

TRANSMISJA NA ŻYWO



TERADEK - Najbardziej wszechstronne Encoder H.264 na świecie

Łączy się z kamerą poprzez złącze HDMI, HD-SDI lub złącze composite. Te niewielkich gabarytów urządzenie potrafi strumieniować sygnał video HD wprost do Internetu wykorzystując bezprzewodowe sieci WiFi, Ethernet lub pojedynczy modem 3G/4G (modemy USB np. Play 3G, Polsat LTE).

INTEGRATION WITH: livestream USTREAM YouTube twitch WOWZA media solutions

Wirtualne studio Darim iSTUDIO

iStudio to wirtualne studio przeznaczone do e-learningu. Rozwiązanie takie pozwala na nagrywanie wirtualnych prezentacji i ich nadawanie. iStudio to rozwiązanie głównie dla szkół znacznie ulepszające proces nauczania. Dzięki kilkakrotnemu kliknięciu myszką nagrasz i stworzysz materiał multimedialny. Zawiera mikser audio i przełącznik wideo ze ścieżkami wirtualnej kamery.



Mikser Newtek TriCaster Mini HD-4i

Dzięki TriCaster Mini możliwe jest stworzenie niezwykle materiału i transmisja na żywo bez potrzeby posiadania drogiego, profesjonalnego sprzętu. Nie musisz być ekspertem ani posiadać własnego studia.



- Idealny do tworzenia materiału wideo na żywo i na żądanie
- Setki wbudowanych funkcji do przełączania, nadawania, nagrywania oraz publikowania

Zadzwoń i dowiedz się więcej tel: **698 221 122**

Wynajem Wozu Transmisyjnego

Specyfikacja Wozu :

12 kamerowy z opcją na 24 kamery
Wóz 9 osobowy – 5 stanowisk pracy ,
2 pulpity komentatorskie Klimatyzacja , Ogrzewanie
Postojowe, Kamery Full HD , 3D , 4K
Statywy Krany Stedycamy Slidery Drony GreenBox
Oświetlenie , Miksery , Wirtualne studio , Intercom , Audio
Stacje Robocze , System WAN/LAN/Wifi



Skorzystaj z opcji podłączenie się do nowej telewizji kablowej Lubelska.tv

Więcej informacji:

Krzysztof Machulski e-mail: krzysztof@beiks.pl tel.: 603-741-442

BUDUJEMY STUDIA TELEWIZYJNE

Więcej informacji:

Krzysztof Machulski

e-mail: krzysztof@beiks.pl tel.: 603-741-442



Zapisz się do Newslettera na beiks.pl , beiks.com.pl

Centrala w Kraśniku:
23-204 Kraśnik ul. Pogodna 3
Tel. 81 825-97-22
e-mail: beiks@beiks.pl

www.beiks.com.pl

Oddział we Wrocławiu:
53-030 Wrocław ul. Przyjaźni 66 lok.15
Tel. 606-672-300
e-mail: wroclaw@beiks.pl

BEiKS BiK Machulski Sp.j.

Oddział w Warszawie:
00-716 Warszawa ul. Bartycka 115
Tel. 22 891 13 73
e-mail: wawa@beiks.pl

Professional GPON Solutions



SIXPON
SMART • EFFICIENT • SYNC
FX660

nowość



- Compatibility with e.g. ZTE, Huawei, Dasan
- Efficient GPON chipset: BCM68380_BO, MIPS: 600MHz, DDR: 533MHz, Bus: 240MHz
- GPON WAN port with 1.244Gbps uplink / 2.488Gbps downlink link speed / Connector: SC/APC
- 4x 10/100/1000BASE-T Ethernet RJ45 Ports, Auto negotiation, Auto MDI/MDIX
- 2x2 11n WIFI support 300Mbps link speed
- 2x FXS RJ11 ports for Voice service (REN Max 5REN)
- 2x USB ports in host or device mode
- DC 12V adaptor, max 1.5A current
- -5 to 45°C operating ambient temperature

Spis treści

AKTUALNOŚCI

- 6** PING z branży
8 Raport – Internet i rynek ISP w Europie
Michał Koch

WYDARZENIA

- 12** 15. edycja PLNOG-a
13 Kongres Telewizji Światłowodowej
13 Targi Infostrada
14 XVI konferencja iNET Meeting
15 XVII konferencja KIKE
16 III edycja targów IT Future Expo
16 Górnośląskie Forum Ochrony Danych Osobowych

PRAWO I TELEKOMUNIKACJA

- 17** Optymalizacja oferty telewizyjnej – OZZ v. VAT
Katarzyna Orzeł
18 Platforma do przenoszenia numerów i lokalizacji
Marek Jaślan
20 Jakie sieci światłowodowe powstaną w Polsce? Działania w ramach 1.1 POPC
Marcin Benicewicz, Wojciech Kozicki

TELEWIZJA

- 22** Redundancja sygnałów telewizyjnych w sieciach operatorów telekomunikacyjnych
Krzysztof Sidor
25 Świetlna oferta, świetlna telewizja
26 Jak wyróżnić swoją ofertę TV na tle konkurencji?
Krzysztof Fujarski
28 Jak dobrze wybrać najważniejsze urządzenie w domu abonenta?
Paweł Paluchowski
29 Jak wprowadzić telewizję do swojej sieci? Cz. 3
Łukasz Sukiennik

NASZ WYWIAD

- 30** Wykonaliśmy kawał dobrej roboty
32 Świetlana przyszłość to FTTH

TECHNOLOGIE

- 32** Polycom, nowe rozwiązania, które zmieniają oblicze pracy grupowej
34 Rozwiązania przemysłowe, które urządzenia zastosować do jakiej branży? Klasyfikacja urządzeń ze względu na wymagane normy
Łukasz Bogdanik
36 Innowacyjność, która zrobiła różnicę
38 Nowa seria urządzeń iPASOLINK VR
39 Nowoczesne konstrukcje kabli światłowodowych do systemów FTTH I Data Center
Anna Łożarska

TRENDY

- 42** Facebook vs mały ISP
Robert Kubica

ZARZĄDZANIE

- 44** Komputer twój wróg
Artur Dezor
46 Pod napięciem
Dorota Krakowiak

ROZWIĄZANIA CHMUROWE

- 48** Jak operator może wdrożyć usługę dostępu do dysków w chmurze?
Maciej Stopa
50 Polska chmura trzęsie rynkiem IT
Maciej Kuźniar

WPISY TELEADRESOWE

- 55** KARTA KATALOGOWA

ICT PROFESSIONAL

Kontakt z redakcją
redakcja@ictprofessional.pl

Nr w rejestrze wydawnictw
PR2614

Międzynarodowy znak informacyjny
ISSN 2449-5581

Nakład
3200 egzemplarzy

Menadżer projektu
Krzysztof Fujarski
krzysztof.fujarski@ictprofessional.pl

Redaktor naczelna
Klaudia Latosik
tel. +48 787 643 458
klaudia.latosik@ictprofessional.pl

Korekta
Przemysław Kulawik

Marketing
Tomasz Gębka

Skład i grafika
Michał Piechniczek

PR Manager i Tłumaczenie
Marlena Fujarska
tel. +48 602 495 064
marlena@ictprofessional.pl

Współpraca
Marcin Benicewicz
Artur Dezor
Marek Jaślan
Michał Koch
Wojciech Kozicki
Dorota Krakowiak
Katarzyna Orzeł
Paweł Paluchowski
Krzysztof Sidor
Maciej Stopa
Łukasz Sukiennik

Wydawca
ArtuMedia
ul. Sobieskiego 509
42-580 Wojkowice

Druk
Drukarnia Kolumb
Siemianowice Śląskie

Przedruk i kopiowanie
tylko za zgodą redakcji

PING z branży

AUTOR: PRZEMYSŁAW KULAWIK

■ KONFERENCJA „SZEROKOPASMOWA POLSKA 2020”

28 stycznia odbyła się w Warszawie zorganizowana przez Ministerstwo Cyfryzacji konferencja „Szerokopasmowa Polska 2020”. Podczas spotkania dyskutowano między innymi o budowie regionalnych sieci szerokopasmowych, Programie Operacyjnym Polska Cyfrowa jako szansie dla rozwoju sieci oraz kwestiach ułatwień dla realizacji inwestycji telekomunikacyjnych. Podsumowano budowę regionalnych sieci szerokopasmowych. Minister Anna Streżyńska mówiła, że w ramach 14 projektów zrealizowano łącznie 29 345,87 km sieci, przy czym do tej pory powstało 2 927 węzłów (286 szkieletowych i 2 641 dystrybucyjnych). Mogą być one wykorzystane przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych w projektowaniu sieci. Wartość projektów wyniosła ponad 3,24 mld zł.

Źródło: mc.gov.pl

■ POWSTANIE PLATFORMA DO MIERZENIA JAKOŚCI USŁUG SZEROKOPASMOWYCH

Niemiecka firma TÜV Rheinland Consulting GmbH z Berlina wygrała przetarg na wykonanie platformy do mierzenia jakości usług szerokopasmowych. Wspomniana platforma to pomysł Komisji Europejskiej. Ma ona mierzyć jakość usług internetowych oraz doświadczenia użytkowników. W przetargu wzięły udział trzy firmy, na tyle też lat rozpisany został projekt. Wykonawca ma zbudować aktualną bazę danych infrastruktury i usług szerokopasmowych, korzystając z zasobów geodezyjnych poszczególnych państw, a także stworzyć aplikację do raportowania i narzędzie do przedstawiania danych na mapach o zasięgach regionalnych i krajowych.

Źródło: www.polskaszerokopasmowa.pl

■ RADNI KRAKOWA MÓWIĄ NIE INWESTYCJI W INFRASTRUKTURĘ DLA TELEKOMÓW

Radni Krakowa są przeciwni przyspieszeniu inwestycji w infrastrukturę dla telekomów przed światowymi Dniami Młodzieży, które w tym roku mają się odbyć w lipcu. Stosowne pisma wysłali już do ministerstw cyfryzacji, zdrowia i rozwoju. Radni podkreślają, że mają świadomość, iż szybki rozwój telekomunikacyjny jest niezbędnym warunkiem wzrostu gospodarczego kraju i daje spore możliwości, ale pragną chronić mieszkańców przed niepożądanymi skutkami wpływu sztucznego pola elektromagnetycznego na ich zdrowie. Sądzą także, że Światowe Dni Młodzieży to pretekst, by miasto przyjęło prawo, które będzie miało negatywny wpływ na mieszkańców.

Źródło: „Dziennik Gazeta Prawna”

■ WYBRANO WICESZEFA UKE

Nowym wiceprezesem UKE ds. telekomunikacji został Krzysztof Dyl – prezes Urzędu Transportu Kolejowego. Z wykształcenia jest magistrem elektroniki i telekomunikacji. W 2000 roku ukończył Akademię Techniczno-Rolniczą w Bydgoszczy. Początkowo pracował w Ministerstwie Łączności. W latach 2001-2002 pracował w Urzędzie Regulacji Telekomunikacji. Następnie do 2006 w Urzędzie Regulacji Telekomunikacji i Poczty. Od stycznia 2006 roku pracował w Urzędzie Komunikacji Elektronicznej. Początkowo jako zastępca dyrektora departamentu rynku hurtowego komunikacji elektronicznej, a od kwietnia 2006 do 17 stycznia 2011 był zastępcą prezesa UKE ds. telekomunikacyjnych i pocztowych. Następnie pełnił funkcję wiceprezesa Urzędu Transportu Kolejowego. Od 5 stycznia do 17 czerwca 2012 pełnił obowiązki prezesa UTK.

Źródło: www.uke.gov.pl

■ DZIEŃ BEZPIECZNEGO INTERNETU

9 lutego obchodzony był międzynarodowy Dzień Bezpiecznego Internetu. Hasło tegorocznej edycji brzmiało „Lepszy Internet zależy od Ciebie”. Przygotowana kampania miała zwrócić uwagę użytkowników na to, że to oni w dużej mierze mają wpływ na to, czy korzystanie z sieci jest bezpieczne. Organizatorzy zwracali uwagę na to, że Internet powinien być wykorzystywany między innymi do edukacji dzieci, twórczej rozrywki oraz pozyskiwania i utrzymywania kontaktów. Jedną z osób, które wspierały inicjatywę, był prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Znaczącą inicjatywą w zakresie bezpiecznego korzystania z sieci jest Certyfikat Prezesa UKE w kategorii Bezpieczny Internet.

Źródło: www.uke.gov.pl

■ POLSKA W RANKINGU FTTH COUNCIL

Polska po raz pierwszy znalazła się w organizowanym każdego roku przez FTTH Council Europe rankingu europejskich państw z rozbudowującą się infrastrukturą światłowodową. Co prawda zajęliśmy ostatnie miejsce (pierwsze zajęła Litwa, drugie Łotwa, a trzecie Szwecja), ale to już i tak pewien sukces. Po raz pierwszy w rankingu znalazły się też Niemcy (drugie miejsce od końca) i Chorwacja (trzecie miejsce od końca). Rok temu na koniec września w naszym kraju w technologii FTTH/B podłączonych było do sieci 145 tys. abonentów. Zasięg takiej infrastruktury obejmował milion gospodarstw domowych i budynków. W grudniu abonentów było na pewno więcej. W Inei ze światłowodowego internetu korzysta 35% jej abonentów, czyli ok. 75 tys. podmiotów. W Orange Polska jest to 17 tys. Liderem jest Netia, która nie ujawnia swoich danych.

Źródło: www.ftthcouncil.eu

■ MAŁY SUKCES ŚWIATŁOWODOWY

Ostatnie miejsce Polski w rankingu FTTH Council Europe można nazwać małym sukcesem światłowodowym. W naszym kraju 1% gospodarstw domowych korzysta z technologii FTTH/B. Z jednej strony to mało, bowiem na Litwie wskaźnik ten wynosi 36,8%, a na Łotwie 36,2%, ale trzeba zaznaczyć, że 1% (tyle trzeba mieć, aby znaleźć się w rankingu) nie przekroczyła np. Wielka Brytania. Kiedy poprzednio FTTH Council Europe publikował swój raport, wówczas w Polsce tylko 0,65% wszystkich gospodarstw domowych w kraju korzystało z technologii FTTH. Hartwig Tauber, dyrektor generalny FTTH Council Europe, przewidywał, że Polska znajdzie się w tym rankingu dopiero za dwa lata. Udało nam się to wcześniej. W ciągu dziewięciu miesięcy w naszym kraju przybyło 48 tys. abonentów FTTH.

Źródło: www.telko.in

■ RANKING APLIKACJI

Z badania Mobience wynika, że najpopularniejszą aplikacją jest obecnie YouTube, którego zasięg wyniósł 46%. Na drugim miejscu, z zasięgiem 40%, znalazł się Facebook, a podium zamyka Messenger – 37%. Na kolejnych miejscach uplasowały się: Gmail – 20%, Mapy – 17%, Gry Google Play – 13% oraz Google+ z zasięgiem 12%. Zasięg Instagrama wśród polskich użytkowników urządzeń mobilnych między 4 a 10 stycznia 2016 roku sięgnął 11% i dał tej aplikacji ósme miejsce. Podobny wynik osiągnął także OLX.pl. Na kolejnych uplasowały się Allegro oraz Dysk z wynikiem 10%, Skype i Clean Master – 8% oraz WhatsApp i Snapchat po 7%.

Źródło: www.mobience.pl

■ PIKE NA MULTIPLEKSIE

Konkurs na cztery wolne sloty 8. multipleksu naziemnej telewizji cyfrowej (MUX-8) został rozstrzygnięty przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji. Jedno z miejsc zdobyła spółka Cable Television Network & Partners, która związana jest z Polską Izbą Komunikacji Elektronicznej. Prezesem CTNP jest Ewa Michalska, kiedyś członek zarządu PIKE. PIKE zaproponowała utworzenie kanału o tematyce lokalnej i samorządowej. Jego zawartość będzie oparta na produkcji lokalnych kanałów TV utrzymywanych przez wiele sieci kablowych. Przedsięwzięcie jest pionierskie, więc trudno ocenić szanse jego powodzenia.

Źródło: www.krrit.gov.pl

■ NETFLIX CHCE BLOKOWAĆ UŻYTKOWNIKÓW, KTÓRZY OMIJAJĄ OGRANICZENIA TERYTORIALNE

Jakiś czas temu w Internecie pojawiła się informacja o tym, że w 2016 roku Netflix pojawi się w 130 nowych krajach, wśród których znalazła się także Polska. Ostatnio zapowiedziano, że platforma będzie blokować tych użytkowników, którzy korzystają z zagranicznych wersji serwisu za pomocą rozwiązań proxy i VPN. Zdaniem Davida Fullagara, wiceprezesa Netflix, usługa dostępna jest w większości krajów na świecie, więc omijanie ograniczeń terytorialnych nie jest już niczym usprawiedliwione. O wszelkich zmianach dotyczących powyższej ustawy Fullagar poinformował na oficjalnym blogu Netflix. Użytkownicy, którzy będą chcieli omijać ograniczenia, zostaną automatycznie przekierowani na do wersji Netflix w swoim kraju. Z omijania ograniczeń terytorialnych w 2015 roku skorzystało ponad 30 milionów użytkowników. W obecnej sytuacji platforma nie zamierza jednak zezwalać na tego typu praktyki.

Źródło: www.netflix.com

■ MA POWSTAĆ KRAJOWY SYSTEM CYBERBEZPIECZEŃSTWA

Szacuje się, że każdego roku przestępczość w sieci rośnie o około 30%. Walkę z nią ma ułatwić utworzenie krajowego systemu cyberbezpieczeństwa. Projekt ustawy przygotowuje Ministerstwo Cyfryzacji. Dzięki temu wiadomo będzie, kto odpowiada za między innymi za bezpieczeństwo przetwarzanych informacji, nadzorowanie tego, jak ścigać przestępców w wirtualnym świecie, jakie służby będą odpowiadały za konkretne naruszenia, czy w jaki sposób można będzie zwalczać oszustwa w internecie, rozpowszechnianie pornografii dziecięcej lub handel lekami. Prokuratorzy i policjanci zwracają uwagę na problem z dostępem do sieci – bardzo często jest tak, że na komisarzacie lub prokuraturze jest tylko jeden komputer z dostępem do internetu, co utrudnia skuteczną pracę.

Źródło: „Rzeczpospolita”

■ CYBERPRZESTĘPCY CORAZ SPRYTNIJSI

Cyberzagrożenia stają się w ostatnim czasie coraz większym problemem, a wszystko za sprawą tego, że wirtualni przestępcy stają się coraz bardziej profesjonalni. Na czarnym rynku pojawia się coraz więcej zorganizowanych grup, które tworzą złożliwe oprogramowania. Za program, który będzie w stanie wykorzystywać podatność danego komputera na różnego rodzaju wirusy (tzw. exploit) trzeba zapłacić nawet 100 tysięcy dolarów. W ciągu roku jeden taki program może dać nawet 30 milionów dolarów nielegalnego zarobku. Z badań CISCO wynika, że menadżerowie nie są pewni, jak skuteczny jest system bezpieczeństwa wykorzystywany w firmach. W ubiegłym roku o 10% spadła liczba firm, które uważają, że jest zgodny z najnowszymi standardami. Cyberataki to jedno z najpoważniejszych zagrożeń, które mogą mieć wpływ na rozwój firm. Cyberprzestępcy stosują najróżniejsze metody: socjotechnikę, kradzieże tożsamości, rozbudowane ataki APT lub lawinowe DDoS-y.

Źródło: „Rzeczpospolita”, „Puls Biznesu”

REKLAMA


DLL Partners

Producent osprzętu i okablowania światłowodowego





NASZA OFERTA:

- ✓ Kable prefabrykowane
- ✓ Przełącznice światłowodowe
- ✓ Systemy zwielokrotnienia falowego WDM
- ✓ Mufy światłowodowe
- ✓ Osprzęt i narzędzia do budowy linii telekomunikacyjnych
- ✓ Osprzęt liniowy
- ✓ Przełącznice słupkowe FTTH
- ✓ Kable światłowodowe FTTH
- ✓ Skrzynki Multimedialne FTTH

DLL Partners Dziubanowski Leśniewski Ostojski Sp. J.
Mikołaja Reja 8, 72-010 Police

(0-91) 424 42 49 www.dll.com.pl
(0-91) 311 24 95 biuro@dll.com.pl

■ POŁOWA POLAKÓW KORZYSTA Z SIECI ZA POMOCĄ URZĄDZEŃ MOBILNYCH

Z ustaleń „Rzeczpospolitej” wynika, że 46 procent wszystkich ludzi na świecie korzysta z sieci. Nasz kraj znajduje się w czołówce tych, które łączą się z siecią za pomocą urządzeń mobilnych. Z najnowszych danych WeAreSocial wynika, iż już 3,42 miliardy ludzi korzysta z sieci, a urządzenia mobilne cieszą się coraz większą popularnością. Komputery i laptopy generują obecnie 56 procent odsłon, jednakże odsetek ten spada. Rośnie za to liczba wejść z telefonów i tabletek – w ubiegłym roku wynosiła 39 procent, czyli o jedną piątą więcej niż w roku wcześniejszym. Największy udział mają tu kraje afrykańskie. Pierwsze miejsce zajęła Nigeria z wynikiem 82 procent, kolejno Republika Południowej Afryki – 75 procent, a dalej znalazły się Indonezja i Indie. Wyniki te związane są z problemami z dostępem do internetu stacjonarnego. Miejsce szóste (po Arabii Saudyjskiej) należy do Polski. Aż 51 procent wejść do sieci odbywa się za pomocą urządzeń mobilnych. Średnia dla świata to 39 procent.

Źródło: „Rzeczpospolita”

■ UKE ZAPREZENTOWAŁ ZBIÓR DOBRYCH PRAKTYK

Urząd Komunikacji Elektronicznej przedstawił zbiór dobrych praktyk w zakresie współpracy sektorów telekomunikacyjnego oraz energetycznego. Znalazły się w nim między innymi działania wpływające na relacje z klientami, kontrahentami i partnerami biznesowymi, postępowanie wobec społeczności lokalnych i środowiska naturalnego, zasady współpracy oraz kontaktów z mediami i budowanie potencjału obu organizacji. W zakresie działań wpływających na relacje z klientami ustalono np. uznanie przez strony za priorytet realizację zamierzeń związanych z budową przyłączy do nowych odbiorców ukierunkowaną na minimalizację czasu przyłączenia. W zakresie relacji z kontrahentami i partnerami biznesowymi: wybór partnerów biznesowych w sposób przejrzysty, bezstronny i zgodny z obowiązującymi przepisami, kierując się ich kwalifikacjami, doświadczeniem i możliwością skorzystania z ich najlepszych praktyk prowadzenia działalności.

Źródło: www.uk.gov.pl

■ PONAD 23 MLN POLAKÓW KORZYSTA Z INTERNETU

Z badań NetTrack wynika, że między lipcem a sierpniem ubiegłego roku z sieci skorzystały 23 mln osób, czyli 76,4% wszystkich Polaków. 37% stanowiły osoby w wieku od 25 do 39 lat. 34% internautów to natomiast osoby w wieku od 40 do 59 lat. 20% to młodzież między 15. a 24. rokiem życia. Osoby powyżej 60. roku życia stanowiły 9% wszystkich użytkowników. Najpopularniejszą polską witryną (według wskazań internautów) jest Google.pl (85,7% osób wskazało, że odwiedziło ją w ciągu miesiąca). Na drugim miejscu znalazło się Allegro (73,4%), a na trzecim Youtube.pl (64,6%). Kolejne miejsce zajął Facebook z wynikiem 62,2%. Na następnych uplasowały się: Onet.pl (48,9%), WP.pl (39,1%), Ceneo.pl (31,5%), Wikipedia (30,3%), Interia (29,3%) oraz Gazeta.pl (17,6%).

Źródło: „Rzeczpospolita”

■ SGT S.A. PARTNEREM TECHNOLOGICZNYM BBC WORLDWIDE POLSKA

SGT S.A., lider rynku usług telewizyjnych oferowanych operatorom ISP w Polsce i partner technologiczny dla tradycyjnych operatorów kablowych, nawiązał współpracę z BBC Worldwide Polska. Nadawca będzie korzystał z usługi transkodowania dla kanałów BBC Brit i BBC Earth. BBC Worldwide należy do głównego brytyjskiego publicznego nadawcy radiowo-telewizyjnego BBC. Obecnie na rynku polskim dostępne są następujące kanały z portfolio BBC Worldwide: BBC HD, BBC Brit, BBC Earth, BBC Lifestyle, CBeebies, BBC World News (kanał w języku angielskim). Dwa z nich, BBC Brit i BBC Earth nadawca transmituje dziś wyłącznie w rozdzielczości HD. Usługa transkodowania w SGT S.A. to w pełni zintegrowany sprzętowy system, który pozwala na przekodowanie wielu sygnałów z dowolnego źródła i formatu w czasie rzeczywistym oraz przesyłu do punktów odbioru. W tym przypadku usługa umożliwia skalowanie w czasie rzeczywistym HD do SD, zachowując przy tym proporcje obrazu oraz paletę kolorów.

Źródło: www.sgtsa.pl

■ POSTULATY DOTYCZĄCE ZMIAN NA RYNKU TELEKOMUNIKACYJNYM

Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji wysłała do Ministerstwa Cyfryzacji zbiór najpilniejszych postulatów odnośnie działań koniecznych na rynku telekomunikacyjnym (w sumie jest ich siedemnaście). Na liście znalazły się między innymi następujące postulaty: obniżenie norm stężenia pola elektromagnetycznego w emisji z urządzeń telekomunikacyjnych, wprowadzenie oznaczenia „Gotowy na szybki internet” w budownictwie mieszkaniowym, aktywne uczestnictwo Polski we wdrażaniu polityki Jednolitego Rynku Cyfrowego, skuteczne ściganie nadużyć telekomunikacyjnych, ułatwienie dostępu do danych publicznych gromadzonych przez UKE i poprawa jakości tych danych, zadbanie o interesy polskich operatorów przy wdrażaniu rozporządzenia roamingowego.

Źródło: www.kigeit.org.pl

■ PREZES UKE NA LIŚCIE NAJBARDZIEJ WPŁYWOWYCH OSÓB W POLSKIEJ GOSPODARCE

Magdalena Gaj, prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej, znalazła się na 34. miejscu najbardziej wpływowych osób w polskiej gospodarce. Subiektywny ranking przedstawiony przez „Dziennik Gazetę Prawną” obejmował 50 nazwisk. Warto odnotować również, że podczas odbywającego się w ubiegłym roku w Genewie Forum Światowego Szczytu Społeczeństwa Informacyjnego 2015 (World Summit of Information Society Forum 2015) pani prezes została wybrana na jego przewodniczącą. Wśród nazwisk wymienionych w rankingu znaleźli się między innymi: prezydent RP, Andrzej Duda; Marek Belka, prezes Narodowego Banku Polskiego; była premier Ewa Kopacz; obecna premier Beata Szydło czy prezes PiS, Jarosław Kaczyński.

Źródło: „Dziennik Gazeta Prawna”

■ NOWOŚCI W EPIX

EPIX rozwija swoją usługę POLMIX oraz wdraża nowe projekty dla uczestników swoich węzłów. Zgodnie z zapowiedzią uruchomił lokalny, katowicki styk 10G z UPC. UPC ponad 3 tys. prefixów uzupełniło portfolio 100 000 obecnie dostępnych w usłudze KAT-POLMIX, a pochodzących z PLIX, POZIX, THINX, TPIX. Treści są doprowadzane do EPIX. Katowice bezpośrednim stykiem z siecią UPC, z pominięciem Warszawy. Po sukcesie projektu CISCO dla epixowca wchodzi nowe projekty extream i antydos. Założeniem pierwszego jest uzyskanie najlepszych możliwych warunków zakupu nowego, profesjonalnego sprzętu Extreme Networks dla Uczestników EPIX.

Źródło: www.epix.net.pl

■ TARGI E-COMMERCE BERLIN EXPO

27 kwietnia 2016 roku w Postbahnhof w Berlinie odbędą się targi E-commerce Berlin Expo. Organizowane od 2011 roku E-commerce Poland Trade Fair (Targi eHandlu) to największe spotkanie branży e-commerce w regionie CEE, podczas którego 3,5 tys. przedstawicieli e-sklepów ma okazję poznać najnowsze oferty ponad 100 dostawców różnorodnych produktów i usług dla sklepów internetowych. Wiosną 2016 roku targi odbędą się również w Berlinie. Na Targach swoją ofertę przedstawi ponad 80 wystawców z Niemiec i zagranicą z takich obszarów jak: wsparcie sprzedaży, IT, prawo, marketing, TSL/usługi kurierskie, księgowość/rachunkowość, doradztwo/konsulting. Podczas Targów zaprezentują się m.in.: SOFORT, Divante, Dealavo, MonkeyData, Freshmail, Orbitvu oraz IAI Shop (zwycięzca międzynarodowego konkursu PayPal Influencers Contest).

Źródło: ecommerceberlin.com

Nowe wizje nowego ministerstwa

ALICJA ORZEŁ

Zaczął się od samej nazwy. Pierwszym krokiem ku wielkim zmianom było bowiem wyodrębnienie Ministerstwa Cyfryzacji jako jednostki i oddzielenia go od administracji. Skutkiem tego było utworzenie centrum kompetencyjnego zajmującego się cyfryzacją, która od tamtej chwili przestała kojarzyć się jedynie z informatyzacją administracji i urosła do rangi inicjatywy cywilizacyjnej. W ten właśnie sposób misję ministerstwa pojmuje Anna Streżyńska, nowa Minister Cyfryzacji – jako ogół działań mających na celu przyspieszenie cyfrowego rozwoju Polski.

Budowa nowego ministerstwa rozpoczyna się od stawiania fundamentów, czyli wprowadzenia zmian legislacyjnych. Następnym krokiem ku zmianom jest dokonanie przekształceń w prowadzonych już projektach, jak w przypadku Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa. Jego naprawa to jedno z najpilniejszych zadań ministerstwa. Ministerstwo Cyfryzacji rozpoczęło również prace nad informatyzacją usług publicznych, wspiera także wszelkie działania mające na celu rozwój gospodarczy i edukacyjny kraju. Stale pojawiają się nowe projekty, które w trakcie prac podlegają kolejnym przeobrażeniom. Prześledźmy ich przebieg.

Zmiany w „megaustawie”

Sporym zaskoczeniem był, opracowany w trybie przyspieszonym, projekt nowelizacji tzw. „megaustawy”, który powstał by ułatwić i przyspieszyć budowę sieci światłowodowych. Pośpiech można tłumaczyć zbliżającymi się Światowymi Dniami Młodzieży, które wymagają szczególnych rozwiązań dla Małopolski. Skorzystają na nim przedsiębiorcy telekomunikacyjni, zmiany obejmują bowiem newralgiczny punkt ustawy, art. 30, który dotyczy dostępu do zasobów budynkowych. Zgodnie z treścią projektu niektóre czynności związane z dostępem nie będą już wymagały składania wniosków do Prezesa UKE. Oprócz tego inwestorzy będą mogli żądać dostępu także do nieukończonych jeszcze budynków, co może pomóc w relacjach z deweloperami mieszkaniowymi. Kolejnym postanowieniem jest nałożenie na operatorów infrastruktury technicznej obowiązku uwzględnienia wniosków operatorów telekomunikacyjnych o koordynację robót budowlanych. Założenia mają więc ułatwić pracę operatorów w budynkach.

Nie wszystkie zapisy projektu zostały zaakceptowane przez środowisko operatorów telekomunikacyjnych. Swoje zastrzeżenia zgłosiło m.in. KIKE, zwracając uwagę na sposób ustalania opłaty za dostęp do infrastruktury technicznej. Według proponowanego przepisu przedsiębiorcy telekomunikacyjni byłiby zobowiązani



Źródło: Ministerstwo Cyfryzacji

ni do zwrotu kosztów poniesionych w związku z budową i utrzymaniem infrastruktury technicznej objętej dostępem. Izba uznała, że taka opłata nie jest konieczna, i powinna być ustalana w oparciu o koszty utrzymania infrastruktury technicznej z wyłączeniem obciążeń publicznych oraz opłat na rzecz dysponentów nieruchomości, które przedsiębiorcy telekomunikacyjni sami ponoszą. KIKE odniosło się także do częstej praktyki właścicieli sieci budowlanych, jaką jest nie odpowiadanie na wniosek operatora o dostęp, bądź prowadzenie negocjacji pozornych. Stąd pomysł, by brak odpowiedzi na wniosek przedsiębiorcy telekomunikacyjnego traktować na równi z odmową dostępu. Izba poparała pomysł wprowadzenia dla właścicieli, użytkowników wieczystych i zarządców nieruchomości obowiązku informowania przedsiębiorców telekomunikacyjnych o właścicielach infrastruktury telekomunikacyjnej, w jaką wyposażono dany budynek. KIKE zaproponowało, by brak odpowiedzi skutkowało na

łożeniem kary pieniężnej z uwagi na brak możliwości wykorzystania przez operatora istniejącej sieci budynkowej bez wiedzy o jej właścicielu. Izba podkreśla, że wypowiada się w imieniu przedsiębiorców zrzeszonych w KIKE, dla których zmiany w „megaustawie” mają duże znaczenie, m.in. ze względu na prowadzenie budów telekomunikacyjnych sieci dostępowej „ostatniej mili”.

Ministerstwo przyjęło uwagi zgłoszone kolejno przez: Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Ministerstwo Środowiska, Ministerstwo Finansów, Kancelarię Premiera Rady Ministrów, Rządowe Centrum Legislacji a także Ministerstwo Infrastruktury i Budownictwa. Zmianie podlega m.in. pomysł inwentaryzowania wszystkich stacji bazowych telefonii komórkowej, których poziom emisji pola elektromagnetycznego przekracza poziomy ustalony ustawą środowiskową. Propozycji byli przeciwni operatorzy sieci telefonicznych, którzy uważali koszty operacji za zbyt wysokie i wskazywali na ogra-

niczoną miarodajność płynących z takiej operacji danych. Decyzją ministerstwa jest przekazanie kwestii emisji ze stacji bazowych do kompetencji Ministra Ochrony Środowiska, który odgórnie ma możliwość ustalenia wymagań odnośnie do raportowania poziomów natężenia pola elektromagnetycznego. Ministerstwo nie wyklucza więc zmian w projekcie nowelizacji powstałych na drodze uzgodnień międzyresortowych oraz konsultacji publicznych.

Na temat projektów przygotowanych przez Ministerstwo Cyfryzacji wypowiadają się także władze lokalne. Wiadomo że mają one na celu usunięcie barier administracyjnych, które utrudniają inwestycje telekomunikacyjne. Samorządy obawiają się skutków finansowych tych przedsięwzięć, deklarowana chęć doprowadzenia sieci internetowej do jak największej części kraju może spowodować spore wydatki ze strony gmin i powiatów. Samorządy krytykują decyzje ministerstwa za nakładanie na nie nowych zadań, tym samym zmuszając do ich współfinansowania. Ministerstwo wyraziło chęć zmiany postanowień dotyczącego opłaty za zajęcie pasa drogowego i wycofało się z regulowania stawek. Nie zmieniło jednak stanowiska odnośnie do ustalania stawek za korzystanie z kanałów technologicznych. Obecnie oczekujemy na nową wersję projektu nowelizacji ustawy, która ma uwzględnić część postulatów samorządów.

Prace nad ostateczną wersją nowelizacji wciąż trwają. W trakcie konsultacji zgłaszane są kolejne propozycje zmian. Na razie nie wiemy, jak będzie wyglądała finalna wersja ustawy, widać jednak jej dynamiczne przeobrażenia i starania zarówno ze strony ministerstwa jak i zaangażowanych podmiotów. Przed ministerstwem spore wyzwanie – czy zdaży uwzględnić przyjęte postulaty i złożyć projekt przed końcem marca?

POPC do rewizji

Nowa Minister Cyfryzacji często podkreśla, że, oprócz problemów legislacyjnych, piętą achillesową przemyślu jest Program Operacyjny Polska Cyfrowa. Według Anny Streżyńskiej wiele w nim projektów bez potencjału i strategii, a zamierzenia związane z ewykuczeniem są dobierane wręcz przypadkowo i generują duże koszty. Zdaniem Minister wydatkowanie środków z Unii Europejskiej rozplanowane zostało tylko w części, a to i tak z błędami. Zadaniem nowego ministerstwa jest więc uporządkowanie działań i finansów, a przede wszystkim – priorytetów. Na razie brak oficjalnych komunikatów w tej sprawie, a zmiany mają podobno dotyczyć całego programu.

Jednym z działań ministerstwa było ponowne wydłużenie czasu składania wniosków dla pierwszego konkursu w ramach pierwszej osi. Tym razem decyzja spowodowana była problemami technicznymi w funkcjonowaniu elektronicznej Platformy Usług Administracji Publicznej (ePUAP), dlatego konkurs był otwarty dla przedsiębiorców o dwa tygodnie

dłużej. Wiadomo już, że drugi nabór będzie w całości tworzony przez nowe ministerstwo i będzie naborem dużym, planowane jest bowiem pokrycie jak największego obszaru kraju. Anna Streżyńska zapowiada, że drugi nabór może trwać równocześnie z pierwszym, a jego rozpoczęcie przewiduje najpóźniej w połowie roku. W planach jest także trzeci nabór, który odbędzie się jednak po zakończeniu pierwszego, gdy zwycięzcy pokażą swoje projekty budowlane, ponieważ dopiero wtedy wiadomo będzie, w jakim stopniu pierwszy nabór okazał się skuteczny. Trzeci nabór będzie miał charakter uzupełniający i dotyczyć będzie podłączenia miejsc najtrudniejszych.

Podczas konferencji „Szerokopasmowa Polska 2020” Minister Cyfryzacji zwróciła uwagę, że jednym z najtrudniejszych problemów małych i średnich przedsiębiorców telekomunikacyjnych w kontekście działań POPC jest problem ich wykluczenia z rynku komercyjnych instytucji finansowych w Polsce. Minister zadeklarowała chęć pomocy przedsiębiorcom i ułatwienie dostępu do kapitału. W tym celu uruchomiono ankietę, w której przedsiębiorcy mogą opisać swoje doświadczenia i problemy związane z ubieganiem się o wsparcie w różnych instytucjach finansowych. W trakcie rozmowy z „Rzeczpospolitą” na pytanie, czy zamierza wspierać małych i średnich przedsiębiorców odpowiedziała krótko: *Zawsze. To sól tego rynku*.

Po tak obiecujących deklaracjach możemy już tylko czekać na oficjalny projekt nowych regulacji, w końcu jest dużo do zrobienia.

Cyfryzowanie administracji – cyfryzowanie społeczeństwa

Kolejną wizją ministerstwa jest usprawnienie działania e-usług administracji publicznej. Jak mówi sama Minister, zmiany mają pomóc w załatwieniu jak największej liczby spraw bez potrzeby wychodzenia z domu. Oprócz nowych koncepcji pojawiły się również pomysły wznowione, a także pytania, na które nie zostały udzielone odpowiedzi. Z tego powodu ministerstwo wytypowało najpilniejsze problemy, z którymi zamierza uporać się najbliższym czasie. Anna Streżyńska określając kierunki strategiczne działań ministerstwa podkreśla, że rozwój cyfryzacji jest zadaniem cywilizacyjnym, stąd konieczne jest zaangażowanie całego rządu. Jedno jest pewne – nowej Minister zaangażowania nie brakuje.

Zaczął się od samego adresu. Kluczowym pomysłem jest utworzenie jednego, wspólnego portalu informacji i usług administracji rządowej. Ma być łatwy do zapamiętania, jak np. GOV.pl. W ten sposób w jednym miejscu będzie można odnaleźć wszystkie potrzebne informacje (także te znajdujące się obecnie w BIP) i e-usługi. Zmianie ma ulec także sama koncepcja e-usług – nie mają być jedynie iluzją mobilnej realizacji spraw urzędowych. Portal będzie rozwijał te działania, które automatyzują procesy i dostarczają wynik lub korzyść w sposób natychmiastowy. Dzięki temu e-usługi będą wreszcie „e-”, a nie

Spawarka światłowodowa

21\$



Innowacyjna spawarka do instalacji FTTH,

Najmniejsza na świecie spawarka

z aktywnym centrowaniem do płaszcza,

Wielofunkcyjna walizka transportowa.

Spawarka światłowodowa

70\$



Najkrótszy na świecie cykl spawania

i wygrzewania osłonek spawu. Automatyzacja

pokrywy wiatrowej, docisków włókien oraz piecyka

Skrócenie czynności spawania

Autokalibracja łuku w czasie rzeczywistym

Odporna na upadek, mróz, deszcz i zapylenie



Akredytowane Centrum Fujikura w Polsce

Teleoptics

Sp. z o.o.

ul. Sokratesa 5/57, 01-909 Warszawa
tel. +48 22 835 45 00, fax +48 22 835 44 28

www.teleoptics.com.pl
fujikura@teleoptics.com.pl

innym sposobem na wysłanie wniosków i pism do urzędnika. Dzięki nowym e-usługom będzie można np. elektronicznie uzyskać dowód osobisty, odpis aktu cywilnego lub po prostu zapłacić mandat. Minister Cyfryzacji nie zamyka oczu na aktualne potrzeby Polaków. Najnowszym pomysłem jest wykorzystanie bankowości elektronicznej w celu składania wniosków o dodatek na dziecko w ramach programu 500+. Z uwagi na duże zainteresowanie społeczeństwa takie rozwiązanie może okazać się szczególnie pomocne.

Następnym pomysłem jest wprowadzenie jednolitego i bezpiecznego standardu identyfikacji obywateli (eID) w systemach e-usług administracji publicznej. Aby móc jak najszybciej potwierdzić swoją tożsamość w kontaktach obywatela z administracją, ministerstwo chce prowadzić nowy, usprawniony technicznie Profil Zaufany. Będzie można go używać bez specjalnego wysiłku, ponieważ ministerstwo przewiduje taką możliwość podczas załatwiania najpopularniejszych spraw urzędowych, oraz, być może, poprzez wykorzystanie systemów i kanałów usługodawców komercyjnych (np. usług bankowych czy służby zdrowia). Ministerstwo powraca także do koncepcji dowodu osobistego z chipem. Wśród funkcjonalności nowego dowodu wymieniane są: identyfikacja, uwierzytelnianie, podpis elektroniczny, a nawet ratunkowe dane medyczne.

Minister podkreśla, jak ważne jest uczestnictwo obywateli w procesach legislacyjnych, stąd pomysł reaktywacji portalu konsultacje.gov.pl dla konsultacji w obrębie całej administracji państwowej. Działanie te postrzega jako krok ku stworzeniu nowoczesnego i otwartego państwa. Dla ministerstwa ważne jest też reprezentacja interesów Polski na forum europejskim. Minister Cyfryzacji deklaruje swoje zaangażowanie i zdecydowaną politykę, która ma pomóc w dostrzeżeniu interesów społecznych i gospodarczych Polski na arenie międzynarodowej.

Anna Streżyńska postrzega zmiany związane z wprowadzaniem technologii cyfrowej do administracji nie jako zbiór udogodnień, ale raczej jako trampolinę dla rozwoju innowacyjnej gospodarki. Bez sprawnie działającej administracji wszelkie zmiany społeczne i gospodarcze są niemal niemożliwe.

Innowacje i rozwój

Minister Anna Streżyńska często wspiera inicjatywy mające na celu szeroko pojęty rozwój kraju. Nowy projekt ma charakter międzyresortowy i ma na celu pobudzenie polskiej gospodarki poprzez wspieranie oryginalnych pomysłów. Mowa o nowo powstałym Radzie ds. Innowacyjności, w której, oprócz nowej Minister, skład wchodzi także: Jarosław Gowin (wicepremier, Minister Nauki), Piotr Gliński (wicepremier, Minister Kultury), oraz Dawid Jackiewicz (Minister Skarbu). Jednym z głównych założeń jest nie nakładanie ograniczeń jeżeli chodzi o temat innowacyjnych pomysłów, mogą one dotyczyć każdej dziedziny. Mają to być świeże, ciekawe rozwiązania, które posłużą rozwojowi kraju. W celu zachęcenia potencjalnych przedsiębiorców Rada pracuje nad nowelizacją ustawy o innowacyjności, która miałaby przede wszystkim pomóc w realizacji pomysłów – wprowadzałaby nowe ulgi podatkowe i zmniejszałaby ograniczenia formalne. W ten sposób Rada chce nie tylko wesprzeć przedsiębiorców, ale także przekonać się, czy Polacy myślą innowacyjnie.

nie. W planach jest także zwiększenie sum wydawanych na innowacje, a cel jest duży – podwojenie obecnych 15 mld. Ze strony Rady słychać deklarację, że nie boi się nowych inwestycji i będzie wspierać jak najwięcej oryginalnych pomysłów. Drugim etapem projektu byłoby wytypowanie tych dziedzin i branż, w których Polska miałaby realną szansę rozwoju. Na podstawie dokumentów strategicznych takich jak Krajowe Inteligentne Specjalizacje czy Krajowy Program Badań można już powiedzieć, że cyfryzacja ma szansę stać się jedną z dziedzin szczególnie wspieranych przez Radę.

Głównym tematem jest również pomysł wprowadzenia nauki programowania w każdej polskiej szkole. Podczas wspólnej konferencji Minister Cyfryzacji, Minister Edukacji narodowej oraz Minister Nauki i Szkolnictwa Wyższego zapowiedzieli, że już w tym roku uruchomiony zostanie pilotażowy program nauki programowania, a w 2017 r. zmiany te mają objąć wszystkie szkoły. Oprócz nauki dzieci konieczne jest także doksztalcenie kadry nauczycielskiej. Kolejnym krokiem jest zapewnienie w każdej szkole dostępu do szerokopasmowego internetu. Nauka programowania ma uczyć dzieci logicznego myślenia i umiejętności rozwiązywania złożonych problemów, jak również pomóc uczniom w zdobyciu kompetencji ułatwiających późniejsze odnalezienie się na rynku pracy.

Minister Cyfryzacji wzięła także udział w nietypowym spotkaniu – 8 stycznia odbył się pierwszy w historii tweetup nowego rządu. Niebawem każdy internauta będzie mógł zadać własne pytanie po uprzednim oznaczeniu go hashtagem #ZapytajPremiera. Premier Beata Szydło zapowiedziała, że ostatnie pytanie na konferencji prasowej będzie tym, które zadano poprzez Twitter.

Ministerstwo Cyfryzacji jest otwarte na współpracę międzyresortową, chętnie wspiera nowe wizje, które mają służyć rozwojowi kraju. Jak przeczytamy w najnowszym dokumencie działań strategicznych, właśnie to współdziałanie całego rządu jest kluczowe w procesie cyfryzacji państwa.

Prace w toku

Przed Ministerstwem Cyfryzacji sporo wyzwań. Oprócz realizacji nowych pomysłów naprawy wymagają też wcześniej wdrożone założenia. Widzimy dużo nowych zakresów działalności ministerstwa, wiele projektów uruchomionych zostało w tym samym czasie. Jesteśmy świadkami dynamicznego rozwoju cyfryzacji poprzez nowe rozplanowanie funduszy unijnych, wspieranie polskiej gospodarki i edukacji, a także pomoc w sprawnym funkcjonowaniu internetowej administracji. Na proponowany od lat projekt połączenia KRRIT z UKE i UOKiK musimy natomiast jeszcze poczekać. W rozmowie z rzecznikiem prasowym ministerstwa dowiedzieliśmy się, że nowe ministerstwo nie przewiduje jakichkolwiek prac nad tym projektem i pozostaje on raczej wizją przyszłości.

Większość inicjatyw ministerstwa ma na razie charakter otwarty, są one często aktualizowane i sukcesywnie ulepszane. Nowa polityka ministerstwa nie pomija uczestnictwa obywateli w sprawach rozwoju polskiej cyfryzacji, chętnie prowadzi dialog i stara się sprostać oczekiwaniom. Na razie brakuje jeszcze wielu projektów nowych regulacji, jednak to, co się dzieje, jest naprawdę obiecujące. ■

„W dniu 1 marca 2016 r. Rada Ministrów przyjęła projekt nowelizacji „megaustawy”. W zamierzeniu nowe regulacje powinny obowiązywać od 1 lipca 2016 r., z wyjątkiem niektórych przepisów, które mają uzyskać ważność w innych terminach.

PROSTY SYSTEM ZARZĄDZANIA SIECIĄ NEC

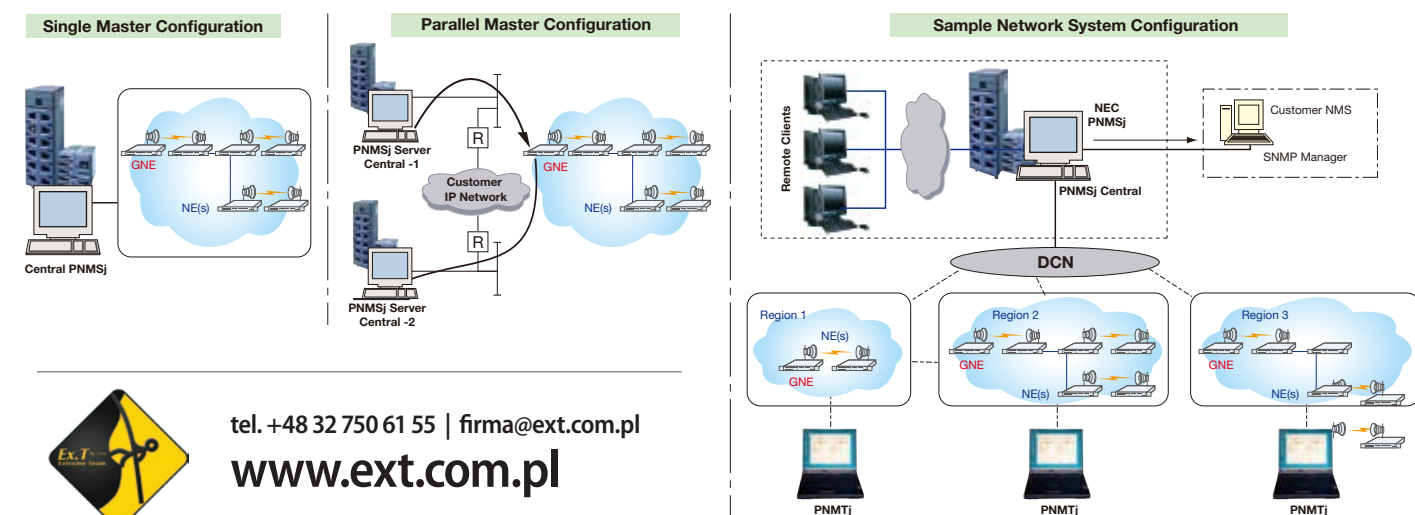


System zarządzania PASOLINK NMS

System zarządzania PASOLINK NMS to łatwy w obsłudze program używany do monitorowania stanu urządzeń sieciowych rodziny PASOLINK.

- Wsparcie dla Windows™ lub UNIX,
- Przyjazny interfejs graficzny z możliwością dodania rzeczywistych map terenu,
- Monitorowanie i kontrola. Dane wydajności sieci mogą być automatycznie zapisywane na twardym dysku w zaplanowanym czasie lub mogą być przesłane w każdej chwili na żądanie,
- Ułatwiona konfiguracja urządzeń, uproszczona procedura logowania,
- Funkcja Auto Discovery umożliwia automatyczne wykrywanie urządzeń oraz modułów,
- Zdalny dostęp za pomocą standardowej przeglądarki internetowej lub Java WebStart,
- Zaawansowany podgląd do wydarzeń/zarządzania alarmami: dostęp do listy Klientów, historii zdarzeń, aktywnych alarmów, centrali alarmowej, historii alarmów, wyszukiwania elementu sieci,
- Elastyczna funkcja bezpieczeństwa: blokada konta użytkownika po trzech nieudanych próbach logowania. Administrator może uaktywniać zablokowane konta,
- Łatwy w obsłudze System NMS GUI posiada standardowe menu i funkcje, które sprawiają, że nawigacja okna PNMSj jest banalnie prosta,
- System umożliwia zarządzanie innymi urządzeniami poprzez korzystanie z plików MIB (Management Information Base),
- Automatyczny/planowany back-up konfiguracji urządzeń oraz możliwość przywrócenia poprzedniej konfiguracji urządzeń.

Typowe Konfiguracje Systemu



tel. +48 32 750 61 55 | firma@ext.com.pl

www.ext.com.pl

Wychodzimy na pozycję lidera

Z ARTUREM WOJTYSIAKIEM ROZMAWIAŁ KRZYSZTOF FUJARSKI

Stałym cyklem w magazynie są wywiady z lokalnymi ISP. Tym razem do rozmowy zaprosiliśmy Pana Artura Wojtysiaka, który prowadzi swój biznes telekomunikacyjny na północy Polski. Wybraliśmy do zaprezentowania firmę pana Artura, gdyż jest to jeden z tych operatorów, którzy doskonale rozumieją, że nie liczy się tylko szybkość łącza, ale również to, co abonent w nim znajdzie.

Proszę nam powiedzieć na początek kilka zdań o waszej sieci. Jaki teren obsługujecie i jakie usługi świadczone są w Państwa firmie?

Artur Wojtysiak: Nasza sieć w większości oparta jest o Wi-Fi, jednak w chwili obecnej dość mocno inwestujemy w światłowody. Swoim zasięgiem obejmujemy powiaty tczewski, kwidzyński, sztumski i iławski o różnym nasyceniu. Generalnie największy zasięg naszej sieci jest w powiecie kwidzyńskim, bo stąd się wywodzimy. Tak jak wcześniej wspomniałem, główne usługi są świadczone poprzez dostęp Wi-Fi, aczkolwiek udostępniliśmy usługę dostępu do internetu poprzez sieć LTE. Świadczymy także usługi dostępu do telewizji HD i telefonii VoIP.

A więc oferujecie także swoim abonentom usługi telewizyjne? Pytam, bo na waszej stronie internetowej usługa ta jest opisana jako dostępna w przyszłości.

Stara strona zostaje wygaszana, nowa jest praktycznie na ukończeniu. Oczywiście, mamy ofertę telewizji. Na chwilę obecną do usługi są już „podpinani” klienci.

Posiadacie własną usługę telewizyjną, czy korzystacie z rozwiązań od któregoś z integratorów IPTV?

Obecnie oferujemy usługę Telewizja Światłowodowa od EVO. Po przeliczeniu wszystkich „za i przeciw” związanych z uruchomieniem usługi telewizyjnej stwierdziliśmy, że do momentu posiadania pewnej liczby abonentów nie ma sensu tworzenia czegośkolwiek więcej ponad to, co dostaniemy od EVO. Zawsze możemy później przejść na własny kontent, ale trzeba mieć odpowiednią ilość gniazd, zwiększyć sobie zasięg. Gdy osiągniemy jakiś punkt krytyczny, w którym stwierdzimy, że to, co nam przysporzy pracy będzie korzystniejsze od tego, co oferuje nam EVO, to pomyślimy nad taką zmianą. Ale jest to jeszcze „pieśń przyszłości”. Skupiamy się na rozwijaniu zasięgu sieci światłowodowej i sprzedaży usługi, którą dostajemy już praktycznie gotową. Tak więc wiele formalności w tym momencie nam odpada.

A budowę sieci światłowodowej realizujecie z własnych środków czy otrzymaliście jakieś dofinansowanie?

My budujemy sieć z własnych środków. Z tego, co nam zostaje. Własnym sumptem i własnymi ludźmi. Mamy wykształconych już w tym kierunku pracowników,

których sami wyszkoliliśmy poprzez spawanie, zaciąganie i układanie. Praktycznie wyszkolonych kompletnie.

Jakie były początki waszej firmy? Czy od dawna jesteście operatorem telekomunikacyjnym?

Firma ewoluowała, wcześniej świadczyliśmy usługi sprzedaży drobnego kontentu. Firma zaczęła działalność w sumie od momentu podpisania umowy z zagranicznym partnerem, dla którego przez kilka lat świadczyliśmy usługi. Nie zajmowaliśmy się niczym więcej, aż w pewnym momencie stwierdziliśmy, że nadeszła pora na rozwój. Zaczęliśmy świadczyć usługi dla lokalnych operatorów w Kwidzynie dlatego, że potrzebowaliśmy dużych łącz, które wtedy nie były jeszcze potrzebne, więc zostały nam zapasy. Mogliśmy sprzedać tę nadwyżkę lokalnym operatorom. Tak się zaczęło. To był rok 2007. W pewnym momencie odkupiliśmy sieć od naszego klienta. W tej chwili tę sieć powiększyliśmy trzykrotnie.

Czy posiadacie dużą konkurencję? Jak oceniacie swoją pozycję na lokalnym rynku? Czy wprowadziliście jakieś usługi aby się wyróżnić?

W chwili obecnej jesteśmy największą firmą lokalną na naszym rynku. Posiadamy własne zasoby i adresację IP, co wyróżnia nas spośród konkurencji. Własny BGP. Ruch i łączy kształtujemy sami. Dodatkowo współpracujemy z kilkoma operatorami i jesteśmy założycielami Północnego Klastra ICT. Integrujemy kilka firm. Wychodzimy na pozycję lidera, czy też już wyszliśmy. Aczkolwiek jest to związane z inwestycją środków własnych, nie jesteśmy beneficjentami żadnych dotacji. Nie planujemy przystąpienia do konkursów ich dotyczących.

Wspomniał Pan o Północnym Kłastrze ICT. Proszę powiedzieć, ile firm do niego należy. Czy są to firmy tylko z waszego regionu?

Generalnie są to firmy z województwa pomorskiego, warmińsko-mazurskiego i kujawsko-pomorskiego. Są też dwie firmy z województwa podlaskiego. Na chwilę obecną jest ich dwanaście. Jeszcze nie wszyscy korzystają z łącz, które można u nas kupić. Jest to jednak kwestia finalizowania umów z tymi firmami, które pozwolą na przeniesienie transmisji do nas. Agregujemy tam ruch i kontent telewizyjny prawie wszystkich dostawców oraz dostęp do zasobów EPIX-a, KIKE, PLIX-a, TPIX-a. Jest to bardzo rozwojowa sprawa. W tym roku planujemy integrację z siecią ORSS, czyli z Regionalną Siecią Szerokopasmową wybudowaną przez HAWĘ na polecenie Marszałka



Artur Wojtysiak

Z wykształcenia jest informatykiem. Od 2004 roku prowadzi firmę zajmującą się usługami informatycznymi oraz sprzedażą usług dostępu do sieci internet, telefonii (również MVNO) oraz telewizji. Od 2 lat jest również prezesem Północnego Klastra ICT Sp. z o.o.

„Zawsze zadajemy sobie pytanie: czym nasza usługa odróżnia się od innych? (...) Dobrym argumentem może być obecność treści lokalnych, których nie da się zobaczyć u konkurencji. Ludzie są zainteresowani tym, co dzieje się w lokalnej społeczności. (...) Klienci w dużej mierze wybierają oferty, które zawierają dostęp do treści lokalnych. Chcemy, żeby lokalny kontent był naszym dodatkowym atutem.

Województwa, żeby mieć możliwość dotarcia do operatorów, którzy nie mają u siebie alternatywy innej niż Orange.

Czy Klastr zajmuje się tylko projektem węzła wymiany ruchu, czy prowadzicie także inne projekty w ramach Klastra?

Na ten moment mamy trzy aktywne projekty: pierwszy, działający od ponad półtora roku, to węzeł wymiany ruchu i lokalny integrator (tego ruchu). Jest to usługa sprawdzona. Dostępne jest tutaj wszystko to, co jest dostępne w Warszawie, aby operator lokalny który chciałby z tego skorzystać nie musiał podłączyć się do stolicy. Mamy wszystko na miejscu – łącznie z wyniesionym oficjalnie węzłem EPIX-a. Jako jedni z dwunastu w Polsce stworzyliśmy też projekt, który polega na integracji usług VoIP-owych na centralach zlokalizowanych. Przystąpiło do tego dziesięć firm, które korzystają z jednego kontentu i w ramach tego agregujemy ruch. Ostatni projekt dotyczy wspólnej marki pod nazwą NORTIS, który rozpoczynamy właśnie w pierwszych dniach lutego. Projekt polega na tym, aby na rynku lokalnym zacząć tworzyć wspólną markę. Będzie to wymuszało rebranding wszystkich naszych materiałów. Docelowo będziemy razem prowadzić kampanie oraz zakupy materiałów. To kolejne bardzo rozwojowe przedsięwzięcie. Za około pół roku będzie można na ten temat powiedzieć pewnie więcej. Przewidujemy, że będzie to coś w rodzaju franczyzy dla operatorów, co pozwoli na dostrzeżenie ich jako uczestników większej grupy.

Wiem, że o podobnych projektach wspólnej marki rozmawia się też w innych częściach kraju, ale na razie nic takiego jeszcze nie powstało. Mocno kibicujemy waszemu projektowi!

Próbujemy zrobić coś na miarę tego, co zrobiło Fly Mobile w przypadku Internetu LTE. Próbujemy zunifikować nasze usługi jeśli chodzi o nazewnictwo i parametry. Chcemy, żeby nasze działania były skuteczne. Bazując na badaniach rynku, próbujemy zrobić coś, co będzie odpowiedzią na oczekiwania klientów.

Jako operator poniekąd tworzycie także własny kontent, jak na przykład transmisje wideo na żywo. Jest on udostępniany w internecie. Śledziliśmy waszą transmisję z Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Był

to odosobniony przypadek, a może częściej transmitujecie podobne wydarzenia?

To jest część naszej ewolucji. Naszym zamysłem jest stworzenie nowej gałęzi działalności w firmie, która będzie ukierunkowana na usługi transmisji wideo na żywo. Odbywa się wiele takich imprez, różne wydarzenia są organizowane między innymi przez urzędy miast czy prywatne firmy. Chcemy wypełnić lukę na naszym lokalnym rynku. Do tej pory nie było nikogo, kto robiłby u nas tego typu transmisje. Od dwóch lat sami się do tego przymierzaliśmy. Zainwestowaliśmy w sprzęt i pozwala nam to na profesjonalne tworzenie między innymi elementów grafiki lub innych efektów.

Takie transmisje realizujecie w całości sami, czy też współpracujecie z innym przedsiębiorcami, np. w zakresie realizacji wideo?

Całą realizację zrobiliśmy sami przy użyciu własnego sprzętu. To nasza praca i nasz pomysł. Wcześniej zdarzały nam się takie wydarzenia, ale raczej sporadycznie. Byliśmy również dostępni w telewizji kablowej Multimedia. Sygnał został oddany na prośbę Urzędu Miasta w Kwidzynie do „multimediów”, gdzie kilkanaście tysięcy użytkowników telewizji mogło pośrednio uczestniczyć w tym wydarzeniu dzięki naszej transmisji. To był bardzo dobry start usługi. Rozmawiając z ludźmi upewniliśmy się, że jest to słuszny kierunek rozwoju. Docelowo planujemy stworzyć własny kanał lokalny.

Kierunek, w którym Państwo zmierzacie, czyli tworzenie lokalnego kanału TV, to coś, czym lokalny operator może się wyróżnić na rynku – zwłaszcza od globalnych dostawców treści. Niektórzy operatorzy tworzą własne streamingi, ale oferują raczej tylko transmisję do sieci i współpracują przy tym z lokalnymi realizatorami. Wy inwestujecie w sprzęt i chcecie sami tworzyć program od początku?

Chcemy go stworzyć od początku. Transmisja z Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy była dla nas ogromnym doświadczeniem. Teraz wiemy, co musimy poprawić i jak reagować, by w przyszłości realizacja była na jeszcze wyższym poziomie.

Czy macie w planach stworzenie jakiegoś cyklu?

Dużo zależy od testów multi-streamingu, aby przyjmować obraz, który jest streamowany w czystej postaci i dopiero przetwarzać go na serwerze. Następ-

ne realizacje będą już tak robione. Chcemy, żeby sygnał był dostępny w kilku różnych jakościach i chcemy mieć także materiał nieobrobiony i nieskompresowany, potrzebny właśnie do stworzenia kontentu. Ten posłuży do tworzenia stałej ramówki programu, np. z wydarzeń z ostatniego miesiąca. To jest kwestia ewolucji. Planujemy spotkanie z lokalną telewizją (Telewizja Mazury z Ostródy), by wymienić się doświadczeniami.

Myślicie o współpracy z tą telewizją?

Tak, oczywiście. To jeszcze otwarta kwestia. W przypadku gdy zaczynamy od podstaw, współpraca z kimś bardziej doświadczonym jest dla nas ważna. Chcemy szybko stworzyć to, co sobie założyliśmy.

Czy sądzi Pan, że tworzenie takiego lokalnego kanału może przysporzyć wam klientów na podstawowe usługi oferowane w waszej sieci?

Zawsze zadajemy sobie pytanie: czym nasza usługa odróżnia się od innych? Różnice w programach? Cena? To pierwsze z argumentów. Drugim może być jakość telewizji. Telewizje kablowe ze względu na pojemność kabla szafują jakością programów, na przykład poprzez zmianę bitrate. To mogą być powody dla których ktoś wybierze naszą, a nie inną telewizję. EVO ma jedną z lepszych jakości obrazu wśród IPTV. Dobrym argumentem może być obecność treści lokalnych, których nie da się zobaczyć u konkurencji. Ludzie są zainteresowani tym, co dzieje się w lokalnej społeczności. Szukają takiego kontentu właśnie w internecie. Jest to sposób na odróżnienie naszej oferty od konkurencji i przyciągnięcie klientów. Klienci w dużej mierze wybierają oferty, które zawierają dostęp do treści lokalnych. Chcemy, żeby lokalny kontent był naszym dodatkowym atutem.

Czy znane są Panu przypadki, kiedy klienci odmawiają zmiany operatora ze względu na to, że oferuje on kanał lokalny?

Oczywiście. Na przykład w Bartoszycach firma Bartsat ma swój własny kanał lokalny i jej klienci nie są skłonni do zmiany dostawcy.

Na koniec naszej rozmowy może chciałby Pan jeszcze dodać coś jeszcze?

Chciałbym zaprosić wszystkie firmy z północnej Polski do kontaktu z Północnym Kłastrem ICT. Zapraszamy do zapoznania się projektami i do rozważenia przyłączenia się do nas. ■

Jeśli i Ty chciałbyś się podzielić swoimi doświadczeniami z działalności w branży, napisz proszę na adres: redakcja@ictprofessional.pl

REKLAMA

KORBOX 3

Najlepszy Home Gateway dla operatora

- Dekoder IPTV HD (MULTICAST i UNICAST)
- **Złącze światłowodowe** (GPON 2,5G / Active ETH / EPON 1G)
- Router Wi-Fi & LAN
- System inteligentnego domu HOMS
- Bramka VOIP

www.korbox.pl
Mariusz | 697 234 588

AVIOS

Jedna z największych platform IPTV w Polsce

- Unicast (z powtórzeniami) lub/i multicast
- System dostępu warunkowego KORSEC
- Panel do zarządzania dla operatorów
- VOD, EPG, PVR i inne usługi

www.avios.pl
Paweł | 601 771 379

Po co operatorowi własny lokalny kanał telewizyjny? Czy warto go mieć we własnej ofercie?

SEBASTIAN IGNACIUK

„A widziała Pani mojego Jasia na jasełkach w telewizji? Pięknie występował”. „A ten z pierwszego piętra to znowu dostał najlepszą rolę. Najwięcej go kamera pokazała”. Kiedy ostatnio widzieliście swoje miasto w telewizji ogólnopolskiej? W jakich okolicznościach przyjechały do Was „wielkie” media? Pokazały lokalne uroczystości, imprezy, szkolny Dzień Dziadka z udziałem Waszych wnuków, wywiad z Waszym radnym, grupę pozytywnie zakręconych artystów?

W Łukowie (tu ma siedzibę MagnesTV) i okolicach wszystkie ogólnopolskie media były w ubiegłym roku trzy razy: jak pijany kierowca śmiertelnie potrafił uczennice, przy aferze z sekretarką szkolną handlującą narkotykami (sprawa wytropiona przy współpracy MagnesTV z lokalnym „Tygodnikiem Siedleckim”) i przy zamieszaniu z małą Zosią, która rzekomo nie miała przez tydzień opieki w łukowskim szpitalu. Przyznacie, że piękne zdanie można sobie o naszym regionie wyrobić na podstawie audycji w mediach krajowych. My, telewizja lokalna, w tym czasie zrobiliśmy kilkadziesiąt reportaży, w których wspomniana babcia Jasia mogła zobaczyć siebie, wnuczkę, synową i koleżanki, z którymi na co dzień plotkuje w osiedlowym warzywniaku.

A gdzie jest dostępny ten lokalny kanał? Nie na platformie Polsatu czy NC+. Jest, a jak nie jest, to powinien być, dostępny w Twojej ofercie. To jest realna przewaga mniejszych operatorów nad „gigantami”. Przewagę tą powinien wykorzystać dział handlowy, biuro obsługi klienta, eksperci od sprzedaży usług. Telewizja z lokalnym kanałem powinna być kupowana automatycznie z internetem i telefonem u małych (bez obrazu) operatorów.

Posiadanie w swojej ofercie kanału lokalnego nie jest przymusem, powinno być szansą, z której w perspektywie czasu operator będzie miał wymierne korzyści. Wielu z Was podejmowało próby stworzenia kanału lokalnego. Problem z uzyskaniem koncesji, problem ze stworzeniem redakcji, problemy można mnożyć.

Koncesji nie da się zdobyć? Nie taki diabeł straszny...

Tak słyszałem od kogoś na listopadowej Konferencji KIKE. Da się! Wymaga to trochę czasu, kilku miesięcy. Skompletowanie dokumentów, określenie profilu kanału. Czy telewizja ma być uniwersalna czy wyspecjalizowana? A może i taka, i taka? Należy zacząć od papierów. Formularze koncesyjne są dostępne na stronie

Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (krrt.gov.pl). Na początku trzeba skompletować informacje o podmiocie. Status prawny, odpis z CEIDG, dane dotyczące udziałowców, działalność w zakresie telekomunikacji oraz oświadczenie o realizacji zobowiązań wynikających z korzystania z praw autorskich lub praw pokrewnych. Informacje programowe, czyli to, co najważniejsze dla Was. Nazwa programu, rodzaje audycji, kto jest adresatem i w jakich godzinach chcecie emitować. Sporo załączników jest do informacji ekonomiczno-finansowych (informacje o posiadanych środkach, zaświadczenia z US, ZUS, bilans i rachunek wyników za ostatni rok itp.). Nie może zabraknąć także informacji technicznych (adres bazy, sposoby doprowadzenia sygnału, system emisji, opis bazy technicznej, opis planów rozwojowych oraz wykaz sieci, w których będzie rozpowszechniany program). Oczywiście należy uiścić opłatę w wysokości 2 500 zł. Koncesje otrzymujemy na 10 lat. Gdy już otrzymaliśmy koncesję, jesteście przyjęci do grupy szczęśliwców i możemy działać.

Tworzymy redakcję i bazę techniczną

Operatorzy z bazą techniczną nie mają problemów, wszelkie nowinki techniczne chwytają w locie. Bariera technologiczna nie może i nie ogranicza lokalnych operatorów, głównie światłowodowych. Technologia jest Waszym sprzymierzeńcem.

Koszt zakupu podstawowych kamer, mikrofonów, programów do montażu nie jest wielki. Koszty wstają w miarę rozwoju i chęci bycia profesjonalnym, główne z zewnątrz. Drony, tricester, lepsze kamery, lustrzanki, budowa studia, oświetlenie, wóz transmisyjny itd. Teoretycznie studnia bez dna. Ktoś musi to obsługiwać, ktoś musi robić programy. O ile z technicznymi osobami nie ma problemu, to z dziennikarzami bywa różnie. W każdym mieście są operatorzy kamer, pasjonaci nagrywania, doświadczeni weselnicy i nieopierzeni licealiści, którzy robią cuda lustrzanką i gopro. Można ich wytropić na youtube, każdy z nich ma tam swoje konto z własnymi produkcjami. Inaczej wygląda sprawa z dziennikarzami. Rzadko



Sebastian Ignaciuk

Dyrektor Programowy MagnesTV.
Pomysłodawca społecznego Plebiscytu Kryształowych i Drewnianych Magnesów oraz Gali Magnesów. Prowadzący program publicystyczny „Układ otwarty”.

mamy do czynienia w lokalnych mediach z zawodowymi dziennikarzami. Nie oznacza to, że amatorzy są gorsi. W większości przypadków wręcz odwrotnie! Są bardziej kreatywni, nie ograniczają ich żadne wyuczone ramy.

Różnie pracują redakcje lokalne, często ich praca jest chaotyczna, a pasmo telewizyjne przypomina śmietnik. Bez ładu i składu. W MagnesTV postawiliśmy na cykliczność i dbałość o szczegóły. Każda audycja jest przyporządkowana do danego cyklu. Reportaże w Godne Uwagi i Blisko, Pasjonaci, ABC Zdrowia i Urody, Uliczny rentgen, Info Magnes, Subiektywny Przegląd Prasy, Prawo i finanse. Wszystkich programów cyklicznych mamy ponad 20. Minusem, a w sumie plusem, jest ciągle pilnowanie, aby programy w danym cyklu pojawiały się o czasie. Wymaga to sporej dyscypliny. Niestety, wiele cykli umiera śmiercią naturalną. Generalnie redakcja lokalnej telewizji czy gazety składa się z osób stałych i tak zwanych „wolnych strzelców”. W praktyce problemem z wolnymi strzelcami jest ich systematyka, a w zasadzie jej brak.

Produkcja treści...

Są różne sposoby produkcji treści. Ważna jest współpraca z innymi lokalnymi telewizjami, można wymieniać się audycjami. Procent tre-

ści w naszym paśmie telewizyjnym wynikającym z takiej współpracy na chwilę obecną jest znikomy. Dlatego, że mało atrakcyjna dla widza lokalnego, np. z Konina, jest lokalna wiadomość z Pabianic. Zapełnianie pasma na siłę tego typu treściami nie ma sensu. Widz traci kontakt z lokalnością i odchodzi od swojego kanału lokalnego.

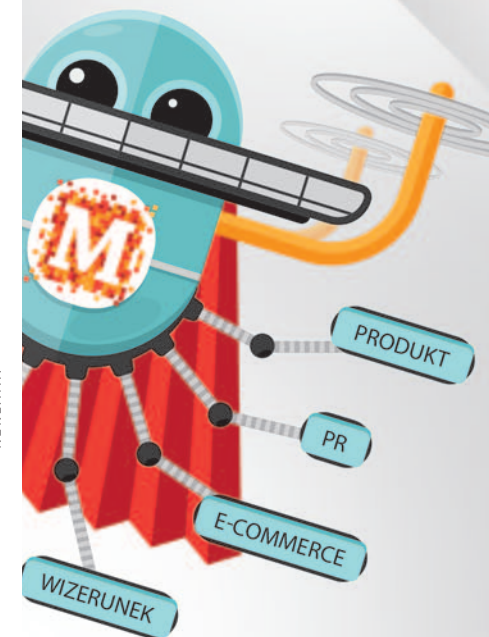
Materiały od młodzieży, tyle tego „kręcą”?! Zawsze myślałem, że do naszej telewizji będzie służyło mnóstwo amatorskich nagrań, które będzie można wykorzystać do postprodukcji, zrobić coś dla widza od widza. Same pozytywy: koszt ekonomiczny i aktywizacja różnych środowisk lokalnych. Niestety, życie pokazało że nie ma tak łatwo. Mało tego, organizowaliśmy konkurs dla kamerzystów z dość atrakcyjnymi nagrodami (np. smartfon). Spłynęły pojedyncze prace. Lenistwo, brak odwagi, wstyd? Po trzech latach naszego funkcjonowania na rynku trochę w tym temacie się poprawiło, ale pozyskanie materiałów w ten sposób jest bardzo znikome. Niestety.

Wniosek prosty, chcesz coś mieć - musisz wyprodukować. Ale to jest temat na oddzielny artykuł. Temat produkcji, organizacji redakcji, ewentualnych problemów i rozwiązań poruszymy w kolejnych wydaniach. ■



REKLAMA

JUŻ CO 3 STRONA W SIECI JEST OTWIERANA NA SMARTFONIE, A CZY TWOJA POPRAWNIE SIĘ WYŚWIETLA?



CZY CZYTELNE PREZENTUJE USŁUGI 3 W 1, UMOŻLIWIA CROSS-SELLING I UP-SELLING?

CZY W ŁATWY SPOSÓB POZWALA SPRZEDAĆ SPRZĘT IT WRAZ Z USŁUGAMI?

CZY TWOJA STRONA WWW ZARABIA DLA CIEBIE PIENIĄDZE GDY INNI NIE PRACUJĄ?

megakonfigurator.pl



ROBERT KUBICA

Chcesz opowiedzieć potencjalnym klientom o swojej firmie, ale nie wiesz jak skutecznie wbić się w strumień informacji reklamowej i wylądować w głowie Kowalskiego? To jest proste, jak dostarczenie pakietu danych za pomocą protokołu IP. Tylko narzędzia i metody są trochę inne.

Rynek się zmienia. Kiedy 15 lat temu bossowie wielkich firm chwalili się swoimi, wielkimi telefonami komórkowymi, Internet jeszcze raczkował. Sieć powoli budowała swój potencjał, ale nadal była dostępna dla nielicznych. Jednak technologia stawiała się coraz tańsza, co pozwoliło na budowę i przyłączenie do sieci coraz większej ilości komputerów. W Polsce od 2002 roku, od momentu upowszechnienia standardów WIFI, a następnie FTTH, nastała złota era dla rozwoju branży telekomunikacyjnej. Powstały tysiące firm, których głównym celem była budowa sieci. Jednak jak każda era i ta powoli się kończy. Sieci zostały wybudowane, rynek jest coraz bardziej regulowany, a konsumentów jest coraz trudniej pozyskać. Z tym ISP zaczynają mieć największe problemy.

To normalna reakcja na dojrzewającym rynku. Coraz większa podaż dobra jakim jest dostęp do Internetu powoduje obniżenie jego ceny, a w rezultacie kłopoty z jego sprzedażą oraz coraz bardziej zaciętą walkę konkurentów o względy i portfel Kowalskiego. Dzisiaj zastanawiamy się w jaki sposób przekonać do nas klienta. Zastanawiamy się w jaki sposób przedstawić mu korzyści wynikające z tego, że jest lub zostanie naszym abonentem. Jak tego dokonać w czasach, gdy większość technologii pozwala dostarczać łącze, które zaspokoi wszystkie oczekiwania Nowaka. Tylko on nie wie jak ta technologia działa.

Kontent jest najważniejszy

Analizując zachowania konsumentów łatwo dostrzec, że rynek coraz szybciej zwraca się w kierunku kontentu, atrakcyjnego kontentu. Czym to jest spowodowane? Kowalski i Nowak są bombardowani ogromną ilością informacji, ale to oni wybierają te, które są dla nich najbardziej interesujące. Dzisiaj małe dzieci dostają do zabawy w łóżeczku smartphone, który staje się ich towarzyszem

na całe życie. Pokolenie gimnazjalistów musi być ciągle on-line, a już w szkole podstawowej dzieci chwalą się tym, który ma bardziej wypasionego smarta.

Co z tego wyniknie? Jaki wpływ na przyszłość będą miały nawyki młodych ludzi? O tym przekonamy się zapewne za kilka lat, ale warto już dzisiaj być na bieżąco, aby nie wypaść z rynku.

Dostarczenie atrakcyjnego kontentu swoim abonentom jest zadaniem, z którym niebawem będzie się musiał zmierzyć każdy mały operator ISP. Problemem nie będzie jak ten kontent dostarczyć, ale to, jak go wyprodukować, aby na nim zarobić. W tej sytuacji oczywista i zrozumiała jest przewaga dużych firm, które koszty produkcji rozkładają na wielu abonentów. W tym artykule nie chcę pisać o tym jak ISP ma pozyskać kontent na potrzeby dystrybucji, ponieważ doskonale robią to inni autorzy artykułów. Chciałbym natomiast skupić się na znalezieniu kontentu w szeroko pojętym marketingu usług telekomunikacyjnych.

Stwórz kontent, który przyciąga

Kontent marketing, czyli marketing treści jest to pojęcie, które równolegle z rozwojem Internetu ma coraz większy wpływ na rynek reklamowy w Polsce. Dzięki rozwojowi technologii, komunikacja z jednokierunkowej zmieniła się w dwukierunkową. Każdy zamieszcza różne treści w sieci, a dzięki systemom społecznościowym, te atrakcyjne są bardzo szybko rozsyłane między innych członków społeczności. Bardzo ważny jest również fakt, że o tym które treści są atrakcyjne decydują sami internauci, a algorytmy systemów dystrybucji tylko te decyzje wspomagają.

Jaki to ma wpływ na nas i nasze działania reklamowe? Taki, że gdy nasz przekaz reklamowy nie będzie atrakcyjny dla jego odbiorcy, to do niego nie dotrze lub zapłacimy za jego dostarczenie pośrednikom całkiem spore sumy. Dodatkowo, zważywszy na fakt że nasi Ko-



Robert Kubica

Od ponad 15 lat związany z rynkiem ISP w Polsce, założyciel spółek lokalnych operatorów SBLinternet.pl, PLTelekom.pl, w roku 2013 członek Zarządu iNETgroup Sp z o.o.. Organizator 11 i 12 konferencji iNET meeting. Od zawsze interesuje się reklamą i marketingiem, wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi wspomagających sprzedaż usług telekomunikacyjnych. Głęboko zafascynowany możliwościami jakie dają nowe trendy w marketingu internetowym nieustannie poszukuje nowych możliwości przekazu informacji. CEO i twórca startupa Megakonfigurator.pl, którego misją jest wsparcie małych ISP w działaniach marketingowych i sprzedażowych.

walscy lubią się komunikować na różne sposoby, musimy tworzyć różne wersje tej samej informacji, które będą dostosowane do danego kanału informacji. Nie da się stworzyć dobrego komunikatu, który dobrze zadziała jednocześnie na Facebooku, w kampanii e-mail marketingowej oraz SMS-owej.

Żeby dotrzeć do klienta z przekazem reklamowym musimy mieć dobry pomysł na teść reklamy, która przekaże informacje o korzyściach jakie chcemy mu zaofiarować oraz stworzyć kilka modeli komunikacji tej treści odpowiadających formą dla metody, której użyjemy aby dotrzeć do odbiorcy.

Jak zacząć swoją przygodę z kontent marketingiem? Zalecam stworzenie prostej strategii, w której opiszesz: cele działań, sposoby, koszty i efekty. Na podstawie przygotowanej strategii wyciągnij wnioski jakiego typu kontent tak naprawdę jest Ci potrzebny, by trafił do właściwej grupy docelowej odbiorców.

Mimo tego, że oferujesz jeden i ten sam dostęp do sieci Internet, to dzisiaj aby sprzedać musisz opakować swoją usługę w pakiet informacji o korzyściach, na które zwrócą uwagę potencjalni klienci. Każdy z nich widzi dla siebie inne profity, do każdego inaczej dociera przekaz, a to determinuje rodzaj kontentu i sposób jego wytworzenia.

Jaki kontent jest najlepszy? Patrząc na wcześniejsze rozważania, nie można na to pytanie jednoznacznie odpowiedzieć. Na pewno warto się zainteresować reklamą natywną. Idea reklamy natywnej jest prosta „Informuj, zamiast reklamuj”. Należy tak przygotować komunikację reklamową, aby nie stwarzała odbiorcy problemu w procesie konsumpcji treści. Ciekawą formą reklamy natywnej jest tworzenie artykułów eksperckich publikowanych na łamach prasy fachowej. Kilka takich przykładów można znaleźć w tym wydaniu „ICT Professional”. Z jednej strony dostarczają one oczekiwanej przez ich odbiorców atrakcyjnej treści, a z drugiej wskazują na potencjalnego partnera lub dostawcę opisywanego rozwiązania.

Jak tworzyć kontent, które jest angażujący?

Copywriting jest tak ważny w tworzeniu kontentu jak silnik w rakiecie, bez niego po prostu nie polecą. Polega on na tworzeniu komunikatów na stronach sprzedażowych, w e-mailach, czy innym medium w sposób taki, by jego odbiorca wykonał czynność, o którą nam chodzi. Jak można założyć, aby taki tekst był przekonujący, copywriter musi mieć wiedzę na temat grupy docelowej i doskonale czuć potrzeby grupy, aby skutecznie na nich wpływać. Copywriter im więcej pisze, tym tworzone przez niego treści są coraz lepsze. Również w tym przypadku sprawdza się powiedzenie „Praktyka czyni mistrza”. Jeżeli chcemy kontent przygotować sami, to nie zrażajmy się początkowymi niepowodzeniami. To jest normalne w procesie nauki. Po każdym napisanym tekście przeanalizuj sytuację, wyciągaj wnioski. Każdy następny komunikat będzie lepszy.

Jakich błędów należy unikać tworząc kontent?

Należy zwracać uwagę na tytuł. Jeżeli będzie nudny, na jego przeczytaniu zakończy się lektura Twojego tekstu. Nie warto też próbować zmieścić całego tekstu w tytule, bo odbiorca od razu zauważy amatorszczyznę.

Kolejny błąd, którego należy się wystrzegać polega na złej strukturze materiału. Tytuł ma zaintrygować i zwrócić uwagę na materiał, natomiast w kolejnych kilku zdaniach zawsze musisz wyeksponować korzyści, które odbiorca komunikatu otrzyma po zapoznaniu się z nim do końca. Należy również zwrócić uwagę na to, aby język był zawsze dostosowany do odbiorcy.

Bardzo dużym zaniedbaniem jest brak wyeksponowanego CTA. Odbiorca komunikatu po zapoznaniu się z tekstem powinien zakończyć przejęciem do działania, które sugerujemy w tekście. CTA (call to action) powinno być wyraźnie oznaczone, umieszczone w miejscu, które będzie naturalną kontynuacją idei przekazywanej przez kontent.

Treści video to przyszłość

Kontentem, którego znaczenie od pewnego czasu nieustannie wzrasta jest video. Z racji konkurencji dwóch największych sieci społecznościowych, Facebooka i Youtube, treści video są bardzo mocno promowane w sieci, przez co łatwo jest osiągnąć duży, bezpłatny zasięg wirusowy. Jednak tu również, podobnie jak przy copywritingu, musimy zwrócić uwagę na jakość i atrakcyjność publikowanego materiału. Video jeszcze bardziej niż tekst jest narażone na odrzucenie w początkowej fazie oglądania. Dlatego struktura filmu musi być tak ułożona, by cały czas odbiorca na coś oczekiwał, a jednocześnie się nie nudził. Dzięki odpowiednim zabiegom konfiguracyjnym możemy z takiego reklamowego video odbiorcę skierować do specjalnie przygotowanego landingpage, pełniącego rolę CTA.

SMS-y, szybka forma reklamy

Bardzo wdzięcznym medium reklamowym są SMS-y. Kontent który musimy tu stworzyć nie wymaga od nas zaawansowanych umiejętności copywriterskich, komunikat po prostu musi być krótki i czytelny dla jego odbiorcy. Mając wiele różnych informacji o naszych klientach możemy niezwykle łatwo ich pogrupować i przygotować odpowiednio interesujący wariant tekstu. Co więcej, SMS zawsze trafi do właściwej osoby. Daje nam to niezwykłą możliwość przygotowania angażujących akcji marketingowych, do których możemy zaprosić do uczestnictwa wybrane osoby.

E-mail marketing wraca do łask

Kolejnym medium reklamowym, które ostatnio wraca do łask jest e-mail marketing. Dzięki rozwojowi narzędzi, które pozwalają nam automatyzować proces obsługi wysyłki mailingu, tworzyć grupy klientów, używać gotowych szablonów wiadomości, możemy bardzo szybko przygotować i dostarczyć odbiorcy ciekawy kontent reklamowy. Z jego przygotowaniem nie będziemy mieli dużego problemu. Wystarczy zebrać trochę informacji o tym co dzieje się wokół nas, dorzucić parę ciekawych grafik, nie zapomnieć o umieszczeniu CTA. Najważniejsze to poinformować klienta o korzyści, która wyniknie dla niego z przyjęcia naszego zaproszenia. Stosując te rady sukces z przeprowadzenia takiej akcji mamy zagwarantowany. Dobrze zaplanowana akcja e-mailingowa, oparta na przemyślanym contentie jest w stanie uzyskać reakcję nawet 10% odbiorców.

Content is a King, ale kontentu nie należy się bać, tylko umiejętnie wykorzystać możliwości które nam daje. ■

Dla czytelników magazynu ICT Professional przygotowaliśmy prezent. Szczegóły na <http://goo.gl/K0n0Ni>.

REKLAMA

MEGAKONFIGURATOR TO KREATOR, KTÓRY W 3 DNI POZWOLI CI URUCHOMIĆ PROFESJONALNĄ FIRMOWĄ STRONĘ WWW

SYSTEM ZOSTAŁ STWORZONY PRZEZ ISP DLA ISP, ZMYŚLĄ O TYM BY BYŁO ŁATWO, SZYBKO I NIEDROGO.

PRZEKONAJ SIĘ JAKIE TO PROSTE, KLIKNU

SKORZYSTAJ Z PROMOCJI DLA CZYTELNIKÓW ICT PROFFESIONAL

megakonfigurator.pl

NETFLIX Open Connect, a polski rynek ICT

Z JORISEM EVERS ROZMAWIAŁ MICHAŁ KOCH

Aktualny władca rynku wideo w 1998 roku rozpoczął działalność jako wypożyczalnia filmów wysyłająca płyty DVD do kinomanów. Dziewięć lat później wprowadził pierwsze streamy materiałów wideo. Na chwilę obecną posiada 75 milionów subskrybentów i operuje w 190 krajach, w tym i w Polsce. Szacuje się, że 34% ruchu sieciowego generowanego w Ameryce Północnej to ruch generowany przez użytkowników Netflixu. To wspaniały wynik!

Wiele zostało już powiedziane w kwestii Netflixu. ICT Professional przyjrzał się jednak temu, co dla dostawców usług internetowych oznacza jego obecność w Polsce i przygotował kilka pytań, na które odpowiedzi udzielił Joris Evers, dyrektor komunikacji Netflixu na Europę, Środkowy Wschód i Afrykę.

Inicjatywa Netflix Open Connect powstała, by dostarczyć milionom widzów najwyższej możliwej jakości wideo i контент dzięki współpracy z setkami dostawców usług internetowych w celu przesyłania znacznych ilości danych poprzez firmowane przez nich urządzenie zwane Open Connect Appliance

oraz politykę otwartości na nowych dostawców internetu. Gigant z Kalifornii umożliwia podłączenie się dostawców internetu, którzy dysponują dużym ruchem sieciowym. Netflix otwarty jest także na wskazówki i porady mające na celu usprawnienie przesyłania kontentu w internecie, który tworzone są wspólnie z internetową społecznością.

Netflix sugeruje, aby dostawcy internetu mający w szczytowym momencie dnia ruch sieciowy w granicach 5 Gbps wykorzystali ich dedykowany serwer Open Connect Appliance (OCA), w konfiguracji N+1, gwarantujący odpowiednią przepustowość wystarczającą na bieżące jak i przyszłe potrzeby użytkowników.

Na Waszej stronie: openconnect.netflix.com opisują Państwo jak operatorzy mogą skorzystać z możliwości podpięcia się bezpośrednio do węzłów w których jesteście lub skorzystać z Open Connect Appliance, aby w swoich sieciach „przybliżyć” контент Netflixu. Czy oferta OCA jest już dostępna na nowych rynkach, gdzie w styczniu wszedł Netflix, a w szczególności czy operatorzy z Polski mogą skorzystać z takiej możliwości?

Joris Evers: Oczywiście, jesteśmy niezwykle szczęśliwi mogąc przekazać polskim ISP, że mogą teraz połączyć się z nami dzięki regionalnym punktom wymiany ruchu.



Rys. 1. Open Connect Appliance.

Źródło: NETFLIX

Wymagania Netflixu względem dostawcy usług internetowych

- Dostawca musi mieć możliwość łączenia się z lokacją, w której operuje Netflix
- Wsparcie techniczne dostępne całodobowo
- Przyjęcie do 2Gbps danych (uaktualnień kontentu) w 12-godzinny oknie czasowym
- Rejestracja w bazie IRR (Internet Routing Registry)
- Zabronione jest kierowanie ruchu sieciowego do osób trzecich nieokreślonych w BGP
- Połączenie powinno odbywać się poprzez interfejs ethernetowy 10G LR lub 100G LR4
- Połączenie PNI lub IXP



Joris Evers

Jest dyrektorem komunikacji Netflixu na Europę, Środkowy Wschód i Afrykę. Dołączył do załogi Netflixu w 2011 i od tego momentu jest jednym z pracowników najczęściej wypowiadających się w mediach odnośnie przyszłości telewizji. Dzięki doświadczeniu uzyskanemu jako dziennikarz w Krzemowej Dolinie i umiejętności dostrzeżenia globalnej perspektywy pełni kluczową rolę w rozpowszechnianiu się Netflixu poza granice Stanów Zjednoczonych.

Usługa oferowana przez Netflix wymaga zarówno od użytkowników jak i operatorów bardzo szybkich łączy. Jakież wskazówki dla operatorów, zwłaszcza tych, którzy mogą mieć duży ruch związany z Waszymi usługami?

Potrzebne będzie łącze szerokopasmowe! A tak poważnie, to jesteśmy dumni z opracowanej przez nas technologii pozwalającej na przesyłanie obrazu w znakomitej jakości nawet przy łączy 1Mbps.

W odróżnieniu od tradycyjnych rozwiązań, w których kontent nie jest zapisany w pamięci cache, a przesyłany dopiero w momencie, gdy to użytkownik wyda stosowne polecenie, rozwiązanie stosowane przez Netflix polega na przesłaniu nowego i popularnego kontentu do OCA w porach nocnych, za pomocą IP transit w ramach bieżących aktualizacji.

W ofercie Netflixu znajdują się treści w technologii 4K, która wymaga większych transferów. Na obecną chwilę w kontencie dostępnym na Polskim rynku nie ma dużo takich pozycji. Czy w najbliższym czasie spodziewacie się zwiększać ilość filmów w technologii 4K?

Dostrzegamy duży potencjał w technologii 4K. Będziemy dodawać w najbliższym czasie znacznie więcej materiałów wideo dostępnych w wysokiej jakości standardzie rozdzielczości filmów cyfrowych. Dotyczy to także naszych bieżących produkcji. Pod koniec roku wprowadzimy również standard HDR¹.

Ponadto Netflix zapewnia, że dla każdego dostawcy internetu OCA oferować będzie wystarczającą ilość kontentu i zapewni możliwość trasowania BGP. Open Connect Appliance jest zbudowany na bazie komputerowych podzespołów, ulokowanych w jednej obudowie. Netflix dostarcza swoje urządzenie za darmo wraz z pełną dokumentacją oraz wsparciem technicznym. Wymagana jest jednakże znajomość konfiguracji BGP. Urządzenie ponadto potrzebuje niewielkiej ilości pamięci w data center oraz stałego zasilania. Netflix zachęca w razie jakichkolwiek pytań dotyczących OCA do kontaktu z oddziałem zajmującym się wsparciem dla tego urządzenia.

Technologia OCA jest ciągle udoskonalana, by móc ułatwić dostawcom internetu dostarczanie treści udostępnionych przez Netflix. Nie jest również problemem dostosowanie się pod konkretnego dostawcę internetu i personalizacja połączenia.

Obecnie Wasza lista punktów wymiany ruchu nie obejmuje operatorów ze wschodniej Europy. Czy baza lokalizacji bezpośredniego peeringu będzie rozbudowywana o nowe rynki?

Mamy taki plan. Chcemy się rozwijać i ciągle powiększanie naszej bazy lokalizacji bezpośredniego peeringu jest jednym z naszych celów.

Open Connect Appliance również podlega ciągłym modyfikacjom, aby zwiększyć jego ergonomię i efektywność. Najnowsza wersja OCA może magazynować nawet 200TB kontentu pochodzącego z Netflixu. Tworząc obecną generację OCA skupiono się na:

- zwiększeniu pojemności dysków przy zachowaniu wysokiej niezawodności,
- możliwości przesyłania większej ilości ruchu sieciowego,
- ulepszeniu konfiguracji poprzez zamieszczenie na urządzeniu panel LCD,
- zmniejszeniu poboru mocy.

Netflix ma możliwość, aby połączyć ze sobą znaczną ilość data center oraz publicznych punktów dostępu do internetu. Dostawcy internetu, którzy nie biorą udziału w publicznym peeringu, powinni to rozważyć, gdyż pojedynczy węzeł może wspierać wielokrotne sesje peeringowe i dostarczać dostęp do kontentu, chmur i innych dostawców. Organizacje takie jak Akamai, Amazon, Facebook, Google/YouTube i Microsoft współuczestniczą w publicznym peeringu, dzięki czemu dostarczają znaczną ilość ruchu sieciowego do normalnego ISP. Streaming kontentu odbywa się za pomocą dedykowanego klienta, systemu centralnego sterowania i sieci OCA.

Netflix zasłonił się tajemnicą przedsiębiorstwa zapytany o wielkość ruchu sieciowego w Polsce po pierwszych miesiącach operowania. ■

Więcej informacji znajdą Państwo na stronie openconnect.netflix.com

Informacje zebrał i wywiad z Jorisem Evers, dyrektorem komunikacji Netflixu przeprowadził Michał Koch.

NETFLIX

Ponadto Nina Bargisen, menadżer ds. strategii sieciowej i zaangażowania partnerów w Netflix, podczas wiosennej konferencji PLNOG16 w Warszawie powiedziała, że dopiero uczyć się wschodnioeuropejskiego rynku ICT. Na zadane pytanie o ilość ruchu generowanego przez Netflix w Polsce padła przybliżona wartość od 15 do 20 Gb/s. Zapytana o to czy Netflix działa w IPv6, Pani Bargisen stwierdziła, że tak, ale z drobnymi modyfikacjami: „Niektórzy klienci są kompatybilni. Wygląda to tak, że jeżeli jakieś urządzenie używa IPv6 i ktoś za jego pomocą ogląda Netflix to klient też powinien używać IPv6.” Na ostatnie pytanie, kiedy strona Netflixu będzie po polsku? Nina Bargisen udzieliła optymistycznej odpowiedzi: „Myślę, że stanie się to w ciągu roku. Zauważyliśmy, że ludzie w Polsce naprawdę lubią Netflix i możliwe że polubią go jeszcze bardziej, gdy przetłumaczymy naszą stronę www na język polski.”

¹ Obraz charakteryzujący się zakresem jasności porównywalnym do tego widzianego przez człowieka. Zakres jasności definiować należy jako stosunek najjaśniejszego punktu na obrazie do najciemniejszego. (źródło: https://pl.wikipedia.org/wiki/Obraz_HDR)

4 DATA CENTER



REKLAMA

- KOLOKACJA URZĄDZEŃ
- MIĘDZYOPERATORSKI PUNKT STYKU
- WĘZEŁ ŚWIATŁOWODOWY
- WĘZEŁ WYMIANY RUCHU EPIX
- „ZDALNE RĘCE” & SERWIS 24H/365



www.4datacenter.com
www.quicktel.pl

BOK tel. +48 665 004 065
kolokacja@4datacenter.com

Czy operatorzy powinni się bać serwisów OTT?

PIOTR WÓJCICKI

Potrzeby w zakresie transmisji danych rosną w błyskawicznym tempie, do czego w dużej mierze przyczynia się rosnąca popularność treści wideo. To stanowi wyzwanie dla operatorów telekomunikacyjnych, którzy muszą inwestować w nowoczesną infrastrukturę, taką jak światłowody czy sieci NGN. Tego typu inwestycje wiążą się z ogromnymi nakładami finansowymi. Tymczasem praktyka pokazuje, że ci którzy inwestują w budowę sieci, mało zarabiają w stosunku do tych, którzy na niej robią e-biznes. Wiele operatorów postrzega więc jako konkurentów spółki z segmentu OTT (over the top), takie jak Google, Facebook czy Netflix . Czy słusznie?

Firma doradcza EY w opublikowanym ostatnio raporcie „Światowego badania sektora telekomunikacyjnego” wskazuje, że rentowność biznesu telekomunikacyjnego od dekady systematycznie spada. W latach 2005–2015 globalne co prawda rosły przychody operatorów telekomunikacyjnych rosły, ale nie udawało im się poprawić rentowności, bo musiały też znacznie zwiększać wydatki. Przy czym najtrudniej było w Europie. W latach 2008–2014 europejskie sieci komórkowe zanotowały spadek wpływów o 18 proc.

- Dziś nawet podstawowe usługi dostarczane przez operatorów nie są już wyłącznie ich domeną. Klienci coraz częściej instalują aplikacje takie jak Viber, WhatsApp, Skype czy Messenger, które pozwalają im rozmawiać za darmo, w dodatku nie tylko przez telefon, ale też przez komputer czy tablet. Topnieją także zyski z roamingu, ponieważ klienci wyjeżdżając za granicę w hotelach czy centrach miast mają dostęp do bezpłatnego Wi-Fi – mówi Krzysztof Pigłowski, partner w dziale Doradztwa Biznesowego EY. – Operatorzy mają różne podejście do tych przełomowych aplikacji. Jedni stawiają na walkę, inni – na współpracę. Vodafone miał własną telewizję w telefonie, ale nie cieszyła się ona zainteresowaniem klientów. Dlatego podjęto decyzję o jej likwidacji, a firma w zamian za niewielką opłatę partnerską zaproponowała dostęp do zewnętrznej istniejącej wypożyczalni w ramach abonamentu – dodaje.

Eksperci z EY nie mają wątpliwości, że branżę telekomunikacyjną w Europie czeka dużo zmian. Obecnie na operatorach na starym kontynencie ciąży wiele obowiązków, które są obce telekomom, np. w USA. Firma telekomunikacyjna musi tutaj, np. przechowywać dane, podpisywać papierowe umowy z klientami. – Na europejskim rynku panują bardzo duże dysproporcje. Według obowiązującego prawa telekomunikacyjnego, Skype nie jest operatorem, mimo, że z jego pomocą można się porozumiewać z osobami z drugiego końca świata. Tradycyjni operatorzy muszą mieć bardzo wiele zgód, nieustannie unowocześniać infrastrukturę i rezerwować częstotliwości za ogromne kwoty. Tymczasem koszt zrobienia aplikacji jest nieporównywalnie niższy, podobnie jak wymogi prawne do dystrybuowania jej na rynku. W Europie trwają prace nad stworzeniem

Jednolitego Rynku Cyfrowego, który ma pomóc w ujednoliceniu prawa i uproszczeniu przepisów – tłumaczy Piotr Mieczkowski, ekspert w Dziale Doradztwa Biznesowego EY.

Czy więc tradycyjni operatorzy stoją na straconej pozycji w konkurencji z serwisami OTT? Przedstawiciele polskiego oddziału firmy doradczej A.T. Kearney przekonują, że w Polsce telekomunikacyjni konkurenci z serwisami OTT czy producentami sprzętu są w lepszej pozycji niż w innych krajach. Tak wynika przynajmniej z badania przeprowadzonego przez tę firmę w 20 krajach Europy.

A według niego 40 proc. polskich konsumentów woli kupować aplikacje i treści cyfrowe u swoich operatorów niż w sklepach globalnych graczy, takich jak np. Google Play, lub u globalnych dostawców, takich jak Deezer lub Amazon. Średnia dla Europy to 25 proc., a dla USA – 15 proc. Od lat też są przyzwyczajeni, że np. smartfony kupuje się u operatora, a bezpośrednio u producenta. Są również bardziej skłonni do zakupu od jednego operatora wielu usług tworzących pakiet: internet, komórka, telewizja oraz aplikacje.

Eksperci z A.T. Kearney podkreślają przy tym, że polscy operatorzy telekomunikacyjni cieszą się dużym zaufaniem swoich abonentów. Bowiem klienci w naszym kraju, często niezający obcych marek, wolą kupować u nich. A dodatkowo do zakupów za pośrednictwem operatora skłania ich

brak konieczności podawania danych karty kredytowej oraz możliwość rozliczenia płatności na jednym rachunku.

Stijn Coppieters z firmy Genesis, podczas ubiegłorocznej konferencji PLNOG w Krakowie podkreślał, że dużą szansą dla operatorów jest właśnie wzbogacenie portfola usług. Według niego kończy się era potrójnej usługi (triple play), a rynek telekomunikacyjny zmierza do „inifinite play”, czyli świadczenia przez operatorów „nieskończonej” liczby usług.

– W przypadku usług triple play, klient płacił za kupowaną przepływność i pakiety usług. W infinite play będzie płacić po prostu za wartość, jaką ma dla niego usługa – podkreślał Stijn Coppieters. Uważa on, że to duża szansa dla lokalnych operatorów, którzy dobrze znają potrzeby swoich klientów.

Jedno jest pewne w ciągu najbliższych pięciu lat otoczenie sektora telekomunikacyjnego ulegnie znacznemu przeobrażeniu, przede wszystkim z uwagi na przenikanie się poszczególnych kategorii usług, coraz szerszemu wykorzystaniu internetu rzeczy i postępującej cyfryzacji. Tradycyjne telekomunikacyjne źródła swoich przychodów inwestując w infrastrukturę chmury, oprogramowanie M2M (machine2machine) czy usługi multimedialne. ■

Usługi OTT

Treść Over-The-Top lub Telewizja Over-The-Top (skrót OTT) – odnosi się do dostarczania treści wideo, audio i innych mediów w internecie, które są oferowane przez operatorów stacjonarnych (sieci kablowe, platformy cyfrowe) swoim abonentom, jednak bez udziału czy kontroli tych operatorów udostępniających usługę, w oferowane przez podmioty trzecie treści. Dostawca może być świadomy zawartości pakietów protokołu internetowego, ale nie jest odpowiedzialny za dostarczane treści. Nie jest też w stanie kontrolować oglądanych treści, praw autorskich lub innych rozpowszechnianych zawartości.

OTT jest odmienną formą od zakupu lub najmu treści audio lub wideo od dostawcy telewizji lub usług internetowych (ISP), takich jak wideo na żądanie, płatnej telewizji lub usług wideo. Kontent OTT odnosi się do zawartości otrzymanej od podmiotu trzeciego i jest dostarczane do urządzenia końcowego użytkownika, pozostawiając operatora stacjonarnego odpowiedzialnym jedynie za transport pakietów protokołu IP.

Źródło: Wikipedia

Czy ISP skorzystają z oferty sieci regionalnych?

PIOTR WÓJCICKI

Prowadzone z perturbacjami i pośpiechem projekty budowy regionalnych sieci szerokopasmowych (RSS) zostały zakończone, a cały zakres rzeczowy został zrealizowany w terminie, tj. do końca 2015 r. Pytaniem pozostaje, na ile ta infrastruktura szkieletowo-dystrybucyjna będzie atrakcyjna dla operatorów budujących sieci ostatniej mili.

W ramach 14 projektów zrealizowano 29 345,87 km sieci z 2 927 węzłami (w tym 286 szkieletowych i 2 641 dystrybucyjnych). Ministerstwo Cyfryzacji ma nadzieję, że te zasoby będą mogły być wykorzystane przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych w realizowanych w przyszłości projektach sieci dostępowych, w tym powstających w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa. Łączna wartość projektów RSS wyniosła ponad 3,24 mld zł.

Wyścig z czasem zakończony sukcesem

Anna Streżyńska, minister cyfryzacji, podsumowując projekty RSS, zwróciła uwagę na to, że zakończenie z sukcesem tych ogromnych inwestycji możliwe m.in. dzięki samorządom wojewódzkim i przedsiębiorcom realizującym te projekty, wykonawcom i podwykonawcom, administracji publicznej i wszystkim zaangażowanym w ten ogromny proces inwestycyjny. - To był wielki wysiłek nas wszystkich, dlatego też składam serdeczne podziękowania, ale to jeszcze na razie sukces połowiczny – podkreśliła.

Budowa RSS-ów była często wyścigiem z czasem, o czym na konferencji „Szerokopasmowa Polska 2020” przypomniała Justyna Romanowska, zastępca dyrektora Departamentu Telekomunikacji w Ministerstwie Cyfryzacji. Jeszcze w lutym 2014 r. w ramach projektów regionalnych sieci wybudowane było zaledwie 525 km. W styczniu 2015 r. było to już ponad 12 tys. km sieci, a w grudniu 2015 r. - 29 345,87 km sieci. - Liczby te pokazują ogrom zadania i tempo prac. Oczywiście przed przystąpieniem do budowy trzeba było o załatwić pozwolenia, prowadzić prace projektowe. To także zajmowało czas – mówiła Justyna Romanowska.

Dzisiaj jednak w różnych regionach sieci są na różnym etapie zagospodarowania i rozwoju. Są takie, które od roku już działają i takie, które nie mają nawet operatora infrastruktury i będą startowały z opóźnieniem. I tak np. gdy Operator Wielkopolskiej Sieci Szerokopasmowej świadczy usługi już od kilku miesięcy, to na Mazowszu ISP będą mogli skorzystać z zasobów RSS dopiero od kwietnia.

W województwie podlaskim natomiast nie ma jeszcze wyłonionego operatora infrastruktury. To

dlatego, w dwóch postępowaniach wyłonione firmy - Green Operator i Podlaskie Sieci Szerokopasmowa (spółka zależna Hawe) - ostatecznie nie podpisały umowy z województwem. Województwo więc samo opracowało cennik hurtowy, który został zatwierdzony w lutym UKE i jest tymczasowo gotowe pełnić rolę operatora infrastruktury.

Teraz czas na sieci dostępne

Istnienie RSS-ów jest zaledwie szansą, a nie konkretną propozycją dla obywateli. Mają one stanowić bazę dla budowy sieci ostatniej mili – podkreśla Anna Streżyńska.

Dzisiaj jednak sytuacja wygląda tak, że wybudowane nowoczesne sieci, które dzisiaj stoją puste i nielato wypełnić je ruchem. Wielu ISP narzeka, że oferta RSS-ów nie jest specjalnie atrakcyjna cenowo. Przykładowo w województwie podlaskim oferta ramowa w ramach rozwiązań elastyczności cenowej dla usług transmisyjnych przewiduje opusty których wysokość uzależniona jest od potencjału danego obszaru – wraz ze zmniejszaniem się potencjału obszaru zwiększeniu ulega potencjalny opust. Maksymalna wielkość opustu potencjałowego to 20 proc. dla miejscowości do 499 mieszkańców.

UKE oceniając tę ofertę uznał, że jest ona konkurencyjna. „W przypadku usługi dzierżawy ciemnego włókna światłowodowego, należy stwierdzić, iż zawarta w Ofercie ramowej opłata (90 zł/km/mies.) za dzierżawę jednego włókna również nie odbiega znacząco od aktualnie stosowanych na rynku opłat, które dla przebiegów pozamiejskich kształtują się w zakresie od 100 do 160 zł/km/mies. Oferta ramowa w ramach rozwiązań elastyczności cenowej dla dzierżawy ciemnych włókien, podobnie jak w przy-

padku usług transmisyjnych, proponuje opusty potencjałowe, co należy uznać za korzystne z punktu widzenia pobudzania inwestycji w białych plamach” - stwierdza UKE.

Lokalni operatorzy twierdzą często jednak, że działają na bardzo trudnych obszarach i cena dzierżawy włókna na poziomie 90 zł jest zbyt wysoka. Za atrakcyjne uznaliby ceny na poziomie 40-50 zł. Pytanie czy to tylko taka gra rynkowa ze strony ISP?

Jednak z powodu narzuconych na operatorów RSS-ów regulacji, często nie mają oni zbyt szerokiego pola manewru i trudno im konkurować z operatorami komercyjnymi. - W efekcie sieci samorządowe mają kłopot. Ich koszty zazwyczaj znacznie przewyższają zyski. Są takie, które rok w rok generują kilkanaście tysięcy złotych przychodu i kilkanaście milionów złotych kosztów związanych z samymi tylko podatkami i opłatami – zauważa Anna Streżyńska.

Ministerstwo Cyfryzacji wyliczyło, że same opłaty za umieszczanie urządzeń telekomunikacyjnym w pasie drogowym, to dla regionalnych sieci w sumie roczny koszt w wysokości 42 mln zł.

Szefowa resortu cyfryzacji uważa, że trzeba intensywnie zastanawiać się nad przyszłością sieci regionalnych. Wśród największych wyzwań na przyszłość Streżyńska wymieniła zapewnienie RSS-om przychodów, które pokryją koszty i zapewnią rozwój, a także wypełnienie ich ruchem - Trzeba rozmawiać z Komisją Europejską na temat poszerzania oferowanych przez nie usług. Należy próbować obniżyć ich koszty stałe ich działalność, myśleć o konsolidacji – mówiła Streżyńska.

Zmiany w mocarstwie mają pomóc w budowie sieci

Ma w tym pomóc m.in. projekt nowelizacji ustawy o wspieraniu rozwoju usług i sieci telekomunikacyjnych (tzw. megaustawy), którego celem jest ułatwienie i przyspieszenie budowy sieci światłowodowych i likwidacja zidentyfikowanych barier inwestycyjnych. Przewiduje on m.in. utworzenie poodyncznego punktu informacyjnego do spraw telekomunikacji (PIT), prowadzonego przez Prezesa UKE, za pomocą którego będzie można uzyskać informację m.in. o procedurach w telekomunikacyjnym procesie inwestycyjnym, a także informacje o istniejącej infrastrukturze technicznej oraz o planach inwestycyjnych w tym zakresie.

Nowe przepisy przewidują m.in. wprowadzenie obowiązku udostępniania kanałów technologicznych w drodze decyzji administracyjnej (dotychczas w drodze umowy dzierżawy lub najmu) oraz delegacji ustawowej do określenia, w drodze rozporządzenia, maksymalnej wysokości rocznych stawek opłat za udostępnienie 1 metra bieżącego kanału technologicznego. A te nie mogą być wyższe niż: 7 zł – w przypadku rury osłonowej, 5,50 zł dla rury światłowodowej i 1 w przypadku mikrorurki wchodzącej w skład mikrorur. ■

Lokalizacja RSS-ów

Drogi krajowe

57%

Drogi gminne

12%

Drogi powiatowe

19%

Drogi wojewódzkie

12%

„Let There Be Fibre”

Kompleksowe rozwiązania typu „end-to-end” dla lokalnych operatorów i dostawców telewizji kablowej

GPON and P2P
Fibre Broadband

VDSL2 Broadband
with Vectoring

Intelligent Access
and Aggregation

Service Awareness
and Flow Control

Gigabit Home
Gateways

SDN-Based Service
and App Delivery

Flexible FTTx
Solutions

High Performance
Carrier-Grade



www.iskratel.com

ISKRATEL

Jak korzystać z danych osobowych w celach marketingowych?

KATARZYNA ORZEŁ, KANCELARIA RADCÓW PRAWNYCH ORZEŁ I STANKIEWICZ

W jesiennym numerze „ICT Professional” omówiliśmy zasady zbierania i przetwarzania przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych danych osobowych abonentów. Pozostała do przedstawienia jeszcze jednak kwestia – lecz zasadnicza w kontekście zbierania i wykorzystywania danych osobowych – jak korzystać z nich w celach marketingowych?

Kwestia ta uregulowana jest w kilku ustawach łącznie i niestety przepisy te nie do końca się uzupełniają – bardziej odpowiednio byłoby wskazanie, że budują one skomplikowany i miejscami niestety wzajemnie wykluczający się system wykorzystania danych. Aby uprościć sytuację przedstawię po kolei wnioski płynące z regulacji każdej z ustaw a na zakończenie podsumujemy co jest obecnie dopuszczalne, a co wymaga dodatkowej zgody abonenta.

Ustawa o danych osobowych

Zgodnie z ustawą o ochronie danych osobowych, administrator danych osobowych może wykorzystywać je bez konieczności uzyskania na to odrębnej zgody (!) między innymi w celach marketingu bezpośredniego swoich usług.

Oznacza to, że zgodnie ze wskazaną ustawą, samo przekazanie przez abonenta danych osobowych daje administratorowi prawo do wykorzystania ich w celach marketingowych. Chodzi w tym wypadku o marketing bezpośredni – przez co rozumie się wysyłanie komunikatów kierowanych bezpośrednio do ich odbiorców. Jednocześnie w ustawie o ochronie danych osobowych ustawodawca nie wprowadza żadnych ograniczeń dla zasad prowadzenia takiego marketingu. Wydawać by się mogło zatem, że umożliwia to kierowanie komunikatów do wszystkich abonentów, których dane zostały zebrane w każdy możliwy sposób (przesyłki listowe, wiadomości tekstowe, telefony, wiadomości e-mail itp.).

Kwestia ta została jednak ograniczona w kolejnych ustawach – uzupełniających regulacje wprowadzone w ustawie o danych osobowych.

SPAM

Pierwszym miejscem w którym należy szukać dodatkowych zasad prowadzenia marketingu za pomocą zebranych danych jest ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną. W ustawie wprowadzono generalny zakaz przekazywania niezamówionych informacji handlowych za pomocą środków komunikacji elektronicznej. Chodzi zatem o wszelkie dane przekazywane za pomocą Internetu – w szczególności o wiadomości e-mail, wiadomości przekazywane za pomocą komunikatorów (np. whatsapp, google hangout itp.).

ale też o wiadomości przekazywane za pomocą platform i systemów (jak wiadomości w serwisie facebook, snapchat, instagram itp.).

Informacją handlową jest każda informacja która może bezpośrednio lub pośrednio dotyczyć prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności. Nie są to zatem jedynie oferty lub jawne reklamy, ale też tzw. zaproszenia do kontakt. W szczególności trzeba podkreślić, że polski ustawodawca nie wprowadził amnestii dla tzw. „pierwszego maila”. Jest to częsta technika przedsiębiorców, którzy chcąc ominąć ograniczenia związane z zakazem SPAM-u wysyłają do potencjalnych (lub obecnych) klientów zapytanie o wyrażenie zgody na przekazywanie dalszych informacji. Działają przy tym w błędnym przeświadczeniu że jest to dopuszczalne. Zgodnie jednak z zasadami wyrażonymi przez ustawodawcę działanie takie jest naruszeniem zakazu – a zatem stanowi czyn nieuczciwej konkurencji.

Kolejną kwestią jest kogo dotyczy zakaz SPAM-u? Po dokonanej nowelizacji – w ustawie wyraźnie wskazano, że zakazane jest wysyłanie jedynie niezamówionych informacji handlowych do osób fizycznych. Oznacza to, że zakaz ten nie obowiązuje w razie przekazywania informacji i wiadomości na adresy firmowe – pod warunkiem, że nie są one przypisane do konkretnej osoby. W szczególności chodzi o wszelkie adresy ogólne danej instytucji np. biuro@sekretariat@itp.

Celem rozwiązania jest wyłączenie spod ochrony wiadomości kierowanych do przedsiębiorców – w doktrynie wskazywano bowiem, że zakaz przekazywania informacji niezamówionych uniemożliwia często instytucjom i przedsiębiorcom kierowanie do nich ofert co utrudnia prowadzenie działalności gospodarczej.

Wprowadzając jednak wskazaną regulację ustawodawca „zapomniał” że również osoby fizyczne mogą prowadzić działalność gospodarczą – wykorzystując do tego swoje prywatne adresy e-mail. Adresy takie zawsze będą adresami osób fizycznych – związane jednak będą z prowadzoną działalnością gospodarczą. Dlatego też w doktrynie wykształciła się inna, mniej dosłowna interpretacja przepisów. Zgodnie z nią zakaz przekazywania informacji nie dotyczy także osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą. Dopuszczalne jest w tym wypadku przekazywania informacji na adresy wskazane w CEIDG (ewidencji działalności gospodarczej osób fizycznych).



Katarzyna Orzeł

Autorka jest radcą prawnym specjalizującym się w zagadnieniach związanych z prawem telekomunikacyjnym oraz szeroko pojętym prawem własności intelektualnej. Mecenass Orzeł świadczy usługi prawne w ramach kancelarii Orzeł Stankiewicz Kancelaria Radców Prawnych s.c. z siedzibą w Krakowie (orzestankiewicz.pl). Autorka artykułu prowadzi też specjalistycznego bloga wlasnoscintelektualna.com, poświęconego praktycznym problemom wykorzystywania własności intelektualnej w działalności gospodarczej. Zapraszamy do kontaktu pod adresem: kancelaria@orzestankiewicz.pl

Podsumowując zatem, informacje mogą być zgodnie ze wskazanymi przepisami bez dodatkowych zgód przekazywane:

- na adresy firmowe – nie przypisane do konkretnej osoby;
- na adresy osób prowadzących indywidualną działalność gospodarczą wskazane w CEIDG.

Odnosnie samej zgody na przekazywanie informacji, ustawodawca wyraźnie wskazuje, że musi być ona wyrażona w sposób wyraźny – lecz w przypadku udostępnienia w tym celu swojego adresu e-mail – poczytuje się to za wyrażenie zgody.

Co z urządzeniami końcowymi....?

Wskazane powyżej reguły (choć już były niejasne i wzajemnie się wykluczające) zostały dodatkowo skomplikowane przez ustawodawcę przez zmianę art. 172 Prawa Telekomunikacyjnego.

Do grudnia 2014 r. art. 172 Prawa Telekomunikacyjnego dotyczył zakazu wykorzystywania automatycznych systemów wywołujących w celach marketingu bezpośredniego, bez uprzedniej zgody abonenta. Chodziło zatem o zasady stosowania automatycznych systemów służących do masowego przekazywania wiadomości SMS, MMS lub e-mail.

W dniu 25 grudnia przepis zmienił nieznacznie swoje brzmienie – co skutkowało jednak znaczącą zmianą jego treści. W tym dniu wprowadzono bowiem zakaz wykorzystywania do mar-

ketingu bezpośredniego „telekomunikacyjnych urządzeń końcowych”. Zgodni z ustawą są to wszelkie urządzenia które są podłączane do zakończenia sieci (bepośrednio lub pośrednio). W praktyce są to zatem wszelkie urządzenia służące do odbierania informacji i komunikatów, takie jak: telefony, telewizory, komputery, tablety, smartfony itp.

Z uwagi na zmianę przepisu kierować informację na takie urządzenia można jedynie po otrzymaniu zgody użytkownika końcowego (lub abonenta). Co istotne zgoda musi być wyrażona uprzednio – co oznacza, że również w tym wypadku nie została wprowadzona amnestia dla „pierwszej wiadomości”. Co istotne zakaz ten nie został tym razem ograniczony jedynie do osób fizycznych. Zakazane jest zatem kierowanie (bez uprzedniej zgody) wiadomości i komunikatów handlowych do jakichkolwiek użytkowników końcowych - włączając przy tym klientów instytucjonalnych i firmy.

Podsumowując, przez zmianę wskazanego przepisu ustawodawca szybkim posunięciem znowu wykluczył możliwość swobodnego przekazywania informacji handlowych – tak przedsiębiorcom jak i konsumentom.

Co zatem wolno robić?

Podsumowując powyższe rozważania można wskazać jak można obecnie wykorzystywać dane do celów marketingowych:

- bez obowiązku wyrażenia zgody – mimo, że zostało to bardzo ograniczone nadal możliwe jest prowadzenie działań marketingowych bez konieczności uzyskania odrębnej zgody użytkownika. Chodzi o działania polegające na marketingu bezpośrednim, nie związane jednak z żadnymi środkami porozumienia się na odległość. Chodzi zatem o prawo do prowadzenia kampanii polegającej na fizycznym przekazywaniu materiałów drukowanych lub bezpośrednich wizytach konsultantów.

- konieczność uzyskania zgody – w obecnej sytuacji prawnej konieczne jest uzyskanie wcześniejszej zgody użytkownika na działania polegające na wykorzystaniu telekomunikacyjnych urządzeń końcowych do przesyłania komunikatów (zarówno gdy chodzi o konsumentów jak i przedsiębiorców).

Podsumowując, w obecnym stanie prawnym, znówu doszło do sytuacji w której przekazywanie jakichkolwiek informacji za pomocą systemów te-
leinformatycznych wymaga uprzedniej zgody ad-
resata. Biorąc jednak po uwagę jak szybko i czę-
sto zmieniają się przepisy w tym zakresie – pole-
cam śledzić je z uwagą – nigdy nie wiadomo kie-
dy ustawodawca zdecyduje się na wprowadzenie
lub zmniejszenie restrykcji. ■

W kolejnej odsłonie naszego cyklu omówimy będzie ta formuła na końcu???

REKLAMA

JAMBOX^{HD}

www.jambox.pl

Najchętniej wybierany przez Operatorów ETTH
jak i Abonentów produkt telewizyjny

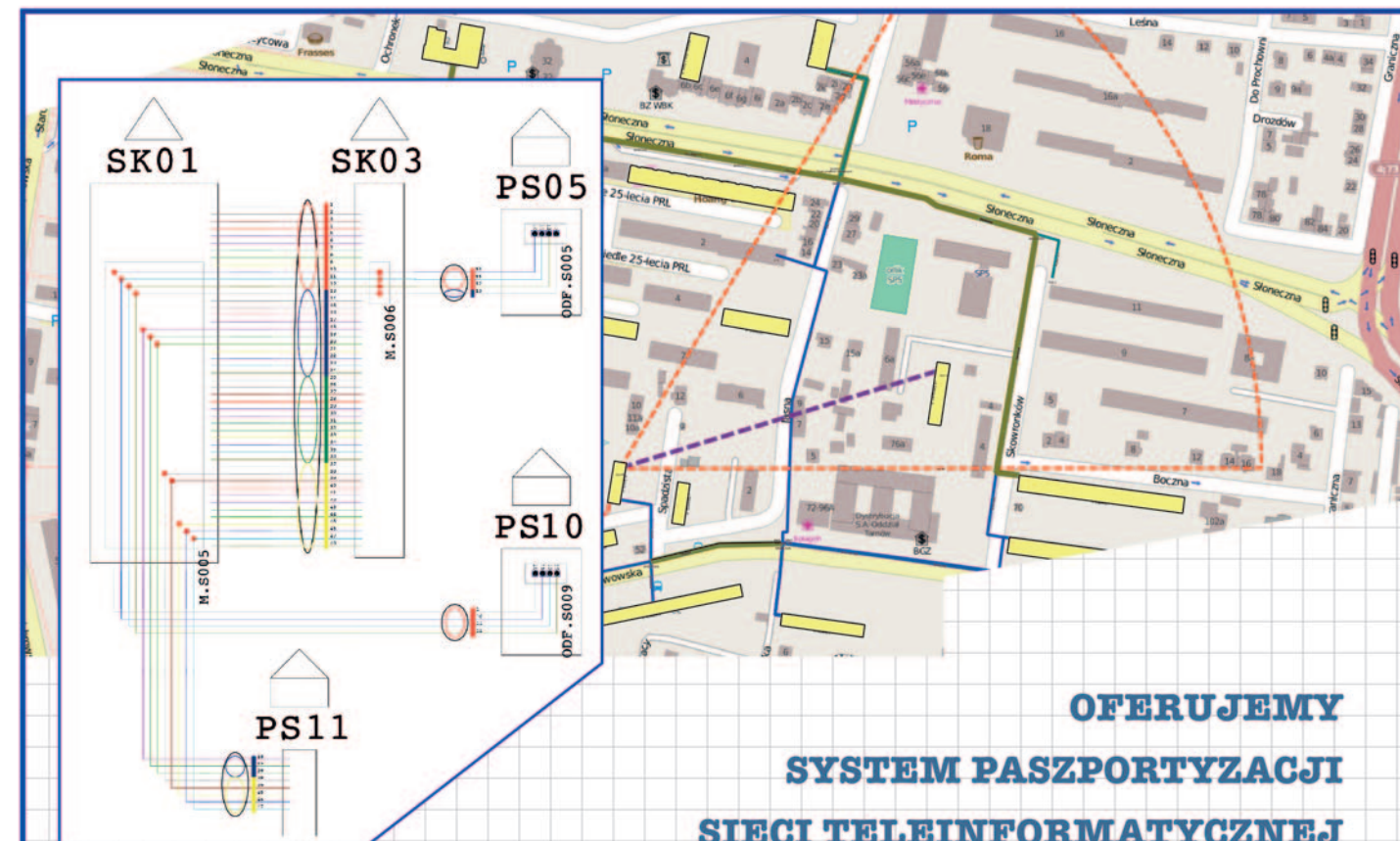
- Ponad 8 lat na rynku IPTV
- Ponad 250 partnerów ETTH
- Wsparcie dla 14 modeli STB
- Ponad 40 tys. dekodów u abonentów JAMBOX
- Wsparcie marketingowo-sprzedażowe
- Wzmocnienie własnej marki przez sprzedaż usług w pakietach 2Play i 3Play
- Zaawansowany system zarządzania usługami
- Indywidualne podejście do współpracy
- Dystrybucja usług w multicast i unicast
- JAMBOX na smartfonie, tablecie i komputerze
- Nowoczesne autorskie oprogramowanie HD dekodów

SGT S.A.

Pomagamy lokalnym operatorom Internetu wdrażać w swoich sieciach cyfrową telewizję kablową bazującą na platformie IPTV.

www.sgtsa.pl/iptv-dla-isp

Ponad 260 kanałów w tym ponad 100 w jakości HD



OFERUJEMY SYSTEM PASZPORTYZACJI SIECI TELEINFORMATYCZNEJ

fastGIS PST (Paszportyzacja Sieci Teleinformatycznej) jest systemem, dzięki któremu można z wykorzystaniem map terenu i schematów ideowych, prowadzić ewidencję, utrzymywać oraz projektować zmiany sieci różnego typu: światłowodowej, radiowej, informatycznej, miedzianej, a także wszelkiej powiązanej z siecią infrastruktury.



OBIEKTY PODLEGAJĄCE PASZPORTYZACJI

- wszelkie urządzenia teleinformatyczne i elektryczne
- infrastruktura pomocnicza (studnie, kanalizacje, itp.)
- przyłącza do budynków, pomieszczenia, budynki
- światłowody, wszelkie kable miedziane
- sieci radiowe
- lokalizacje, mufy, szafy, przełącznice, pomieszczenia itp.
- trasy kablowe, transmisje i usługi

EWIDENCJA NA TLE MAP I PODKŁADÓW

- Google Maps (satellite & street view), OSM
- WMS-y dostępne w sieci internet
- podkłady wektorowe DWG, DGN, MapInfo, ArcGIS
- podkłady skanowane oraz rastrowe
- obsługa WGS84 oraz układów 1965, 1992, 2000

WSPOMAGANIE W CODZIENNEJ PRACY

- automatyczne generowanie schematów kabli, muf, studni, kanalizacji, szaf, lokalizacji, itp.
- automatyczne generowanie złożonych schematów rozwiniętych zespołów wielu kabli światłowodowych
- optymalne i wariantowe wyznaczanie tras połączeń
- wyszukiwanie miejsca awarii w oparciu o pomiar
- projektowanie rozbudowy i modyfikacji sieci
- wyliczanie tłumienności i bilansu mocy dla sieci PON
- generowanie raportów SIIS do UKE

BEZPIECZEŃSTWO I WYDAJNOŚĆ

- baza danych ORACLE SQL
- rozbudowany system uprawnień
- auditing oraz podgląd historii zmian
- praca w sieci na wielu stanowiskach
- wielowątkowość i transakcyjność

RAPORTY I WYDRUKI

- różnorodność raportów i zestawień według różnorodnych kryteriów
- wyróżnienia (aktywne) na mapach
- eksport wyników raportów do plików XLS i plików tekstowych
- eksport i wydruki map i schematów

INNE KORZYŚCI

- ponad 100 wdrożeń różnej skali
- dynamiczny rozwój aplikacji
- różnorodne formy licencjonowania licencje permanentne i model dzierżawy
- darmowa internetowa aplikacja mobilna

<http://fast-software.pl>

Zmiany, zmiany, zmiany...

ARTUR DEZOR, BEHAPER

Dnia 22 lutego 2016, poniedziałek wchodzi w życie nowelizacja Kodeksu Pracy. Zmiany te są niestety dla obu stron umowy problemem, zmniejsza się w istotnym zakresie elastyczność zawierania umów stosunku pracy, a co za tym idzie pracodawcy będą ostrożniej podchodzić do zatrudniania nowych osób. Rozważyć trzeba będzie przemodelowanie samego procesu technologicznego, aby uodpornić przedsiębiorstwo od braku elastyczności (może nawet pojawi się większa robotyzacja i automatyzacja procesów – tylko uwaga, bo może zostać w pewnym momencie powołana do życia litera prawa chroniąca roboty...).

Trochę konkretów, poczynszy od momentu zatrudnienia mówimy o tzw. okresie próbnym.

Umowa na okres próbny nie może przekroczyć 3 miesięcy (teoretycznie tak było), problem pojawia się, gdy pracownik np.: nie planuje zawarcia z pracodawcą dalej umowy. Mianowicie w momencie, gdy chce do pracodawcy wrócić dajmy na to za dwa lata to pracodawca nie może z nim zawrzeć kolejnej umowy na okres próbny dla takiego samego stanowiska. Obowiązuje tutaj nowa zasada, że umowa na okres próbny dla takiego samego stanowiska z tym samym pracownikiem nie może zostać zawarta przed upływem 3 lat. W razie zawarcia takiej umowy następuje automatyczne traktowanie jej jako umowy na czas nieokreślony.

Po okresie próby można zawrzeć umowę na czas nieokreślony, jak i na czas określony. Tutaj mamy także poważne zmiany. Z umową na czas nieokreślony nie ma większych problemów, czyli pozostają te stare problemy. Umowa na czas określony nie może trwać dłużej niż 33 miesięcy (uwaga rezygnacja z umowy na okres próbny nie dodaje nam miesięcy do umowy na czas określony). Zawarcie umowy na czas określony powyżej 33 miesięcy przekształci ją w umowę na czas nieokreślony.

Umów na czas określony możemy zawrzeć maksymalnie 3. Umowy zawarte na czas określony na okres np.: 5 lat przed wejściem nowelizacji KP zaczynają liczyć swój bieg 33 miesięcy od dnia wejścia w życie noweli (uwaga, tutaj

zaleca się przekształcenie z tym dniem umów na właściwy okres maksymalny do 33 miesięcy dla „nowej” umowy na czas określony, gdyż w wyniku braku takiego przekształcenia w ujęciu prawnym KP po noweli stara umowa może zostać zakwalifikowana, jako umowa na czas nieokreślony).

Według starych zasad można było zatrudnić pracownika ponownie na czas określony po upływie 30 dni od upływu ostatniej umowy. Teraz już nie ma czego liczyć, takiego zapisu w KP nie będzie czyli do zliczania stażu u danego pracodawcy będzie zliczać się cały okres zatrudnień.

Ponowna uwaga, zmieniają się zasady dotyczące okresów wypowiedzenia. Zatrudnienie do 6 miesięcy daje dwa tygodnie wypowiedzenia, 6 miesięcy do 3 lat pojawia się okres 1 miesiąca wypowiedzenia, a z kolei po przepracowanych 3 latach to już 3 miesiące okresu wypowiedzenia. Po prostu tak jak dla umów na czas nieokreślony.

Dodać należy jeszcze, że aneksy umów tworzy za każdym razem kolejną umowę (aneks jest liczony do liczby umów na czas określony).

Na koniec coś dobrego dla pracodawcy, w sytuacji gdy zwalniamy pracownika i chcemy go odsunąć ze świadczenia pracy to teraz jest to jednostronne oświadczenie pracodawcy (oczywiście z zachowaniem prawa do wynagrodzenia dla pracownika). Niestety w sytuacji zmiany decyzji przez pracodawcę odwołanie takiego oświadczenia nie jest już możliwe jednostronnie.

Informacje przedstawione powyżej są tylko wierzchołkiem góry lodowej, a co poniżej tego wierzchołka radzę przeczytać dla własnego bezpieczeństwa pracodawcy i przedsiębiorstwa. ■

operate

XX

XX

XX. ■

??

WYWIAD SPONSOROWANY

Jesienią 2015 roku EVIO Polska, rozwijając własne struktury, powołał nowy Dział Wsparcia Operatora, w skrócie „DWO”. Jego głównym zadaniem jest współpraca i opieka nad operatorami, od momentu podpisania umowy handlowej na usługę np. Telewizji Światłowodowej. Na czele działu stanęła Małgorzata Olejniczak, wcześniej pracująca na stanowisku specjalisty ds. sprzedaży B2B.

Jak doszło do powstania Działu Wsparcia Operatora, jaka jest jego struktura i czym właściwie się zajmujecie?

Małgorzata Olejniczak: Jak wiele innych naszych rozwiązań, to również powstało w wyniku obserwacji rynku. Powołanie do życia DWO na początku listopada 2015 roku poprzedziły tygodnie przygotowań, bo skupienie w jednym zespole całej obsługi posprzedażowej, odbywającej się na kilku płaszczyznach, nie jest wcale takie oczywiste. Przede wszystkim z uwagi na jej wielowątkowość pojawiającą się od razu na etapie wdrożenia. Dotyczy to chociażby rozmów między technikami np. o konfiguracji urządzeń, jak i rozmów o strategii sprzedaży Telewizji Światłowodowej potencjalnym abonentom. Z doświadczenia wiedzieliśmy zatem, że należy skonsolidować zapytania napływające od operatorów w jednym miejscu, tak by wiedzieli z kim należy się kontaktować z każdą sprawą. DWO składa się obecnie z pięciu osób: czterech specjalistów ds. wsparcia operatora oraz menadżera zespołu. W najbliższym miesiącu przybędzie kolejna osoba, tak więc już od lutego będziemy wspierać operatorów sześcioposobowym składem.

Można zatem powiedzieć, że gdy Operator podpisze umowę, to DWO odpowiada za spełnienie jej warunków?

Dokładnie tak. Pamiętamy, że nie chodzi tylko o samo uruchomienie usługi, ale również monitorowanie, by jej dalsza sprzedaż przebiegała zgodnie z założeniami. Jak w każdym wdrożeniu zdarzają się przeszkody administracyjne czy też przeszkody techniczne. Wraz z Operatorem staramy się z nimi uporać. Dodatkowo cały czas monitorujemy jakość wszystkich naszych usług technologicznych. Choć przez ostatni czas skupialiśmy się na oferowaniu kontentu telewizyjnego w modelu trójstronnym (obecnej marki Telewizji Światłowodowej), to nie należy zapominać, że wciąż z powodzeniem obsługujemy klientów usług np. eCDN i eEPG. Wielu z nich ma np. warunki SLA na poziomie ponadstandardowym i tacy klienci muszą być obsługiwani w systemie 24/7. Te działania prowadzone są również przez specjalistów naszego działu.

Jaki jest efekt po pierwszych miesiącach działalności? Czy po drodze napotkaliście jakieś szczególne trudności?

Pierwszy etap już za nami i najważniejsze potrzeby operatorów zostały już zdefiniowane. Mamy zatem



Małgorzata Olejniczak

Do EVIO dołączyła w listopadzie 2014 roku. Doświadczenia w branży telewizji cyfrowej zdobywała przez 11 lat, pracując w firmie ADB Polska na stanowisku Asystenta Dyrektora ds. Inżynierskich. Szlify handlowe zdobyła pracując jako Specjalista ds. Sprzedaży, a później Dyrektor Działu Sprzedaży w firmie zajmującej się nieruchomościami – Metrohouse & Partnerzy S.A. Ukończyła Filologię Wschodniosłowiańską na Uniwersytecie Zielonogórskim oraz Wydział Elektryczny na Politechnice w Zielonej Górze.

wypracowane tzw. czynności wdrożeniowe, które przejęliśmy w całości z innych działów. Do każdego projektu przypisujemy dedykowanego koordynatora, którego obowiązkiem jest wiedzieć co się dzieje w danym projekcie i umieć reagować w razie potrzeby. Taki model współpracy jest bardziej efektywny dla operatora, choć wymaga relacji partnerskiej, bo tylko w takim układzie wszyscy wygrają. Oczekiwania operatorów są czasem bardzo wyśrubowane, jednakże najczęściej udaje nam się znaleźć satysfakcjonujące obydwie strony rozwiązanie. Należy pamiętać, iż różniamy się na rynku tym, że rola EVIO nie kończy się na pozyskaniu klienta. Wręcz przeciwnie – dopiero się zaczyna, bo również do nas należy wsparcie w sprzedaży usługi końcowym abonentom. To nowy na rynku model współpracy, zatem oczywiste jest, iż potrzebny jest czas, by się dobrze zakorzenił i przyniósł efekty. Tymczasem ilość abonentów Telewizji Światłowodowej wzrasta bardzo dynamicznie, co poniekąd świadczy o tym, iż nasz dział także rozwija się w pożądanym kierunku.

No właśnie, a jak układa się współpraca z operatorem? Czy faktycznie polepszyła się komunikacja oraz tempo wdrożeń usług?

Wyjaśnijmy na początku, że pod słowem „operator” kryje się zazwyczaj wiele osób – są to technicy, sprzedawcy, oczywiście właściciel lub czasem cały zarząd. Zatem najczęściej mamy do czynienia z grupą ludzi, z których każdy ma swoje wymagania. Staramy się sprostać wszystkim oczekiwaniom, nie tracąc jednocześnie realistycznego podejścia. A ponieważ sami je-

steśmy grupą, potrafimy odpowiedzieć na każdą kwestię. Jeśli zdarza się komunikacja, którą można określić jako trudną, to tylko nas mobilizuje do szukania lepszych rozwiązań, co w zasadzie jest bardzo pozytywne. Fakt obsługiwanie wdrożeń w jednym miejscu ma jeszcze jedną ważną cechę: w przypadkach niestandardowych (a wcale nie jest ich mało) jesteśmy w stanie całą grupą skupić wysiłek na danym zadaniu i wykonać je dużo szybciej niż zwykle. Możemy się już pochwalić ekspresowymi wdrożeniami w grudniu, które zajęły nam dosłownie kilka dni i to tuż przed świętami – właśnie na specjalną prośbę operatora. Standardowe wdrożenie usługi zajmuje około miesiąca.

Należy oczywiście w tym miejscu zapytać o plany na 2016 rok? Czy DWO będzie rozbudowany w związku z napływem nowych klientów, tak by móc obsługiwać wszystkie wdrożenia na bieżąco?

Plany są ambitne, bo przecież nasz dział sprzedaży postawił sobie wysoką poprzeczkę! Będziemy starali się jeszcze bardziej usprawnić komunikację z operatorami, tak by wdrożenia przebiegały właściwie automatycznie. Na pewno wraz z rosnącą liczbą klientów, konieczna będzie rozbudowa DWO, co mnie osobiście cieszy, bo kierowanie zespołem, w którym przeplatają się aspekty techniczne i sprzedażowe jest bardzo ciekawe. Podobnie jak w typowym dziale sprzedaży B2B chodzi o relacje z klientami, ale na o wiele szerszym polu. Myślę, że dla nas wszystkich jest to swojego rodzaju przygoda, bo tak się dzieje, gdy pracuje się nad nowatorskim projektem. ■

REKLAMA



¹ Narodowy Plan Szerokopasmowy, Warszawa, 2014 r.

I(S)PTV - Jak skutecznie wdrożyć telewizję

Poradnik dla operatorów ISP

PAWEŁ PALUCHOWSKI - KORBANK

Drodzy czytelnicy! Od tego numeru oddajemy na Wasze ręce (a raczej oczy) nowy cykl artykułów. Cykl dotyczyć będzie bardzo gorącego ostatnimi czasy tematu, jakim jest wdrażanie usługi telewizyjnej w sieci IP. W cyklu będziemy starać się pokazać tendencje rynkowe, możliwości techniczne i marketingowe usługi telewizyjnej, a także ciekawostki ze świata IPTV. Liczymy też na Wasze uwagi i dyskusje. No to zaczynamy!

Chcę telewizję: od czego zacząć?

Jeszcze rok temu tytuł tego artykułu mógłby brzmieć: CZY chcę mieć telewizję w swojej sieci. Dziś już chyba nikt nie ma wątpliwości, że wprowadzenie do oferty usługi IPTV jest koniecznością, niejaki „być albo nie być” dla operatora. Idea konwergencji, której tak hołdują najwięksi gracze na rynku, jest bez wątpienia jedyną właściwą drogą rozwoju ISP. Jakkolwiek, ogólna wiedza operatorów o usłudze IPTV oraz ofertach dostępnych na rynku jest dość bogata, tak większość z nas, zwłaszcza tych, którzy usługi telewizyjnej jeszcze nie wdrożyli, nie jest do końca świadoma, co tak naprawdę jest w tym obszarze najważniejsze. Zaczniemy więc nasz cykl od odpowiedzi na pytanie: na co zwrócić uwagę, wybierając platformę telewizyjną?

Czas wdrożenia

Wprowadzanie nowej usługi to niezwykle istotny proces, który z reguły angażuje bardzo wiele zasobów: czasu, ludzi, często również gotówki. Jest to również ważny proces z punktu widzenia formalnego i marketingowego – nowa usługa to również nowy wizerunek naszej firmy. Warto zwrócić więc uwagę, jaki jest czas i skomplikowanie implementacji wybranej przez nas platformy IPTV. Niezwykle istotne jest, aby wdrożenie było bardzo szybkie, liczone w dniach, czasem nawet w godzinach (i takie rozwiązania istnieją na rynku). Znacząco obniży to całkowity koszt wdrożenia i, co ważniejsze, pozwoli szybko generować przychody z nowej usługi, co w kontekście malejącego ARPU ma niebywale znaczenie.

Multifunkcjonalność i interaktywność urządzeń końcowych (STB + ...)

„Dekoder telewizyjny” - znaczenie tego terminu uległo na przestrzeni ostatnich lat znac-

nej modyfikacji. Kiedyś to „najważniejsze urządzenie w domu” było jedynie kluczem umożliwiającym oglądanie telewizji. Dziś jest bramą do multimedialnego świata rozrywki, mediów i wielu innych dziedzin, dającą właściwie nieograniczone możliwości interakcji z użytkownikiem. Jakość 4K (UHD) powoli przestaje robić na kimkolwiek wrażenie i staje się standardem, również w dekodernach (UWAGA! Sprawdź, czy Twój dekoderny pozwala wyświetlić jakość 4K!), zaś wbudowany router Wi-Fi to element tak powszedni, jak Facebook na komputerach Twoich pracowników (jeśli Twój dekoderny nie posiada funkcji routera Wi-Fi, musi być naprawdę antykiem!). No dobrze, skoro powyższe elementy są standardem, co nim nie jest, a jest niezbędne w kontekście bezpiecznej przyszłości usługi telewizyjnej? Na pewno takim czymś jest system inteligentnego domu, umożliwiający zdalne sterowanie podstawowymi funkcjami, takimi jak: gaszenie/zapalanie światła, monitoring, sterowanie roletami, czy detekcja: zalania, dymu, wejścia. Drugą z ważnych funkcji, jaka powinna być dostępna na Twoim dekoderny są aplikacje takie jak office, przeglądarka internetowa, czy klient pocztowy. Bardzo ciekawą opcją wydają się tu być proste gry, które pozwolą wykorzystać STB jako konsolę do gier (jest to duży atut zwłaszcza dla rodzin z małymi dziećmi). Szerzej o dekodernach IPTV pisałem w poprzednim numerze ICT, do którego odsyłam wnikliwych czytelników.

Stabilność (redundancja) i elastyczność (wszędzie zadziała)

Słowo stabilność jest prawdopodobnie najbardziej kluczowe dla nas – operatorów telekomunikacyjnych. Nie od dziś wiadomo, że nic tak nie denerwuje naszych Klientów jak BRAK usługi. Czasami pięć minut niedostępności w nie-

właściwym czasie (np. w 85 minucie - hipotetycznego oczywiście - meczu reprezentacji Polski o mistrzostwo świata w piłce nożnej) może przełożyć się na stopy rozwiązań umów. Kluczowym elementem odpowiedzialnym za stabilność usługi jest jej redundancja. Przed wyborem dostawcy usługi telewizyjnej sprawdź, czy zapewnia on redundancję na każdym z możliwych poziomów, tj. redundancję headendu (różne miasta), redundancję serwerów proxy (o ile występują), a, co najważniejsze: redundancję źródeł sygnału na poziomie dekodera STB. Drugim niezwykle ważnym elementem jest elastyczność i możliwość działania na różnych sieciach. Choć każdy z nas modernizuje sieci i buduje coraz więcej światłowodów, jakaś część nadal pozostaje wykonana w innej technologii, w tym radiowej. Wyobraźmy sobie sytuację, w której w zasięgu sieci radiowej, a nie światłowodowej jest akurat prezes zarządu spółdzielni mieszkaniowej, na zasobach której mamy dużą liczbę Klientów i nie istnieje możliwość dostarczenia tam usługi telewizyjnej. Z pewnością nie wpłynie to pozytywnie na nasze relacje z panem prezesem, a co za tym idzie, świadczenie usług na osiedlu spółdzielni. Warto więc zadbać o to, aby wybrana przez nas usługa telewizyjna umożliwiała jej dystrybucję również na sieciach radiowych.

Przejrzysta oferta – brak ukrytych opłat

Załóżmy, że wybrane przez nas rozwiązanie w pełni spełnia nasze oczekiwania techniczne. Co dalej? Na stole pojawia się oferta. W pierwszej kolejności warto ją przejrzeć pod kątem tzw. „ukrytych opłat”. Niektórzy próbują przełożyć takie kruszki pod hasłem „opłata licencyjna za STB”, inni jako „minimum gwarantowane”, jeszcze inni w wysokich opłatach aktywacyjnych. Najbardziej popularne jest tutaj tzw. „minimum gwarantowane”, tj. minimalna suma opłat na rzecz dostawcy usługi, czyli tak naprawdę minimalna liczba Klientów, jaką trzeba osiągnąć w jakimś czasie. Solidny dostawca składa ofertę składającą się z reguły z trzech elementów:

- opłaty stałej, tzw. „obsługa”
- opłat za usługi TV (pakiety, multiroom itp.)
- opłat związanych z dekodernami STB (zakup/dzierżawa, aktywacja)

Wszelkie inne kategorie opłat wydają się być podejrzane i powinny budzić nasze wątpliwości.

Podsumowanie

Niezależnie od tego, na jakie rozwiązanie padnie nasz wybór, jedno jest pewne: wprowadzenie telewizji do oferty każdego z operatorów jest właściwie tylko kwestią czasu. Pozostaje tylko pytanie: jak to zrobić, żeby na tym nie stracić (a najlepiej zarobić). O tym opowiem w kolejnych artykułach tego cyklu. ■

Telewizja mobilna odpowiedzią na dzisiejsze realia

ŁUKASZ SUKIENNIK, DYREKTOR MARKETINGU

Telewizor, najlepiej dwa, laptop, smartfon i tablet to dziś właściwie standardowy zestaw urządzeń w większości domów. Do tego każde urządzenie podłączone do sieci. To wszystko powoduje, iż domownik ma dostęp do treści w zasadzie w każdym pomieszczeniu. Tak wyglądają dzisiejsze realia i operatorzy muszą potrafić je świetnie wykorzystać. Proponują więc abonentowi ofertę zaspakajającą jego potrzeby. Jednym z przykładów takiego działania jest usługa Multiscreen TV, dzięki której, oprócz oglądania telewizji na dużym (klasycznym) telewizorze, można ją oglądać również na innych ekranach.

Na rynku funkcjonują już rozwiązania udostępniające operatorom kablowym, którzy planują uatrakcyjnić swoją ofertę, gotową i optymalną kosztowo usługę, łatwą do wdrożenia w każdej sieci TVK i niewymagającą inwestycji początkowej. W przypadku takiego rozwiązania, całość infrastruktury znajduje się po stronie dostawcy usług technologicznych i jest dzierżawiona przez operatorów telewizji kablowej. Abonenci lokalnego operatora otrzymują w rezultacie dostęp do zestawu aplikacji, które pozwalają na oglądanie kanałów TV na urządzeniach mobilnych.

Zanim jednak usługa dotrze do klienta końcowego, musi zostać spełnionych kilka podstawowych warunków.

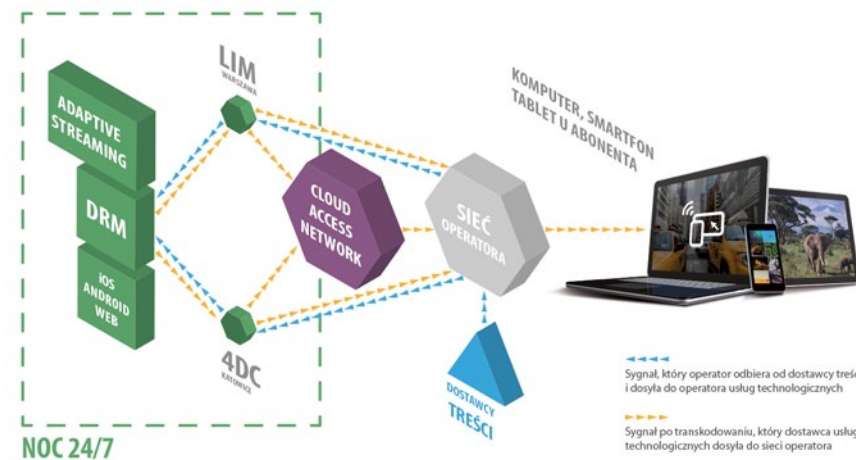
Operator telewizji kablowej decyduje się świadczyć tę usługę swoim abonentom i dostarcza swoje kanały do takiego dostawcy technologicznego, który transkoduje je w czasie rzeczywistym z dowolnego źródła i formatu. Każdy kanał powinien mieć kilka dostępnych profili jakości, które dopasowują się do aktualnej przepustowości sieci u abonenta.

Niezwykle istotnym jest, aby taki dostawca usług technologicznych wykorzystywał sprawdzone rozwiązania technologiczne, gwarantujące stabilność działania usługi, wysoką jakość strumienia audio i wideo, a dzięki nowoczesnym kodekom zapewniał odpowiednią przepływność (bitrate) tak, aby nie obciążać sieci operatora. Następnie operator tech-

nologiczny dostarcza sygnał do sieci operatora, a ten udostępnia abonentom aplikację, zyskując tym samym możliwość oferowania nowej usługi pod własną marką, z własną ofertą programową, z własnymi kanałami lokalnymi. Dzięki temu abonent może odbierać telewizję linearną na komputerze, smartfonie, tablecie.

Opisywane rozwiązanie to łatwy i niedrogi sposób na unowocześnienie oferty operatora. Zmienia się jego postrzeganie przez abonentów, zarówno obecnych, jak i potencjalnych. Operator jawi się jako nowoczesny, podążający za współczesnymi trendami i wsłuchujący się w potrzeby abonentów.

Usługi Multiscreen TV intensywnie rozwijają się na całym świecie. Już teraz znaczna część z nich udostępnia swoim użytkownikom nowe możliwości, takie jak zlecenie nagrań poprzez aplikację mobilną (w pracy czy poza domem), które obejrzymy, kiedy będziemy mieli czas i ochotę, np. na dużym telewizorze. W drugą stronę podobnie. Nagranie, które zlecimy z dekodera, będziemy mogli odtworzyć też na urządzeniu mobilnym czy komputerze. Kolejną nowością będzie PlaceShifting, czyli zaczniemy oglądać nagranie na tablecie, a będziemy mogli dokończyć na telewizorze. Wniosek płynie prosty... telewizja bez internetu, czy internet bez telewizji to już niczym rosół bez makaronu... Niby można, ale po co, skoro się dobrze komponuje i wszystkim odpowiada. ■





▶ W odpowiedzi na wyzwania, które stoją przed dzisiejszymi organizacjami, Polycom wprowadził do oferty nowe urządzenia, które pozwalają zmienić sposób, w jaki współpracują pracownicy. Nowe produkty Polycom rozwiązują te kwestie w prosty, a zarazem elegancki sposób – umożliwiają efektywną współpracę w różnych przestrzeniach roboczych.

▶ Prezentujemy Państwu **Polycom RealPresence Trio** – inteligentne urządzenie do pracy grupowej. Zmienia ono klasyczny telefon konferencyjny w system do rozmów, udostępniania treści i wyświetlania wideo, mieszczący się w każdym środowisku, w którym pracują zespoły. Użytkownicy mogą w łatwy sposób połączyć RealPresence Trio z urządzeniami mobilnymi lub laptopami i udostępniać treści wizualne w jakości HD.

Łatwa we wdrożeniu technologia RealPresence Trio oferuje kompatybilność i ścisłą integrację z wieloma platformami UC, takimi, jak Microsoft Lync, Skype for Business i BroadSoft.



www.polycom.pl

Ethernet punkt-punkt po miedzi lub świetle – jedno CPE dla wszystkich

KIEROWNIK DZIAŁU SIECIOWE URZĄDZENIA AKTYWNE RADOSŁAW ZIEMBA

Operator z abonentem połączyć się za pomocą przez jedno urządzenie. W zależności od typu sieci jest to modem, router czy też ONT. Często znaczenie tego urządzenia i jego rola jest umniejszana przez operatora. Jednak warto zwrócić uwagę, że jest to pierwszy punkt styku z abonentem, od którego zaczynamy sprawdzanie jakości usługi. Dla abonenta nie ma znaczenia jakie urządzenie są zainstalowane poza jego lokalem, ważny jest dla niego „Router”. Z drugiej strony, operator wolałby kupić dobre urządzenie do centrali, ale przy okazji zaoszczędzić na końcowym elemencie sieci. Do tej pory ciężko było pogodzić interesy obu stron, gdyż operator często szedł na kompromis w aspekcie funkcjonalności.

Tym operatorom, którzy postrzegają ostatni odcinek swojej sieci jako bardzo istotny, wychodzą naprzeciw urządzenia tajwańskiego producenta Billion. W jego ofercie można znaleźć operatorskie jednostki abonenckie (CPE) pod FTTH (Fiber to the Home) jak i ETTH (Ethernet to the Home).

FTTH typu punkt-punkt (PtP) zyskuje na popularności dzięki temu, że kable światłowodowe o większej pojemności są coraz tańsze. W mniejszych lokalizacjach gdzie abonentów jest relatywnie mało, zwłaszcza jeżeli chodzi o odgałęzienia sieci, operatorzy decydują się na zbudowanie sieci PtP, gdyż koszty inwestycyjne są bardzo podobne do tych, które mamy w budowie sieci GPON.

Zaletą rozwiązań Billiona serii 9800 jest podwójny port WAN. Mamy do wyboru port optyczny SFP oraz WAN typu RJ45. Przydaje się on bardzo klientom biznesowym lub w sieciach, w których operator pozwoli migrację z sieci przewodowej lub miedzianej na FTTH.

Billion w swojej ofercie posiada 3 serie:

- Seria 9800 dedykowana pod FTTH/ETTH z portem WAN typu SFP i 10/100/1000, 4 portami LAN 10/100/100, VoIP, oraz WiFi 2x2 802.11n z odłączanymi antenami

- Seria 6800 dedykowana pod ETTH z portem WAN typu 10/100/1000, 4 portami LAN 10/100/100, VoIP oraz WiFi 2x2 802.11n z odłączanymi antenami

- Seria 3200 – Router z portami WAN typu 10/100/1000 RJ45 oraz portami LAN 4x10/100/1000 + WiFi 802.11ac

Od samego początku urządzenia Billiona projektowane są pod kątem Provisioningu. Dzięki temu operator ma kontrolę nad konfiguracją urządzenia poprzez TR-069 lub DHCP Provisioning.

Seria 9800/6800 posiada anteny, które można wymieniać w zależności od potrzeb. Dzięki temu w domku jednorodzinnym możemy zamontować mocniejsze anteny i pokryć zasięgiem cały dom. Natomiast w bloku możemy zmniejszyć moc nadawania tak, aby nie zakłócały innych AP. Dodatkowo pełnią one rolę serwera VoIP.

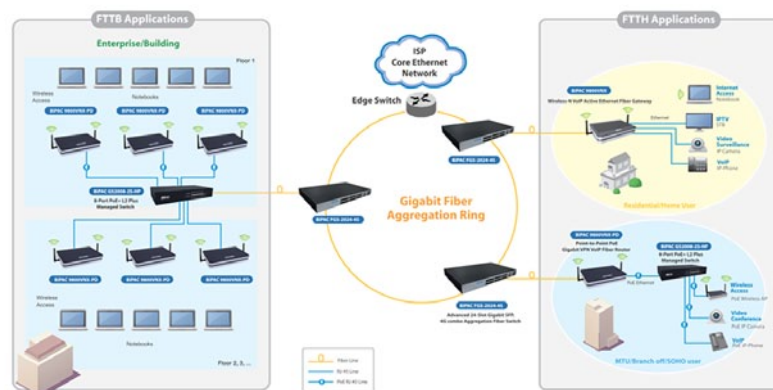
Seria 3200 dedykowana jest abonentom, którzy chcą mieć wydajny router z bardzo dobrym WiFi 802.11ac z możliwością instalowania IPTV. Urządzenie wspiera VLAN-y oraz zdalny provisioning.

Porty USB to nie tylko możliwość podpięcia urządzeń typu pamięć Flash lub dyski, ale także modemów LTE, które dla klientów biznesowych mogą być bardzo ważne w przypadku awarii podstawowego łącza. W ofercie Billiona znajdziemy także routery, które mogą być zasilane poprzez PoE, czy też routery Outdoor. Routery Billiona mogą również posiadać dodatkowy moduł Serwera VPN co zaspokoi potrzeby małego i średniego przedsiębiorstwa.

Produkty Billiona kierowane są do operatorów, którzy chcą zapewnić swoim abonentom wysoki komfort oraz gwarantowaną wydajność. Zachęcam do wypożyczenia i przetestowania powyższych routerów! ■



9800VNX-PD-01



BIPAC

FIBRAIN

Kolejny krok do automatyzacji – Poznaj paszportyzację

ARTYKUŁ SPONSOROWANY

Prowadzisz firmę telekomunikacyjną? Potrafisz więc określić jak dużą wartość ma zgromadzenie wszystkich danych o sieci w jednym systemie. A teraz wyobraź sobie, że istnieje taki system, który oprócz świadczenia usług i nawiązywania kontaktu z klientem, posiada również moduł paszportyzacji sieci telekomunikacyjnej wraz z jej monitoringiem. Czy byłbyś w stanie wdrożyć taką integrację w swojej organizacji?

Na czym zyskałbyś wtedy najbardziej? Czy takie usprawnienie byłoby dla Ciebie ważne ze względu na:

- sprawne uruchamianie nowych usług,
- efektywniejszą obsługę bieżących awarii,
- szybszą i stabilniejszą rozbudowę sieci?

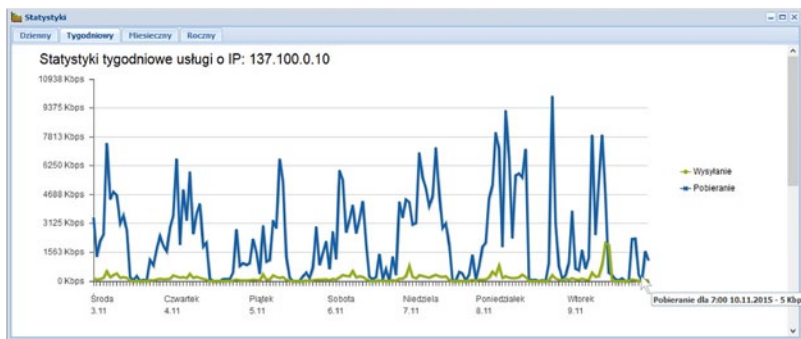
A może po prostu chcesz zwiększyć wartość rynkową swojego biznesu za pomocą dobrze udokumentowanej sieci? Prawda jest taka, że większość współczesnych osiągnięć inżynierskich została wymyślona w odpowiedzi na jasno zdefiniowane potrzeby. Z perspektywy firm z branży telekomunikacyjnej najważniejsza jest sieć, dlatego też skupiliśmy się na jej automatyzacji w obrębie infrastruktury i monitoringu.

Czym jest paszportyzacja i jak ją dobrze wykorzystać?

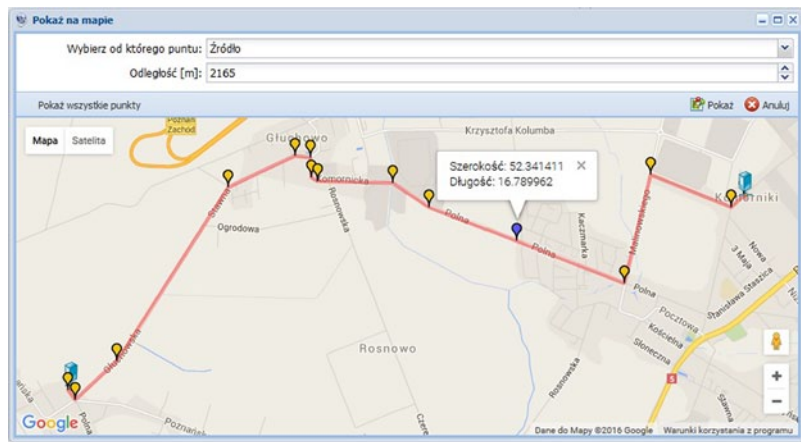
Paszportyzacja sieci polega na pozyskiwaniu ze źródeł papierowych, elektronicznych i terenowych rzeczywistych danych o sieci (technicznych, topologicznych, topograficznych) i wprowadzaniu ich do systemu informatycznego w celu utrzymywania aktualności cyfrowego modelu sieci. Innymi słowy paszportyzacja sieci to proces inwentaryzacji zasobów majątku sieciowego, czyli ewidencja informacji o każdym elemencie sieci z uwzględnieniem jego danych technicznych i hierarchii zajmowanej w strukturze danych.

Paszportyzacja sieci ma na celu dostarczenie organizacji pełnej, aktualnej i precyzyjnej informacji o stanie jej majątku sieciowego (jego atrybutach technicznych, lokalizacji, połączeniach topologicznych, kompleksowych kosztach eksploatacji, stanie technicznym, historii pracy). Paszportyzacja umożliwia lepsze planowanie nowych inwestycji i usprawnia modernizację sieci.

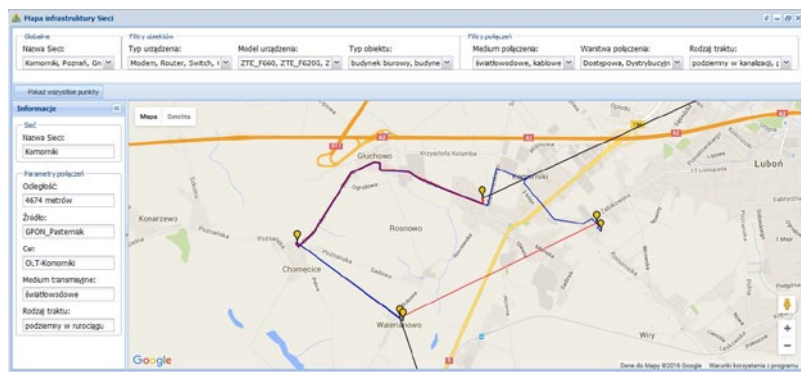
Co więcej, należy pamiętać, że paszportyzacja jest niezbędnym elementem budowania inteligentnych sieci (Smart Grid). Przeprowadzenie tego procesu służy do optymalizacji działania i eksploatacji sieci (w tym bilansowania stacji oraz obszarowego wspomagania identyfikacji nielegalnych poborów). Wykorzystanie danych płynących z paszportyzacji wspiera również efektywne zarządzanie pracownikami technicznymi w terenie.



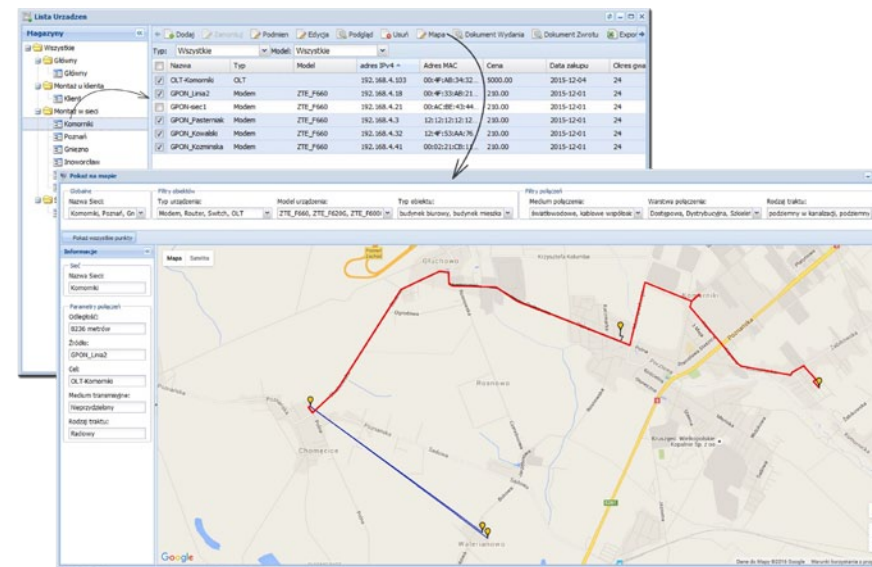
Rys. 1. Historia działania urządzeń lub klientów w formie wykresów



Rys. 2. Szybkie odnajdywanie miejsca wystąpienia usterki



Rys. 3. Wizualizacja infrastruktury sieci w postaci mapy



Rys. 4. Wizualizacja wybranych urządzeń w sieci

Czym jest moduł paszportyzacji w iPOT24?

Platforma iPOT24 to gotowy produkt zaprojektowany w celu optymalizacji pracy przedsiębiorstw działających w branży telekomunikacyjnej. Usługa wykorzystuje rozwiązania z zakresu rynku urządzeń mobilnych i wiodących aplikacji internetowych. System iPOT24 został również wyposażony w moduł paszportyzacji sieci i jej monitorowania. Platforma pozyskuje i opisuje dane techniczne o elementach sieci, ich wzajemne relacje oraz położenie w przestrzeni. Efektem realizowanej przez iPOT24 paszportyzacji jest cyfrowa mapa sieci wraz z jej danymi technicznymi. Obiekty infrastruktury sieci przedsiębiorstwa są powiązane z aplikacją Google Maps, co z kolei tworzy idealny podkład do czytelnej i przejrzystej wizualizacji naniesionych elementów.

Możliwości mobilne stworzone w oparciu o platformę iPOT24 oferują szereg udogodnień dla serwisantów pracujących w terenie, również przy tworzeniu nowych linii połączeń światłowodowych. Za pomocą urządzenia mobilnego serwisant, w łatwy i szybki sposób wprowadzi elementy paszportyzacji jak np. współrzędne geolokalizacyjne przewodu kablowego, elementy pasywne w sieci np. rury i kanałizacje różnego przekroju oraz obiekty budowlane takie jak studzienki, maszty, słupki i inne. Wystarczy tablet czy smartfon, a rozbudowywanie mapy o nowe linie kablowe stanie się efektywne i pozwoli w skuteczny sposób monitorować postępy prac.

Moduł paszportyzacji dostarczany w obrębie platformy iPOT24 jest kompatybilny z SIIS, a co za tym idzie ułatwia eksport informacji do Systemu Informatycznego o Infrastrukturze Szerokopasmowej. W oferowanym modelu SaaS, klient podłącza się poprzez Internet bądź dedykowany kanał VPN do gotowego środowiska,

bez konieczności inwestycji w oprogramowanie, sprzęt i personel. Dodatkowe funkcjonalności oferowane w ramach platformy to np. sprawdzenie dostępności usług w danym rejonie, nawet w miejscach, w których nie są świadczone usługi przez ISP.

Należy pamiętać, że moduł paszportyzacji przygotowany przez iPOT24 to nie tylko graficzna baza danych. Ten niezwykle wydajny system wykorzystuje informacje wprowadzone do bazy danych, umożliwiając odpowiedź na podstawowe pytania serwisantów telekomunikacyjnych (np. jaką najkrótszą lub najbardziej optymalną trasą można poprowadzić nowy kabel określonego typu w istniejącej kanalizacji, bądź określenie współrzędnych geograficznych miejsca, gdzie występuje awaria w sieci kablowej).

Korzyści dla serwisantów płynące z paszportyzacji w środowisku iPOT24

iPOT24 jest powiązany z systemem monitorowania urządzeń, ułatwia więc pracę technikom poszukującym usterki lub monitorującym całą sieć.

- Moduł umożliwia sprawdzenie działania danego odcinka połączenia, bądź wykorzystanego pasma przez użytkownika końcowego (wszystko to za sprawą systemu do generowania wykresów z prowadzonych statystyk wszystkich urządzeń i podłączonych klientów ostatecznych).
- Moduł pozwala na monitorowanie sieci na podstawie mechanizmów sprawdzających działanie poszczególnych węzłów w sieci przy pomocy podstawowych narzędzi ping, snmp oraz innych wyspecjalizowanych protokołów (na podstawie otrzymanych odpowiedzi system odpowiednio reaguje zawiadamiając techników).

- Moduł daje możliwość pełnej paszportyzacji linii połączeń, na podstawie której możemy określać szczegółowo lokalizację uszkodzonej linii (np. światłowodowej). Technik wprowadza-

jąc odległość uszkodzenia linii światłowodowej od punktu pomiaru jest wstanie określić miejsce usterki na mapie wraz z położeniem geograficznym i wysłać serwisantów w konkretne miejsce.

• Moduł mapy infrastruktury sieci i monitorowania iPOT24 zawiera pełną paszportyzację sieci wraz z wizualizacją jej na mapie geograficznej, funkcję sprawdzenia dostępności usług w danym rejonie oraz możliwość wykonania zestawienia usług dla UKE wraz z całym schematem połączeń.

Dlaczego iPOT24 to dobre rozwiązanie?

Platforma iPOT24 to gotowy produkt zaprojektowany w celu optymalizacji pracy przedsiębiorstw działających w branży telekomunikacyjnej. Sposób funkcjonowania platformy można dostosować bezpośrednio do zapotrzebowania informatycznego konkretnego przedsiębiorstwa. Moduły cały czas są rozbudowywane o nowe funkcjonalności wynikające z zaprogramowanych rozwiązań odpowiadających na typowe problemy firm ISP. Definiowalny charakter platformy sprawia, że to system dopasowuje się do potrzeb firmy – nigdy odwrotnie. Jest to pierwsze narzędzie na polskim rynku oferujące tak rozbudowany i jednocześnie spójny informacyjny system zarządzania procesami w firmie. Ponadto wszystkie przedsiębiorstwa ISP, korzystające z platformy iPOT24 przyczyniają się do rozwoju systemu. Dzięki temu iPOT24 cały czas jest aktualizowany o nowe moduły usprawniające poszczególne procesy. Słuchając naszych klientów, tworzymy rozwiązania dedykowane, które nie zostały zaprogramowane w ich obecnych systemach.

Sprawdź jak wygląda system i to zupełnie za darmo. Na stronie internetowej www.ipot24.pl dostępne jest demo przedstawiające wszystkie moduły w podstawowej wersji. Pamiętaj, że dziesięć pierwszych firm, z którymi nawiążemy współpracę w 2016 roku mają zapewnioną usługę wdrożeniową na nasz koszt.

Z jakiego rozwiązania obecnie korzystasz? Czy Twoje aktualne oprogramowanie rozwija się wraz z firmą i spełnia wszystkie Twoje oczekiwania? Jeśli nie to czas zadać sobie pytanie: czy nie warto tego zmienić? ■

Napisz do nas na info@ipot24.pl, bądź zeskanuj poniższy kod, a dostaniesz zaproszenie na wideokonferencję z pomysłodawcą i twórcą iPOT24. To niepowtarzalna okazja do wypracowania możliwych rozwiązań z zastosowaniem platformy. Wideokonferencja dostępna tylko dla czytelników ICT PROFESSIONAL. Więcej informacji pod adresem info@ipot24.pl



iPOT24
INTERAKTYWNA PLATFORMA
OBSŁUGI TELEKOMUNIKACJI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Przyszłość kontnetu w internecie

MICHAŁ KOCH

Według ekspertów nowe technologie internetowe rozwijają się szybko i w znacznej ilości, jednakże rzadko skutują totalną rewolucją. Zazwyczaj pojawiają się jako sezonowe trendy i wzbudzają zainteresowanie tylko niewielkiej liczby użytkowników. Tylko nieliczne pomysły zostają z nami na dłużej. I zmieniają nasze życie.

Internet wkroczył w dorosłość. W dalszym ciągu zapewnia dostęp do kontentu i rozrywki dla milionów Internautów, jednakże przyszłość kształtuje się inaczej. Bardziej przyjemnie. Najnowsze trendy wskazują na połączenie „inteligentnych urządzeń” w celu stworzenia „inteligentnego mieszkania”, w którym za pomocą jednej aplikacji na smartfona, będziemy mogli zamienić swój pokój w salę kinową, przypilnować dania przygotowanego w piekarniku oraz na sam koniec zamknąć drzwi opuszczając mieszkanie.

Początek roku to dobry okres, by przyjrzeć się przyszłości, która czeka nas w Internecie tuż za rogiem. Doskonałym wskaźnikiem nadchodzących trendów są targi Consumer Electronics Show, które odbyły się w dniach 06.01-09.01.2016 r. w Las Vegas.

Netflix i nie tylko

Na targach CES oznajmiono oficjalnie pojawienie się Netflixu w Polsce i w 130 innych krajach. Netflix jest źródłem legalnych filmów i seriali VOD, które oglądać można na komputerach i urządzeniach mobilnych. Operujący w Polsce Netflix będzie wyzwaniem dla telewizji oraz innych dostawców treści w Internecie. Będą oni musieli zaadaptować się do nowych warunków, gdyż Polacy z entuzjazmem przyjęli wiadomość o pojawieniu się tego giganta w kraju. Czy będzie się z tym wiązała rewolucja. Wszystko na to wskazuje, gdyż aktualne statystyki zdecydowanie przemawiają na korzyść Netflixu. Reed Hastings, dyrektor generalny Netflixu, skomentował dotychczasowe wyniki i zdradził, że w czwartym kwartale 2015 roku użytkownicy serwisu obejrzeli 12 miliardów godzin materiałów wideo. Łączny czas streamingu w ubiegłym roku wyniósł prawie 43 miliardy godzin.

Na chwilę obecną ponad 50% ruchu sieciowego jest generowanego dzięki materiałom audio-wideo. Spodziewać się należy drastycznego wzrostu tej wartości wraz ze wzrostem popularności urządzeń przenośnych. Cisco podaje, iż do roku 2017, aż 69% całego ruchu to będzie ruch generowany dzięki materiałom wideo.

Zmiany pojawiają się także w innych serwisach umożliwiających dostęp do filmów. Zapowiedziano kolejną rewolucję – materiały wideo, które nagrywane mają być w 360°. Dzięki temu oglądający ma mieć zapewnioną immersję niedostępną nigdy wcześniej. Zmiany dotyczyć mają zarówno serwisów udostępniających wideo, jak i urządzeń potrzebnych do nagrywania. Eksperti nie mają wątpliwości: przyszłość należy do treści prezentowanych w 360°. Wniosek? Niedługo znaczna część materiałów udostępnianych na YouTube będzie tworzona w 360°.

Potęę drżącą w tym medium odkryły również e-sklepy. Przyszłością e-commerce jest sprzedaż oparta na materiałach wideo. Ta forma sprzedaży w Internecie w najbliższym czasie zagarnie prawie 70% rynku e-commerce. Pisemne recenzje publikowane w sklepach online niedługo odejdą do przeszłości. Przyszłość natomiast należy do recenzji przedstawianych w formie wideo. Jeszcze krok dzieli nas od stworzenia wirtualnych centrów handlowych obsługiwanych poprzez media społecznościowe i pozwalających na interakcję między kupującymi.

Rzeczywista wirtualna rzeczywistość?

Już niedługo wirtualna rzeczywistość przestanie być tylko i wyłącznie chwytem marketingowym i zmorą developerów. W 2016 roku do ogólnodostępnej sprzedaży mają trafić gogle VR rozwijane przez HTC o nazwie Vive, a także sławny Oculus. W dalszym ciągu nie będzie to sprzęt tani – cena Oculusu ma oscylować w granicach 3000 zł. Radar Pace to będące w fazie testów gogle VR przeznaczone dla sportowców. Będą one pobierały i analizowały dane z otoczenia oraz informowały o aktualnych osiągnięciach. W najbliższych miesiącach rąbka tajemnicy może uchylić też Google, które wedle doniesień pracuje nad własnym urządzeniem. Do jego obsługi służyłby system Android VR będący także obiektem prac. Spekuluje się, że na rynku do końca dekady pojawi się 30 milionów tych urządzeń.

Zespół Google Chrome WebGL także postanowił podzielić się swoimi planami i zaprezentował efekty swojej współpracy z firmą zSpace.

Nowy pomysł na przeglądanie Internetu? Dzięki przeglądarce zBrowser będzie to możliwe. Pozwoli ona użytkownikowi na interakcję na niespotykaną wcześniej skalę. Możliwe będzie wyciągnięcie obiektu ze zdjęcia i wyświetlenie go jako model 3D. Obiekt będzie można obejrzeć z każdej strony, przybliżyć i oddalać, a w przyszłości – przymierzać. Amazon przygotował już dedykowaną stronę pozwalającą na zakupy pierścionków za pomocą zBrowser.

Twój inteligentny dom

Internet na dobre zdomowił się w naszych salonach. W nadchodzącej przyszłości telewizor stanie się na dobre „centrum sterowania” dla całego inteligentnego domu. Samsung zapowiedział stworzoną przez siebie technologię o nazwie SmartThings będącą koncentratorem wszystkich urządzeń dostępnych w „mieszkanu przyszłości”. Kompatybilne mają być systemy oświetleniowe, kamery, zamki w drzwiach i urządzenia grzewcze. Tak, więc dzięki aplikacji Cinema Mood zamienimy pokój w salę kinową dostosowując oświetlenie i ustawienia audio-wideo, HomeKit-Enabled Fan, czyli wentylator od Apple pozwoli na zdalne uruchomienie, a inteligentny zamek Premis zamknie wszystkie drzwi i uzbroi alarm, gdy tylko przyłożymy do niego smartfona wraz z zainstalowanym e-kłuczem.

„Inteligentne mieszkania” wkrótce będą normą. W przyszłości czekają nas „inteligentne miasta”. Krok ku temu poczyniła Korea Południowa. Prototypowe miasto zaopatrzone zostanie w sensory Cisco, a centralnym aspektem jego budowy będzie możliwość wykorzystania dobrodziejstw Internetu w szkołach, szpitalach i urzędach.

Produkty z gatunku Smart reprezentowane są aktualnie przez ogromną gamę różnorodnych urządzeń. Producenci tworzący swe produkty z myślą o „inteligentnym mieszkaniu” rzucają wyzwanie tezie, że pomimo ciągłego rozwoju techniki czynności takie jak sprzątnięcie mieszkania czy zarządzanie nim zajmuje tyle samo czasu co w XIX wieku.

Z lokalnego podwórka

Przyszłościowe wykorzystanie szerokopasmowych łącz proponuje także Agencja 5 Żywiółów, która jest jednym z prekursorów wprowadzania na polski rynek interaktywnej rozrywki znanej jako LARP¹. Największym sukcesem jest epicka przygoda w świecie prozy Andrzeja Sapkowskiego – The Witcher School. Agencja uzyskała zgodę na wykorzystanie marki „The Witcher” od znanej na świecie firmy CDPProjekt Red. Jak mówi pan Dastin Wawrzyniak, pomysłodawca projektu:

„Jednym z kluczowych elementów przygotowania takiego wydarzenia jest promocja internetowa w ramach której staramy się stworzyć jak najlepszą wieź z naszymi fanami. Najlepszym sposobem na budowanie profesjonalnych więzi są spotkania z twórcami naszych gier na żywo za pośrednictwem streamingu. Szerokopasmowe łącza internetowe pozwalają bez opóźnień łączyć się z całym światem i na bieżąco odpowiadać na pytania odbiorców. Już niebawem planujemy prowadzenie streamingu w czasie rzeczywistym w trakcie przeprowadzanych przez nas wydarzeń. W ten sposób chcemy jeszcze bardziej przybliżyć osobom nieznającym larpów jak wyglądają te wydarzenia. Chcemy również wprowadzić gry w których osoby oglądające wydarzenia za pośrednictwem streamingu mogły wpływać na losy wydarzeń. Tutaj możliwości są ogromne, począwszy od przekazywania informacji, zdalne zarządzanie uczestnikami (aktorami), sterowania urządzeniami znajdującymi się na terenie wydarzeń czy nawet sterowanie specjalnie do tego celu przygotowanymi robotami.”

¹ Larp (ang. live action role-playing) to aktywność na pograniczu gry i sztuki. Uczestnicy improwizują, odgrywając role i wspólnie przeżywając oraz tworząc historie. Udział w larpie oznacza, że przez kilka godzin (lub dni) będziesz częścią fantastycznego świata, który dotychczas obserwowałeś jakby zza szyby - czytając książkę, oglądając film, grając w grę komputerową. Wcielają się w bohaterów, noszą kostiumy i przeżywają przygody, sami decydując, jakich wyborów dokonają i jak potoczą się historia.

Co dalej?

Według ekspertów nowe technologie internetowe rozwijają się szybko i w znacznej ilości, jednakże rzadko skutują totalną rewolucją. Zazwyczaj pojawiają się jako sezonowe trendy i wzbudzają zainteresowanie tylko niewielkiej liczby użytkowników. Tylko nieliczne pomysły zostają z nami na dłużej. I zmieniają nasze życie. Faktem jest natomiast to, że w ciągu najbliższego roku o 25% zwiększy się liczba producentów wykorzystujących w swoich urządzeniach techniki identyfikacji obrazu oraz algorytmy „uczące się” wraz z upływem czasu. Twórców czeka jednakże wyzwanie: przygotowanie technologii przyszłości do wyzwania czekających we współczesnym społeczeństwie, gdyż klienci w klarowny sposób określają swoje oczekiwania dotyczące technologii przyszłości.

Najczęściej wymienianymi przez nabywców cechami są: uniwersalność, niezawodność i szybkość. Przede wszystkim najważniejszą kwestią będzie ustandaryzowanie zgodności urządzeń oraz aplikacji ze sobą. Na chwilę obecną nasuwa się również kilka wątpliwości dotyczących naszego bezpieczeństwa oraz prywatności. Młode technologie cechują się brakami w zabezpieczeniach i lukami w oprogramowaniu, które mogą odstraszyć wielu potencjalnych klientów. Bez całkowitej pewności o braku niebezpieczeństw wielu klientów nigdy w pełni nie zaufa nowej technologii. Przetwarzanie danych powinno odbywać się z wielu źródeł (czujników, baz danych i różnych systemów) w spójny i bezpieczny sposób umożliwiający ich przetwarzanie w czasie rzeczywistym.

Procesu digitalizacji codziennego życia nie da się odwrócić. Niezależnie od zagrożeń, jedno jest pewne: wkroczyliśmy na dobre w świat sterowany aplikacjami z urządzeniami przenośnymi. Teraz od producentów zależy czy wykorzystają to w dobry sposób. ■

REKLAMA



Komponenty i urządzenia pasywne do sieci światłowodowych



FTTx ✦ TELECOM ✦ ISP ✦ DATA CENTER ✦ CATV

Fiberon Technologies Inc. specjalizuje się w dostarczaniu komponentów, okablowania, akcesoriów technicznych i urządzeń pasywnych do sieci światłowodowych.

Od roku 2010 prowadzimy działalność w Polsce dostarczając produkty światłowodowe - z własnego magazynu - dla wielu klientów w kraju i zagranicą.

KONTAKT:

Fiberon Technologies Inc. Oddział w Polsce
ul. Krakowska 37-45, bud. B, 50-424 Wrocław
Tel/Fax+48717939911, Tel +48717277237
rafal.szwabowski@fiberon.com
www.fiberon.com, www.fiberon.firmy.net

OFERTA:

- Splity planarne PLC typu 1xN, 2xN
- Cyrkulatory i filtry światłowodowe
- Tłumiki światłowodowe stałe i regulowane
- Adaptory i wtyki światłowodowe
- Multiplexery CWDM, DWDM, FWDM, WDM
- Akcesoria czyszczące do złączy światłowodowych
- Przełącznice światłowodowe
- Patchcords, pigtaile, kable wielowłóknowe
- Kable DAC (Direct Attach Cable) typu SFP+, QSFP+



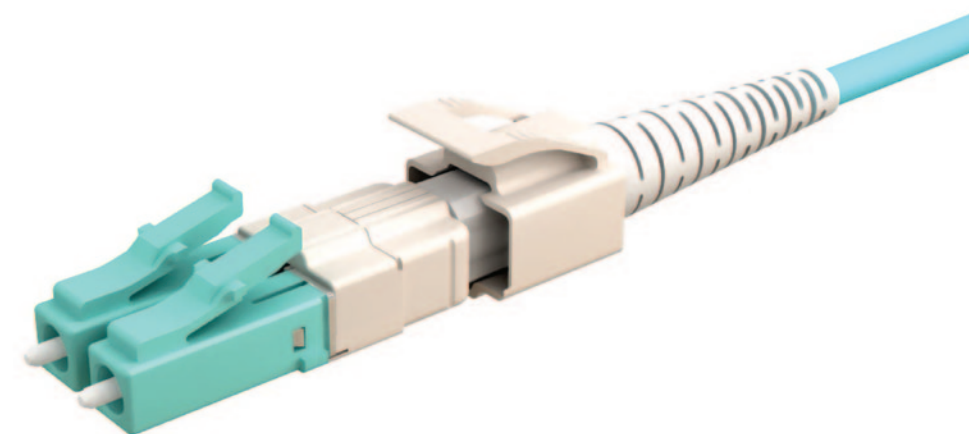
Oficjalny dystrybutor:

**Fiberon
Technologies Inc.**

Oddział w Polsce
ul. Krakowska 37-45 budynek B
50-424 Wrocław

tel./faks +48 71 7939911
tel. +48 71 7277237
kom. +48 795 560 234
salesEU@fiberon.com
www.fiberon.com
www.fiberon.firmy.net

PATCHCORDY ŚWIATŁOWODOWE TYPU LC-X UNIBOOT



Podstawowymi produktami **Fiberon Technologies Inc.** są **wtyki i adaptory światłowodowe**, których głównymi odbiorcami są producenci osprzętu i okablowania światłowodowego. Oferujemy komponenty wysokiej jakości i w przystępnej cenie.

Oprócz tego oferujemy również gotowe produkty tj. patchcorden, pigtaile i wiązki światłowodowe zakończone wtykami dowolnego typu.

Wychodząc naprzeciw potrzebom rynku w zakresie gęstego upakowania połączeń krosowych - polecamy Państwu patchcorden typu LC Duplex ze złączami serii LC-X Uniboot.

Podstawowe zalety :

- Patchcord LC-X to patchcord LC Duplex wykonany na okrągłym kablu Duplex o średnicy 2 mm lub 3 mm - zajmujący mniej miejsca i łatwiejszy w układaniu w szafie niż standardowy kabel Duplex Zipcord
- Patchcorden LC-X dostępne w wersji SM PC i APC oraz MM (OM2, OM3, OM4)
- Złącze LC-X Uniboot – złącze LC Duplex z jedną odgiętką na kabel
- Patchcorden LC-X Uniboot Flexible – z regulowaną pod dowolnym kątem odgiętką
- Łatwa zmiana polaryzacji patchcordu - bez narzędzi i rozmontowania złącza
- Łatwa zmiana rozstawu wtyk LC-X ze standardu 6,25 mm (SFP) na 5,25 mm (mini SFP) – bez narzędzi i na gotowym kablu krosowym
- Dostępne również jako patchcorden LC-X HD – z elementem wypinającym złącze - do gęstego upakowania połączeń krosowych





CreaNET
Ul. Fabryczna 12
62-200 Gniezno
tel. +48 796 079 666

info@creanet.pl
www.creanet.pl
www.ipot24.pl

Artykuł str. 36-37

- ➔ System dla ISP
- ➔ Automatyzacja procesów w firmie
- ➔ Usługa wdrożenia i wsparcia technicznego



DELEGATA
ul. Klimczaka 8/77
02-797 Warszawa
tel. +48 22 646 33 60, 646 33 62
fax. +48 22 646 33 61

www.delegata.pl

Reklama str. 47

- ➔ Dystrybucja
- ➔ Delegata
- ➔ Dystrybucja kanałów telewizyjnych



DLL Partners Sp. J.
ul. Mikołaja Reja 8
72-010 Police k/Szczecina
tel. +48 91 424 42 49
faks +48 91 424 42 50

biuro@dll.com.pl
www.dll.com.pl

Reklama str. 47, EN 10

- ➔ Osprzęt światłowodowy
- ➔ Kable światłowodowe
- ➔ Switchy przemysłowe



P.H. ELMAT Sp. z o.o.
ul. Wspólna 4A, 35-205 Rzeszów
tel. +48 17 86 60 800
faks +48 17 86 80 810
elmat@elmat.pl
www.elmat.pl

Oddziały:
ul. Rogoźnica 312
36-060 Głogów Małopolski
tel. +48 17 86 60 830
faks +48 17 86 60 810
rzyszow@elmat.pl

ul. Chorzowska 108 [Budynek B]
40-121 Katowice
tel. +48 32 25 97 148
faks +48 32 25 97 148
katowice@elmat.pl

ul. Heliotropów 1, 04-796 Warszawa
tel. +48 22 87 25 250
faks +48 22 74 04 074
warszawa@elmat.pl

ul. Kolumny 242, 93-613 Łódź
tel. +48 42 64 99 970
faks +48 42 64 99 533
lodz@elmat.pl

ul. Dekerta 18, 30-703 Kraków
tel. +48 12 29 67 778
faks +48 12 29 67 705
krakow@elmat.pl

Artykuł str. 40



Stowarzyszenie na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego „e-Południe”
ul. Józefczaka 29/40
41-902 Bytom
tel. +48 32 66 66 699

biuro@e-poludnie.pl
www.epix.net.pl

Reklama str. 2

- ➔ niezależny węzeł wymiany ruchu internetowego



eRamowka* Art'n'Media
ul. Sobieskiego 509
42-580 Wojkowice
tel. +48 600 420 901

kontakt@eramowka.pl
www.eramowka.pl

Artykuł str. 26
Reklama str. 27

- ➔ Telewizja i rozwiązania IPTV
- ➔ Narzędzia do tworzenia kanału TV



EVIO Polska Sp. z o.o.
ul. Fryderyka Chopina 4
61-708 Poznań
tel. +48 61 6668 601
faks +48 61 6668 610

biuro@evio.pl
www.facebook.com/EVIOpolska
www.evio.pl

Biuro w Warszawie:
EVIO Polska Sp. z o.o.
ul. Chałubińskiego 8, ptr. 40
00-613 Warszawa
tel. +48 22 3493 500

Biuro Obsługi Operatora:
boo@evio.pl

Serwis techniczny / zgłaszanie awarii:
serwis.tech@evio.pl
www.pomoc.evio.pl (24h)

Artykuł str. 25

- ➔ Telewizja
- ➔ Mobile
- ➔ Wsparcie



Ex.T Sp. z o.o.
al. J. Mireckiego 22
41-205 Sosnowiec
tel. +48 32 750 61 55

firma@ext.com.pl
www.ext.com.pl

Artykuł str. 38

- ➔ Radiolinie
- ➔ NEC
- ➔ LTE



FAST Software
ul. Romanowska 55E, pasaż lok.7
91-174 Łódź
tel. +48 693 901 183

biuro@fast-software.pl
www.fast-software.pl

Reklama str. 41

- ➔ Paszportyzacja
- ➔ Ewidencja
- ➔ GIS



Fiberon Technologies Inc.
Oddział w Polsce
ul. Krakowska 37-45 budynek B
50-424 Wrocław
tel./faks +48 71 7939911
tel. +48 71 7277237
kom. +48 795 560 234

rafal.szwabowski@fiberon.com
www.fiberon.com
www.fiberon.firmy.net

Reklama str. 49
Karta katalogowa str. 55

- ➔ Splitery PLC
- ➔ FTTH
- ➔ Kable DAC



KORBANK S.A
ul. Nabycińska 19
53-677 Wrocław
tel. +48 71 723 43 23
faks +48 71 723 43 29

info@korbox.pl
www.korbox.pl

Reklama str. 23

- ➔ Telewizja AVIOS
- ➔ WRIX
- ➔ KORBOX



Grupa LoVo
ul. Ruchliwa 17, 02-182 Warszawa

www.lovo.pl

Kontakt do Działu Obsługi Międzyoperatorskiej:
hurt@lovo.pl
Infolinia: 801 833 833
Telefon: 22 255 30 30

Reklama str. 19

- ➔ Nowoczesne rozwiązania dla Operatorów telekomunikacyjnych



Oktawave Sp. z o.o.
ul. Domaniewska 44a (Platinum 5)
02-672 Warszawa

tel. +48 22 10 10 555, 801 007 275
fax +48 22 433 53 69

sales@oktawave.com
www.oktawave.com

Artykuł, str. 50-52

- ➔ hosting
- ➔ serwer
- ➔ chmura obliczeniowa



Polycom
ul. Wspólna 4A, 35-205 Rzeszów
tel. +48 17 86 60 800
faks +48 17 86 80 810

www.polycom.pl

Artykuł str. 33
Reklama str. 45

- ➔ Wideokonferencja
- ➔ Telefon konferencyjny
- ➔ Terminal wideo



QUICKTEL Sp. z o.o.
4 Data Center
- KOŁOKACJA Katowice
ul. Jordana 25
40-056 Katowice
tel. +48 32 257 84 23
kom. +48 665 004 065

info@quicktel.pl
www.quicktel.pl

Reklama str. 29

- ➔ Kolokacja
- ➔ Data Center
- ➔ Punkt Wymiany Operatorskiej



SALUMANUS Sp. z o.o.
ul. Śnieżna 18, 30-822 Kraków
tel. +48 12 294 00 01
faks +48 12 294 02 50

sales@salumanus.com
www.salumanus.com

Oddziały:
Biuro Handlowe w Warszawie
tel. +48 22 398 60 30

Biuro Handlowe w Poznaniu
tel. +48 61 666 29 60

Artykuł str. 34-35

- ➔ Moduły SFP, SFP+, QSFP+, XFP
- ➔ Sieci Ethernet
- ➔ xWDM



SGT S.A.
ul. Ligocka 103 budynek 8
40-568 Katowice
tel. +48 32 42 88 444

biuro@sgtsa.pl
www.sgtsa.pl
www.jambox.pl

Reklama str. 31

- ➔ Telewizja dla ISP
- ➔ IPTV
- ➔ Multiscreen



S-NET Sp. z o.o.
30-133 Kraków, ul. J. Lea 114

Dział Handlowy:
tel. +48 12 395 71 00
+48 12 397 80 80
faks +48 12 397 80 81

info@s-net.pl
sales@s-net.pl

Reklama str. 39

- ➔ Globalny internet
- ➔ Usługi operatorskie
- ➔ Kolokacja



xbest.pl Sp. z o.o. Sp. k.
Św. Józefa 141D
44-200 Rybnik
tel. +48 32 700 69 00
faks +48 32 720 54 51

biuro@xbest.pl
www.xbest.pl
www.facebook.com/xbestpl

Reklama str. 3

- ➔ Kable światłowodowe
- ➔ FTTH
- ➔ Transceivery SFP/GBIC, 10G SFP+/XFP, 40G QSFP+/CFP, 100G CFP

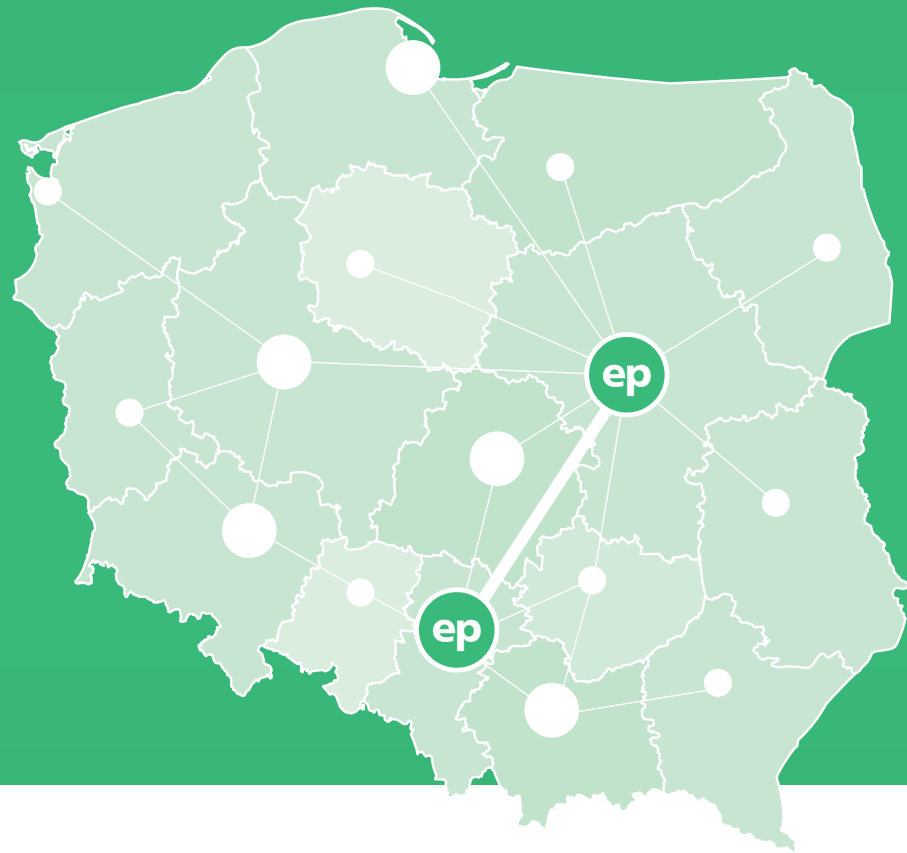


„Vademecum
Operatora
Telekomunikacyjnego
- edycja Światłowodowy”.

Ostatnie
egzemplarze
do zgarnięcia!

vademecum.ictprofessional.pl

CAŁY KONTENT W JEDNYM PUNKCIE



Jedyny IX w Polsce (i jeden z ostatnich w Europie) funkcjonujący w formie prawnej stowarzyszenia non-profit, finansowanego przez użytkowników – ISP.

Zainwestowany w przedsięwzięcie kapitał i społeczna praca rozwojowa to wkład wyłącznie polskich operatorów ISP.

Ścisłe podporządkowanie potrzebom i interesom polskich, małych i średnich operatorów telekomunikacyjnych.

Zyski z działalności w całości przeznaczane na inwestycje w sprzęt, wzbogacanie zasobów IX, projekty celowe i integrację środowiska.

Elastyczna współpraca bazująca na zaufaniu, brak korporacyjnych utrudnień, opóźnień oraz niepotrzebnych kosztów.

Zaufało nam już blisko 350 operatorów telekomunikacyjnych i dostawców treści.

Usługi dodatkowe bez konieczności kupowania dodatkowych portów czy kolokacji przełącznika – transmisje, usługi IP, IPTV, VOIP dostępne na jednym porcie Uczestnika.

Zapewniamy ponad 50% Internetu (blisko 100 000 prefixów) w ramach naszych OpenPeeringów.

Prosty i tani dostęp do treści pozostałych polskich IXów: PLIX, Thinx, TPIX, POZIX w ramach jednej usługi - Polmix.

Bezpośredni dostęp do międzynarodowych operatorów Tier 1 i 2: GTT, Level 3, Cogent, TATA Communications, Telia, KAIA Global, RETN, w cenach hurtowych.

Agregujemy ogólnopolskie zakupy ISP, wolumenu usług międzynarodowych, polskich i transmisji danych - co miesiąc niższe ceny.

Wszystkie telewizje IPTV dostępne w naszych węzłach.



www.epix.net.pl

**EPIX, niezależny węzeł wymiany ruchu internetowego.
Prowadzony przez ISP dla ISP.**