

## Otwarte standardy: wspólne wyzwanie dla przedsiębiorstw teleinformatycznych

ANI NOWOCZESNY BIZNES, ani administracja publiczna, ani osoby indywidualne nie są dziś w stanie obyć się bez technologii teleinformatycznych. Rynek oprogramowania zalewa więc coraz większa liczba produktów, które jednak niejednokrotnie nie są w stanie ze sobą współpracować. Jeżeli jeden program ma dobrze współdziałać z innym, oba muszą być zgodne ze wspólnym protokołem, interfejsem lub formatem danych (czyli standardem). By zapewnić zgodność programu z określonym standardem, producent musi mieć dostęp do specyfikacji tego standardu, zawierającej wszystkie konieczne informacje techniczne.

Dostępność specyfikacji istotnych standardów jest zatem kluczową kwestią dla przedsiębiorców na rynku nowych technologii. Mowa tu zarówno o dostępności w sensie faktycznym (a zatem możliwości zapoznania się ze specyfikacją), jak również w sensie prawnym (czyli o uprawnieniach do wykorzystania specyfikacji w produkcji własnych programów).

Niestety, wąsko pojmowany cel działalności gospodarczej może skłaniać producentów do forsowania własnego, zamkniętego standardu. Ich producenci zachowują standard w tajemnicy przed konkurentami, a po uzyskaniu istotnej pozycji na rynku czerpią zyski z licencjonowania dostępu do specyfikacji lub wręcz odmawiają tego dostępu, umacniając swoją pozycję dominującą. W efekcie dochodzi do zakłócenia wolnej konkurencji i uzależnienia użytkowników od konkretnych dostawców. Dominacja technologii opartych na niedostępnych, zamkniętych standardach prowadzi też do negatywnych konsekwencji dla postępu technologicznego. Otóż firma chroniąca zamknięty standard nie jest zwykle zainteresowana wprowadzaniem istotnych innowacji, dopóki nie uzyska satysfakcjonującego zwrotu z inwestycji w produkcję starszej generacji. Użytkownicy z kolei nie mogą przestawić się na konkurencyjne (i bardziej innowacyjne) produkty bez ryzyka utraty interoperacyjności z dominującą technologią i związanych z tym kosztów. To powoduje, że inni producenci są istotnie ograniczeni w możliwości oferowania na rynku nowych produktów. Upowszechnienie zamkniętego standardu pozwala jego właścicielowi osiągać zyski społecznym kosztem zahamowania rozwoju i monopolizacji rynku. Takie działanie jest wyrazem braku poszanowania dla idei CSR.

Zamknięte standardy nie są jednak nieuniknioną porażką wolnego rynku. Można podać wiele przykładów współpracy pomiędzy konkurentami mającej na celu wspólne opracowanie specyfikacji standardów, które są następnie udostępniane zarówno w sensie faktycznym, jak i prawnym (czyli stanowią tzw. otwarte standardy). Najbardziej spektakularnym przykładem jest zestaw protokołów internetowych i w ogóle architektura internetu, dzięki którym każdy przedsiębiorca może nie tylko podłączyć się do tej sieci, ale również oferować na dowolnym jej poziomie nowe, innowacyjne usługi. Uzgodnienie otwartego standardu pozwala każdemu funkcjonować na rynku, a jednocześnie nie ogranicza rozwoju technologicznego i odsuwa widmo monopolu. Wsparcie dla otwartych standardów można zatem rozumieć jako przejaw przemyślanej strategii CSR.

Znaczenie otwartych standardów dla CSR uwidacznia się nie tylko w relacjach pomiędzy konkurentami, lecz przede wszystkim poprzez zmianę relacji producenta z użytkownikami. Użytkownik technologii opartej na zamkniętym standardzie traktowany jest jak bierny konsument, którego decyzje zakupowe są kontrolowane przez uzależnienie go od zamkniętej technologii. Natomiast użytkownicy wybierający standardy otwarte to osoby świadome znaczenia swobody wyboru i elastyczności rozwiązań dla ich własnego biznesu. Celem relacji z takimi użytkownikami nie jest krótkoterminowy zysk, lecz właśnie wzajemna odpowiedzialność. Okazuje się, że największe sukcesy na rynku otwartych standardów odnoszą producenci zdolni do stworzenia wraz ze swoimi konkurentami i użytkownikami dobrze funkcjonującej społeczności.

Otwarte standardy nie powstają jednak same z siebie. Warunkiem koniecznym jest świadomość konkurencyjnych przedsiębiorstw o atrakcyjności biznesowej modelu, w którym każdy ma równe szanse. Nie ma przecież obowiązku współpracy pomiędzy konkurentami, a zwłaszcza obowiązku wzajemnego ułatwiania sobie działalności. Nie ma też obowiązku traktowania użytkowników jak równorzędnych partnerów.

---

**KRZYSZTOF SIEWICZ**, prawnik w departamencie prawa własności intelektualnej kancelarii prawnej Grynhoff Woźny Maliński, doktorant Leiden University w Holandii