

# ANALIZA TRŽIŠTA USLUGA MOBILNOG BANKARSTVA U REPUBLICI SRBIJI

Soleša Katarina<sup>1</sup>

Brkić Ivana<sup>2</sup>

**Sažetak:** *Informacione tehnologije su omogućile bankama da prošire svoje poslovanje i da svoje usluge prilagode potrebama klijenata. Razvojem i sve većom upotrebom mobilnih komunikacionih tehnologija, razvili su se i novi vidovi bankarstva. Budućnost savremenog bankarstva je upravo mobilno bankarstvo. Mobilna tehnologija omogućava banci interakciju sa klijentima na različite načine, na bilo kom mestu i u bilo koje vreme. U radu su analizirane pozitivne i negativne karakteristike mobilnog bankarstva. Izvršena je analiza ponude usluga mobilnog bankarstva na teritoriji Republike Srbije, dok je analiza tražnje usledila nakon sprovedenog anketnog istraživanja. Rezultati istraživanja sprovedenog na teritoriji grada Novog Sada, drugom po broju stanovika u Republici Srbiji pokazuju da većina ispitanika koristi usluge mobilnog bankarstva, međutim još uvek je veliki broj ljudi koji ne koristi ove usluge. Rizici i nedovoljna informisanost su glavni razlozi nekorišćenja usluga.*

**Ključne reči:** *mobilno bankarstvo / bankarske usluge / mobilni uređaji / tržište*

<sup>1</sup>Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Univerzitet Privredna Akademija u Novom Sadu, ul. Cvečarska 2, Novi Sad, e-mail:katarinaveljkovic2611@gmail.com

<sup>2</sup> Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Univerzitet Privredna Akademija u Novom Sadu, ul. Cvečarska 2, Novi Sad, e-mail:ivana.j.milosevic@gmail.com

## UVOD

Kako bi banka ostvarila konkurentsku prednost neophodno je da prati razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija. Poboljšanje tehnološke infrastrukture povećava efikasnost komunikacije između banke i klijenata. Iz tog razloga bi trebalo i klijenti i banke da prate nastale promene, da im se prilagođavaju i da ih prihvataju. Zahvaljujući razvoju informacionih i komunikacionih tehnologija, došlo je do inovacija u bankarskom sektoru, kao što je uvođenje mobilnog bankarstva. Mobilno bankarstvo pruža klijentima prvenstveno uštedu u vremenu i uštedu u troškovima. Pored toga, prednosti su i brzina pristupa potrebnim transakcijama i informacijama, kontinuitet, vremenska neograničenost, osećaj sigurnosti. Mobilna telefonija omogućava banci da stupi u kontakt sa klijentom na različite načine, koji su praktični i pogodni za obe strane, bez troškova koji su obično povezani sa poslovanjem filijale. Brojna istraživanja pokazuju da broj korisnika mobilnog bankarstva raste i da je ovaj vid bankarstva prihvaćen uprkos početnim strahovima u vezi sa bezbednošću. Jedan od razloga jeste što su korisnici usluga zadovoljni i voljni da preporučie drugim klijentima.

Predmet rada je orjentisan na razvoj i sadašnju primenu mobilne tehnologije u bankarstvu na teritoriji Republike Srbije. Cilj je da se analizira tržište kao i stepen korišćenja mobilnog bankarstva u Republici Srbiji, vrste usluga koje se najviše koriste kao i potencijali povećanja broja korisnika mobilnog bankarstva.

## METODOLOGIJA

Predmet i cilj rada su determinisali korišćenje kvalitativnih i kvantitativnih metoda. Metod analize sadržaja je primenjena u kvalitativnoj analizi stručne i savremene literature na temu analize tržišta i značaja mobilnog bankarstva. Literaturni izvori su poslužili za ostvarivanje uvida u dosadašnja iskustva i istraživanja. Deskriptivnom i eksplikativnom metodom se tumače rezultati istraživanja. Metodom komparacije se upoređuju dobijeni rezultati istraživanja sa prethodnim istraživanjima iz oblasti mobilnog bankarstva. Metodom anketiranja su prikupljeni podaci o predmetu istraživanja. Sprovedeno je empirijsko istraživanje na uzorku od 100 ispitanika na teritoriji grada Novog Sada.

Anketirani su ponoletni građani a primenjen je metod *on-line* anketiranja. Anketni upitnik u elektronskoj formi je poslat ispitanicima elektronskom poštom. Kako je sama priroda predmeta istraživanja usko povezana sa savremenom tehnologijom, mišljenja smo da je navedeni metod najadekvatniji za realizaciju istraživanja, pored brojnih prednosti koje *on-line* anketiranje pruža – konformnost za ispitanike, visina troškova, izbegavanje uticaja na stavove ispitanika i slično (Milošević, Rodić, 2015, citirano prema Sax, Gilmartin & Bryant, 2003), ali i činjenice da sve veći broj ljudi u Srbiji koristi Internet na računaru i mobilnom telefonu, odnosno da veliki broj ljudi ima elektronsku poštu.

## **ELEKTRONSKO BANKARSTVO**

Kako bi banke zadovoljile specifične potrebe klijenata morale su da prošire spekter svojih usluga. Tako su u svoju ponudu uvrstile i usluge elektronskog bankarstva. Na taj način su banke zadržale postojeće klijente i privukle nove, unapređen je kvalitet usluga i smanjeni su troškovi poslovanja. Prednosti za klijente su: ušteda vremena i novca, mogućnost brzog i lakog pristupa računu u banci, mogućnost uvida u sve transakcije na računu u elektronskoj formi.

„Elektronsko bankarstvo se definiše kao skup raznovrsnih načina izvođenja finansijskih transakcija upotrebom računarskih mreža i telekomunikacionih medija“ (Narodna banka Srbije, 2019, Mart 22) Elektronsko bankarstvo pruža mogućnosti plaćanja, transfer novca sa računa na račun, obavljanje menjačkih poslova, uvid u stanje i promene na računu, podnošenje zahteva za proizvode i usluge kao i praćenje statusa istih. Neke od dodatnih usluga koje pruža ovaj vid bankarstva jesu: usluge devizne i dinarske štednje, praćenje troškova, usluge zbirnih prikaza štednje po valutama, korišćenje kreditnog kalkulatora, prikaz kursne liste, usluge korišćenja konvertora valuta, preuzimanje izvoda po tekućim računima, lociranje svih ekspozitura i bankomata.

„Elektronsko bankarstvo predstavlja segment digitalne ekonomije u sferi elektronskog platnog prometa i transfera novčanih sredstava, a u međuvremenu se razvilo na sve vidove poslovanja banaka, kako unutar njene organizacije, tako i na njene komitente“ (Pavlović i Mutibarić, 2016, str. 247).

Banke koriste elektronsko bankarstvo kao kanal pojedinačnog pristupa klijentu. Cilj je ostvariti trajne odnose sa klijentima. Koncept upravljanja odnosima sa klijentima zahteva stvaranje tehnološke i informacione infrastrukture koja će omogućiti bolju komunikaciju i pružanje usluga po ceni koja je povoljno za klijenta (Kunac, 2011).

Kanali putem kojih banka komunicira sa klijentima jesu: ekspoziture, ATM sistem (bankomati), POS sistemi, homebanking, on line bankarstvo, WEB TV bankarstvo, internet bankarstvo, mobilno bankarstvo. Mobilno bankarstvo je najnoviji trend u okviru elektronskog bankarstva (Sanader, 2014).

## **MOBILNO BANKARSTVO**

Mobilno bankarstvo postaje značajan faktor konkurentnosti banaka. Podrazumeva posedovanje odgovarajuće infrastrukture kao i eksperte u različitim oblastima kako bi se zadovoljile potrebe i želje klijenata (Mirković i Lukić, 2015). Mobilno bankarstvo predstavlja kanal koji omogućava plaćanje putem tableta, mobilnih telefona i uređaja koji imaju softver za pristup internetu. Ovom tehnologijom banka omogućava klijentima mobilnost to jest komunikaciju bilo gde i bilo kad, jednostavnu upotrebu i kontrolu nad svojim transakcijama. Ove karakteristike su pretvorile mobilne telefone i tablete u poslove alate (Shaikh, Glavee-Geo & Karjaluoto, 2018). Neke od karakteristika mobilnog bankarstva jesu: mogućnost širokog korišćenja, odnosno obavljanje transakcija nezavisno od trenutne lokacije, obavljanje aktivnosti u bilo koje vreme, automatsko i trenutno povezivanje sa bankom, proaktivne funkcionalnosti – klijenti mogu da izaberu uslugu ili proizvod o kojima bi želeli da budu informisani (Sanader, 2014). Uslov za korišćenje navedenih usluga jesu nova generacija mobilnih uređaja, takozvani pametni telefoni, koji pružaju diskreciju i viši nivo sigurnosti u odnosu na uobičajne kanale interneta. Povoljnosti za banku jesu mogućnost dodatne zarade, ušteda na angažovanju bankarskih službenika, prestiž koji se dobija primenom savremene tehnologije i savremenih trendova. Za izlazak banke na mobilno tržište potrebno je razvijati specifične strategije, saradivati sa ponuđačima hardvera i softvera (Hadžić i Mladenović, 2014). Mobilni telefoni su se pokazali kao veoma dobar kanal distribucije bankarskih usluga i proizvoda. Vidno se

menja način na koji klijenti koriste bankarske usluge. Pruža jednostavnost i mobilnost kao i duplo jeftiniji način korišćenja usluga u odnosu na usluge vezane za posete ekspoziturama (Jović, 2014).

Izazovi prilikom uvođenja mobilnog bankarstva jesu prvenstveno integracija i sigurnost. Pružanje najvišeg nivoa bezbednosti je od suštinskog značaja za uspeh mobilnog bankarstva. Neophodno je obezbediti što više funkcionalnosti a da se pritom zadrži jednostavnost upotrebe. Brendiranje je još jedan važan aspekt. Aplikacija za mobilno bankarstvo mora biti privlačna i efikasna. Korisnicima treba pružati mogućnost da brzo pristupe željenim informacijama.

Putem mobilne tehnologije moguće je istražiti životni stil klijenta i stvoriti bolju povezanost između banke i klijenta. Banka prikuplja podatke o kupovnoj moći, kreditnoj sposobnosti, modelima transakcija. Obradom tih podataka moguće je sagledati klijentovo ponašanje i razumeti njegove potrebe. Upravo putem ovakvog pristupa korisniku, banka je u mogućnosti da ispita individualne potrebe klijenta i da iskoristi najmoćnije sredstvo mobilnih uređaja a to je personalizacija (Đorđević, 2007). „Personalizacija je ključ za lojalnost klijenata. Maksimiziranje koristi od *jedan na jedan* prirode pametnih uređaja je ključ za uspeh finansijskih institucija koje žele da uspostave jake veze sa klijentima koji ne zavise od lokacije“ (Todić i Dajić, 2018, str. 24).

Mobilno bankarstvo se sastoji od tri međusobno povezana koncepta: usluge mobilnog računovodstva, usluge posredovanja i usluge pružanja finansijskih informacija (Nicoletti, 2014). Klijentima su dostupne transakcione bankarske usluge koje su vezane za račun otvoren kod banke. Putem mobilnog uređaja mogu se koristiti usluge transfera novca, prenosa novca na podračune, otvoriti trajni nalog za plaćanje računa, prijavljivanje polise osiguranja i drugo. Takođe su klijentima dostupne i brokerske usluge koje se odnose na prodaju ili kupovinu finansijskih instrumenata. Treći koncept jesu finansijske informacije vezane za račune klijenata poput uvida u stanje na račun, informacija o kreditnim karticama, podaci o poslednjim transakcijama, lokacije najbližih bankomata i ekspozitura. Takođe, klijentima se nude i informacije vezane za finansijska tržišta poput izveštaja o akcijama, tržišnih kamatnih stopa, informacije o bankarskim ponudama i proizvodima (Sanader, 2014).

Uspešno usvajanje i korišćenje mobilnog bankarstva zavisi od percepcije potrošača o hedonističkoj motivaciji, očekivanih performansi kao i od poverenja (Alalwan, Dwivedi & Rana, 2017).

## **PREDNOSTI I NEDOSTACI MOBILNOG BANKARSTVA**

Mobilno bankarstvo ima niz prednosti u odnosu na tradicionalan način pružanja usluga. Neke od prednosti za klijente su: korišćenje personalizovanih usluga, povećanje efikasnosti, dobijanje informativnih poruka od banke, korišćenje bankarskih usluga u realnom vremenu (Sanader, 2014). Prema Krishnan (2014) prednosti su i brzina obavljanja transakcija, smanjenje troškova, bezbednost.

Todić i Dajić (2018) navode i sledeće prednosti mobilnog bankarstva: kontrola od strane korisnika, jednostavnost upotrebe, jasan i razumljiv korisnički servis, obavljanje transakcija sa bilo kog mesta u svetu kao i privatnost.

Pored prednosti za klijente koje pruža mobilno bankarstvo, postoji i niz prednosti bankarskog sektora. Zahvaljujući mobilnom bankarstvu banka uspešno zadržava postojeće klijente i pridobija nove. Takođe se bolje pozicionira na tržištu. Obezbeđuje se povećanje prodaje i smanjivanje troškova po transakciji (Sanader, 2014).

Pored brojnih prednosti, postoje i nedostaci prilikom upotrebe mobilnog bankarstva. Istraživanja pokazuju da je upravo briga vezana za bezbednost glavni razlog nekorišćenja ovih usluga (Pavlović i Savić, 2017, Board of Governors of the Federal Reserve System, 2014, Stankić, 2008). Iako danas mobilno bankarstvo pruža visoku sigurnost, još uvek je prisutan strah korisnika od prisustva virusa koji mogu prouzrokovati finansijski gubitak i manipulaciju ličnim podacima.

Dakle, prisutni su rizici bezbednosti, privatnosti, rizik performansi, vremenski rizik, socijalni rizik. Rizik bezbednosti se odnosi na potencijalni finansijski gubitak. Rizik privatnosti se odnosi na strah klijenata da će se narušiti njihova privatnost i zloupotrebili njihovi lični podaci. Rizik performansi se odnosi na to da li proizvod ili usluga ispunjavaju očekivanja i funkcionišu ispravno. Vremenski rizik se odnosi na učenje kako koristiti mobilno bankarstvo. Socijalni rizik se odnosi na nedostatak ljudske interakcije jer pojedini stručnjaci smatraju da lična

interakcija između klijenata i banke stvara poverenje klijenata (Dineshwar & Steven, 2013).

Postoje i psihološke prepreke pri prihvatanju inovacija poput mobilnog bankarstva koje se odnose na promenu dnevnih rutina. Javljaju se među korisnicima koji više preferiraju direktan kontakt sa bankarskim službenikom. Pojedini korisnici smatraju da je tehnologija komplikovana za korišćenje i postoje predrasude o servisima koji su vezani za nove tehnologije (Uroš, 2015).

## **PONUĐA USLUGA MOBILNOG BANKARSTVA U SRBIJI**

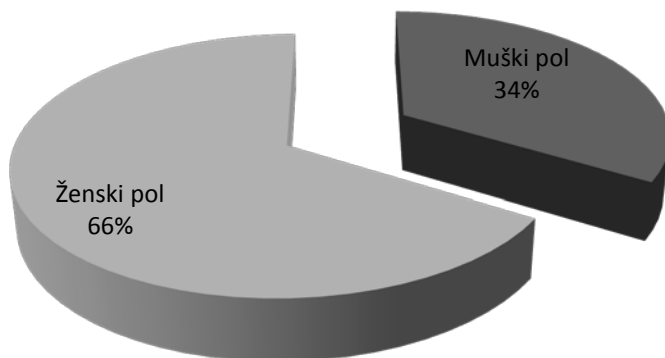
Dok se u svetu „JP Morgan Chase Bank” iz SAD-a smatra bankom koja je najviše razvila mobilno bankarstvo, prva banka u koja uvodi mobilno bankarstvo u Srbiji kroz aplikacije za pametne telefone je Banca Intesa (Sanader, 2014). Od prisutnih 26 banaka na tržištu Republike Srbije, 23 nudi uslugu korišćenja mobilnog bankarstva, i to: Addiko bank (Addiko m-banking), AIK banka (AIK mBanking), API bank (API mBank), Banca Intesa (Intesa mobi), Banka Poštanske štedionice (MobiBank PŠ), Credit Agricole Banka (CA mBanking), Direktna banka (mBanking), Erste bank (mBanking), Eurobank (m-B@nking), Halkbank (mBanking), Jubmes banka (mBanking), Komercijalna banka (KomBank mBanking), Mirabank (Mirabank Mobile), MTS banka (mBanking), NLB banka (NLB mKlik), Opportunity banka (Voban), Procredit Bank (mBankar), Raiffeisen banka (Moja mBanka), Sberbank (mBanking), Societe Generale (SoGe m-Bank), Telenor banka (Telenor banka), Unicredit Bank (mBanking), Vojvođanska banka (m-bank). Tri banke koje u svojim klijentima u ovom momentu (još uvek) ne pružaju uslugu mobilnog bankarstva su Bank of China, Expobank i Srpska banka. Premda sve banke koje nude uslugu omogućavaju besplatno preuzimanje mobilnih aplikacija za operativne sisteme (Android putem Google Play store i IOS putem App store), one imaju različitu poslovnu politiku i tarife po kojima omogućavaju korišćenje navedene usluge. Većina banaka nudi besplatno korišćenje mobilne aplikacije za korisnike određenih paketa usluga, dok se usluge plaćanja računa mogu izvršiti bez ili uz plaćanje provizije (koja je obično niža od one koja se naplaćuje na šalteru banke). Najveći broj banaka nudi sledeće vrste usluga putem mobilne aplikacije: informacije o stanju na računima, platnim karticama, informacije o kreditima i štednji, (interni)

prenos sredstava, izvršenje menjačkih poslova, lociranje ekspozitura, uvid u kursnu listu, pregled izvoda i dr. Banke se trude da unaprede i osavremene svoje usluge, diverzifikuju ih i učine ih privlačnim korisnicima. Tako je uz pomoć mobilne aplikacije pojedinih banaka moguće izvršiti slikanje podataka sa uplatnice, bez ukucavanja podataka, doći do najbliže ekspoziture ili bankomata uz pomoć kamere na telefonu, logovati se putem otiska prsta – bez unošenja PIN-a, proveriti stanje na računu bez logovanja u aplikaciju, podizanje novca sa bankomata bez kartice, informisati se putem poruka preko Vibera i FB Messenger-a i sl.

## REZULTATI I DISKUSIJA ISTRAŽIVANJA

Kako bi ispitali stepen korišćenja odnosno aktuelni nivo tražnje za uslugom mobilnog bankarstva, sprovedeno je empirijsko istraživanje na uzorku od 100 ispitanika na teritoriji grada Novog Sada u periodu od 17. aprila do 20. maja 2019. godine. Dobijeni rezultati su prikazani i analizirani u nastavku rada.

### Grafikon br.1: Rodni identitet ispitanika



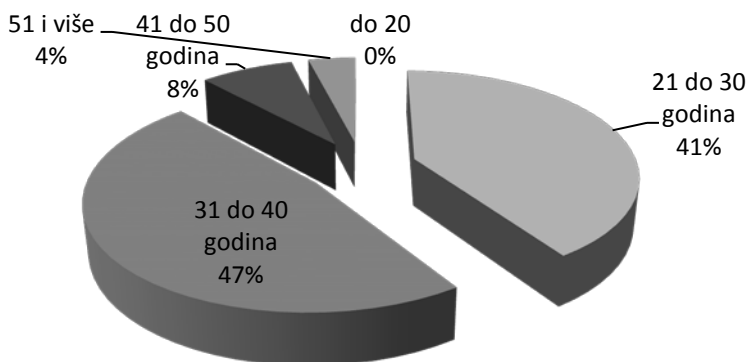
**Izvor:** Autori

S obzirom na navedeni metod anketiranja, gde je elektronski upitnik poslat na određeni broj e-adresa čiji je odabir izvršen metodom slučajnog izbora, a ispitanici zamoljeni da proslede poruku na što više adresa elektronskom poštom (pod uslovom da su potencijalni ispitanici sa



teritorije Novog Sada), struktura uzorka ne odgovara u potpunosti osnovnom skupu. Grafikon 1 prikazuje da ukupnim uzorkom dominira ženska populacija (66%), dok su učesnici ankete muškog pola prisutni u manjem procentu (34%). Ipak, autori smatraju da ovakva struktura uzorka ne utiče umnogome na dobijene rezultate, s obzirom na podatak proistekao iz istraživanja da je približno jednak udeo (ne)korisnika usluga mobilnog bankarstva kod osoba muškog odnosno ženskog pola. Tako, 61% ženske populacije koristi usluge mobilnog bankarstva (dok 39% ne koristi) a 57% takav vid bankarskih usluga koristi ispitanici muškog pola (43% su nekorisnici).

**Grafikon br. 2:** *Starosno doba ispitanika*

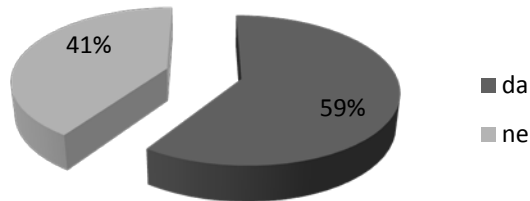


**Izvor:** Autori

Iz priloženog se vidi da su učesnici anonimnog anketiranja u najvećem procentu osobe od 31 do 40 godina (47%), zatim veliki je procenat (41%) osoba starosnog doba od 21 do 30 godina, dok osobe mlađe od 20 godina nisu učestvovala u anketi (Grafikon 2). Manji je procenat učesnika starosnog doba od 41 do 50 godina (8%) kao i učesnika preko 50 godina (4%).

Dakle, struktura uzorka je pomerena ka mlađem i stanovništvu srednje dobi. Iz tog razloga rezultati istraživanja se ne mogu generalizovati te bi se pri donošenju i tumačenju zaključaka stalno trebalo uzimati u obzir da se oni odnose na stanovništvo obuhvaćeno uzorkom. S obzirom da su upravo mlade osobe začetnici u korišćenju savremenih tehnologija, mišljenja smo da u ovom slučaju nereprezentativan uzorak ne umanjuje značaj sprovedenog istraživanja.

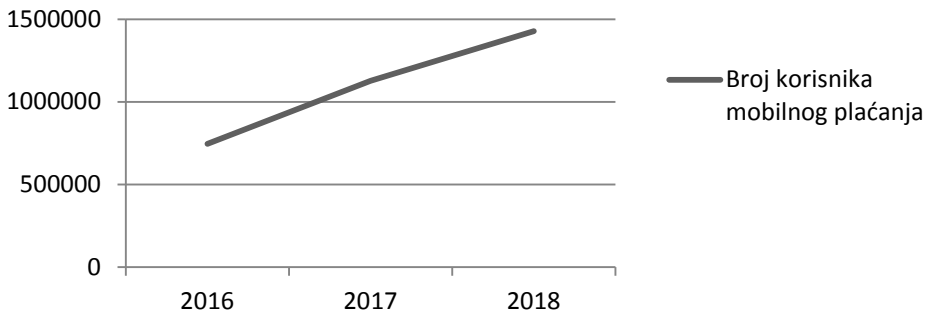
### Grafikon br. 3: Korišćenje usluga mobilnog bankarstva



**Izvor:** Autori

Sprovedenim istraživanjem se došlo do saznanja da 59% ispitanika koristi usluge mobilnog bankarstva, dok 41% ne koristi ove usluge (Grafikon br. 3). Prema istraživanju autora Todić i Dajić (2018), koje je sprovedeno na teritoriji opštine Niša i opštine Kraljeva decembra 2016.godine, 62% ispitanika koristi navedene usluge dok 38% ne koristi. U poređenju sa navedenim istraživanjem iz 2016.godine, zaključuje se da je većina ispitanika uvidelo prednosti ovog vida bankarstva.

### Grafikon br. 4: Broj korisnika usluga plaćanja putem mobilnih telefona

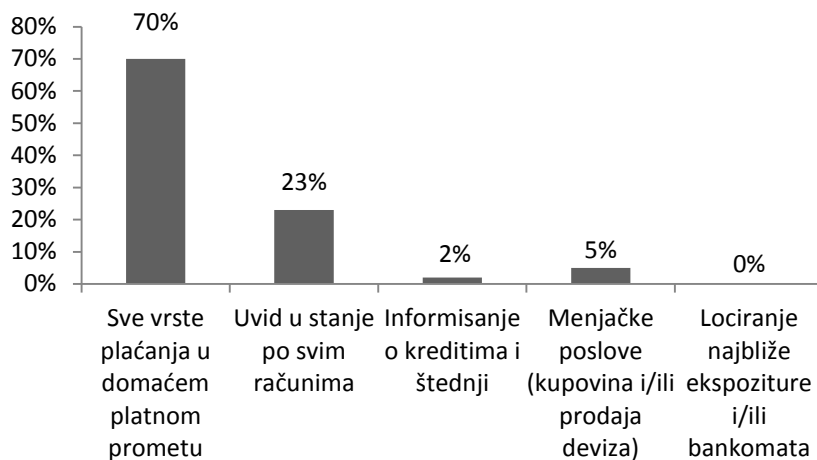


**Izvor:** Narodna banka Srbije, (2019, April 03)

Prema statističkim podacima Narodne banke Srbije o broju korisnika po vrstama određenih platnih usluga, mobilno bankarstvo ima tendenciju rasta. Broj korisnika mobilnog plaćanja u Republici Srbiji se iz godine u godinu povećava. Na kraju 2016. godine mobilno plaćanje koristi 746.180 korisnika dok u 2018. godini broj raste na 1.426.825 (Grafikon 4).

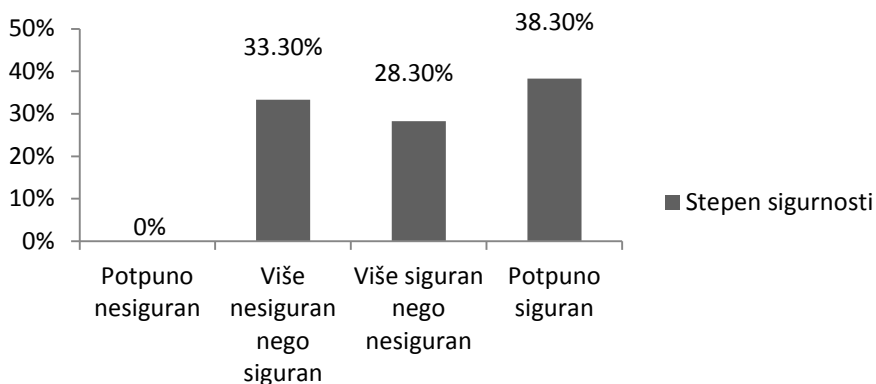
Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku procenjen broj stanovnika u Republici Srbiji u 2018. godini je 7.001.444 (Republički zavod za statistiku, 2019). U poređenju sa ukupnim brojem stanovnika udeo korisnika mobilnih plaćanja iznosi 20,38%, što se svakako odnosi na teritoriju čitave Republike Srbije, dok se sprovedeno istraživanja u ovom radu odnosi na teritoriju grada Novog Sada (59%) i ono korespondira podacima već ranijih istraživanja na teritoriji grada Niša i grada Kraljeva (62%). Ovakva disproporcija je očekivana jer je većina ekspozitura banaka koncentrisana u većim gradovima pa su samim tim i informacije o prednostima mobilnog bankarstva dostupnije urbanom stanovništvu.

**Grafikon br. 5:** *Usluge mobilnog bankarstva*



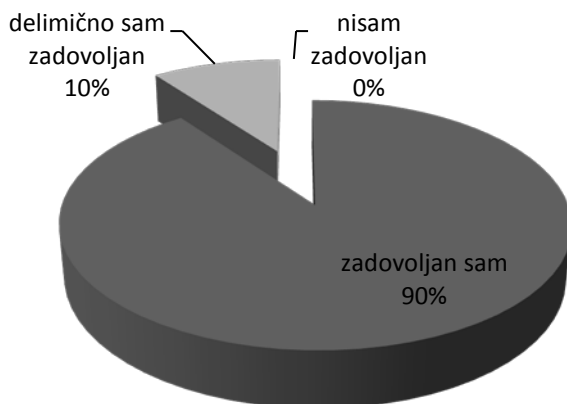
**Izvor:** Autori

Grafikon br. 5 pokazuje da korisnici mobilnog bankarstva najviše koriste usluge plaćanja u domaćem platnom prometu kao i uvid u stanje po svim računima. Osobe koje koriste samo uvid u stanje po svim računima (23%), ne koriste usluge plaćanja iz razloga što još uvek nisu potpuno uvereni u bezbednost novca i ličnih podataka, pokazuje istraživanje. Usluge menjačkih poslova koriste 5% ispitanika dok usluge informisanja o kreditima i štednji koriste 2% ispitanika. Mobilno bankarstvo pruža i usluge lociranja nablize ekspoziture i bankomata. Na osnovu istraživanja ispitanici nisu imali potrebu za ovom uslugom.

**Grafikon br. 6:** Sigurnost korišćenja usluga mobilnog bankarstva

**Izvor:** Autori

Prilikom korišćenja usluga mobilnog bankarstva korisnici smatraju da su njihovi podaci i novac sigurni. Grafikon br. 6 pokazuje da 38.3% ispitanika koji koriste mobilno bankarstvo smatraju da su potpuno sigurni, 23.3% smatraju da su više sigurni nego nesigurni, 33.3% smatraju da su više nesigurni nego sigurni.

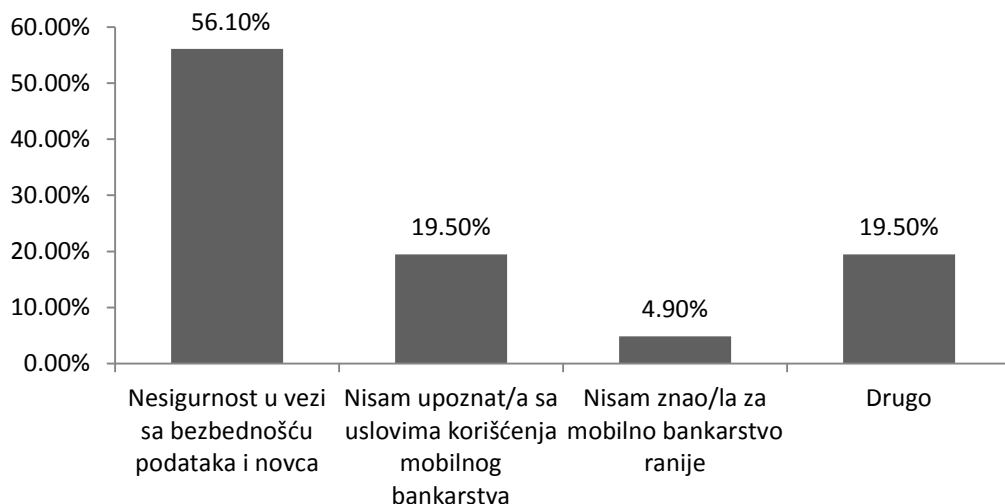
**Grafikon br.7:** Zadovoljstvo uslugama mobilnog bankarstva

**Izvor:** Autori

Na osnovu sprovedenog istraživanja se može zaključiti da su korisnici usluga mobilnog bankarstva zadovoljni ovom uslugom. Samo 10%

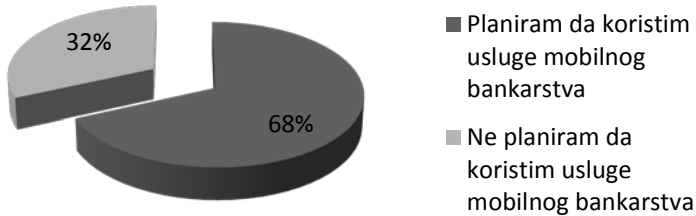
korisnika je odgovorilo da je delimično zadovoljno uslugama dok nema onih koji su potpuno nezadovoljni (Grafikon br. 7). Razlozi zbog kojih su korisnici delimično zadovoljni uslugama jesu: nepreglednost aplikacije, nepostojanje jasnih uputstava za njeno korišćenje, neefikasnost rešavanja određenih problema koji nastanu u procesu korišćenja ovih usluga, kao i nepotpunost informacija o pojedinim uslugama.

**Grafikon br.8:** Razlozi nekorisćenja mobilnog bankarstva



**Izvor:** Autori

Rezultati istraživanja pokazuju da 41% ispitanika ne koristi usluge mobilnog bankarstva. Razlozi su prikazani na Grafikonu br. 8. Najveći broj ispitanika (56,1%) ne koristi usluge mobilnog bankarstva iz razloga što smatraju da njihovi podaci i novac nisu bezbedni. Smatraju da postoji veliko prisustvo virusa koji mogu prouzrokovati finansijski gubitak i manipulaciju ličnim podacima. Procenat ispitanika koji ne koriste mobilno bankarstvo jer nisu dovoljno upoznati sa uslovima korišćenja je 19.5%. Ostali ispitanici su naveli sledeće razloge zašto ne koriste ove usluge: nedovoljna informisanost, loše iskustvo, još uvek nisu imali potrebe za ovakvom vrstom usluga, pojedini ispitanici koriste usluge elektronskog bankarstva preko računara, dok pojedini ispitanici navode kao razlog nekorisćenja neotvoren račun u banci.

**Grafikon br. 9:** *Stav o korišćenju usluge mobilnog bankarstva u budućnosti*

**Izvor:** Autori

Grafikon br. 9 prikazuje da od ukupnog broja ispitanika koji ne koriste usluge mobilnog bankarstva 68% su zainteresovani za ovaj vid bankarstva i planiraju da koriste usluge u budućnosti, dok 32% ispitanika ne planiraju da koriste usluge mobilnog bankarstva iz gorenavedenih razloga.

**ZAKLJUČAK**

Mobilno bankarstvo je jedna od najnovijih tehnoloških inovacija i nudi mnogobrojne prednosti klijentima i bankama. Olakšava korisnicima da pristupe svojim finansijama. Mobilno bankarstvo omogućava povećanje produktivnosti, povećanje performansi, efikasnosti, uštedu vremena, jednostavnost kontrole, jednostavnost upotrebe, jasnoću i fleksibilnost upotrebe.

Korist koju pruža mobilno bankarstvo značajno utiče na prihvatanje ovog servisa. Koristi koje pruža jesu: mogućnost pristupa bankarskim servisima u bilo koje vreme i sa bilo kog mesta, bez ikakvog zastoja i čekanja, mogućnost trenutnog sagledavanja efekata mobilnih bankarskih transakcija.

Rezultati sprovedenog istraživanja ukazuju da je mobilno bankarstvo kao novi vid bankarstva prihvaćen u Srbiji i ima tendenciju rasta. Većina

ispitanika je uvidelo prednosti mobilnog bankarstva. Korisnici usluga su zadovoljni i smatraju da su njihovi podaci i novac potpuno bezbedni prilikom transakcija. Međutim 41% ispitanika ne koristi ove usluge. Glavni razlog nekorišćenja usluga jeste nesigurnost u vezi sa bezbednošću podataka i novca. Drugi razlog nekorišćenja usluga jeste nedovoljna informisanost u vezi sa uslovima korišćenja. Iz navedenog izvodimo zaključak da bi banke trebalo intenzivnije da edukuju klijente i tržište o korišćenju modernih (mobilnih) usluga. Kao najznačajniji pokretači namere ispitanika da se prihvati i usvoji mobilno bankarstvo jesu uočena korisnost i lakoća korišćenja.

Sprovedeno istraživanje pruža značajne informacije koje potencijalnim korisnicima mogu pomoći pri donošenju odluke o korišćenju ovih usluga, ali i bankama kako bi poboljšali ponudu usluga mobilnog bankarstva, u čemu se ogleda praktičan cilj ovog istraživanja.

## LITERATURA

1. Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110.
2. Board of Governors of the Federal Reserve System. (2014). Consumers and Mobile Financial Services 2014, preuzeto 08. 02. 2015. sa: <http://www.federalreserve.gov/econresdata/consumers-and-mobile-financial-services-report-201403.pdf>
3. Dineshwar, R., & Steven, M. (2013). An investigation on mobile banking adoption and usage: A case study of Mauritius. The 3rd Asia-Pacific Business Research Conference, Kuala Lumpur, Malaysia.
4. Đorđević, B. (2007). Strategijske opcije u razvoju mobilnih bankarskih servisa, *Bankarstvo*, (3-4), 38-48.
5. Hadžić, M., Mladenović, V. (2014). Mobilno bankarstvo u Srbiji - stanje i potencijal, *Zbornik naučnih radova sa međunarodne naučne konferencije Sinteza 2014*, (str. 125-129). Beograd: Univerziteta Singidunum.
6. Jović, Z. (2014). Primena interneta u savremenom bankarskom i berzanskom poslovanju, *Zbornik naučnih radova sa međunarodne naučne konferencije Sinteza 2014*, (str. 180-185). Beograd: Univerziteta Singidunum.
7. Krishnan, S. (2014). *The Power of Mobile Banking: How to Profit from the Revolution in Retail Financial Services*, Wiley.

8. Milošević, I., Rodić, V. (2015). Značaj životne sredine u sistemu vrednosti u Srbiji: rezultati anketnog istraživanja. *Zbornik Matice srpske za društvene nauke*, 1/2015, 113-127.
9. Mirković, V., Lukić, J. (2015). Mobilno bankarstvo kao inovacija u sektoru finansijskih usluga, *Ekonomski vidici*, 20 (2-3), 297-310.
10. Narodna banka Srbije (2019, Mart 22). Šta je elektronsko bankarstvo i koje su njegove prednosti? Preuzeto sa: [http://www.tvojnovac.nbs.rs/edukacija/latinica/20/kartice/el\\_bankarstvo.html](http://www.tvojnovac.nbs.rs/edukacija/latinica/20/kartice/el_bankarstvo.html)
11. Narodna banka Srbije. (2019, April 03). Broj korisnika po vrstama određenih platnih usluga; Preuzeto sa: <https://www.nbs.rs/internet/latinica/35/statistika/index.html>,
12. Nicoletti, B. (2014). *Mobile banking: Evolution or Revolution?*, UK , Palgrave Macmillan.
13. Pavlović, G., Savić, J. (2017). Determinante namera potrošača u pogledu korišćenja usluga mobilnog bankarstva, *Marketing*, 48(2), 96-106.
14. Pavlović, M., Mutibarić, J. (2016). Značaj i primena elektronskog bankarstva u Srbiji, *Vojno delo*, 68 (2), 242-262.
15. Republički zavod za statistiku Republike Srbije, (2019, jun 19), Preuzeto sa: <http://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/stanovnistvo/procene-stanovnistva/>
16. Sanader, D. (2014). Mobilno bankarstvo: novi trend u savremenom bankarskom sektoru, *Bankarstvo*, (5), 86-109.
17. Shaikh, A. A., Glavee-Geo, R., & Karjaluoto, H. (2018). How Relevant Are Risk Perceptions, Effort, and Performance Expectancy in Mobile Banking Adoption? *International Journal of E-Business Research*, 14(2), 39-60.
18. Stankić, R. (2008). *Elektronsko poslovanje*, Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
19. Todić, M., Dajić, M. (2018). Perspektive mobilnog bankarstva u Srbiji, *Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije*, 8 (1), 19-36.
20. Uroš, T. (2015). Perspektive mobilnog bankarstva, *Zbornik naučnih radova sa međunarodne naučne konferencije Sinteza 2015*, (str. 437-440). Beograd: Univerziteta Singidunum.



# ANALYSIS OF THE MOBILE BANKING SERVICES MARKET IN THE REPUBLIC OF SERBIA

Soleša Katarina

Brkić Ivana

**Abstract:** *Information technologies have enabled banks to expand their business and adapt their services to customer needs. By developing and increasing the use of mobile communication technologies, a new type of banking has developed, known as “mobile banking”. Mobile banking represents the future of modern banking. Mobile technology allows a bank to interact with its customers in different ways, anytime and anywhere. Both positive and negative sides of mobile banking have been analyzed and presented in the paper. First the offer of mobile banking services on the territory of the Republic of Serbia was analyzed, followed by the analysis of demand in the form of a conducted survey. Results of the survey have shown that the majority of respondents use mobile banking services, but there is still a large number of users who do not use these services. Risk and insufficient information are found to be the main reasons for the non-use of mobile banking services.*

**Key words:** *mobile banking / banking services / mobile device / market*