

## Aplikacije m-poslovanja

ZVEZDAN B. STOJANOVIC, Slobomir P Univerzitet, Bijeljina,  
Bosna i Hercegovina  
DUŠAN R. SAVIĆ, Univerzitet u Beogradu,  
Ekonomski fakultet, Beograd

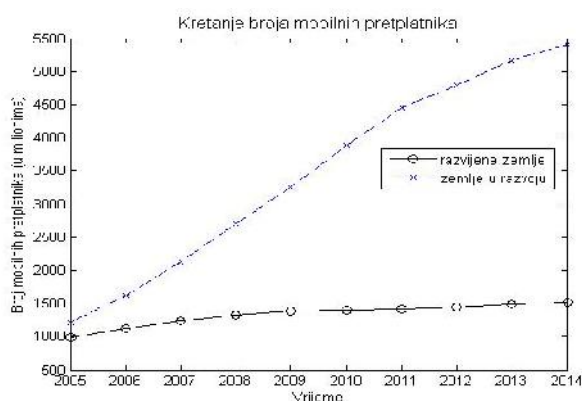
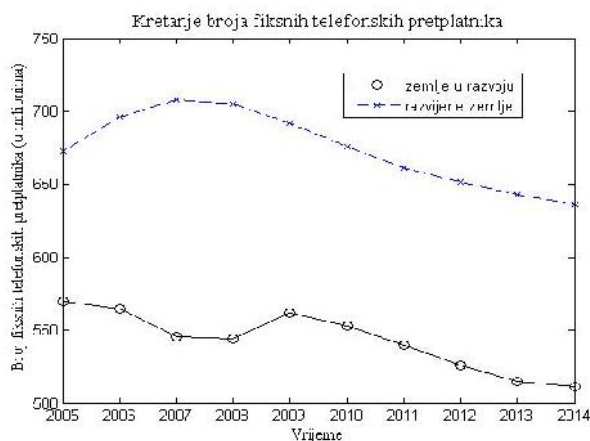
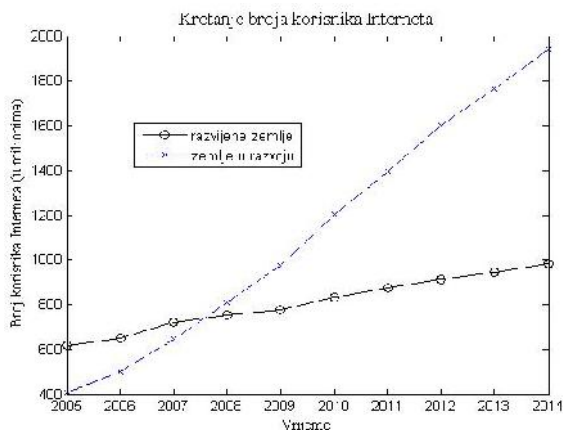
Stručni rad  
UDC: 621.396.21:339  
339:004.7  
DOI: 10.5937/tehnika1505870S

Broj korisnika koji pristupaju Internetu putem mobilnog uređaja je u neprekidnom porastu. Razlozi za to su višestruki: razvoj mobilnih mreža velikih protoka (3G, 4G), mogućnost pristupa informacijama bilo kad i sa bilo kojeg mjesta, mogućnost trenutnog povezivanja, veća raspoloživost informacija i sl. Preduslovi za ovo su bila ogromna ulaganja u razvoj mobilnih mreža i stalni razvoj novih aplikacija. Dugoročno gledano razvoj mobilnog poslovanja i njegova primjena od strane neke kompanije će ubrzo postati neophodnost i nešto što će povećati konkurentnost te kompanije. U radu su predstavljene neke aplikacije m-poslovanja za koje se predpostavlja da će širom primjenom mobilnih tehnologija velikih protoka postajati sve popularnije.

**Ključne reči:** m-poslovanje, aplikacije m-poslovanja

### 1. UTICAJ TEHNOLOGIJE NA FORMIRANJE POSLOVNE STRATEGIJE

Prema podacima Međunarodne unije za telekomunikacije (ITU-International Telecommunication Union), broj mobilnih i Internet korisnika na globalnom svjetskom nivou je u neprekidnom porastu, dok se broj fiksnih korisnika neprekidno smanjuje (slika 1). Budući da Bosna i Hercegovina, Srbija, ali i ostale zemlje regije pretenduju na učlanjenje u Evropsku Uniju (EU) bilo bi zanimljivo vidjeti i kakva je trenutno situacija u EU (tabela 1), [1], [2].



Adresa autora: Zvezdan Stojanović, Slobomir P Univerzitet, Bijeljina, Pavlovića put 76, Bosna i Hercegovina  
Rad primljen: 01.06.2015.  
Rad prihvaćen: 23.06.2015.

Slika 1 - Kretanje: (a) broja korisnika Interneta (b) broja fiksnih pretplatnika (c) broja mobilnih pretplatnika u razvijanim zemljama i zemljama u razvoju.

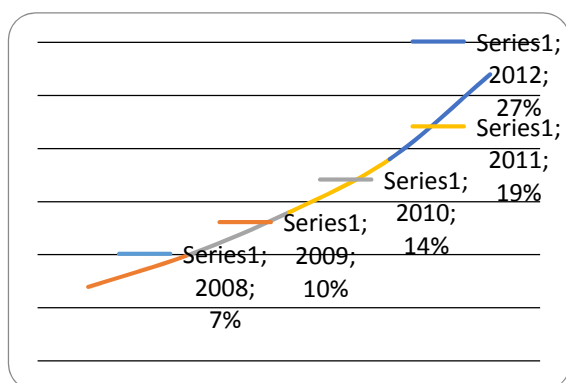
Tabela 1. Prihodi od telekomunikacionog sektora u EU

	Iznos rasta (2010/2011)	Iznos rasta (2011/2012)	Udio u prihodu
Fiksna telefonija, pristup Internetu i Internet servisi	-2,2%	-1,1%	39%
Fiksna telefonija			
Pristup Internetu i Internet servisi	-7,2%	-7%	24%
	2%	2,4%	19%
Mobilna telefonija i mobilni data servisi	-1%	0,4%	54%
Mobilna telefonija	-4,4%	-2,7%	34%
Mobilni data servisi	6,3%	6,3%	19%
Poslovni data servisi	0,3%	1,1%	7%
Telekomunikacioni servisi, sumarno	-2,2%	-1,1%	100%

Izvor: EU services based on EITO 2012

U tabelu 1 su uvršteni podaci iz Digitalne agende EU za period 2010-2013 god.

Kao što se vidi iz tabele 1, učešće mobilne telefonije i mobilnih servisa podataka u ukupnom prihodu od telekomunikacionog sektora je uveliko prevazišlo učešće fiksne telefonije i Internet servisa koje se obezbjeđuju putem fiksnih mreža, ali je u kontekstu ovog rada važnije to da se učešće mobilnih data servisa u ukupnom prihodu veoma brzo povećava, tako da će po nekim predviđanjima već 2018 god. prevazići prihode od mobilnih govornih servisa. To ćemo potkrijepiti sa činjenicom da se procenat korisnika koji pristupaju Internetu putem mobilnih uređaja neprekidno povećava (slika 2), [2].



Slika 2 - Porast broja korisnika koji pristupaju Internetu putem mobilnih mreža

Uređaji koji omogućavaju mobilnost korisnika su: mobilni telefoni (posebno brzo rastući segment "pa-

metnih" telefona), računari (laptopovi) i u novije vrijeme sve zastupljeniji segment tableta, koji imaju potencijal da u doglednoj budućnosti zamijene personalne računare.

## 2. MOBILNO POSLOVANJE I NJEGOVE PREDNOSTI

U [3] i [4] je napravljeno detaljno poređenje između e-trgovine i e-poslovanja i m-trgovine i m-poslovanja. Ovdje ćemo se samo ukratko osvrnuti na pojmove m-trgovine i m-poslovanja.

M-trgovina predstavlja svaku transakciju novčane vrijednosti koja je realizovana preko mobilne telekomunikacione mreže. U skladu sa ovom definicijom m-trgovina predstavlja podskup e-trgovinskih aplikacija, [4].

M-poslovanje predstavlja primjenu mobilnih tehnologija u poslovne svrhe, za pružanje usluga, trgovinu i obavljanje plaćanja, u svrhu efikasnijeg poslovanja. M-poslovanje je aplikaciona infrastruktura koja podržava poslovne odnose, prodaju usluga i informacija uz pomoć mobilnog uređaja. M-poslovanje predstavlja novi kanal za e-poslovanje koji nam sa obzirom na osjetljivost na vrijeme i lokaciju predstavlja novu priliku za kreiranje novih poslovnih procesa i poboljšavanje starih, [4], [5].

Mobilni uređaj se može prenositi na različite lokacije, pa se tu ogleda i prednost primjene tih uređaja za poslovne procese osjetljive na lokaciju, npr za hitnu pomoć, dostavu, terenske radnike, za zaposlene koji trebaju da obave posao van svog stalnog mjesta rada i potrebno im je dostaviti neku važnu informaciju i sl.

Primjena mobilnih tehnologija je važna i za prenos vremenski zavisnih informacija, jer je nekada pravovremena dostava informacija i reakcija u skladu sa njima od presudnog značaja.

Neke od glavnih prednosti primjene mobilnih tehnologija u poslovanju su:

- ispravnost odluka: na osnovu pravovremenih informacija (i na osnovu zadovoljavajuće količine informacija) klijent može donijeti ispravnu odluku;
- tačnost informacija: važno je da klijent u datom trenutku raspolaže sa najrelevantnijim informacijama;
- efikasnost poslovnih procesa: zahvaljujući činjenici da se sada informacijama može pristupiti u bilo kom trenutku, poboljšavaju se i ubrzavaju poslovni procesi, a samim tim i efikasnost;
- kompanije mogu odrediti koje informacije su potrebne klijentu u određeno vrijeme i na određenom mjestu;
- ekonomske mogućnosti i poboljšanja: budući da obezbjeđuju komunikaciju, pristup podacima i

obavještenjima u realnom vremenu, mobilne aplikacije služe kao podrška poslovnim procesima; putem mobilnih aplikacija terenski radnici mogu da dobiju ne samo asistenciju pri otklanjanju nekog problema iz sjedišta kompanije, nego mogu i da šalju narudžbu za nešto što im je potrebno; putem mobilnih tehnologija mogu se povezati kupci i prodavci širom svijeta, može se tražiti posao i sl;

- produktivnost: uvođenje mobilnih tehnologija doводи do mnogo tačnije projekcije potrebnih proizvoda i servisnih zahtjeva, lakšeg pronalaženje radne snage, smanjenja početnih ulaganja i operativnih troškova za preduzetnike, čini bližim mobilno bankarstvo, pojednostavljuje komunikacije i transakcije između prodavaca i kupaca;
- mobilni radnici: prema istraživanjima koje je sproveo IDC, broj mobilnih radnika koji pristupaju resursima kompanije je krajem 2010 god. bio jedna milijarda, a 2013-te 1,2 milijarde, što znači da je trećina radno sposobnog stanovništva ostvarivala pristup resursima kompanije putem mobilnih tehnologija, što je dovelo do povećanja efikasnosti, koordinacije i komunikacije u realnom vremenu;
- pretplatnički servisi: mobilno računarstvo omogućava pristup CRM-u sa praktično bilo koje lokacije; korisnici mogu otvarati nove račune, dobiti informacije o računima, obavljati plaćanja, čime se poboljšava nivo zadovoljstva korisnika, a i postiže veća ekonomičnost za kompanije;

### 3. NAČELA I MJERE KOJE JAČAJU STRATEGIJU M-POSLOVANJA

Budući da se strategija definiše kao skup tehnika s kojim se kompanija susreće u upravljanju poslovanjem, jačanju kompanije i suzbijanju konkurencije, to bismo mogli reći da je strategija za m-poslovanje skup tehnika koje pomažu preduzeću u prihvatnju mobilnih tehnologija s ciljem podrške cjelokupnoj poslovnoj strategiji preduzeća, [6].

Mobilno poslovanje jača poslovnu strategiju čitave kompanije povezujući upravljanje sa zaposlenima poslovnim partnerima, klijentima i dobavljačima.

Prilikom opredjeljivanja menadžmenta kompanije da li da pređe na primjenu mobilnih tehnologija mogu pomoći odgovori na sledeća pitanja:

- koliki je postotak mobilnih radnika koje kompanija zapošljava?
- jesu li klijenti mobilni?
- u kojoj mjeri su zahtjevi klijenata za informacijama i transakcijama osjetljivi na vrijeme i lokaciju?
- koliko je konkurenata prihvatilo bežičnu tehnologiju u svom poslovanju?

- u kojoj mjeri kupci i dobavljači koriste mobilnu tehnologiju u svom poslovanju?
- ima li kompanija pozitivan trend uvođenja novih tehnologija?

Ključna komponenta mobilne strategije jeste u određivanju potencijalnih prednosti koje kompanija može ostvariti. Očekivanja su da će prihvatanje mobilnih tehnologija povećati prihode (usljed povećanja efikasnosti procesa, unapređenje efikasnosti sredstava za rad i povećanja prodaje).

### 4. APLIKACIJE M-POSLOVANJA

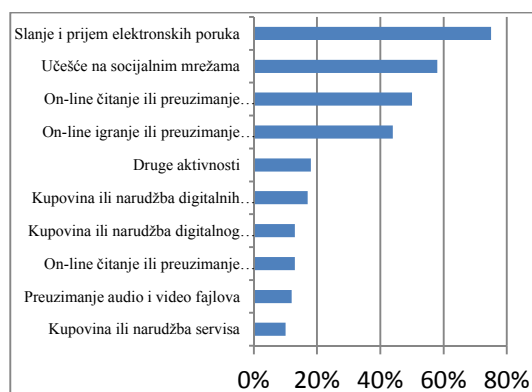
Upotreba mobilnih tehnologija daje klijentu više mogućnosti za pristup informacijama. Potrebno je, dakle, kreirati aplikacije koje će slijediti klijenta bez obzira na vrstu uređaja. Ono o čemu je potrebno voditi računa jeste dizajn klijentskog interfejsa i upravljanje aplikacijama koje treba biti u što je moguće manje koraka upravljanja. Jednostavnost korištenja i edukacija u primjeni m-poslovanja su ključne za uspjeh m-poslovanja, [6-8].

Prema [2], najčešće Internet aktivnosti putem mobilnih uređaja su date na Slici 3.

Na slici 5 su detaljno prikazane aplikacije m-poslovanja. Sa slike se mogu uočiti i koje tehnologije su potrebne za realizaciju pojedinih aplikacija m-poslovanja.

#### 4.1. Mobilni finansijski servisi

Mobilni finansijski servisi prikazani na Slici 5 su: mobilno bankarstvo, mobilno posredovanje (brokerske aplikacije), mobilno plaćanje, mobilni elektronski računi i mobilne platne liste.



Slika 3 - Internet aktivnosti putem mobilnih uređaja

Mobilno bankarstvo se smatra budućnošću bankarstva jer omogućava pristup putem mobilnih korisničkih uređaja osnovnim finansijskim servisima, čak i kada se nalazimo kilometrima daleko od najbliže banke ili kućnog računara. Pokretanjem mobilnih bankarskih rješenja i uspostavljanjem servisa koji će biti na raspolaganju bilo kad i bilo gdje, banke redukuju potrebu za fizičkom posjetom njihovih poslovnica. Mobilno bankarstvo se može definisati kao upotreba

mobilnih uređaja od strane korisnika i za pristup i upravljanje finansijskim servisima koje pružaju banke, kreditne unije, posredništva ili drugi provajderi finansijskih servisa.

Mobilno bankarstvo je podskup *on-line* bankarstva, servisa koje danas pruža većina banaka u Evropi. Osnovni motiv za uvođenje m-bankarstva sa stanovišta banke jeste stvaranje novog distribucionog kanala i dalje smanjenje troškova, budući da svaka transakcija koja se odvija preko Interneta dovodi do uštede.

Dvije najpopularnije platforme koje se koriste kod m-bankarstva su SMS-bankarstvo i WAP bankarstvo, pri čemu je većina starijih bankarskih aplikacija ralizovana putem SMS-a, a novijih putem WAP-a (Wireless Application Protocol).

Poređenje mobilnih bankarskih servisa koji su na raspolaganju kod SMS (Short Message Service) i WAP platforme je dato u tabeli 2.

Tabela 2. Tipični mobilni bankarski servisi

Servisi	SMS	WAP
Provjera stanja na računu	Da	Da
Transakcioni upit	Ograničen	Da
Pregled poslednje obavljene transakcije	Da	Da
Provjera statusa broja čeka	Ne	Da
Transfer sredstava sa jednog računa na drugi	Ograničeno	Da
Zahtjev za izjavom o transakciji	Da	Da
Zahtjev za čekovnom knjižicom	Da	Da
Otkazivanje zahtjeva za uslugom	Ograničeno	Da
Provjera stanja servisnog zahtjeva	Ne	Da
Provjera lozinke	Da	Da
Provjera informacije o kreditnoj kartici	Ne	Da
Održavanje računa i administracija	Ne	Da

Mobilne brokerske aplikacije (mobilno posredovanje) imaju potencijal da postanu jedna od najvažnijih aplikacija m-poslovanja. Njihova nezavisnost od vremena i lokacije pristupa servisu pruža nekoliko ključnih prednosti njihovim korisnicima:

- primaju pravovremenu informaciju o kretanju cijena;
- primaju poruku o narudžbi;
- provjera kvota;
- kupovina i prodaja zaliha.

Pravovremeno dobijanje informacija i reagovanje u skladu sa njima može biti ključno prilikom donošenja odluka.

#### Mobilno plaćanje

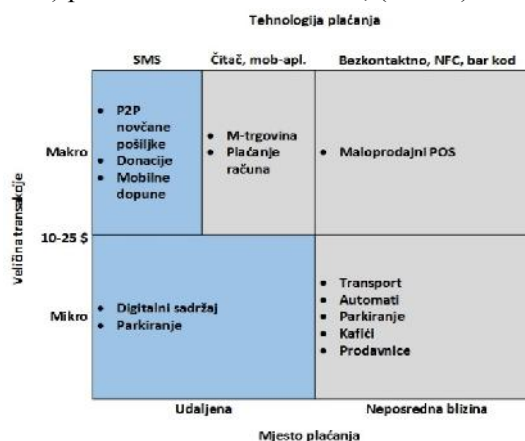
Kupci koriste mobilne uređaje za kupovinu proizvoda i servisa kao što su:

- muzika, video zapisi, on-line igrice, i sl;
- plaćanje u prevoznim sredstvima: autobusima, tramvajima, takse za parkiranje;
- bilo koje druge robe koja se fizički nalazi na lokaciji trgovca.

Mobilno plaćanje predstavlja prenos sredstava u zamjenu za proizvode ili servise u koje je funkcionalno uključen mobilni uređaj u izvršavanje i potvrdu plaćanja.

Kao što se vidi na slici 4, mobilna plaćanja se razlikuju po tehnologiji koja se koristi, veličini transakcije i udaljenosti između onog ko šalje zahtjev i primaoca zahtjeva (npr. maloprodajno mjesto, POS terminal), [9], [10]. Veličina transakcije ima takođe uticaj na izbor tehnologije mobilnog plaćanja. Mobilno plaćanje se prema veličini transakcije može svrstati u dvije kategorije:

- mikroplaćanje (za iznose od 10\$-25\$) je tipično za plaćanje tonova zvana, muzike, parkiranja, prevoza, računa u kafićima i sl;
- makroplaćanja (za iznose preko 25\$) je za sve ostale transakcije, kao što su P2P (Person-to-Person) prenos novčanih sredstava, (slika 4).



Slika 4 - Diferenciatori kod mobilnog plaćanja

#### Mobilni elektronski računi

Primanjem računa putem e-pošte ili na mobilni telefon, od recimo telefonske kompanije i potom njegovo plaćanje na neki način opisan ranije može predstavljati

prednost i za kompanije i za kupce. Za kompanije prednost je u tome što mogu uštediti značajna sredstva potrebna za štampanje papirnih računa i njihovu isporuku korisnicima, a za korisnike u tome što sada ne moraju ići na šaltere banke, pošte i sl. i plaćati te račune.

#### Mobilne platne liste

Neke kompanije nude svojim zaposlenima mogućnost da preuzmu platne liste putem elektronske pošte ili preko SMS-a na svoj mobilni telefon. Time kompanija koja recimo broji više zaposlenih može da postigne značajne uštede u pogledu nepostojanja potrebe za zapošljavanjem radnika koji će vršiti štampanje i distribuciju papirnih platnih listi.

#### 4.2. Mobilno reklamiranje

Mobilni ili bežični marketing je podskup e-marketinga i definiše se kao upotreba bežičnog medijuma za pružanje pretplatnicima personalizovanih informacija osjetljivih na vrijeme i lokaciju uz pomoć kojih se mogu unaprijediti proizvodi, servisi i ideje od čega imaju koristi sve zainteresovane strane.

Mobilni marketing se može posmatrati i kao aktivnosti koje su potrebne za komunikaciju sa pretplatnicima kroz upotrebu mobilnih uređaja da bi se promovisala prodaja proizvoda ili servisa i obezbijedile informacije o ovim proizvodima i servisima.

#### 4.3. Zabava

##### Mobilne igre

Mobilne igre su igre koje se igraju na mobilnom telefonu i one su već ili instalirane na njemu ili se njima pristupa preko bežične veze.

Mobilni uređaji imaju prednost nad drugim digitalnim uređajima kao sredstvo za igranje igara, jer su mobilni uređaji višefunkcionalni za razliku od specijalizovanih uređaja za tu namjenu i korisnik ih može nositi uvijek sa sobom, ma gdje da ide i može potencijalno pristupiti servisima bilo gdje da se nalazi, ako je ispunjen uslov zadovoljavajuće pokrivenosti teritorije mobilnim signalom.

Iako postoje izvjesna ograničenja mobilnih telefona, u pogledu veličine ekrana, brzine procesora, količine memorije i sl, mobilne igre imaju veliki potencijal zbog samog komfora koji pružaju korisniku.

Sa pojavom novih mreža sa velikim protocima (3G a od skora i 4G mreža), kao i tehnologija poput Java, operativnih sistema poput prvo Symbian-a, a potom Androida, postaju sve popularnije igre koje se sad mogu u razumnom vremenu preuzeti sa Interneta i instalirati na mobilni uređaj, bez bilo kakve potrebe za dodatnom interaktivnošću korisnika sa Internetom.

Unapređenja mobilnih telefona, mobilnih mreža (njihove rapoloživosti i brzine), aplikacija i sposobnost

da se obezbijedi inovativni oblik igara koji je u prethodnom periodu bio nezamisliv, ukazuju na smijer budućeg razvoja mobilnog igranja.

##### Mobilna muzika i video

Kao što je već rečeno, današnji mobilni korisnički uređaji predstavljaju spoj više uređaja: telefona koji služi za prenos govora i podataka, ali i audio plejera, foto aparata i video kamere.

Većina današnjih mobilnih telefona podržava MP3, neki i MP4 format audio zapisa, imaju veliku rezoluciju ekrana, veliki broj piksela senzora, velike interne (ali i eksterne memorije koje se proširuju dodavanjem SD kartica), tako da je kvalitet reprodukovano zvuka jako dobar, mogu se snimiti slike jako dobrog kvaliteta i video zapisi dugog trajanja, što naravno čini mobilni telefon još atraktivnijim za svakodnevnu upotrebu.

##### Mobilno klađenje

Mobilno klađenje postaje sve interesantnija aplikacija m-poslovanja, vremenski je zavisna i uključuje dosta novca. U Njemačkoj je na primjer, prva *on-line* loto kompanija, fluxx.com ponudila ovaj servis preko mobilnih terminala.

Mogućnosti klađenja su različite, recimo zanimljiva su klađenja na sportskim utakmicama i koja mogu početi i kasnije tokom meča, recimo koliko će neki tim izvesti kornera u određenom periodu utakmice i sl.

#### 4.4. Dobijanje informacija

##### Informacije mogu biti:

- opšteg tipa: današnja dešavanja, konverzija temperature (iz °F u °C), konverzija nekih nestandardnih mjera veličine, obavještenja o nekim događajima i sl;
- sportske novosti: rezultati utakmica, trka, atletskih takmičenja i sl;
- finansijske novosti: stanje zaliha, konvertor valuta, dnevni kursevi valuta;
- zabava: horoskopi, rođendani, šale, rezultati lotoa, binga, muzika, trač rublike;
- programske informacije: kino i pozorišnih predstava.

#### 4.5. Mobilna kupovina

Primjena mobilnih tehnologija i mobilnih uređaja omogućava korisniku izvršenje transakcija bez obzira na vrijeme i mjesto gdje se trenutno nalazi. Najpoznatiji oblici mobilne kupovine su:

- mobilna maloprodaja: kombinovanjem ovog servisa sa informacijom o trenutnoj lokaciji korisnika dobija se atraktivan servis; recimo prilikom naručivanja pice, prodavac zna automatski gdje da je isporučiti;

- mobilno rezervisanje i kupovina karata za utakmice, pozorišne predstave, koncerte, za prevozna sredstva (avionske karte, karte za autobus i voz);
- mobilne aukcije: pošto se one sprovode u realnom vremenu, to učestvovanje u njima putem slanja poruka ne dolazi u obzir, ali od pojave GPRS-a, a pogotovo novijih tehnologija prenosa podataka kakve su EDGE i UMTS koje omogućavaju online prisutstvo na Internetu, ovaj servis će dobiti još više na značaju;
- mobilne rezervacije: rezervacija mjesta u restoranima, hotelima; ovaj se servis može učiniti još atraktivnijim povezivanjem sa lokalizacionim mogućnostima mobilnog uređaja, čime će on postati blizak servisu mobilnog reklamiranja; naime, poznavanjem trenutne lokacije korisnika, njemu se mogu poslati ponude hotela i restorana koji su najbliži njegovoj trenutnoj lokaciji.

#### 4.6. Mobilne poslovne aplikacije

Mobilna CRM rješenja za male i srednje kompanije

Mobilno CRM (Customer Relationship Management) rješenje omogućava da se krajnjim korisnicima ponudi aktuelna informacija, u bilo koje vrijeme, na bilo kojem mjestu i u formi koja je prilagođena korisniku.

Umjesto telefoniranja kolegama i poznanicima, pretraživanja veba u potrazi za informacijama koje su nam potrebne da bismo riješili neki problem, nakon definisanja problema, primjenom GPRS/3G terminala upit se može poslati CRM aplikaciji provajdera aplikacije.

Moguće je da će biti potrebno više koraka pri komunikaciji CRM aplikacije provajdera i korisnika:

- slanje korisniku potvrde o prijemu prigovora;
- uspostava komunikacije sa, moguće je, nekim trećim licem u svrhu rješavanja problema;
- slanje odgovora direktno na terminal korisnika;
- ako je greška do dobavljača, on će poslati izvještaj korisniku.

Upravljanje lancem snabdijevanja

Primjenom m-SCM-a (Supply Chain Management) male i srednje kompanije uvode mobilnost, mogućnost nadzora transakcija, transparentnost komunikacionih uređaja, i omogućavaju da se naručivanje i snabdijevanje vrši putem interfejsa baziranog na XML-u (eXtensible Markup Language).

Kod m-SCM-a terminali postaju tačke skupljanja sistemskih informacija a ne skupe IT aplikacije, tako da m-SCM pruža integrisan uvid na sve obavljene

kupovine i plaćanja bez potrebe postojanja integrisanog i skupog softvera specijalno namijenjenog za ovu svrhu. Primjenom m-SCM-a, integriše se servis slanja poruka sa servisom prenosa govora i podataka u realnom vremenu.

Telemetrija

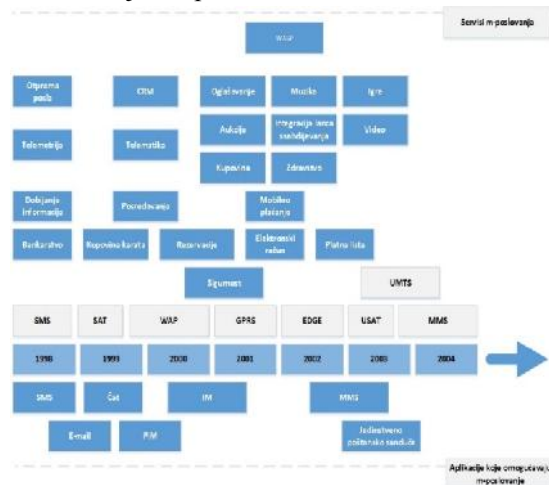
Održavanje i servisiranje skupih i teško pokretnih mašina, koje se često nalaze i na udaljenim lokacijama može iziskivati velika materijalna sredstva. Primjenjuje se preventivno održavanje putem dobijanja informacija o bilo kakvom problemu koji se može pojaviti kod tih mašina kako bi se na vrijeme reagovalo. Pošto na udaljenim lokacijama često ne postoji nikakva fiksna telefonska infrastruktura, prikupljeni podaci se mogu slati samo putem bežične infrastrukture.

Telemetrija se već odavno primjenjuje u automobilskoj industriji. Među prvima koji su je počeli primjenjivati su DaimlerChrysler i Volvo koji su instalirali GSM čipove u vozila, kako bi mogli nadzirati njihove performanse i u slučaju nekih softverskih nedostataka oni se mogu otkloniti daljinski, a u slučaju nekih većih problema, obavještavaju se vlasnici da dovezu vozila na servis.

Slanje poslovnih obavještenja

Mobilni servisi se mogu koristiti za slanje raznih obavještenja:

- slanje obavještenja radnicima koji su aplicirali za određeni posao;
- slanje uputstva terenskim radnicima iz sjedišta kompanije sa opisom kako se neki problem može riješiti;
- dispečerski servisi: isporuka hrane ulja, novina, tereta; prenos gasa, električne energije, vode; zdravstvena njega: posjeta medicinskog osoblja, socijalnih radnika; terenska služba: popravak računara, kancelarijske opreme;



Slika 5 - Aplikacije m-poslovanja

## 5. ZAKLJUČAK

Na osnovu analize podataka ITU-a za 2014. i podataka iz Digitalne agende EU za 2013. godinu, mogli bismo izvesti zaključak da je popularnost mobilnih tehnologija u neprekidnom porastu, što predstavlja izuzetnu osnovu za uvođenje mobilnih aplikacija (od kojih su neke predstavljene u radu) sa nizom pogodnosti koje one nude kako krajnjim, tako i poslovnim korisnicima.

## LITERATURA

- [1] ITU „Key ICT indicators for developed and developing countries and the world“, 2014.
- [2] European Commission, „State of the telecoms services in Europe“, e-Scoreboard 2013.
- [3] Z. Stojanović, „Od klasičnog ka elektronskom poslovanju“, Tehnika, 2014, ISSN 0040-2176.
- [4] Z. Stojanović, „Mobilno poslovanje kao globalni trend“, sekcija Informaciono društvo, Megatrend revija vol 11, No2, pp 235-254 2014 god, Beograd, Srbija.
- [5] Ravi Kalakota, Marcia Robinson: „M-Business: The Race to Mobility“, McGraw-Hill, New York, 2002.
- [6] Z. Stojanović, „Elektronsko poslovanje“, Slobomir P Univerzitet, ISBN:978-99955-54-09-5, str 434, 2014.
- [7] Durlacher, „Mobile Commerce Report“, tehnički izvještaj, 2000.
- [8] Mobile marketing Association, „Mobile Applications“, tehnički izvještaj, 2008.
- [9] A. Goudar, „Mobile Transactions and Payment Processing“, master thesis, 2012.
- [10] M. Crowe, „Mobile Payments & Technology Landscape“ in NCUA IS&T SME Conference, 2012.

## SUMMARY

## APPLICATIONS OF MOBILE BUSINESS

*The number of users accessing the Internet via mobile devices is constantly growing. The reasons for this are manifold: the evolution of mobile networks of the large flow (3G, 4G) access to information anytime and anywhere, the ability of the current connection, the greater availability of information, and the like. Preconditions for this have been a huge investment in the development of mobile networks and the constant development of new applications. In the long term development of mobile business and its implementation by some companies will soon become a necessity and something that will increase the competitiveness of the company. The paper also presents some applications of m-operations for which it is assumed that the wider application of mobile technology high flows become increasingly popular.*

**Key words:** *m-business, m-business applications*