierkowskiej, stała się kopią któregoś tam modelu angielskiej firmy ICL.

Z epoki gierkowskiej pochodzą też inne inwestycje w zakłady produkujące urządzenia i oprogramowanie komputerowe. Mera Błonie, czyli pierwsze na polskim rynku drukarki igłowe na francuskiej licencji. Zakłady Elzab w Zabrze i monitory, a dziś kasy fiskalne. Warszawska Mera-Era (mój pierwszy chlebodawca po studiach) produkująca minikomputer z serii Mera 300, a potem Mera 400 i aż do swego końca maszyny SM-3 i SM-4. Warto wspomnieć też o Instytucie Maszyn Matematycznych, który był kiedyś prężną placówką naukowo-badawczą z takimi osiągnięciami jak choćby K-202 – pierwszy polski minikomputer 16-bitowy, wedle różnych ocen nieustępujący w owym czasie maszynom firm takich jak DEC czy Wang. IMM to, proszę wierzyć, nie był, jak jest dziś (prawie wyłącznie), landlordem wynajmującym powierzchnie biurowe na ul. Krzywickiego w Warszawie, ale grupą twórczych i dynamicznych młodych ludzi.

Potem nastąpiła stagnacja końca dekady gierkowskiej, trwająca aż do czasu po stanie wojennym. W latach 80. XX wieku IT stała się po warzywnictwie i sadownictwie (zwanym wówczas pogardliwie badyrlarstwem) drugą sferą wolnego biznesu.

Doszło do tego za sprawą ministra Wilczka i jego regulacji rynkowych umożliwiających tworzenie przedsiębiorstw zagranicznych i polonijno-zagranicznych. Wiele z ówczesnych start-upów to podstawy dzisiejszych firm IT, nawet tych giełdowych. Wraz z ich powstawaniem nastąpiła era „plecaków do Singapuru”. Z czasów tych pamiętam punkty handlowe takich firm jak NTT czy nieistniejący już Protech, zlokalizowane w Sim Lim Square lub Sim Lim Tower – jednym z dwóch centrów handlu elektroniką w tym mieście-państwie. Aż nastał rok 1989 i nastąpiła III RP...

Warto zadać sobie pytanie: czy wykorzystaliśmy naszą szansę tak wczesnego startu liberalnego rynku IT? Wedle mnie raczej nie. Szanse na produkcję sprzętu i znaczącą pozycję rynkową pozabawiła polskie firmy skarbowka, zabijając Optimusa i JTT. Pomysły na polski software też zniknęły w sporach wewnętrznych i zaścianowości myślenia. Przykłady? Proszę porównać pozycję firm ESET czy Kasperski z pozycją mks\_vira. Polskie korporacje, jak Asseco czy Comarch, radzą sobie lepiej, ale wedle mnie brakuje im na rynku lokalnym kreatywności, choć siły sprzedażowej i umiejętności wygrywania przetargów trudno im odmówić. Ot, taka gmina.

Choć sam nie jestem bez winy, to mam wrażenie, że dziś polskim informatykom łatwiej skrywać się pod skrzydłami korporacji, niż robić coś własnego. A przecież siła rynku tkwi w setkach i tysiącach pomysłów na nowe biznesy i technologie (jak ostatnie sukcesy naszych konstruktorów drukarek 3D), a nie w przetwarzaniu i wdrażaniu choćby najlepszych, ale obcych pomysłów. Polski boom w branży IT z początku lat 90. chyba nieprędko się powtórzy.

Mogło być  
znacznie lepiej.

AUTOR OD 1996 R. DO LUTEGO 2012 R. PEŁNIŁ FUNKCJĘ DYREKTORA  
ZARZĄDZAJĄCEGO TECH DATA POLSKA.



1998



1999



2000



2001



2002



2003



2004



2005

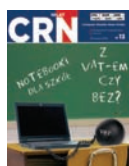
Od 1998 r.  
opisujemy  
polski  
rynek IT



2006



2007



2008



2009



2010



2011



2012



2013

**Ponad 25 lat innowacji,  
stabilności i rozwoju  
na rynku dystrybucji IT w Polsce**



**Razem budujemy przyszłość IT !**

[www.techdata.pl](http://www.techdata.pl)