

**wdrożenia  
i rozwiązania**  
**ŚLĄSKI START  
NIEZGODY**  
Karty chipowe zamiast książeczek dla ubezpieczonych – za realizację tej koncepcji szef Śląskiej Kasy Chorych stracił stanowisko, aby trzy dni później je odzyskać. Nowatorski system kosztował miliony. Czy wydano je właściwie? Czytaj – str. 17

**technologie  
i produkty**  
**DEBATY  
NA ODLEGŁOŚĆ**  
Po zamachach na World Trade Center wzrasta zainteresowanie systemami wideo-konferencyjnymi. Zdaniem amerykańskiej firmy konsultingowej Frost & Sullivan w roku 2002 sprzeda się ich o 25–30 proc. więcej niż w 2001 r. Czytaj – str. 21

**e-gospodarka**  
**POWAŻNE KŁOPOTY  
INTERNETOWYCH  
INKUBATORÓW**  
Polskie spółki internetowe, którym udało się stabilnie usadowić na rynku dzięki pomocy inkubatorów, można policzyć na palcach jednej ręki. Kilka kolejnych serwisów wciąż walczy o przetrwanie. Czytaj – str. 28

## Złote Procesory TELEINFO 2002

**R**ozpoczęliśmy przygotowania do tegorocznej edycji plebiscytu klientów branży informatycznej Złote Procesory TELEINFO. Konkurs ten redakcja nasza organizuje już po raz czwarty, a po raz drugi w formie plebiscytu odbiorców. To oni zdecydują o wyborze laureatów.  
W br. na zgłoszone przez dostawców informatyki kandydaty głosować będą menedżerowie IT na 150

# Krajobraz po fuzji



We wtorek (19 bm.) akcjonariusze **HEWLETTA-PACKARDA**, a w środę (20 bm.) **COMPAQA** podejmą decyzję w sprawie fuzji obu firm. Co może ona oznaczać dla polskiego rynku? Analitycy twierdzą, że początkowo wyniki sprzedaży połączonego przedsiębiorstwa będą gorsze niż suma sprzedaży HP i Compaq.

Zdaniem PART-TELEINFO nowo powstałe przedsiębiorstwo musi liczyć się ze spadkiem sprzedaży komputerów PC w Polsce, sięgającym nawet 30 proc. W żaden jednak sposób fuzja nie wpłynie na wielkość sprzedaży na naszym rynku drukarek HP.





Archiwum

■ JACEK KURAŚ

## Kwiatek do kozucha

Jeszcze kilka lat temu skrót WWW był w naszym kraju poprawnie rozszyfrowywany jedynie przez wąską grupę „wybrańców” mających dostęp do Internetu. Ostatnimi czasy liczba osób korzystających z globalnej sieci niepomiaralnie wzrosła. Własne strony internetowe mają praktycznie prawie wszystkie większe instytucje, a także wiele małych firm i liczna grupa osób nie prowadzących żadnej działalności gospodarczej. Z Internetu możemy szybko uzyskać wiele potrzebnych informacji. Niestety, te cechy globalnej sieci często nie są właściwie doceniane przez kadry kierownicze firm. Wspomniane strony WWW nierzadko bywają

martwe. Po umieszczeniu w sieci nikt nie dba o ich konserwację i aktualizowanie danych. Nic więc dziwnego, że wiadomości znalezione na takich stronach często są nieaktualne lub wprost błędne. Osobnym problemem jest postać tych stron. Forma niejednokrotnie przerasta treść.

Na początku lutego jeden z ogólnopolskich tygodników opublikował wyniki sondażu na temat wykorzystania Internetu w Polsce. Wnioski wynikające z tego badania nie są budujące. Okazuje się, że większość polskich firm i instytucji nie potrafi właściwie korzystać z dobrodziejstw sieci. Adresy e-mailowe zamieszczone na stronach WWW nie zawsze są poprawne. Wiele insty-

tuacji nie odpowiada na wysłaną pod tymi adresami korespondencję. Zdarzają się przypadki, gdy przesłanie poczty pod adresem podanym na stronie internetowej kończy się otrzymaniem zwrotnej wiadomości, iż adresat jest nieznany. W wielu przypadkach odpowiedzi przychodzą po kilku dniach lub tygodniach. Do chlubnych wyjątków należą instytucje związane z hotelarstwem, które w większości przypadków odpowiadają na listy w ciągu kilkunastu godzin. Strony internetowe, na których trudno jest znaleźć jakkolwiek informację o kontaktach (adres e-mailowy lub pocztowy, bądź telefon kontaktowy), nie należą do rzadkości.

Wyniki sondażu nie są dla mnie żadnym zaskoczeniem. Korzystam z Internetu już ponad dziesięć lat. Kontakt za pomocą internetowej poczty jest dla mnie najwygodniejszym sposobem komunikowania się. Nie w każdej chwili można skontaktować się ze mną przez telefon stacjonarny. Komórkę czasami wyłączam, a z różnych względów nie wszystkim osobom podaję jej numer. Za pomocą SMS-u można przesłać bardzo ograniczoną w treści informację. Najwygodniejszy jest więc e-mail. Poczta internetową przeglądam co najmniej trzy razy dziennie. Bardzo często kontaktuję się z firmami sprzedającymi sprzęt komputerowy. Wydaje się, że kto jak kto,

ale takie właśnie firmy powinny sprawnie wykorzystywać możliwości poczty internetowej. Rzeczywistość jest całkiem inna – wysyłając do firm komputerowych zapytania o ceny sprzętu, zmuszony jestem dodatkowo wykonać jeszcze kilka telefonów, aby otrzymać odpowiedź. Sytuacje, w których telefonuję z prośbą o przeczytanie wysłanego wcześniej e-listu, zdarzają mi się praktycznie co miesiąc.

Jakże często w gabinetach dyrektorskich na poczesnym miejscu króluje komputer, którego głównym celem jest podniesienie prestiżu szefa. Współczesna technika komputerowa zbyt często jest kwiatkiem do kozucha. Najwyższy czas, aby to zmienić. □