



RAPORT

CHMURA W E-COMMERCE W POLSCE 2021

Wyzwania, trendy i dobre praktyki

REALIZACJA BADANIA



PARTNERZY BADANIA

OKTAWAVE

Grupa

K

2



SPIS TREŚCI

1. WPROWADZENIE.....	3
2. OPIS BADANIA.....	4
3. KLUCZOWE WNIOSKI.....	5
4. WYNIKI BADANIA.....	8
• WYZWANIA TECHNOLOGICZNE I OPERACYJNE BRANŻY E-COMMERCE.....	9
• SKALOWALNOŚĆ INFRASTRUKTURY A RUCH NA PLATFORMIE.....	11
• PRZESTOJE W DZIAŁANIU.....	14
• KORZYŚCI TECHNOLOGICZNE I BIZNESOWE.....	16
5. KOMENTARZE EKSPERTÓW.....	18

WPROWADZENIE

Szanowni Państwo,

ostatnie wzrosty udziałów sprzedaży w branży e-commerce, przekroczone KPIs w tym zakresie (i to czasami kilkukrotnie) oraz przyspieszona cyfryzacja procesu sprzedaży i obsługi klienta – z pewnością imponują.

Jednak trzeba przyznać, że za tymi sukcesami stoją w pierwszym szeregu zmiany zachowań konsumentów, wymuszone pandemią. W drugim są to technologie, bez których szybkie dostosowanie się do nowej sytuacji rynkowej nie byłoby możliwe.

Wraz ze zmianą sytuacji rynkowej (pandemia COVID-19, lockdown) wiele biznesów e-commerce zanotowało błyskawiczny wzrost, za którymi pojawiły się nowe wyzwania takie jak wzrost kosztów prowadzenia biznesu, wzrost ruchu w witrynach sklepów czy problemy z dostępnością serwisów. Odpowiedzią na nie stała się chmura obliczeniowa.

Teraz, kiedy możemy mówić o względnej stabilizacji czy przewidywalności sytuacji, ważne jest, aby dalszemu wzrostowi e-commerce zapewnić solidne fundamenty.

Zachęcam do zapoznania się z raportem „**Chmura w e-commerce w Polsce 2021 – wyzwania, trendy i dobre praktyki**”, w celu zainspirowania się doświadczeniami kilkuset osób decyzyjnych z branży.

Michał Paschalis-Jakubowicz
CEO, Oktawave





OPIS BADANIA

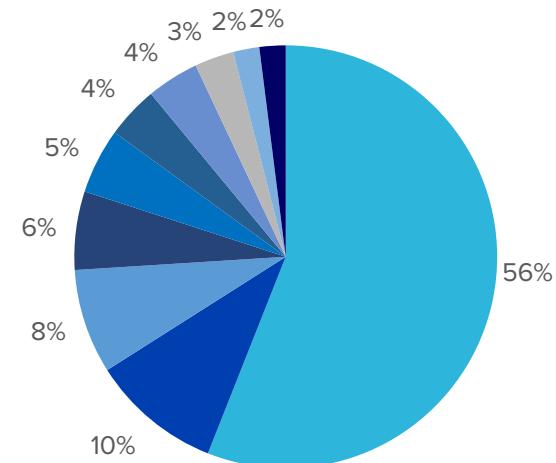
Badanie zostało przeprowadzone przez IDG Poland na przełomie maja i czerwca 2021 roku, metodą CATI/CAWI.

WIELKOŚĆ PRÓBY

Do wypełnienia ankiety zaproszono 252 respondentów na stanowiskach managerskich, dyrektorskich oraz wyższych, z firm realizujących swój przychód kanałami e-commerce. Największą część z nich stanowiły przedsiębiorstwa duże, zatrudniające powyżej 500 pracowników – 44%, w drugiej kolejności średnie (z liczbą pracowników od 81 do 500) – 29%.

ASORTYMENT BADANYCH E-SKLEPÓW

- Usługi (finanse, telekomunikacja i in.)
- Komputery / Elektronika/ RTV
- Sklepy wielobranżowe
- Dom / Ogród / Hobby
- Inne
- Sport / Rekreacja / Turystyka
- Moda
- Zdrowie i uroda
- Książki / Muzyka / Rozrywka
- Motoryzacja





ponad

50%

odnotowało
większy ruch

obecnie

58%

korzysta
z chmury

KLUCZOWE WNIOSKI

CHMURA ODPOWIEDZIĄ NA AKTUALNE WYZWANIA E-COMMERCE

- Zdecydowana większość branży e-commerce (80%) dostrzega **istotne wyzwania w obsłudze klienta** w odniesieniu do wykorzystywanej infrastruktury technologicznej. Problemy dotyczą zwłaszcza **wydłużonego czasu ładowania stron i przestojów** w funkcjonowaniu platform sprzedażowych.
- W czasie pandemii ponad połowa firm z branży odnotowała **zwiększony ruch**, a zdecydowana większość deklaruje, że posiada infrastrukturę IT zapewniającą odpowiednią **skalowalność**.
- Często wiąże się to z wykorzystaniem chmury obliczeniowej – **już 58 proc. firm e-commerce korzysta z infrastruktury chmury publicznej**.
- Do głównych **korzyści biznesowych** związanych z tym modelem zaliczają możliwość łatwego zwiększenia wolumenu sprzedaży (40 proc.), większą skalowalność i możliwość rozwoju platformy (35 proc.) oraz krótszy time-to-market (30 proc.).



E-COMMERCE WYBIERA CHMURĘ, ABY POKONAĆ PROBLEM DOSTĘPNOŚCI

Pandemia przyspieszyła rozwój branży e-commerce o kilka lat. Sklepy internetowe przeżyły prawdziwy szturm, który często nadwyreżył ich możliwości, powodując przestoje w funkcjonowaniu. Konieczność zapewnienia dostępności oferty, dzięki wydajnej infrastrukturze technologicznej, zwróciła oczy przedsiębiorców w stronę chmury obliczeniowej.

Polski rynek e-commerce jest jednym z najdynamiczniej rozwijających się w Europie od lat. W ostatnich 4 latach jego średni roczny wzrost przekraczał 20 proc., podczas gdy w UE było to kilka punktów procentowych mniej, jak wynika z raportu „Global Ecommerce 2020”.

Wydarzenia roku 2020 przyspieszyły ten wzrost, znacznie powyżej oczekiwań. Według szacunków miał on osiągnąć wartość ponad 60 mld zł (wg. raportu RetailX „Europe 2020: Ecommerce Region Report”), a przekroczył 100 mld zł (według raportu PwC „Perspektywy rozwoju rynku e-commerce w Polsce 2021-2026”). W ubiegłym roku już 73 proc. internautów robiło zakupy w sieci – to aż 11 proc. więcej niż rok wcześniej, jak podaje raport Gemius „E-commerce w Polsce 2020”.

Prognozy na 2021 rok są bardzo optymistyczne. Autorzy raportu „Global Ecommerce Update 2021” szacują,

że sprzedaż internetowa osiągnie nawet 5 trylion dolarów, a udział e-commerce wyniesie blisko 20 proc. całkowitej globalnej sprzedaży detalicznej.

Kłeska urodzaju w e-commerce

Ogromny wzrost zainteresowania usługami i produktami dostępnymi online był i jest dla wielu e-sklepów poważnym testem – tak organizacyjnym, logistycznym, jak i technologicznym. Konieczność szybkiego wprowadzenia zmian wymagała elastyczności, ale też zasobów – ludzkich i technologicznych.

Pandemia zadziałała jak papiererek lakmusowy, pokazując zaniedbania w obszarze cyfryzacji przedsiębiorstw. A nawet ci, którzy w sieci działali od lat, też często nie byli przygotowani na tak nagły skok zamówień i zapytań.

Zawieszające się strony, brak aktualnych danych

o dostępności towarów, długo ładujące się zdjęcia, aż wreszcie całkowity brak dostępności serwisów na długie godziny – to wszystko sprawiło, że najbardziej lukratywny okres w rozwoju branży e-commerce dla wielu stał się też najbardziej stresującym. Osiągnięte zyski mogłyby być jeszcze wyższe, gdyby branża zdążyła przygotować się do wzrostu zakupów.

Trudne wyzwania czasu prosperity

Pandemia przyspieszyła rozwój kanałów sprzedaży online nawet o kilka lat, ale też mocno obciążyła ich infrastrukturę technologiczną. Utrudnienia związane z funkcjonowaniem dostrzegło aż 80 proc. sklepów internetowych, jak wynika z raportu IDG, Oktawave i Grupy K2 **“Chmura w e-commerce w Polsce 2021: wyzwania, trendy, dobre praktyki”**.

Głównym wyzwaniem w sytuacjach niezapowiedzianego, dużego wzrostu ruchu okazały się problemy z dostępnością systemów (27 proc. ankietowanych) oraz przestoje w funkcjonowaniu platformy (21 proc.), które skutkują nawet porzuceniem koszyka (18 proc.). Konieczność dokupowania serwerów znacząco podniosła wydatki na IT (25 proc.), a niewłaściwie dobrana infrastruktura uwydatniła problemy z bezpieczeństwem (23 proc.).

Problemy, które unaoczniała pandemia, pojawiały się w branży e-commerce już wcześniej, choć oczywiście nie w takiej skali. Sezonowość handlu sprawia, że doświadcza on okresowych wzrostów związanych np. ze świętami, wyprzedażami sezonowymi oraz okazjami jak Black Friday czy Cyber Monday. 6

Szybko rosnąca liczba operacji powoduje, że na co dzień dobrze radzące sobie systemy nie są w stanie ich obsłużyć, a obsługa klienta tonie pod falą zgłoszeń od niezadowolonych klientów. Jak wynika z niniejszego raportu, nie jest o marginalne zjawisko, bo aż 44 proc. firm e-commerce doświadcza przestoju.

Dzisiejszy klient jest wymagający i niecierpliwy, szczególnie gdy liczba konkurencyjnych sklepów jest duża i przejście na inną platformę sprzedażową wymaga zaledwie kilku kliknięć. Problem z załadowaniem oferty i sfinalizowaniem transakcji kończy się po prostu wyjściem ze sklepu. Aż 42 proc. konsumentów jest w stanie zrezygnować z danej marki po zaledwie jednym złym doświadczeniu, jak wynika z analizy PwC „Perspektywy rozwoju rynku e-commerce w Polsce 2021-2026”.

Dlatego każdy przestój to ryzyko utraty klientów i realnych zysków. Aż 60 proc. osób decyzyjnych z branży e-commerce nie potrafi jednak oszacować tej kwoty. Część z nich ocenia, że godzina przestoju może kosztować ich od 1000 do 5000 zł (14 proc.), a nawet 20 000 zł (10 proc.).

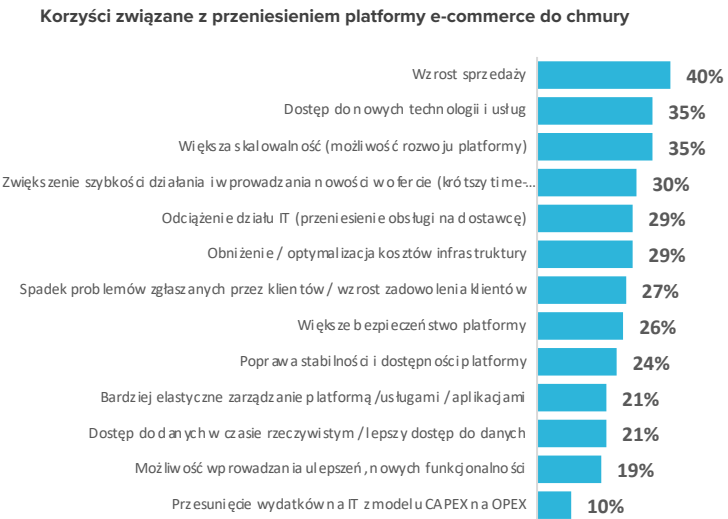
Niniejsze badanie pokazało też, że problem dostępności oferty nie jest obcy menadżerom odpowiedzialnym za e-commerce, którzy doskonale zdają sobie sprawę z zagrożeń.

Tylko 8 proc. z nich przyznało, że w okresie pandemicznych wzrostów ich infrastruktura wysyciła się. Pozostałe 92 proc. zapewniło infrastrukturę o odpowiedniej skalowalności, a 37 proc. infrastrukturę wyskalowaną na wiele lat do przodu.

Branża spogląda w chmury

Ponad połowa e-sklepów w Polsce już korzysta z chmury i dostrzega jej zalety. Co może zainteresować biznes, największymi zaletami z przejścia do chmury, które dostrzegają, są wzrost sprzedaży (40 proc.) i krótszy time-to-market (30 proc.). Migracja do chmury oznacza również korzyści finansowe, jak zmniejszenie kosztów infrastruktury, a także operacyjne, jak odciążenie działów IT (obsługa infrastruktury przechodzi na dostawcę).

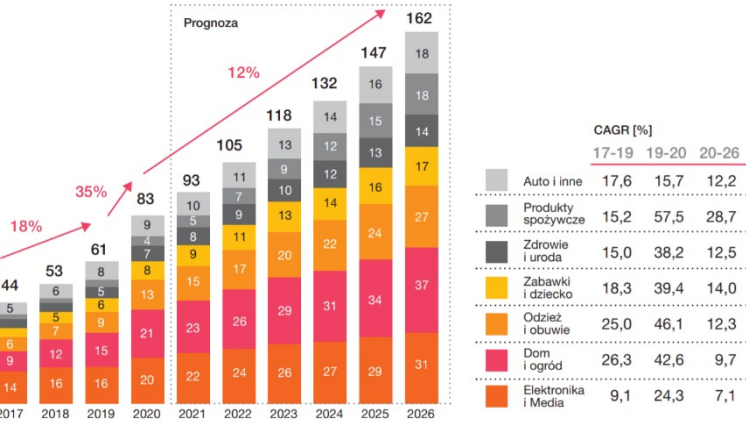
Z punktu widzenia IT największe korzyści to przede wszystkim większa skalowalność i dostęp do nowych technologii oraz usług (ex aequo 35 proc.). Na kolejnych miejscach uplasowały się: poprawa bezpieczeństwa, stabilności i dostępności platformy czy bardziej elastyczne zarządzanie platformą, usługami i aplikacjami.



Przewidywany dalszy wzrost

Wszystko wskazuje na to, że nadchodzące lata to okres dalszego, bardzo dynamicznego wzrostu w e-commerce. Z analizy przeprowadzonej przez PwC wynika, że w 2026 r. wartość brutto polskiego rynku handlu e-commerce będzie na poziomie 162 mld zł. Oznacza to średnioroczny wzrost o 12 proc.

Model rynkowy PwC – wartość brutto sprzedaży dóbr online w Polsce, 2017-2026 [mld PLN]



Ponad 74 proc. Polaków i Polek deklaruje, że po zakończeniu pandemii utrzyma poziom zakupów internetowych, a 10 proc. zamierza je nawet zwiększyć. Nie da się ukryć, że wzrosty zamówień online generują wzrost kosztów dla firm, a także liczne problemy techniczne i organizacyjne po stronie IT. Warto więc zawnoczyć przygotować się zarówno na skoki związane z sezonowymi promocjami, jak i te, które może nam jeszcze zgotować wciąż nieprzewidywalna rzeczywistość.

WYNIKI BADANIA



WYZWANIA TECHNOLOGICZNE I OPERACYJNE BRANŻY E-COMMERCE

Blisko 80% sklepów internetowych dostrzega istotne wyzwania w funkcjonowaniu, w odniesieniu do wykorzystywanej infrastruktury technologicznej.

Na pierwszy plan wysuwają się **problemy z dostępnością systemów** – 27% ankietowanych zauważa wydłużony czas ładowania stron, 21% przestoje w funkcjonowaniu platformy, a 20% problemy z ładowaniem się zdjęć, wideo lub innych elementów oferty. W rezultacie **potencjalni klienci rezygnują z finalizacji zakupu**, co bezpośrednio przekłada się na wzrost wskaźnika porzuceń koszyka (18% wskazań).

Niewłaściwie dobrana i wdrożona infrastruktura rodzi również **wyzwania operacyjne**, związane z brakiem elastyczności posiadanej infrastruktury chmurowej. Szybki wzrost liczby klientów wiąże się ze **znacznym wzrostem wydatków na IT** (25% odpowiedzi). Firmy borykają się z **nieaktualnymi informacjami dotyczącymi stanów magazynowych** (23%), co wpływa również na **problemy z terminowym przetwarzaniem zamówień** (19%).

Z nieco innej perspektywy, zarządzający e-commerce zmagają się z **wyzwaniami z zakresu bezpieczeństwa** (23%). Nawet jeśli wiele związanych z tym kwestii pozostaje jedynie obawami, bezpieczeństwo stanowi realny problem dla funkcjonowania branży, tak przecież ściśle związanej z internetem i wszystkimi zagrożeniami, które z niego płyną.

JAKIE WYZWANIA DOSTRZEGŁEŚ W FUNKCJONOWANIU SWOJEGO E-COMMERCE, JEŚLI CHODZI O ZACHOWANIE INFRASTRUKTURY CHMUROWEJ?



KLUCZOWE FAKTY:

**Blisko
80%**

respondentów **dostrzega istotne wyzwania w funkcjonowaniu firmy** w odniesieniu do wykorzystywanej infrastruktury technologicznej.

Główne problemy dotyczą **wydłużonego czasu ładowania stron (27%)** oraz **przestojów w funkcjonowaniu platformy (21%)**.

23%

zarządzających e-commerce **obawia się wyzwań z zakresu bezpieczeństwa.**



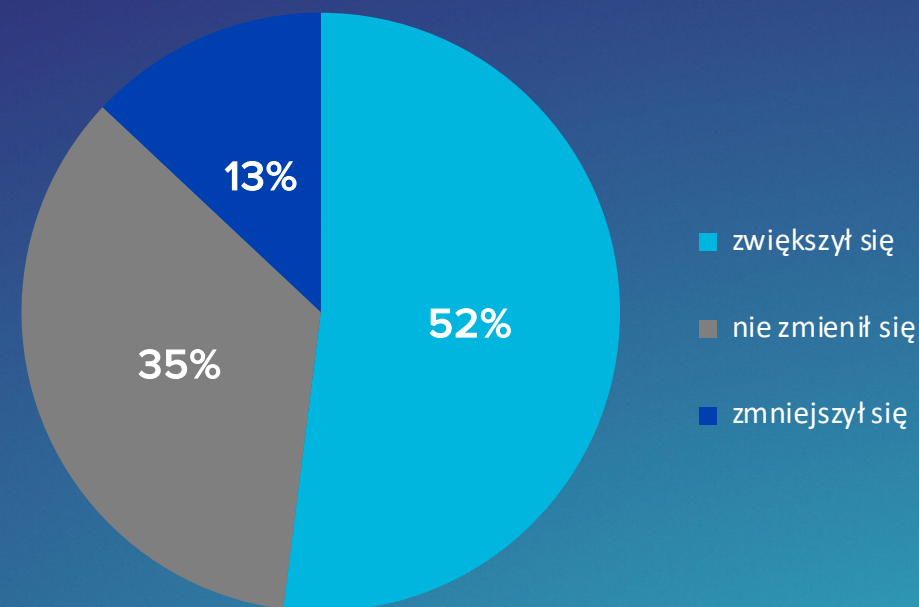
SKALOWALNOŚĆ INFRASTRUKTURY

Ponad połowa (52%) badanych firm e-commerce zauważyła zwiększony ruch w czasie pandemii, co wyzwoliło nowe problemy – od wzmożonego obciążenia infrastruktury informatycznej po wzrost liczby wykonywanych operacji.

W tym miejscu nasuwa się zasadnicze pytanie, czy wraz ze zmianą potrzeb konsumenckich i wyraźnymi tendencjami wzrostowymi w obszarze e-commerce, infrastruktura firm z branży jest dostatecznie skalowalna?

Czy jest gotowa sprostać sytuacjom prostym do przewidzenia (np. okres świąteczny, akcje promocyjne) i tym, które stanowią zaskoczenie dla wszystkich (takim jak pandemia COVID-19)?

JAK ZMienił SIĘ RUCH W TWOIM E-COMMERCE W CZASIE PANDEMII?



SKALOWALNOŚĆ INFRASTRUKTURY

Wyniki badania wykazały, że menedżerowie e-commerce odpowiedzialni za technologie, doskonale zdają sobie sprawę z zagrożeń, które niesie ze sobą nagły wzrost zainteresowania klientów ofertą sklepu.

Tylko 8% respondentów przyznało, że w newralgicznym okresie ich dotychczasowa, własna infrastruktura wysyciła się i dlatego planują lub są w trakcie wejścia w rozwiązania chmurowe.

Pozostałe 92% firm deklaruje, że posiada infrastrukturę, która zapewnia wymagany poziom skalowalności, z czego 37% opiera swój biznes e-commerce na wysoce zaawansowanej (np. pod względem mocy obliczeniowej) infrastrukturze własnej, która została wyskalowana na wiele lat do przodu.

Pozostałe 55% z tej grupy zbudowało swoje zasoby w oparciu o rozwiązania chmurowe i w pełni wykorzystuje atrybuty chmury takie jak skalowalność czy elastyczność. Czy konieczność „wyskalowania infrastruktury na wiele lat do przodu” nie oznacza niepotrzebnych inwestycji dzisiaj?

CZY WOBEC ZMIENNYCH POTRZEB KONSUMENCKICH, JAK RÓWNIEŻ WOBEC WYRAŹNYCH TENDENCJI WZROSTOWYCH W OBSZARZE E-COMMERCE, PAŃSTWA INFRASTRUKTURA JEST DOSTATECZNIE SKALOWALNA?



KLUCZOWE FAKTY:

Ponad
50%

badanych firm e-commerce
zauważyło **zwiększony ruch**
w czasie pandemii.

8% respondentów przyznało,
że w newralgicznym czasie
ich dotychczasowa, własna
infrastruktura wysyciła się.

92%

firm deklaruje, że posiada
infrastrukturę, która zapewnia
wymagany poziom skalowalności.



PRZESTOJE W DZIAŁANIU

Wyzwaniem dla branży e-commerce jest zapewnienie ciągłości działania i dostępności systemów.

Co prawda **56% ankietowanych deklaruje, że nie doświadcza przestojów w działaniu albo ich nie zauważa**, co nie oznacza że takie sytuacje nie mogą mieć miejsca.

Z drugiej strony **30% respondentów przyznaje, że przestoje zdarzają im się rzadko**, a kolejne 12% że mają miejsce okazjonalnie, raptem kilka razy w roku. To zaś oznacza wymierne straty.

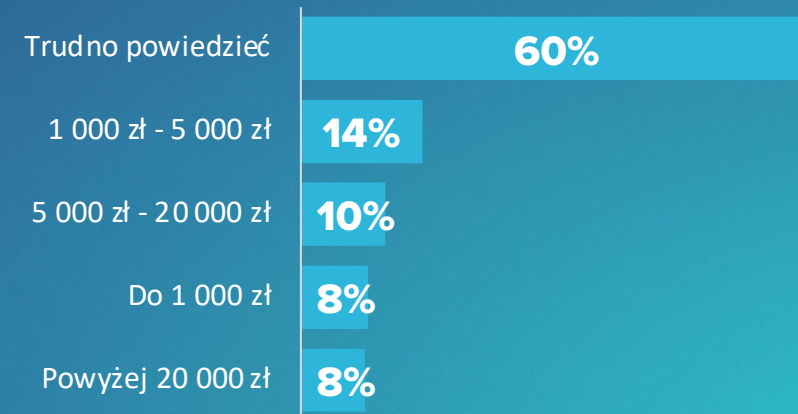
Problem w tym, że **zdecydowana większość (60%) osób decyzyjnych z branży e-commerce nie wie lub nie potrafi oszacować, ile kosztuje ich godzina przestoju biznesu.**

Dla pewnej grupy będzie to mniej niż tysiąc złotych, dla innej nawet grubo powyżej 20 000 zł. Kolejne **25% twierdzi, że godzina niedostępności systemów kosztuje ich między 1 a 20 tys. złotych.**

JAK CZĘSTO ZDARZAJĄ SIĘ PRZESTOJE W TWOIM E-COMMERCE?



JAKI JEST SZACUNKOWY KOSZT 1 GODZINY PRZESTOJU TWOJEGO BIZNESU?



KLUCZOWE FAKTY:



44%

firm e-commerce **doświadcza**
przestojów w działaniu.



60%

e-sklepów **nie wie** lub **nie potrafi**
oszacować, ile kosztuje ich **godzina**
przestoju biznesu.



Wśród tych, którzy **potrafią to zrobić**,
dominuje przekonanie, że tracą między
1-20 tysięcy złotych na godzinę.



CHMURA ODPOWIEDZIĄ NA WYZWANIA TECHNOLOGICZNE I BIZNESOWE BRANŻY E-COMMERCE

Przedstawiciele branży dostrzegają szereg korzyści związanych z wyniesieniem platformy e-commerce do chmury.

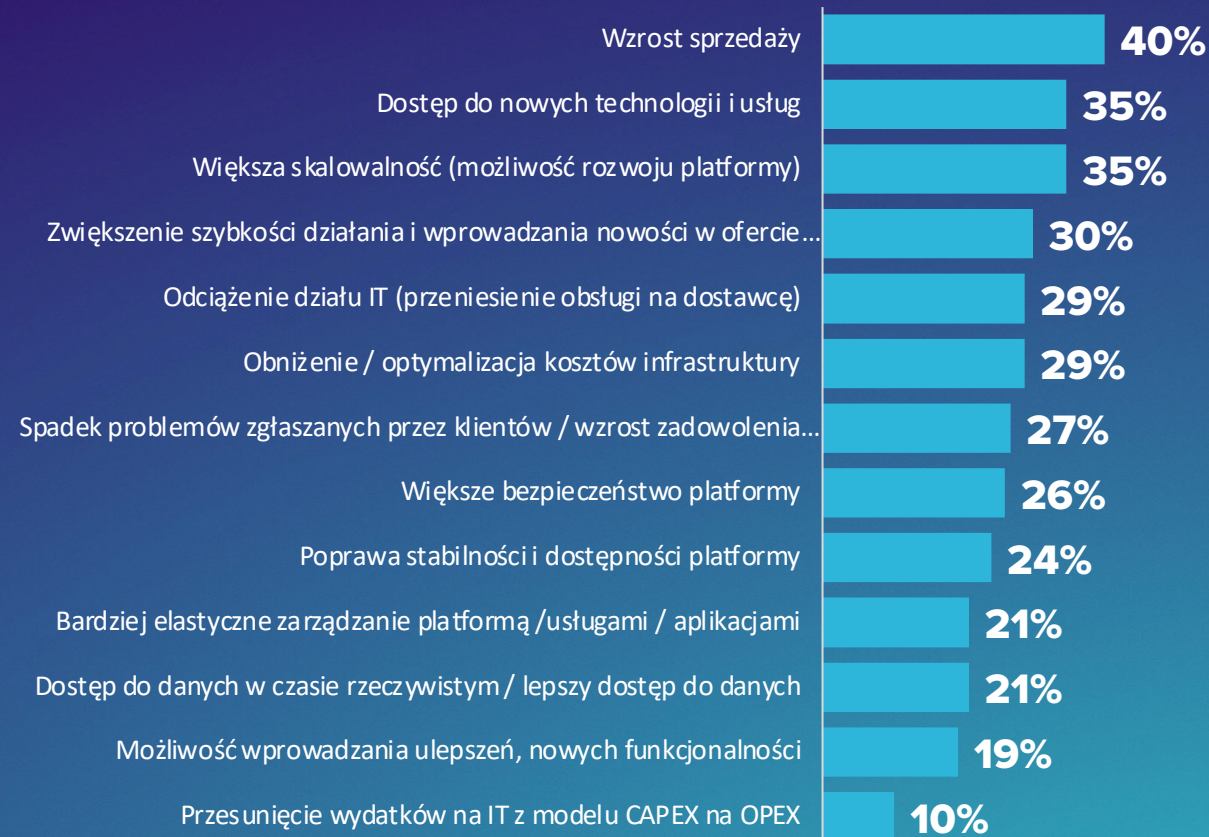
Patrząc na korzyści przez pryzmat technologii, respondenci najczęściej upatrują w chmurze szansę na **poprawę skalowalności infrastruktury** i szersze **możliwości rozwoju platformy** (35%), **dostęp do nowych technologii i rozwiązań** (35%), **większe bezpieczeństwo systemów informatycznych** (26%) oraz **poprawę stabilności i dostępności platformy** (24%).

Do korzyści biznesowych najczęściej zalicza się **możliwość zwiększenia wolumenu sprzedaży** (40% wskazań) oraz zwiększenia **szybkości działania i wprowadzania nowości w ofercie**, a więc krótszy time-to-market (30%).

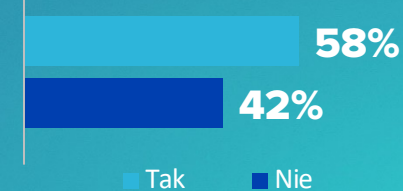
Wyniesienie systemów e-commerce do chmury przynosi również **korzyści operacyjne i finansowe** wynikające z odciążenia działu IT poprzez **przekazanie obsługi systemów zewnętrznemu dostawcy** (29%) oraz **obniżenie i optymalizację kosztów** zakupu i utrzymania infrastruktury (tyle samo wskazań).

Obecnie już **58% firm e-commerce korzysta z infrastruktury chmury publicznej** - zarówno od globalnych dostawców chmury Amazon, Microsoft, Google, jak i lokalnych dostawców takich jak Oktawave.

JAKIE WIDZISZ KORZYŚCI ZWIĄZANE Z PRZENIESIENIEM TWOJEJ PLATFORMY E-COMMERCE DO CHMURY?



CZY TWÓJ E-COMMERCE KORZYSTA Z INFRASTRUKTURY CHMURY PUBLICZNEJ (NP. AWS/AZURE (BEZ OFFICE 365)/GCP/DOSTAWCY LOKALNI JAK OKTAWAVE)?



KLUCZOWE FAKTY:

58%

firm e-commerce korzysta z infrastruktury chmury publicznej.

Najczęściej wymieniane korzyści z wyniesienia platformy e-commerce do chmury to możliwość zwiększenia wolumenu sprzedaży (40% wskazań) oraz zwiększenia szybkości działania i wprowadzania nowości w ofercie, a więc krótszy time-to-market (30%).

Choć chmura stanowi odpowiedź na wiele wyzwań branży e-commerce, to generuje też obawy o bezpieczeństwo (40%), wydajność rozwiązania (33%) oraz wysokie wymagania regulacyjne i prawne (33%).

KOMENTARZE EKSPERTÓW



Michał Goll

IT Support Manager, Cool Sport

Z chmury korzystamy już od kilku lat i po czasie widzimy same korzyści jakie są z tym związane. Przede wszystkim wdrożenie chmury zapewniło nieprzerwany dostęp do naszych serwisów dla klientów w Polsce i zagranicą co bezpośrednio przełożyło się na zwiększenie liczby zamówień.

Kolejnym bardzo ważnym dla nas atutem chmury jest jej skalowalność, dzięki niej jesteśmy w stanie szybko zwiększyć moc obliczeniową i zasoby potrzebne do obsłużenia większego ruchu na wszystkich naszych serwisach, który pojawia się u nas sezonowo.

Skalowalność chmury daje ogromne możliwości szybkiego rozwoju i ma również wpływ na spore oszczędności finansowe, gdyż dopasowujemy odpowiednią moc do obecnego środowiska bez utrzymywania niepotrzebnych zapasów sprzętowych.

Z kolei rozproszona sieć subregionów, zastosowanych w tej chmurze, zwiększa bezpieczeństwo danych, jak również zwiększa dostępność serwisów. Przenosząc nasze serwisy do chmury Oktawave odciążyliśmy również nasz dział IT, oddając utrzymanie systemów po stronie specjalistów Oktawave Support Premium.

Podsumowując, chmura to nowoczesne, zaawansowane technologicznie i bezpieczne środowisko IT dla każdego biznesu.

”



Maciej Kuźniar

COO, Oktawave

Jednym z największych wyzwań dla branży e-commerce w Polsce, w odniesieniu do wzrostu zamówień i wykorzystywanej infrastruktury technologicznej, jest zapewnienie dostępności systemów i ciągłości działania. Niemal połowa z nich doświadcza przestojów w działaniu platform sprzedażowych, a to z kolei oznacza wymierne straty.

Okazuje się, że zdecydowana większość e-sklepów nie jest w stanie oszacować, ile kosztuje godzina przestoju ich biznesu. Te, które potrafią to zrobić, szacują, że tracą nawet do 20 tysięcy złotych na godzinę.

Niewłaściwie dobrana i wdrożona infrastruktura rodzi również wyzwania takie jak brak elastyczności i bezpieczeństwa, wzrost wydatków na IT czy problemy z terminowym przetwarzaniem zamówień.

To właśnie w chmurze, dzięki dostępowi do nowych rozwiązań technologicznych, branża e-commerce najczęściej upatruje szersze możliwości rozwoju platformy, szansę na poprawę skalowalności infrastruktury i zwiększenie bezpieczeństwa systemów informatycznych, a co za tym idzie - poprawę dostępności usług i stabilności biznesowej.

”

Maciej Langman

CEO, Mobiltek

Zaskoczyło mnie podobieństwo między listą problemów wynikających z migracji do chmury (bezpieczeństwo, czas ładowania stron, nieaktualne stany magazynowe, wzrost wydatków na IT przy wzroście obrotów) a listą korzyści z migracji. Czyżby wiele projektów migracyjnych zostało po prostu źle przeprowadzonych?

Nie jest np. możliwe, że przy poprawnej migracji do właściwego dostawcy nie wzrośnie poziom bezpieczeństwa. Typowa firma e-commerce z własnym IT nie jest w stanie samodzielnie spełnić "złotych praktyk" bezpieczeństwa teleinformatycznego - monitoring 24/7 z ustaloną i wielokrotnie sprawdzoną procedurą reakcji na incydenty, pełna audytowalność działań w systemie, działające procedury disaster recovery. Ok. 40 proc. incydentów bezpieczeństwa pochodzi z wewnątrz firmy. Współpraca z zewnętrznym podmiotem zapewnia tu niezbędną drugą parę oczu. Być może dla wielu respondentów "migracja do chmury" oznaczała przeniesienie systemu z serwera w biurze do hostingu bez głębszej analizy. To niestety koreluje z informacją, że aż 48 proc. firm korzysta tylko z wewnętrznego IT i jego know-how.

Migracja do chmury to proces, który musi być wspierany przez zewnętrznych ekspertów. Nawet kilkutygodniowa współpraca pozwoli wyeliminować ryzyka i w pełni wykorzystać potencjał dostawcy. Stanowi też doskonałą okazję do przemyślenia strategii IT.

”



Adrian Mazurek

Head of E-commerce, TUI Polska

Skalowalność chmury obliczeniowej sprawia, że jest ona idealnym narzędziem do rozwijania sprzedaży w kanale e-commerce, którą cechuje skokowy napływ użytkowników.

Branża, w której działa TUI, cechuje się szczególną sezonowością, dlatego kilka lat temu zdecydowaliśmy się na migrację do publicznej chmury Oktawave. Zysaliśmy tym samym płynne, automatyczne dostosowywanie mocy obliczeniowej do bieżącego obciążenia i wygenerowaliśmy pokaźne oszczędności. Posiadamy dziś nowoczesne i wydajne środowisko dla naszych aplikacji.

Jak wynika z niniejszego badania, ponad połowa firm z branży e-commerce również zbudowała swoje zasoby w oparciu o rozwiązania chmurowe i w pełni wykorzystuje atrybuty chmury, takie jak skalowalność czy elastyczność.

”

Ireneusz Piecuch

Współzałożyciel i Starszy Partner w DGTL Kibil Piecuch i Wspólnicy S.K.A.

E-commerce i chmura obliczeniowa to udany związek. Początki były trudne, a kilka mocno nagłościonych wpadek tej pary sprawiło, że jak pokazują wyniki badania IDG, do dzisiaj potencjalni użytkownicy mają obawy o bezpieczeństwo (40 proc.) czy wysokie wymagania regulacyjne i prawne (33 proc.). Czy są to obawy uzasadnione? Nie do końca. Według badań Gartnera 95 proc. naruszeń bezpieczeństwa w chmurze obliczeniowej w roku 2020 zostało spowodowanych „czynnikiem ludzkim”, a nie kwestiami związanymi z wykorzystaną technologią.

Jeśli zaś chodzi o wysokie wymagania regulacyjne w odniesieniu do chmury obliczeniowej, to w obszarze e-commerce nie odbiegają one w istotny sposób od obowiązków administratorów systemów typu „on-premise” (za wyjątkiem może wątków związanych z przetwarzaniem danych osobowych poza obszarem Europejskiego Obszaru Gospodarczego). W ciągu ostatnich dwóch lat chmura obliczeniowa zyskała sobie polskie obywatelstwo w najtrudniejszym możliwym obszarze – obszarze administracji państwowej.

Jak pokazuje badanie, potrzeba będzie jeszcze sporo czasu i zapewne sporo przemysłanych działań edukacyjnych ze strony dostawców tej technologii, aby polscy przedsiębiorcy zaczęli traktować chmurę obliczeniową jak dojrzałe narzędzie ułatwiające ekspansję ich działań w obszarze e-commerce.

”



DZIĘKUJEMY

oktawave.com

+48 22 10 10 555

sales@oktawave.com