

Vendor lock-in



Vendor lock-in je naziv za odnos dobavljača i kupca u kojem je kupac u toj mjeri ovisan o dobavljaču da mu je raskid i prelazak drugom dobavljaču onemogućen ili jako otežan. Vjernost kupaca osigurava se metodama koje često nisu etične. Zato se i kaže da kupac "zaključan", zarobljen i ne može se izvući iz odnosa koji je uspostavljen na njegovu štetu. U najvećem broju slučajeva zakoni tržišta tu ne mogu pomoći, jer ako postoji alternativa, prelazak na nove dobavljače je težak, skup, pa je "isplativije" ostaviti sve kako jest.

Svaki trgovac želi prodati što više svojih proizvoda/usluga. Radi toga nastoji pridobiti nove kupce i zadržati postojeće. S druge strane, kupac želi izbor, konkurenciju među trgovcima, kako bi mogao odabrati odnos kvalitete i cijene koji mu odgovara. I naravno, platiti što je moguće manje. Trgovci se međusobno natječu obaranjem cijena, kvalitetom, stvaranjem prepoznatljive robne marke, "brendiranjem". Zato u cijeni proizvoda uvijek osim proizvodnih troškova kupac plaća i troškove marketinga, koji su u nekim primjerima vrlo visoki. Na primjer kod gaziranih pića navodno iznose više od polovine maloprodajne cijene.

Najlakše je zadržati kupce ako imate monopol. Tada kupci nemaju izbora. Nedostatak konkurencije ne stimulira razvoj i inovacije, pa se društva s monopolima sporije razvijaju. Mi stariji koji smo odrasli u socijalizmu nemamo razvijen strah od monopola. Mnoge tvrtke u državnom (pardon, društvenom) vlasništvu imale su monopol, ali kako se nisu ponašale tržišno i cilj im nije bio profit, svoje su usluge nudili ispod ekonomskih cijena. Kućanstva su navikla na jeftinu struju, plin, pitku vodu, javni prijevoz. To nije bilo ekonomski održivo, pa su prelaskom na kapitalizam sve te usluge poskupile, dok se istovremeno na tržištu razvija konkurencija među ponuđačima. Da kod nas postoji pravo slobodno tržište, brzo bismo shvatili koliko su monopoli opasni.

Naftne tvrtke u SAD početkom 20. st. kontrolirale su cijeli proizvodno prodajni lanac, od vađenja nafte, prerade, do maloprodaje krajnjim kupcima. Za prijevoz su koristili privatne željezničke kompanije, namećući im niske cijene usluge. Ako bi se neki prijevoznik pobunio, raskinuli bi ugovor i doveli ga do bankrota, nakon čega bi kupovali takve tvrtke i sami prevozili gorivo. Praktički su sami kontrolirali cijeli proces i određivali cijene kako im je najbolje odgovaralo. Jedino je država bila dovoljno moćna da im se suprotstavi i regulacijom omogući djelovanje tržišta. Iz tog se primjera vidi kako veliki mogu izigravati pravila tržišne ekonomije čak i kad imaju konkurenciju. Pronalazili su nove načine izigravanja pravila, na primjer sklapanjem tajnih saveza među konkurentima kako bi dijelili tržište i formirali cijene. Zato je tu neophodna država, koja mora regulativom spriječiti "nasilničko" ponašanje moćnih kompanija i osigurati poštenu tržišnu utakmicu.

Današnji se svijet brzo mijenja. Tržište postaje globalno, konkurencija sve veća, vlada hiperprodukcija, pa je trgovcima sve teže prodavati. Razvijaju se nove taktike privlačenja i zadržavanja kupaca. Najočigledniji primjer su popusti, kada kupci hrle iskoristiti povoljne prilike. Nastaje nova psihologija kupovanja, više nije važno koliko smo potrošili nego koliko smo uštedili!

Jedna od popularnih taktika zadržavanja kupaca su programi vjernosti. Trgovci stvaraju svoje klubove potrošača. Na blagajni vam nude ućlanjenje, daju vam karticu s kojom ostvarujete popuste. Popusti su često kumulativni, morate potrošiti određen iznos da biste onda pri nekoj narednoj kupovini dobili popust. Potrošači naivno kažu kako dobiju popust od 15%, zaboravljajući da su prije toga već potrošili poprilično kako bi se kvalificirali. Većina i ne zna zbrojiti sve kupovine i izračunati koliki je stvarni popust. Trgovac popust daje iz svog budžeta za marketing, umjesto da plaća reklame

medijima, spušta cijenu svojim vjernim potrošačima. A kupac tada manje kupuje kod konkurencije, privučen uštedama. Pri tom mu se nudi i mogućnost igre, skupljanja markica i naljepnica s kojima može osigurati velik popust pri kupovini odabranih proizvoda (koji mu često i ne trebaju, ali kako odoljeti tako niskoj cijeni!?).

Teško je zamisliti *vendor lock-in* kad se radi o prodaji prehrambenih proizvoda, jer tu postoji ogromna konkurencija: Snabdjeti se možete u domaćim i stranim trgovačkim lancima, ili pak u bezbrojnim malim "susjedskim" dućanima. No kad se radi o proizvodu kao što je softver, pogotovo operacijski sustavi, kupci nemaju velik izbor. Na tržištu operacijskih sustava za stolna računala Microsoftova dominacija je tolika da nalikuje monopolu. Kod mobilnih uređaja veća je konkurencija i veća mogućnost izbora, kao i na serverskom tržištu, uz izuzetak superračunala gdje uvjerljivo dominira Linux. No po čemu se monopol Linuxa razlikuje od monopola Windowsa? O tome malo kasnije.

Na Wikipediji pod naslovom *Vendor lock-in* možemo pronaći ovaj citat:

Microsoftov manager za razvoj jezika C++ u internom dopisu Billu Gatesu 21. veljače 1997. piše: "Windows API je toliko sveobuhvatan i toliko učinkovit da bi većina nezavisnih proizvođača softvera bila luda da ga ne koristi. Toliko je duboko ugrađen u izvoni kod mnogih Windows aplikacija da bi troškovi prilagodbe za drugi operacijski sustav bili ogromni. Upravo su ti troškovi prelaska dali našim korisnicima strpljenje da ostanu uz Windowse usprkos svim našim pogreškama, bagovitim progonskim programima, visokom ukupnom trošku korištenja (TCO), našem povremenom nedostatku vizije i usprkos mnogim drugim teškoćama. [...] Kupci neprestano procjenjuju druge desktop platforme, ali zamjena bi tražila previše napora i truda, tako da se radije nadaju da ćemo poboljšati Windowse nego da ćemo ih natjerati na promjenu. Ukratko, bez ove ekskluzivne franšize zvane Windows API odavno bismo bili mrtvi. [...] Microsoftov aplikacijski softver omogućuje lock-in korištenjem vlasničkih datotečnih formata. Microsoft Outlook koristi vlastiti, nedokumentirani format za spremanje podataka. Sadašnje verzije Microsoft Worda uvode novi format MS-OOXML. Konkurencija radi toga lakše kreira dokumente kompatibilne s Microsoft Officeom, da se ubuduće smanji lock-in. Microsoft je objavio potpun opis datotečnih formata za ranije verzije Worda, Excella i PowerPinta u veljači 2008."

Citat je iskorišten u odluci Europske komisije u kojoj osuđuje Microsoftovu poslovnu praksu. Sjećate se tužbe koju je Europska Komisija pokrenula i dobila tvrdeći da Microsoft zloupotrebljava svoj dominantni položaj na tržištu? Citatu nije potreban komentar, mislim da će svakom sistemcu biti jasno kako je Microsoft izgradio vlastiti zatvoren svijet i vezao kupce za njega. U isto vrijeme, s vremenom je morao popustiti i prihvaćati otvorene standarde. Čovječanstvo neizbježno napreduje, pa insistiranje na autizmu, negiranje otvorenih standarda i softvera otvorenog koda, kao i pojava mobilnih uređaja nagrizaju Microsoftov PC-centrični pogled na svijet. Tu su i cloud tehnologije, koje smanjuju potrebu za osobnim računalima, pa je Microsoft bio prisiljen prenijeti Windowse na mobilne platforme. Ako se ne prilagode, pretvorit će se u dinosaure. Radi toga nova uprava izbacuje slogan "Microsoft voli Linux". Naravno, ta će ljubav biti u formi koja odgovara Microsoftu, zasada se olakšava izvođenje virtualnih Linuxa na Microsoftovoj virtualizacijskoj platformi.

Ne radi se tu samo o Microsoftu. Apple je vezao muziku koja se kupuje u njihovom web dućanu za svoje uređaje, radi čega su protiv njega dignute tužbe, a Norveško društvo za zaštitu potrošača ustvrdilo je da *iTunes Music Store* krši norveške zakone. Sličnu priču imamo s proizvođačima printera koji bi htjeli da kupujemo samo njihove boje i tonere. Mobiteli su koristili čudne konektore za punjače, a često su ih i mijenjali, tako da smo punjače morali bacati pri zamjeni mobitela. Ono što je danas normalno, da svi koriste micro USB format kao standard, tada je izgledalo kao utopija. Objektivni za fotoaparate imaju različite navoje kako se ne bi mogli montirati na aparate drugih proizvođača, pa čak i na druge modele istog proizvođača.

Sve nas ovo još jednom podsjeća na važnost javnih, otvorenih standarda. Zamislite da su TCP/IP vlasnički protokoli jedne tvrtke i da samo njihovi uređaji rade na Internetu! Apsurdno, zar ne? Ali nije toliko očigledno apsurdno to što se MS Office opire podržavanju otvorenih formata?! Što će biti s tim dokumentima nakon nekoliko stoljeća, hoće li ih arhivisti budućnosti moći čitati kad više ne bude Microsofta?

U knjigama koje se bave ekonomijom Bill Gates i Microsoft navode se kao primjer izgradnje

uspješnog biznisa na proizvodu lošije kvalitete. Apple, koji je imao za ono vrijeme superioran OS i PC, dakle bolji proizvod, nije uspio osvojiti tržište. Priliku za to iskoristio je kasnije svojim mobilnim uređajima. Tržište očigledno ima svoje zakonitosti. Odličan proizvod nije sam po sebi dovoljan da bi se izgradio uspješan biznis, za to su potrebne neke druge vještine. Zanimljivo je da se u knjigama koje savjetuju kako biti uspješan u biznisu tvrdi da je upravo nesebičnost i dijeljenje s drugima bolji način izgradnje biznisa i lakši put do stjecanja bogatstva. Uspjeh ne možeš izgraditi sam, nego samo pomažući i drugima da uspiju!

I tu smo došli do posve nove paradigme koja nastaje pred našim očima. U globaliziranom svijetu razvija se nova vrsta ekonomije, takozvana sharing ekonomija. U prenapučenom svijetu sa zakrčenim cestama apsurdno je da svatko ima više kuća, automobila... Zato je u gradovima isplativije dijeliti stvari nego posjedovati vlastite. U Zagrebu se iznajmljuju bicikli za vožnju po gradu, a odnedavno možete s prepaid karticom uzimati s parkirališta električne automobila i plaćati vožnju po kilometru. Sharing ekonomiju omogućuje tehnologija, Uber ne bi bio zamisliv bez pametnih telefona. Mijenja se bankarstvo, način plaćanja u trgovinama i online... Sve se mijenja, pa tako i tvrtke koje su konkurenti na tržištu prihvaćaju otvoreni kod i otvorene standarde kao novi model poslovanja. Na tome se može zarađivati, jer otvoreno i slobodno nije isto što i besplatno.

Dakle činjenica da Linux OS ima monopol na tržištu superkompjutera nema isto značenje kao činjenica da Microsoft vlada desktop platformom. Prevlast nije postignuta trikovima i zatvorenim, nedokumentiranim formatima. Naprotiv, postignuta je pomoću otvorenog koda i otvorenih standarda.

Slobodni softver prevladava i na tržištu cloud usluga, međutim i tu je moguć *vendor lock-in*. Korisnici se žale da kad odluče promijeniti dobavljača imaju problema s izvlačenjem i prijenosom podataka. Često je potrebno podatke vratiti nazad korisniku, pa ih onda seliti u novi cloud. To poskupljuje i otežava zamjenu dobavljača. Korisnicima se savjetuje da prije sklapanja ugovora za korištenje cloud usluga provjere nudi li pružatelj usluge alate za prijenos velikih količina podataka, ali i nove tehnologije upravljanja oblakom kao što je **Cloud Data Management Interface** (CDMI) standard. Tako dolazimo do zaključka da je za tango potrebno dvoje, odnosno da za *vendor lock-in* barem dio krivice snose i sami kupci, koji naivno ulijeću u zamku bez dugoročnog planiranja. A to nas dovodi do pitanja da li se pri donošenju odluka i sklapanju ugovora uopće pitaju informatičari, međutim to je tema za jedan drugi osvrt.

Ekonomija dijeljenja već je započela mijenjati svijet, a čini mi se očiglednim da je softver otvorenog koda bolje prilagođen takvom okruženju. To ne znači da će nestati vlasničkog, zatvorenog koda. Neće nestati ni *vendor lock-in*, ali s tržišta ga mogu zajednički eliminirati državna regulativa i osviještenost kupaca koji neće olako sklapati ugovore s dobavljačima. Tako će se možda jednog dana i tržište softvera razviti do te mjere da počne nalikovati maloprodaji prehrambenih proizvoda. Hoće li i Microsoft uskoro početi nuditi **cashback** svojim vjernim kupcima? :)

pet, 2016-05-13 16:48 - Aco Dmitrović **Kategorije:** [Kolumna](#) [1]

Vote: 0

No votes yet

Source URL: <https://sysportal.carnet.hr./node/1644>

Links

[1] <https://sysportal.carnet.hr./taxonomy/term/71>