

Trenger du en Open Source strategi?

“Når tiden er moden, verken før eller siden, vil flere individer – uavhengig av hverandre – komme opp med den samme idéen eller oppfinnelsen.” Denne ‘doktrinen’ er like gammel som den er generelt akseptert – til tross for at den etter all sannsynlighet er feil. Oppfinnelser og idéer oppstår kontinuerlig, og forsvinner som regel like fort – enten fordi de var dårlige, eller fordi tiden ikke var riktig.

Den ikke ukjente Michelangelo hadde for eksempel de mest bemerkelsesverdige idéer tidlig på 1500-tallet, mange av dem flere hundre år før siden tid. Multikunstner som han var, kunne han også dokumentere idéene, om samtiden var aldri så uinteressert. Likevel er det slett ikke sikkert han var den første som hadde disse idéene.

Det er med idéer som med produkter: Det kreves mer enn en god idé eller et godt produkt for å finne veien inn i verdenshistorien. Markedsføring er like kritisk for idéer som for produkter, og tidspunktet likeså. Derfor er det slett ikke sikkert at Newton og Leibnitz er de egentlige oppfinnerne av algebra. Men gode ‘markedsførere’ var de uten tvil.

Uhemmet utveksling av idéer i hundrevis av år

Tilsvarende gjelder for Open Source. Mens det generelle markedet først nylig er blitt oppmerksomme på konseptet, og i mange tilfeller tilskriver dets opprinnelse til spesielle personer, leverandører eller produk-

ter, har åpen deling av idéer vært vanlig i hundrevis av år. Allerede på Michelangelos tid, da vitenskap, forskning og tilhørende metodikk først kom på banen, var slik deling en selvfølge. Faktum er at uten denne åpenheten ville vår tekniske og kulturelle utvikling aldri ha funnet sted, eller i alle fall skjedd med sneglefart.

Ikke minst i et slikt historisk perspektiv er det underlig at våre politikere, akademikere og kulturelle lederfigurer ikke engasjerer seg i større grad for å stoppe forsøkene på å legge lokk på fri utveksling av idéer, tanker og konsepter. Deler av IT-industrien, underholdningsindustrien og i betydelig

Hvem lager Open Source

For 5-6 år siden eller lenger var regelen at Open Source ble utviklet av frivillige – på fritiden. Mens dette fortsatt i betydelig grad er riktig, er bildet blitt langt mer sammensatt. I takt med at både store og små programvare-leverandører – fra IBM til norske TrollTech – har gjort Open Source til sitt levebrød, er det rimelig å anta at de fleste Open Source utviklere i dag får lønn for sitt arbeid.

Dermed er det også innlysende at en del av motivasjonsfaktorene bak Open Source-prosjekter er annerledes enn tidligere. Prosjekter som startes av individuelle frivillige – der Linux er det tradisjonelle eksemplet, og portal-produktet Plone et langt ferskere (se Mellvik-Rapporten nr. 124), kan det fortsatt hevdes at (mange av) utviklerne tar utgangspunkt i egne behov. Når vi kommer over til produkter som har vært kommersielle, men som er ‘åpnet opp’, blir forholdet mer sammensatt. Våre forventninger til kvalitet blir ikke dermed dårligere, men ett av argumentene for at kvaliteten blir implisitt god, er borte.

Uansett produktenes opprinnelse: Det er nødvendig å forstå hvordan Open Source utviklingsmodellen fungerer for å kunne evaluere produkter og kvalitetsparametre, og ikke minst ha riktige forventninger til support. Og nettopp support er blitt den viktigste inntektskilden for mange av organisasjonene som utvikler og leverer Open Source-produkter. Den nye forretnings-modellen er å gi bort produktene og deretter leve av support fra kunder som ønsker og trenger det, og ta med *goodwill* fra de som kun vil ha en gratistur.

Når det kommer til stykket er ikke nettopp denne modellen verken ny eller unik. Omtrent slik har blant annet printermarkedet fungert de siste årene: Utstyr av god kvalitet til noen få hundrelapper, og et ettermarked for rekvisita som er stort og lønnsomt.

grad verdens dominerende forlagshus kjører enorme lobby-kampanjer over store deler av verden for å sikre seg mot konkurranse. Programvare-patenter (se Mellvik-Rapporten nr. 123⁴) er kun én av brikkene i dette spillet, om enn trolig den viktigste for IT-markedet og utviklingen.

Ingen slipper unna

Mens denne kampen ruller videre, blir alle deler av IT-verden både mer oppmerksom på og mer avhengig av Open Source for hver eneste dag. Det IT-miljø – på leverandør- eller kundesiden – finnes knapt som ikke benytter Open Source-verktøy i en eller annen sammenheng. Produktene har i mange tilfeller 'sneket seg inn' bakveien, og inntatt mer eller mindre kritiske roller i kraft av sine egenskaper – uten å være del av noen plan eller strategi. Hos ISPer, ASPer og andre tjenesteleverandører er tettheten av Open Source-verktøy spesielt høy – godt ute av syne for kundene og med store gevinster både økonomisk og driftsmessig.⁵

For organisasjoner flest fungerer dette bra – i beskjedne skala og så lenge arbeidsstokk og kompetanse er stabil. Tiden er imidlertid i ferd med å renne ut for Open Source i 'liten skala'. Konseptet har forlenget fått en funksjonell spennvidde og en rolle i IT-hverdagen som gjør det uansvarlig å ikke ha en plan, en strategi eller i det minste klare meninger om hvor veien går: Produkter, tjenester, kompetansebehov, leverandører, grensesnitt, standarder, plattformer og så videre.

Motivasjonen er like enkel som den er innlysende: Ingen ønsker å betale mer enn nødvendig – uansett sammenheng. Og sjansene er beviselig store for at en rekke av tjenestene som i dag kjøres på tradisjonelle proprietære plattformer og produkter, kan flyttes til eller kombineres med Open Source – med høyere effektivitet og lavere kostnader som resultat. En slik mulighet har de færreste råd til å la passere, selv i et marked med IT-budsjetter som er altfor romslige.⁶

En strategi

En Open Source strategi kan være formulert i et kort avsnitt – eller i et dokument på flere sider. Kvalitet og viktighet er ikke proporsjonale med antall ord, men med hva som formidles. En enkel variant som "vår IT-plattform er Windows, alle verktøy, løsninger og applikasjoner skal støtte denne plattformen" er bedre enn ingen ting, fordi den etablerer klare retningslinjer. En tilsvarende Open Source variant kan være "vi prioriterer åpne standarder og benytter Open Source der det er faglig, teknisk og praktisk forsvarlig". Ingen av delene kan imidlertid kalles en strategi – blant annet fordi de ikke gir noen indikasjon om vår egentlige målsetting eller hvilke krav vi legger mest vekt på. Dessu-

4 Vi kommer også inn på kampen for og mot programvare-patenter i EU i neste utgave.

5 Siden brukermiljøene verken ser eller bryr seg om hvilken plattform som leverer tjenestene, får tjenesteleverandørene stor fleksibilitet i sin prissetting. Mens kalkulasjonene gjerne tar utgangspunkt i Windows-tjenere med tilhørende lisens- og maskin-kostnader, kan leverandørene levere identiske tjenester til en brøkdel av kostnaden.

6 Se leder i Mellvik-Rapporten nr. 123.

ten kan en plan eller strategi med fordel fortelle litt om bakgrunnen for de valg som er nedfelt.

Kun den første av de to har noen praktisk verdi i hverdagen, fordi den setter klare grenser for hva som kan velges. At det minner mer om et dekret enn en strategi er en annen sak.

Alltid bedre føre var

Hensikten med en Open Source-strategi må enten være å møte det voksende presset fra den kanten, eller å legge forholdene til rette for å utnytte mulighetene. Mangel på klare retningslinjer resulterer uten unntak i bortkastet tid og andre ressurser – for eksempel:

En driftsperson eller en gruppe skal evaluere nye verktøy eller løsninger i en eller annen forbindelse. De tar for seg både Open Source-alternativer og kommersielle produkter, og kommer etter grundig evaluering frem med en *short-list*. IT-sjefen drar på fisketur sammen med markedssjef for leverandør A, og blir overbevist om at Open Source er farlig, andre plattformer er kompliserende og Windows-alternativet er det beste. Mens det er mulig at en slik konklusjon er korrekt, er det innlysende at organisasjonen har kastet bort mye tid og at IT-sjefens overstyring er sterkt demotiverende for staben.

Kompetansefaktoren

Eksemplet bringer på bane et poeng som er uavhengig av strategi: Kompetanse. Uansett hvilke strategiske valg en IT-avdeling eller -gruppe gjør, blir den aldri bedre enn sin egen kompetanse og sin evne til å hente ekstern ekspertise når det trengs. Reell kompetanse – det vil si *forståelse av teknologi, arkitektur og sammenhenger*, er den største mangelvare i dagens IT-hverdag, og koster mer år om annet enn alle publiserte katastrofeprosjekter samlet.

Mangel på strategier og planer er en vesentlig årsak til denne kompetansebristen, fordi deres fravær gjør det umulig å bygge stabile fagmiljøer. Sammenhengen er lite kjent og enda mindre tatt hensyn til, og representerer i seg selv en mer enn god nok grunn til å sørge for at en velfundert plattformstrategi finnes. Og dersom plattformstrategien åpner for Open Source, er neste trinn å etablere en Open Source-strategi – som bør ha med i alle fall følgende elementer:

- ✓ Hvorfor Open Source er viktig for organisasjonen (overordnet målsetting, typisk én eller flere av økonomi, sikkerhet, fleksibilitet, valgfrihet i forhold til leverandører, etc.).
- ✓ I hvilke sammenhenger Open Source-produkter er aktuelle (eller eventuelt det motsatte, hvor de ikke er aktuelle).
- ✓ Standarder som gjelder, dataformater, krav til interoperabilitet.
- ✓ Krav til support, oppdateringsmekanismer, driftsverktøy, utviklingsverktøy etc.
- ✓ Krav til opplæring – av brukere og driftspersonell. Opplæringen er like viktig uansett plattform – Open Source eller ikke,

men får sjelden nok oppmerksomhet. I mange tilfeller kan en separat opplæringsplan være på sin plass, spesielt dersom sluttbruker-opplæring er nødvendig.

Mye mer enn Linux

Mens nettverks-tjenester har vært en både typisk og naturlig innfallsport for Open Source-verktøy siden midten av 90-tallet, er bredden i dag vesentlig større. Linux er ikke lenger en nødvendig ingrediens, fordi tilliten til og erfaringene med selvstendige Open Source-verktøy på andre plattformer er tilstrekkelig til at de klarer seg på egen hånd. Nærliggende eksempler er OpenOffice, som både i USA og Europa – spesielt i offentlig sektor – erstatter MS Office på Windows. Tilsvarende gjelder i enda større grad for Firefox vs. Internet Explorer.

På Windows-tjenere florerer Open Source-verktøy som Sendmail, Apache, Perl, PHP, Zope, Plone, Python og så videre. Og både Mac OS X og samtlige Unix-systemer på markedet (inklusive Microsofts Windows Services for Unix – Mellvik-Rapporten nr. 97 og 115) er proppfulle av Open Source-verktøy. Dette er i og for seg ikke noe nytt, men det er først de siste 2-3 årene at synligheten av verktøyene og deres opprinnelse er blitt tilstrekkelig til å feste seg i markedet. Open Source er blitt stuerent.

Denne utviklingen aksentuerer behovet for en Open Source strategi ytterligere. Det er ikke bare på maskinrommet og i infrastrukturen at slike verktøy spiller en rolle, men i voksende grad ute hos sluttbrukerne. Mens Linux' store inntog på bordflaten – som vi diskuterer på lederplass (side 2) – lar vente på seg, er situasjonen en annen for Open Source verktøy generelt. Ingen IT-avdeling med respekt for både seg selv og sitt ansvar kan la dette skje ukontrollert, og en strategi er det riktige stedet å starte.

Oppsummering

Presset fra markedet øker. Dersom Open Source er uønsket, er det nødvendig å gjøre dette klart snarest – og skriftlig. I motsatt fall er tiden moden, kanskje sågar overmoden, for en Open Source-strategi.

Det er i alles interesse å få formalisert forholdet til og bruken av denne kategorien hjelpemidler, som ikke kan unngå å fortsette sitt inntog i vår IT-hverdag. Samtidig er det også innlysende at Open Source-produkter ikke kan dekke alle behov en virksomhet har for IT-verktøy. Derfor vil vår fokusering på standarder, samspill og interoperabilitet aldri bli overflødig.

Vi kan oppsummere de viktigste motivasjonsfaktorene for etablering av en Open Source-strategi i følgende hovedpunkter:

- ✓ Klare retningslinjer og mål skaper ikke bare motivasjon i seg selv, men sørger for mer effektiv bruk av tid, spesielt i forbindelse med evaluering av nye produkter/løsninger.
- ✓ Open Source-produkter finnes i de fleste kategorier og for de fleste plattformer, og representerer ofte vesentlige kostnads-

besparelser i forhold til kommersielle alternativer. Disse besparelsene har ingen råd til å avvise uten videre.

- ✓ At Open Source-verktøy i kraft av sin tilgjengelighet, plattformuavhengighet og kvalitet, vil finne veien til både tjenere og sluttbrukere i alle fall, er intet argument for å hoppe over planlegging. Tvert imot: Ukontrollert bruk av verktøy er uønsket, uansett opprinnelse. Dessuten er planlegging en forutsetning for en optimal utnyttelse av såvel det funksjonelle som økonomiske potensiale i verktøyene.
- ✓ Standarder er selve grunnstammen for effektive, skalerbare og 'fremtidssikre' IT-systemer. Valg av standarder for organisasjonen hører ikke egentlig hjemme i en Open Source-strategi, men i et tilstøtende dokument. Poenget er at det finnes, og at innholdet harmonerer med andre IT-relaterte strategier, inklusive Open Source-strategien. ■