

Płatne czy darmowe?

Tomasz Wyrozumski
BMS Creative

Przyjemnie jest dostać coś za darmo – wiemy to od dziecka, kiedy pod choinką zjawiały się prezenty, kiedy otrzymywaliśmy je z różnych okazji, ciesząc się nimi i nie zastanawiając specjalnie, ile kosztowały, ani skąd dorośli wzięli na nie pieniądze. Przyjemnie było, prawda?

Dopiero kiedy sami staliśmy się dorośli, zrozumieliśmy, że tak naprawdę nie ma nic za darmo i już nikt nie pali się do tego, by nas obdarowywać. A jednak pozostała w nas tęsknota za dzieciństwem i kiedy taka lub inna światowa korporacja proponuje nam darmową aplikację, np. do obsługi poczty elektronicznej, kalendarzy, notatek, kontaktowania się z przyjaciółmi, przechowywania plików itp. znów powraca owa dziecięca radość. To przecież miło, że nas lubią! Gotowi są budować gigantyczne serwerownie, wydawać miliony dolarów na ich zasilanie i chłodzenie, no i oczywiście na tworzenie oprogramowania, a wszystko po to, by zrobić nam przyjemność...

No cóż, niektórzy przestali już wierzyć w Świętego Mikołaja, ale na pytanie z czego owe firmy czerpią miliardowe zyski, znajdują prostą i uspokajającą odpowiedź – z reklam. Jest to oczywiście prawda, tyle że nie taka prosta, ponieważ reklama w interaktywnym świecie Internetu jest czymś zupełnie innym, niż reklama w prasie, radiu, czy telewizji, a więc wszędzie tam, gdzie w rachubę wchodzi jedynie czysty broadcast, komunikacja w jedną stronę. Reklama nakierowana jest o niebo skuteczniejsza. Wystarczy przeanalizować nasze wpisy odpowiednim medium społecznościowym, by zaproponować nam właśnie te produkty, które naprawdę nas zainteresują i podnieść o rzędy wielkości efektywność działań marketingowych. Analizę oczywiście przeprowadzają maszyny posługujące się algorytmami sztucznej inteligencji, więc nikt, tzn. żadna ludzka istota nas nie śledzi, a ponieważ maszyny wciąż jeszcze nie myślą, więc to tzw. profilowanie nie budzi w nas poczucia szczególnego dyskomfortu. Przecież maszyna nie wyrobi sobie o nas złego zdania, nie obgada nas, ani nam nie zaszkodzi.

Czy jednak na pewno? No to prześledźmy prosty przykład. Wyobraźmy sobie sklepikarza, korzystającego z darmowej, internetowej poczty, podobnych kalendarzy i jeszcze paru innych przydatnych usług. Czy gdzieś daleko, w świecie ogromnych korporacji ktokolwiek zainteresuje się mailami tego szaraczka? Oczywiście, że nie! Ale jeśli szaraczków będzie więcej, to automatyczna analiza ich korespondencji pod kątem występowania określonych słów kluczowych w

powiązaniu z geolokalizacją może doprowadzić do tego, że tuż za rogiem niebawem otworzy się hipermarket! Przypadek? Nie! Korporacja, do której należy, kupiła owe analizy za ciężkie pieniądze, a zarobi na nich jeszcze cięższe i tylko sklepikarze nie będą szczególnie zachwyceni. Czy jednak powiążą ten hipermarket z ową darmową pocztą? A, to już całkiem inne pytanie...

Nie wchodząc w szczegóły, trzeba sobie uświadomić, że istnieje kilka głównych źródeł bezpłatnego oprogramowania. I tak, część została stworzona przez programistów hobbystów (lepszyc lub gorszych), którym po prostu sprawia przyjemność, że ktoś korzysta z ich twórczości i wcale nie oczekują z tego tytułu wynagrodzenia. Nie przesadzamy przy tym wcale, że takiego rodzaju oprogramowanie jest z gruntu złe – niekiedy współtworzą je całe grupy hobbystów, aż w końcu wychodzi z tego coś naprawdę ciekawego, jak chociażby znakomity system operacyjny Linux (ale o nim za chwilę). Odrębna kategoria, to oprogramowanie powstałe na różnego rodzaju wyższych uczelniach, bądź też w innych instytucjach i organizacjach, oprogramowanie dotowane przez rządy. Jako takie, zgodnie z prawem po prostu nie może być później sprzedawane, ponieważ, de facto, zostało już zakupione przez społeczeństwo i stanowi dobro ogółu. Następnie, możemy mieć do czynienia z reklamówkami, rozdawanymi przez komercyjne firmy do używania (niekiedy również komercyjnego), po to by zachęcić odbiorców do kupienia „czegoś więcej”, a więc na przykład rozbudowanych wersji, które już w pełni zadowolą przyszłych klientów. Bywa przy tym, że same owe reklamówki zaspokajają potrzeby odbiorców, zwłaszcza tych mniejszych, zaś twórcom pozostaje (dobrze skalkulowana) nadzieja, że mali kiedyś urosną i wtedy coś od nich kupią. Korzystajmy zatem, póki jesteśmy mali! Wróćmy jeszcze na moment do Linuxa, bo to akurat bardzo ciekawy przypadek. Stworzony właśnie hobbystycznie przez Linusa Torvaldsa system klasy UNIX przez długi czas rozwijany był przez grupy zapaleńców i traktowany bardziej jako ciekawostka, niż rozwiązanie do komercyjnych zastosowań (choć i takie już w początkowym okresie się zdarzały). Wiatru w żagle nabrał jednak dopiero wtedy, gdy postanowiły udzielić mu wsparcia dwa giganty informatyczne: najpierw Oracle, przystosowując doń swoje bazy danych, a później IBM, instalując go na swoich serwerach. W istocie nie było to zresztą specjalnie trudne, ponieważ z systemami klasy UNIX obie korporacje były już doskonale obeznane. Po co to jednak zrobiono? Odpowiedź jest nadzwyczaj prosta: aby uderzyć w Microsoft, który był wówczas już prawie monopolistą na rynku systemów operacyjnych, a przymierzał się do zmonopolizowania kolejnych obszarów informatyki. W każdym razie, w efekcie Linux okrzepł, ustabilizował się i stanowi obecnie doskonały, alternatywny do Windows, system operacyjny dla serwerów (ze stacjami roboczymi wyszło raczej tak sobie). A zatem, gdzie dwóch się bije, tam trzeci korzysta i, co by nie powiedzieć, z boju olbrzymów zwycięsko wyszły krasnoludki. Mamy więc na rynku darmowe serwery baz danych: PostgreSQL i MySQL, serwer HTTP Apache, systemy CMS i wiele, wiele innych, lepszych

lub gorszych rozwiązań, które funkcjonują i zapewne będą funkcjonować jeszcze długi czas. Odkrycie, iż da się żyć z informatyki, wynagradzając programistów tworzących oprogramowanie, a następnie rozdając je za darmo, nie jest jednak niczym szczególnym – w świecie „materialnym” też niejednokrotnie dostajemy to i owo za śmiesznie niską cenę (np. telefony komórkowe), a potem płacimy całkiem konkretne pieniądze za niezbędne dodatki (np. abonament). Warto w tym miejscu dodać, że istnieją nawet bezpłatne rozwiązania klasy CRM i ERP, choć w przypadku systemów tak mocno ingerujących w warstwę biznesową przedsiębiorstwa, ich dostosowanie do konkretnych potrzeb może okazać się nie lada wyzwaniem, przekraczając niekiedy koszt licencji i wdrożenia oprogramowania komercyjnego, nie mówiąc już o rozsądnych ramach czasowych. I jaki z tego wszystkiego wniosek? Niestety, podsumowując możemy jedynie stwierdzić, iż nie ma jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, czy warto korzystać z darmowego oprogramowania. Czasem tak, a czasem nie. W przypadku software'u płatnego wszystko jest przynajmniej jasne – z biznesowego punktu widzenia rządzi się on regułami podobnymi do każdego innego produktu, natomiast tu...

Świat, w którym obecnie żyjemy, tak właśnie działa, jednak jego funkcjonowanie zależy właśnie od nas, od naszej świadomości, od tego, czy będziemy naiwnie łakomić się na wszystko, co „bezpłatne”, czy też wreszcie uzmysłowimy sobie, że w świecie wirtualnym, podobnie jak w realnym, nie ma nic za darmo. Może więc lepiej zapłacić czasem świadomie konkretne, nie takie znów wielkie pieniądze, niż nieświadomie narażać się na całkiem niewiadome jeszcze koszty?