

A Mobile Commerce Challenge Model

Pushkar Pradhan, Kushal Thakore, Sumi Helal and Manuel Bermudez

Department of Computer and Information Science and Engineering
University of Florida, Gainesville, FL 32611-6120, USA
Helal@cise.ufl.edu

Abstract

The hype created by the sudden emergence of mobile computing technologies has slowly given way to a whole lot of skepticism. Even though some m-commerce applications have already made their way on to the streets, experts have predicted that it will still be some time before the dream of m-commerce can finally become a reality. This pessimism is largely due to the fact that the technologies involved are still not mature enough, and it will cost a great deal in terms of money and effort to get the required infrastructure in place. There are many challenges that m-commerce is facing today. Various solutions have been suggested, some realizable with today's technology, some not. In the end, however, it is the users of the applications that are going to matter the most. Unless it becomes much easier (as well as cheaper) to transact business using an m-commerce application than by conventional methods, applications are not going to become popular, either with users or providers. The companies involved in providing these services must also be convinced that the huge investments that they are going to make in setting up the m-commerce infrastructure are going to be lucrative in the long run. In this paper, we present a challenge model for Mobile Commerce, analyzing the impediments and their inter-relationships. We also discuss the benefits and disadvantages of Mobile Commerce. **Keywords: Mobile-commerce.**

Resumen

La emoción creada por la aparición repentina de las tecnologías de computación móvil ha sido lentamente reemplazada por una gran cantidad de escepticismo. Aunque algunas aplicaciones del Comercio Móvil han aparecido en el mercado, los expertos predicen que pasará algún tiempo antes de que el sueño del Comercio Móvil se haga una realidad. Este pesimismo se debe en gran parte a que las tecnologías aún no han madurado, y costará mucho en términos de esfuerzo y dinero colocar la infraestructura necesaria. El Comercio Móvil enfrenta muchos desafíos hoy día. Muchas soluciones han sido propuestas, algunas factibles con la tecnología de hoy, y otras no. Al fin, serán los usuarios de estas tecnologías los que importarán. A menos que sea más fácil (y más barato) realizar transacciones de negocios utilizando una aplicación de Comercio Móvil que una aplicación convencional, las aplicaciones no lograrán aceptación popular, tanto entre usuarios como proveedores. Las empresas que proveen estos servicios deben estar convencidas de que sus inmensas inversiones serán lucrativas eventualmente. En este artículo presentamos un modelo de barreras al Comercio Móvil, analizando los impedimentos y sus inter-relaciones. También discutimos los beneficios y desventajas del Comercio Móvil. **Palabras clave: Comercio Móvil.**