

APLIKACIJE MOBILNE TRGOVINE PRIMJENJIVE NA SAOBRAĆAJ

Azra Zaimović

Amna Brljak

Irma Kazija

Internacionalni univerzitet Travnik, Bunar b.b., Travnik

Sažetak

Rast i privredni razvoj zemlje u velikoj mjeri ovisi od privrednih grana trgovine i saobraćaja. Trgovina i saobraćaj su privredne grane koje su međusobno usko povezane i ovise jedna od druge. Ukoliko je ekonomija zemlje razvijena tada će takav ekonomski razvoj uticati i na razvoj saobraćaja i obrnuto. Trgovina je prvobitno bila zasnovana na međusobnoj razmjeni dobara, dok se kasnije pojavio novac. Oblici plaćanja su se vremenom mijenjali tako da je danas najzastupljeniji oblik kartičnog plaćanja. Razvoj tehnike i tehnologije, i primjena ovakvih znanja u privrednoj grani trgovine, rezultirali su pojavom novog oblika trgovine – mobilne trgovine. Obzirom da je u prirodi čovjeka urođena potreba da ne bude sputavan i ograničavan, tako je i mobilna telefonija doživjela veliki procvat jer je omogućila korisniku usluga razgovor sa bilo kim, na bilo kojem mjestu i u bilo koje vrijeme. Procjene su, da bi i mobilna trgovina iz sličnih razloga, mogla ostvariti veoma veliki uspjeh. Postoje mnoge aplikacije mobilne trgovine koje mogu ostvariti uspjeh u drumskom saobraćaju i omogućiti odvijanje saobraćaja uz kraće vrijeme čekanja i manja zagušenja.

Ključne riječi: trgovina, mobilnost, Mobilna trgovina, aplikacije, saobraćaj

APPLICATIONS OF MOBILE COMMERCE APPLIED ON TRAFFIC

Abstract

Economic growth and development of the country largely depends on the economic sectors of trade and transport. Trade and traffic are the branches that are closely linked and depended on each other. If the economy of the country is developed then such economic development impact the development of transport and vice versa. Initially trade was based on the mutual exchange of goods, but later appeared money. Forms of payment have changed over time so today the most common form of payment is card payment. Technology development, and application of such knowledge in the economic branch of trade, resulted in the emergence of new forms of commerce - mobile commerce. Since it is in the nature of man an innate need not to be hampered and restricted, so the mobile telephony has experienced great growth because it has enabled user conversation with anyone, at any place and at any time. Estimates are, that mobile commerce for similar reasons, could achieve a very big success. There are many applications of mobile commerce, which can achieve success in road traffic and allow traffic flow with less waiting time and less congestion.

Key words: trade, mobility, Mobile commerce, applications, traffic

1. UVOD

Saobraćaj predstavlja organizovanje kretanje ljudi, dobara i informacija tako da je i eventualno da će se očekivati da ovakav sistem bude u potpunosti uređen. Sa aspekta upravljanja saobraćajem razvoj novih tehnologija može doprinjeti poboljšanju uslova odvijanja saobraćaja. Mobilnost sa aspekta saobraćaja je ono što korsnici žele i čemu teže. Teško da se mogu postići uslovi koji će omogućiti potpunu mobilnost tako da se veoma veliki teret stavlja na uslove odvijanja saobraćaja u budućnosti.

2. POJAM MOBILNE TRGOVINE

Mobilni telefon je uređaj koji je malih dimenzija, pa samim tim i lako prenosiv, relativno jeftin i dostupan široj populaciji, a njegova glavna prednost je što svom vlasniku omogućuje mobilnost tokom korištenja. Ta prednost je upravo i iskorištena u razvoju mobilnog poslovanja, koje je najrazvijenije u segmentu poslovnih odnosa između preduzeća i banaka, sa jedne strane, i individualnih potrošača, sa druge strane (Business-to-Customer – B2C). Oblast mobilnog poslovanja se sastoji iz aktivnosti kao što su mobilne poslovne komunikacije, mobilna trgovina i mobilne finansije.

Mobilna trgovina (Mobile Commerce - M-Commerce) podrazumjeva obavljanje trgovinskih transakcija uz primjenu mobilnog telefona kao elektronske tehnologije i kanala poslovanja. Prvi put je mobilni telefon upotrebljen kao osnova za obavljanje trgovine od strane operatera mobilne telefonije jer su na taj način nastojali da isporuče fakturu i naplate za pružanje usluga mobilne telefonije. Mobilni telefoni se koriste kao tehnologija za obavljanje trgovine uglavnom u oblasti elektronske maloprodaje (Business-to-Customer - B2C), dok u klasičnom elektronskom poslovanju elektronska veleprodaja ima dominantnu poziciju i obuhvata 92% od ukupnog prometa elektronske trgovine u periodu 1995-1997. godine, u mobilnom poslovanju dominira mobilna maloprodaja. To je uslovljeno tehnologijom koja se u trgovanju koristi jer je mobilni telefon personalan uređaj, što znači da ga pojedinac koristi i što je još važnije jeftin je i lak za upotrebu, tako da ga veliki broj ljudi posjeduje. Danas je broj potrošača u mobilnoj trgovini veći od broja korisnika usluga mobilne telefonije, pa se značajno povećao udio onih koji trguju preko svog mobilnog telefona. Ljudi su spremniji da elektronski trguju preko mobilnog telefona nego preko računara povezanog na Internet, jer su svjesni da je manja vjerovatnoća da dođe do zloupotrebe privatnih podataka koji se šalju preko mobilne mreže. Međutim, mobilna

trgovina je nova pojava i još uvek više eksperiment nego redovan kanal trgovine. Mnogi su sputani malim ekranom mobilnog telefona, teškoćama pri unošenju podataka (kucanju) i malom brzinom prenosa podataka. Očekujemo da će ljudi u potpunosti navići na ovaj vid trgovine, da će se mobilni aparati razvijati u pravcu prevazilaženja nedostataka otkrivenih u praksi mobilne trgovine jer je treća generacija ovih aparata omogućila veće brzine prenosa podataka. Od pojedinačnih država u razvoju mobilne trgovine, kao i mobilnog poslovanja uopšte, prednjači Japan. [1]

Tržište mobilnih telekomunikacija doseglo je kritičnu masu u određenim područjima, a raste vrlo brzo i u drugima. Da bismo ispitali fenomenalan rast, ispitat ćemo stopu mobilne penetracije na tržištu u tri područja: Japan, Evropa i Sjedinjene Američke Države. U Japanu, broj korisnika Interneta putem mobilnih uređaja dosegao je 35 milijona. To znači da se svaka četvrta osoba može spojiti na Internet putem mobilnog telefona. U Evropi, većina zemalja je iskusila dvoznamenkastu stopu rasta u periodu od 1.999 do 2.001. U Sjedinjenim Američkim Državama ne postoji dominantna tehnologija za mobilne uređaje. Stopa posjedovanja mobitela je oko 30%. I, manje od 3% korisnika pristupa Internetu putem ručnih uređaja.

Elektronsku trgovinu karakterizira jeftina online kupovina, dok je Mobilna trgovina personificiran i idealan za pristup uslugama utemeljenim na položaju. Mnogi novi poslovni modeli utvrđeni su i vezani za korištenje mobilnih uređaja. Mobilni uređaji imaju svojstva: prenosivosti, niske cijene, više personalizacije, Global Positioning System (GPS), glas, i tako dalje. Novi poslovni modeli uključuju mikroplaćanja i usluge mobilnog plaćanja, usluge distribucije sadržaja, te poslovne usluge. Na slici su prikazane aplikacije Mobilne trgovine. Zbog njihove postojeće baze klijenata, tehničke stručnosti, te poznavanja naplate, operateri mobilne telefonije su po prirodi kandidati za pružanje usluga mobilnih plaćanja i mikroplaćanja. Mikroplaćanja uključuju male kupovine, kao što su prodaja i drugi predmeti. Mobilni uređaj može komunicirati s automatom za prodaju putem lokalne bežične mreže da bi kupio željeni predmet. Drugim riječima, mobilni telefon se koristi kao bankomat ili kao debitna kartica. U Japanu je probni dogovor NTT DoCoMo-a sa Coca-Cola-om i ITOCHU-om. Mobilni operater NTT DoCoMo ima 30 milijona korisnika. Mobilni korisnici će moći da obave kupovinu na Coke automatima uz pomoć svojih mobilnih telefona. Iste godine ali malo kasnije u Evropi, Vodafone, najveći operater u Evropi, sa 100 milijona korisnika, također će predstaviti svoju platformu za naplatu omogućujući korisnicima da bezbrižno kupuju sa svojim mobilnim uređajima u većem dijelu Evrope. Korisnici probnog perioda će

IV Savjetovanje sa međunarodnim učešćem: Mobilnost i sigurnost cestovnog prometa

moći kupovati robe preko Interneta i prodajnih mjesta koristeći svoje mobilne uređaje. Na kraju, Vodafone će proširiti usluge do nivoa automatske kupovine, kao što su bankomati. To može biti moguće ali ako su u pitanju male kupovine, međutim, za velike transakcije, banke moraju biti uključene. U Francuskoj, Mastercard, zajedno s Oberthur Smart Cards, France Telecom-om, Europay-om, i Motorolom, je namjeravao da pokrene pilot-shemu za obavljanje bežičnih plaćanja umetanjem pametne kartice, koja će biti izdana od strane Credit Mutuel, u dual-slot ručne uređaje.

Usluge distribucije sadržaja podrazumjevaju real-time informaciju, obavijest i pozicijski sistem za personaliziranu isporuku informacija vezanih uz lokaciju. Real-time informacije, kao što su vijesti, saobraćajni izvještaji, cijene dionica, i vremenske prognoze, mogu se distribuirati preko Interneta na mobilne telefone. Informacije su prilagođene interesu korisnika. S tim da je svako zainteresiran za njegovo ili njeno vlastito bogatstvo, berzanski indeksi sunajviše korišteni, dok je korištenje e-maila na drugom mjestu (Chae et al., 2000). Obavijesti takođe mogu biti poslane na mobilni uređaj. Na primjer, izvršni direktor dot.com-a je uvjetovao sadašnje čitanje uz informaciju o tome koliko je njenih/njegovih posjeta stranicama bilo. Korištenjem sistema pozicioniranja, možete dobiti lokalne informacije, kao što su informacije o restoranima, prometu i informacije o kupovini. Mobilni uređaji nude oglašivačima visoku stopu odziva, jer su reklame lične. SMS je dobar alat za oglašavanje. Nakon dva pilot projekta u vezi sa SMS marketinškom kampanjom u različitim zemljama, Pepsi je utvrdio da je SMS marketing učinkovit medij oglašavanja, posebno za ciljanu skupinu klijentata (Mobileinfo, 2002). Zabava i igre su također važna tržišta za Mobilne trgovine. Usluge distribucije sadržaja s većim stepenom personalizacije i lokalizacije se mogu učinkovito osigurati putem mobilnog portala. Lokalizacija znači dostaviti informacije relevantne za trenutnu lokaciju korisnika. Profili korisnika, kao što su prošla ponašanja, situacije, i lokacije, treba uzeti u obzir za personalizaciju i lokalizirano pružanje usluga. MNOs imaju niz prednosti nad drugim igračima na portalu (Tsalgaidou & Veijalainen, 2000). Prvo, oni imaju odnos sa postojećim kupcima i mogu identificirati lokaciju pretplatnika. Drugo, oni imaju odnos naplate s kupcima, dok tradicionalni portali nemaju. MNOs može djelovati kao pouzdana treća strana i igrati dominantnu ulogu u M-commerce aplikacijama.

Mobilna trgovina također ima veliki utjecaj na poslovne aplikacije, posebno za firme koje imaju osoblje koje radi na daljini. Proširenje postojećeg Enterprise Resource Planning (ERP) sistema s

mobilnom funkcionalnosti će osigurati daljinsko osoblje, kao što prodavači, s real-time korporativnim i podacima za upravljanje. Ograničenja vremena i mjesta su smanjena, a sposobnost mobilnih zaposlenika je poboljšana. Na primjer, tvrtke kao što su komunalne usluge mogu poslati uslugu poziva inženjeru na terenu. S druge strane, inženjeri mogu poslati nazad usluge izvještaja i pristupiti sistemu back-offica te naručiti dijelove, preuzimanje priručnika elektroničkih uređaja za fiksiranje, i tako dalje. Predstavnici prodaje mogu naručiti i provjerite dionica s razinama PDA, takođe. Kao rezultat toga, u stvarnom vremenu su dostupni podaci za planiranje svakodnevnog poslovanja. Poslovi vezani za logistiku imaju koristi od korištenja mobilne aplikacije kada se radi o upravljanju zalihama. Jedna zanimljiva primjena je "rolling inventar" (Varshney & Vetter, 2002). Za ovaj scenarij, više kamiona nosi veliku količinu inventara, dok su u pokretu. Kad god u dućanu postoji potreba za određenim stvarima / robama, kamion koji je u blizini može biti lociran, tako da isporuka roba tačno na vrijeme može biti izvedena. Mobilna trgovina nudi ogroman potencijal za firme kako bi mogle brzo reagovati u opskrbnim lancima. [2]

Mobilna trgovina dio je elektronske trgovine, čiji je pristupni mehanizam bežični telefon ili handheld računalo. Sigurnost transakcija u ovom slučaju jamči enkripcija prisutna u GSM specifikaciji. Pristup Internetu, a samim tim i mobilna ekonomija omogućena je inicijativama poput WAP-a koji omogućuje jednostavan Internet pristup korisnicima mobilnih terminala. Dakle, propaganda, kupovina, razmjena i prodaja, obavljaju se u prostoru koji se kontrolira mobilnim telefonima i terminalima. [3]

Aplikacije elektronske trgovine su već rasprostranjene, dok aplikacije mobilne trgovine ne samo da ih pokrivaju nego uključuju i neke nove aplikacije. Tako npr. neki zadaci koji nisu izvodljivi za elektronsku trgovinu, kao npr. mobilno praćenje zaliha ili otpremanje, su mogući kod mobilne trgovine. Sljedeća tabela predstavlja neke glavne aplikacije mobilne trgovine (Gordon i Gebauer, 2001; Sadeh, 2002) zajedno sa njihovim detaljima.

3. PRIMJENA MOBILNE TRGOVINE

Mobilna trgovina je našla primjenu u raznim privrednim djelatnostima što se može vidjeti u sljedećoj Tabeli 1.

Mobilna kategorija	Glavne aplikacije	Klijenti
Trgovina	Mobilne transakcije i plaćanja	Poslovni korisnici
Obrazovanje	Mobilne učionice i laboratorije	Škole i centri za obuku
Planiranje resursima preduzeća	Upravljanje resursima	Svi
Zabava	Downloadovanje Igrara/slika/muzike/videoa i online igrice	Industrije zabave
Zdravstvo	Pristup i dodavanje novih informacija u zapise pacijenata	Bolnice i starački domovi
Praćenje zaliha i distribucije	Praćenje proizvoda i distribucije	Dostavljači i prijevoznici
Saobraćaj	Globalno pozicioniranje, upute i savjeti u saobraćaju	Transportne i automobilske industrije
Putovanja i kupovina ulaznica	Upravljanje putovanjem	Putničke industrije i prodavači karata

Tabela 1. Glavne aplikacije mobilne trgovine

3.1.Primjena mobilne trgovine u trgovini

Trgovina je razmjena ili kupovina ili prodaja roba velikih razmjera uključujući prijevoz od mjesta do mjesta. Potaknuta je zbog pogodnosti i ubiquity prenosa od strane tehnologije mobilne trgovine. Postoje mnogi primjeri koji pokazuju kako mobilna trgovina pomaže trgovini. Naprimjer, korisnici sada mogu platiti proizvode na automatu za prodaju ili parking kartu koristeći svoje mobilne telefone; korisnici mobilnih uređaja mogu provjeriti stanje bankovnog računa ili uraditi bankovne transfere bez potrebe da idu u banku ili da pristupe ATM-u, itd.

3.2.Primjena mobilne trgovine u obrazovanju

Mnoge škole i koledži se suočavaju s problemima koji se odnosi na manjak prostora u njihovim laboratorijama, razdvajanje učionica i laboratorija, i sa poteškoćom remodeliranja starih učionica za žične mreže. Da bi se riješili ovakvi problemi, bežične mreže se često koriste za spajanje PC-eva ili mobilnih uređaja na Internet i druge sisteme. A kao rezultat studenti imaju mogućnost

da pristupe mnogim zahtjevanim izvorima bez potrebe da posjete laboratorij.

3.3.Primjena mobilne trgovine u planiranju resursima preduzeća (enterprise resource planning-ERP)

ERP je industrijski pojam za širok set aktivnosti koje su podržane tipom više-modalnog aplikativnog softvera koji pomaže proizvođaču ili drugoj organizaciji u postizanju važnih aspekata njihovog poslovanja, uključujući planiranje proizvoda, nabavku dijelova, održavanje zaliha, interakciju sa dobavljačima, pružanje korisničkih usluga kao i praćenje narudžbi. ERP pitanja koja su relevantna mobilnoj trgovini uključuju praćenje mjesta dobara i usluga, lociranje specifičnih stavki kao i prenošenje upozorenja o starenju komponenata.

3.4.Primjena mobilne trgovine za zabavu

Zabava je uvijek imala ključnu ulogu kod Internet aplikacija i vjerovatno je najpopularnija aplikacija za mlađe generacije. Mobilna trgovina omogućava da se download-uju igrice / slike / muzika / video fajlovi na bilo kojem mjestu i u bilo koje vrijeme kao što i omogućava mnogo lakši pristup online igricama i kockanju. Predviđa se da će do 2005, oko 80% svih mobilnih korisnika u SAD-u i Zapadnoj Europi igrati mobilne igre barem povremeno (Leavitt, 2003). [4]

3.5.Primjena mobilne trgovine u zdravstvu

Troškovi zdravstva su visoki i mobilna trgovina može pomoći u njihovom smanjenju. Upotrebom tehnologije mobilne trgovine, liječnici i sestre mogu izdaleka pristupiti i dodati nove informacije zapisima pacijenta na licu mjesta, funkciju koja je kriva zbog nastanka mnogih odlaganja u prošlosti. Ovo poboljšava efikasnost i produktivnost, smanjuje administrativne opće troškove i unapređuje ukupni kvalitet usluge.

3.6.Primjena mobilne trgovine za putovanja i kupovinu ulaznica

Troškovi putovanja mogu biti skupi za poslovanje. Mobilna trgovina bi mogla pomoći u smanjenju operativnih troškova pružajući mobilno

upravljanje uslugama vezanih za putovanja za poslovne putnike. To za rezultat ima neodoljivo i iskustvo za pamćenje korisnicima u trenutku potrebe koristeći mobilne kanale da lociraju hotel koji je u blizini, kupuju ulaznice, prave transportne aranžmane itd. Proteže se i na dohvaćanje kompanija koje su orijentirane na odnose izvan njihovih postojećih kanala i pomaže mobilnim korisnicima da identificiraju, privuku, posluže i zadrže vrijedne kupce. [4]

3.7. Primjena mobilne trgovine kod praćenja zaliha i distribucije

Dostava "tačno- na –vrijeme" je kritična za uspjeh današnjeg poslovanja. Mobilna trgovina dozvoljava poslovanju da zadrži praćenje mobilnih zaliha i da ostvari dostave koje su tačno definirane, takođe da poboljšava korisničke usluge, smanjuje zalihe, i unapređuje konkurentsku prednost. Mnogi glavni dostavni servisi, kao što su UPS i FedEx, su već primijenili ove tehnologije za njihove poslovne operacije širom svijeta.

3.8. Primjena mobilne trgovine u saobraćaju

Saobraćaj predstavlja pomjeranje (ili vozila ili pješaka) na određenom području duž rute. Putnici u automobilima ili pješaci su mobilni objekti, idealni klijenti mobilne trgovine. Takođe, kontrola saobraćaja predstavlja često glavni razlog za glavobolju za mnoga gradska područja. Upotrebom tehnologije mobilne trgovine može se lako unaprijediti saobraćaj na mnogo načina. Naprimjer, očekuje se da će mobilni telefoni imati ugrađen GPS (Global Positioning System) naprimjer određivanje mjesta vozača, davanje uputstava, i savjetovanje na određeno stanje saobraćaja na tom području, centar za kontrolu saobraćaja bi mogao pratiti i kontrolirati saobraćaj na osnovu signala poslatih od mobilnih uređaja u vozilu.

Jedan od primjera primjene mobilne trgovine jeste kod plaćanja parkinga putem mobilnih telefona, odnosno M-parking. Kako današnji brzi tempo života iziskuje niz mogućnosti koje će život učiniti lakšim tako je nastao M-parking, usluga uz pomoć koje veoma brzo možete rezervirati parking mjesto i platiti za njega.

Takođe primjer primjene ovakvog sistema praćenja jeste fiskalizacija koja se uvela u Bosni i Hercegovini. Ovakav sistem će omogućiti kontrolu prodaje roba na svim mjestima, čak i onim manjim trgovačkim radnjama, kafićima, ali i velikim firmama. Uz pomoć uvođenja fiskalnih kasa želi se

stati u kraj "sivoj ekonomiji" i svemu onome što je nelegalno. Osnovni cilj uvođenja fiskalnih kasa jeste poboljšanje naplate prihoda i sprečavanje prevara u vezi s ubiranjem PDV-a.

4. ZAKLJUČAK

Novine koje je unijela pojava mobilnih uređaja i mogućnosti nesmetanog komuniciranja sa bilo kojeg mjesta, u bilo koje vrijeme i sa bilo kim odrazile su se na enorman ras broj mobilnih uređaja i takođe broj korisnika jer danas je rijetkost da bilo koja osoba nema mobilni uređaj, a u nekim kućanstvima radi se i o dva pa čak i više uređaja po jednoj osobi. Sve nedostatke koje je imao žični prijenos a koji su se odnosili na ograničenost prostornog kretanja ispravio je bežični prijenos. Uz pomoć mobilnog uređaja vi niste vezani za određenu lokaciju nego možete obavljati pozive sa bilo kojeg mjesta i u bilo koje vrijeme. Kao takva mobilnost je unijela revoluciju u oblasti telekomunikacija i zadovoljila potrebe korisnika u vidu zadovoljenja njegovih potreba da svoj mobilni uređaj može koristiti bilo gdje- znači na bilo kojem mjestu-u kući, na poslu, na izletu tako da korisnik nije prostorno ograničen, potom bilo kad- znači u bilo koje vrijeme- u vremenskom rasponu 24/7 tako da korisnik nije ni vremenski ograničen kao i bilo s kim- tako da korisnik ima svoju privatnost i može sam vršiti odabir svojih sagovornika. Ukoliko bi se koristile mogućnosti koje pruža Mobilna trgovina moglo bi se doći do velikih poboljšanja i unapređenja različitih oblasti društvenog i privrednog razvoja svake zemlje. Naime, učinci bi se mogli vidjeti, recimo, u okviru trgovine. Postoje mnogi primjeri koji pokazuju kako mobilna trgovina pomaže trgovini. Naprimjer, korisnici sada mogu platiti proizvode na automatu za prodaju ili parking kartu koristeći svoje mobilne telefone; korisnici mobilnih uređaja mogu provjeriti stanje bankovnog računa ili uraditi bankovne transfere bez potrebe da idu u banku ili da pristupe ATM-u, itd. A u okviru praćenja zaliha i distribucije tu Mobilna trgovina dozvoljava poslovanju da zadrži praćenje mobilnih zaliha i da ostvari dostave koje su tačno definirane, takođe da poboljšava korisničke usluge, smanjuje zalihe, i unapređuje konkurentsku prednost. Učinci Mobilne trgovine bi mogli unaprijediti i oblast saobraćaja. Upotrebom tehnologije mobilne trgovine može se lako unaprijediti saobraćaj na mnogo načina. Naprimjer,

očekuje se da će mobilni telefoni imati ugrađen GPS (Global Positioning System) naprimjer određivanje mjesta vozača, davanje upustava, i savjetovanje na određeno stanje saobraćaja na tom području, centar za kontrolu saobraćaja bi mogao pratiti i kontrolirati saobraćaj na osnovu signala poslatih od mobilnih uređaja u vozilu.

LITERATURA

[1] Azra M.: "Mobina trgovina- M-commerce", Magistarski rad, Fakultet za saobraćaj i komunikacije, Sarajevo, 2011.

[2] Nan Si Shi, Wireless Communications and Mobile Commerce, Published in the United States of America by Idea Group Publishing (an imprint of Idea Group Inc.), University of South Australia, Australia, April 2003, poglavlje 6.

[3] Internet:

<http://www.mob385.com/gsm/pojmovi2.shtml>

[4]http://books.google.com/books?id=eSt0Y7D0IJC&printsec=frontcover&dq=m+commerce&hl=en&ei=cQu-TMqiLYyU4gaI_MicAQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=10&ved=0CFwQ6AEwCQ#v=onepage&q=m%20commerce&f=false