

till Sverige

Apple II. Senare med dator, Datum

speciell marknad användare. En favorit Apple framför 4th Di-

Apple kom med en relation ACIs chef tyckte delnastan fel-
are älskar Stockholm och andra Apple-

med med säger om är mark-
progr-
Pro, som
naren, lan-
generation
nya Mac-

System 7-versionen av Mac Write kommer att bjuda på avancerade funktioner för sidlayout och bjuda både Microsoft Word och det aviserade Word Perfect 2.0 hård konkurrens.
Nya Mac Draw Pro har fått 100 nya funktioner, framför allt för färghantering, ordbehandling och bildspel.
Leveranser blir det dock först i augusti.

-PÅR RITTSEL

la och kvalitet

dator. Det vet LEO

vet också att kvalitet
iktigt

omplett sortiment
ån XT till 486/33

rabba leveranser
ra support och service
kstäckande ÅF-nät

386SX/20 inkl låg-
lande EIZO-monitor
45 MB hårddisk
s från 19.200:-

kloms)
Data
Tel. 08-753 31 45
Fax 08-753 38 20
182 12 Danderyd

I Sverige fortsätter Olof Hesselmark hos Apple att hjälpa programutvecklare med 4th Dimension. Det finns flera hundra. Högsta har till exempel gjort sitt administrativa Mac-program med ACIs program.

Svenska ACI ska nu föra ut File Force till samtliga Mac-återförsäljare i landet.

Programmet ska då konkurrera med marknadsledande registerprogrammet Filemaker Pro från Apples programbolag Claris. Priset är detsamma, knappt fyra tusen.

Filemaker Pro har marknaden och kanske mer finesser, File Force har släktskapen med 4th Dimension som draghjälp.

PAR RITTSEL

Windows- fram dröjer

med med
säger
om är mark-
progr-

Pro, som
naren, lan-
generation
nya Mac-

System 7-versionen av Mac Write kommer att bjuda på avancerade funktioner för sidlayout och bjuda både Microsoft Word och det aviserade Word Perfect 2.0 hård konkurrens.
Nya Mac Draw Pro har fått 100 nya funktioner, framför allt för färghantering, ordbehandling och bildspel.
Leveranser blir det dock först i augusti.

-PÅR RITTSEL

Vem ska ta hand om nya teletjänsterna?

Teleföretagen finner nya samarbetspartners

Under större delen av 1980-talet har en omfattande analys pågått kring begreppet värdeadderade teletjänster, (Value Added Network Service, VANS). Det har skett både nationellt och internationellt, särskilt i de stora teleföretagens regi. Vad är det för en sorts värdeaddition? Hur väl kan sådana tjänster avgränsas från varandra? Vilka parter har naturliga intressen för att föra ut sådana tjänster på marknaden? Frågorna ställer Tomas Ohlin, telekommunikationsforskare.

VANS är kommunikationstjänster som använder telenät som bärare. Värdeadditionen brukar anses ha samband med olika sorters kompletterande datatjänster. Några exempel:

● Fax är bildkodad dokumentöverföring i friformat där värdeadditionen är mikrodatorstyrd.

● EDI (Electronic Data Interchange) är översändning av "formulärbundna" data (inköpsorder, fakturor m m) mellan två datasystem. Ifyllningen av data i "formuläret" sker automatiskt i avsändarföretagets datasystem. Värdeadditionen initieras i det avsändande datasystemet.

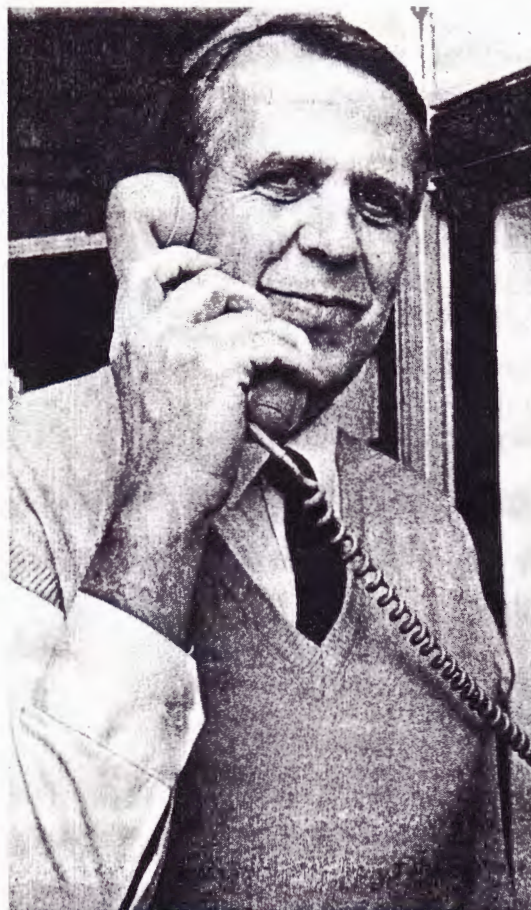
● Videotex är tekniskt väldefinierad kommunikation av sidbunden fritext och grafik mellan enkla terminaler, av typ Minitel eller TeleGuide, och olika databaser. Databasvärdarna hårbärger här värdeadderade tjänster som rör resor, teleköp, telexbank, nöjen m m.

● Meddelandesändning, elektronisk post och användning av telekonferenssystem, innebär användning av en rad administrativa hjälpmedel för att "förädla" översändning av vokala eller skrivna meddelanden.

● Videokonferensen är en sorts VAN där kommunikationen inte lika tydligt förädlas i dator. Man kan dock säga att värdeadditionen här sker i det organisatoriska system som utgörs av lokaler, videokameror, projektorer, ljudanläggning m m. Det är inte datoriserat, men ofta nära på.

Tillagd datakraft

Dessa exempel på värdeadderade tjänster är vart och ett något lunda värdefinierat. Det ena går, åtminstone än så länge, att skilja från det andra. Men det finns också tjänster som inte är lika tydliga till form. Vissa telefonitjänster är exempel på det. Vanlig telefo-



Idag domineras teleföretagens lönsamhet av telefoni och dataöverföring, med lågt tilläggsvärde. I morgon siktar man i ökande grad mot de många nya tjänsterna med högre grad av värdeaddition, skriver Tomas Ohlin.

Foto: LARS STRÖMBERG

ni kompletteras av många tilläggstjänster, mobil åtkomst, vidarekoppling, ljudmeddelanden, bakgrundsmusik m m. De är baserade på tillagd datakraft, men inte alltid lika väl avgränsbar.

Just gränsdragning omkring och mellan VANS har visat sig viktig. Exakt var sker värdeadditionen och vem har ansvar? Vem har de bästa marknadsförutsättningarna?

I analysen av telemarknadernas utveckling världen över har man allmänt fastslagit vikten av VANS. Ett viktigt skäl är naturligtvis de vidgade tekniska möjligheterna, med ISDN osv. Idag domineras teleföretagens lönsamhet av telefoni och dataöverföring, med långt tilläggsvärde. I morgon siktar man i ökande grad mot de många nya tjänsterna med högre grad av värdeaddition, har det sagts. Man förlitar sig på VANS i diskussionen om framtidens telemarknader. På senare tid har det dock



synsättet att se VANS som tekniska teletjänster börjat diskuteras. Ar värdeadditionen verkligen så stor att den kommer att räcka till för att generera en betydande del av teleföretagens kommande lönsamhet? Eller kommer telefoni och mer ren dataöverföring – de grundläggande tjänsterna – allfort att dominera? Och var hör då VANS hemma? Inom användarföretagen? Ar det i första hand fråga om värden för användaren? Ar lärarna i VANS i stället "vanlig" databehandling?

Det finns inga tydliga svar på det ännu. Men om det skulle vara så att marknaden visar sig efterfråga mer tillämpningsberedande VANS än man tidigare trott, då hör dessa tjänster or-

ganisatoriskt hemma närmare användarföretagen än hos formidlarna, teleföretagen. Det finns skäl som pekar i den riktningen. Några exempel:

● EDI kräver kunnande om de olika tillämpningsmiljöerna. Tillhandahållare av EDI-tjänster måste vara bransch-kunniga för att kunna anpassa data till rätt EDI-form och för att kunna lösa branschens praktiska kommunikationsproblem där de uppstår.

● Många videotexttjänster är till sin natur lokala tjänster. De replikerar på lokal kunskap, om affärer, resor, nöjen. Tillhandahållaren av tjänster i videotext behöver vara branschvis kunnig.

● Elektronisk post finner allier användare regionalt och lokalt, snarare än globalt. Det har samband med att man med elektronisk post ofta utbyter synpunkter på lokala frågor, mellan närbefinnande parter. Mer än 80 procent av all telefoni är lokal, och liknande gäller även lokala och skrivna meddelanden.

Bönders språk

Kort sagt, man måste kunna tala med bönders språk och med lärde män på latin.

Visst finns undantag från denna regel. Fax kanske kan vara ett sådant. Men ren fax har heller inte någon särskilt hög grad av värdeaddition. Det sker först när fax vidareförädlas, vilket kanske också kommer att ske branschvis.

Tecken finns alltså på att värdeaddition visar sig mer branschberoende än vad man hittills trott. Branschkunande finns i användarföretagen och hos branschspecialister. Hör därmed VANS också hemma där? Det skulle i så fall i högsta grad beröra våra teleföretag. Ska man där nöja sig med att verka som "type i carrier" (som japanerna säger), nätoperatör? Eller ska man söka nya former för att gå in på olika tillämpningsområden? En intressant modell är TeleGuide, det fascinerande videotextprojekt som inleddes inom kort i vårt land, och som blir årets händelse i data-Sverige. Har har den uppläggnings valts att televerket står för nätet, IBM för terminaltekniken och Esselle för tjänsteinnehållet. Det är en klok arbetsfördelning.

Det skulle inte förvåna om teleföretag världen över under 1990-talet ökande grad kommer att följa TeleGuides. I stället för att själv söka vara tilltäckande kan man alltså oftare komma att söka samarbete med representanter för branschvisa tillämpning-

ar.
TOMAS OHLIN
Fillic, forskare inom telekommunikationsområdet