

Przyszłość już tu jest: Metodologie stojące za ekonomicznymi scenariuszami przyszłości Visa

Kontekst i uwarunkowania

W okresie od marca do czerwca 2024 r. Visa współpracowała ze swoim globalnym partnerem badawczym, firmą Morning Consult, w celu realizacji dwóch uzupełniających się prac:

- Ogólnoeuropejskiego sondażu konsumenckiego mającego na celu zrozumienie nadziei społecznych, ambicji i barier związanych z przyjęciem nowych technologii płatniczych w najbliższej przyszłości. Badanie zostało przeprowadzone w marcu i kwietniu 2024 r. wśród 8 000 konsumentów z: Francji, Włoch, Hiszpanii, Polski, Niemiec, Szwecji i Wielkiej Brytanii. Ponadto przeprowadzono ankietę wśród 516 brytyjskich decydentów biznesowych. Danym zostały nadane wagi w celu przybliżenia populacji dorosłych w oparciu o płeć, wykształcenie, wiek, rasę i region. Badania te zostały także przywołane poniżej w metodologii dotyczącej niektórych stwierdzeń.
- Prognoz ekonomicznych niskiego poziomu w celu zrozumienia hipotetycznego wpływu gospodarczego tych innowacji.

Niniejszy dokument ma za zadanie zapewnić jasność i przejrzystość w zakresie tego, w jaki sposób Morning Consult doszło do stwierdzeń prognostycznych – zapewniając zarówno oryginalne źródło danych, jak i przedstawiając założenia przyjęte przez Morning Consult. Tematy odzwierciedlone w hipotezach odnoszą się do obszarów objętych badaniem opinii konsumentów, jednak postawy, zachowania i opinie badane w ankietach nie zawsze można łatwo przełożyć na wpływ na poziomie zagregowanym.

Ta analiza wpływu pomaga osadzić spostrzeżenia z ankiet konsumenckich w kontekście, wyznaczając kierunek – od głównych tematów do efektów na większą skalę lub długoterminowych, przy użyciu różnej optyki, zwykle z wykorzystaniem publicznie dostępnych danych Visa lub innych publicznie dostępnych źródeł. By odpowiednio zilustrować oraz nakreślić kontekst przykłady są zazwyczaj szerokie, kierunkowe, ilustracyjne, oparte na syntezie dostępnych danych, z pewnymi założeniami i przeprowadzane w sposób ograniczony czasowo, tak jak ma to miejsce w tym przypadku.

Każdy ze scenariuszy przedstawionych w niniejszym dokumencie reprezentuje potencjalne pozytywne korzyści dla europejskich obywateli, sprzedawców i gospodarek wynikające z nowych technologii płatniczych w przypadku realizacji tych hipotetycznych scenariuszy. W żadnym wypadku nie stanowią one szacunkowych wyników, przychodów ani oczekiwań Visa lub jej podmiotów zależnych.

Visa nie udziela żadnych gwarancji ani nie składa żadnych zapewnień co do kompletności lub dokładności informacji zawartych w niniejszym dokumencie, ani nie przyjmuje żadnej odpowiedzialności, która może wynikać z polegania na takich informacjach. Niniejszy dokument zawiera przykładowe scenariusze, które odnoszą się między innymi do możliwego wpływu społeczno-gospodarczego nowych technologii płatniczych w przyszłości na osoby fizyczne, handlowców i gospodarki. Te przykładowe scenariusze są zwykle określane słowami takimi, jak „uważa”, „szacuje”, „oczekuje”, „zamierza”, „może”, „przewiduje”, „mógłby”, „powinien”, „będzie”, „kontynuuje” oraz innymi podobnymi wyrażeniami. Podlegają one pewnym ryzykom, niepewności i innym czynnikom, z których wiele jest poza naszą kontrolą i jest trudnych do przewidzenia.

1. Ok. 67% europejskich małych firm akceptuje płatności kartą debetową lub kredytową¹, a badania pokazują, że akceptując płatności cyfrowe, kartą lub telefonem komórkowym, firmy mogą pozytywnie wpłynąć na swój bilans. Cyfryzacja wszystkich małych i średnich przedsiębiorstw w Europie może zwiększyć przychody o ponad 200 mld euro rocznie w ujęciu realnym (po ich cyfryzacji).
 - a. Szacowane wartości rynkowe odnoszące się do zwiększonych przychodów w podziale na kraje: Wielka Brytania (ok. 30%); Francja (ok. 15%); Niemcy (ok. 13%); Hiszpania (ok. 9%); Włochy (ok. 5%); Polska (ok. 3%); i Szwecja (ok. 3%).

Link do oryginalnego artykułu Visa pt. „Uwalnianie potencjału małych i średnich przedsiębiorstw w Europie” jest [tutaj](#), wraz z drugim artykułem na temat ambicji Visa, [aby umożliwić cyfryzację milionom małych i średnich firm na całym świecie](#).

Więcej informacji na temat metodologii Morning Consult:

Małe i średnie przedsiębiorstwa (249 lub mniej pracowników) odpowiadają za ok. 50% przychodów firm niefinansowych w Wielkiej Brytanii i UE². W 2022 r. MŚP wygenerowały przychody w wysokości około 19 bilionów euro, co stanowi około połowy wszystkich przychodów przedsiębiorstw w UE³. W tym samym roku brytyjskie MŚP wygenerowały około 2,2 biliona funtów⁴ (ok. 2,5 biliona euro na dzień 31.12.22). A zatem, unijne i brytyjskie małe i średnie przedsiębiorstwa osiągnęły na koniec 2022 r. przychody w wysokości około 21,5 biliona euro.

Zgodnie z powyższym artykułem Visa, 2/3 (67%) małych i średnich przedsiębiorstw akceptowało płatności kartami w Europie do początku 2023 r. 41% firm ankietowanych w badaniach Visa (także w 2023 r., a więcej informacji można znaleźć w ramach tego samego artykułu) wskazało, że ich obroty wzrosły o 6-15%, gdy zaczęły akceptować płatności kartami⁵. Oznacza to od 185 miliardów euro (przy 6%) do 456 miliardów euro (przy 15%) dodatkowych przychodów w małych i średnich przedsiębiorstwach, gdy płatności cyfrowe zostaną w pełni przyjęte⁶.

¹ W listopadzie i grudniu 2022 r. Visa przeprowadziła coroczne, dogłębne ilościowe badanie rynku obejmujące około 6000 małych firm na 14 rynkach, aby zrozumieć obecną sytuację i zbadać czynniki, które będą nadal wpływać na ich wzrost. Rynki objęte badaniem to Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Hiszpania, Włochy, Holandia, Portugalia, Szwecja, Dania, Izrael, Turcja, Rumunia, Polska i Grecja.

² Dane na poziomie krajowym dla Wielkiej Brytanii pokazują również prawie dokładnie taki sam całkowity obrót (przychody) dla firm zatrudniających mniej niż i więcej niż 250 pracowników w sektorze niefinansowym (UK Office of National Statistics). <https://www.ons.gov.uk/businessindustryandtrade/business/businessservices/datasets/uknonfinancialbusinesseseconomyannualbusinesssurveyemploymentsizeband>. Małe i średnie przedsiębiorstwa w UE są szczegółowo opisane przez Komisję Europejską, ale głównie w kategoriach wartości dodanej (nie przychodów), https://single-market-economy.ec.europa.eu/document/download/b7d8f71f-4784-4537-8ecf-7f4b53d5fe24_en?filename=Annual%20Report%20on%20European%20SMEs%202023_FINAL.pdf.

³ EU Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20231212-1#:~:text=In%202022%2C%20the%20EU%20had,turnover%20of%20%E2%82%AC38%20trillion.>

⁴ Statistica, <https://www.statista.com/statistics/687367/uk-sme-turnover/#:~:text=In%202023%20small%20and%20medium,at%20over%20936.86%20billion%20pounds>

⁵ Wcześniejsze badania przeprowadzone przez Visa <https://navigate.visa.com/europe/purpose-and-impact/billions-of-reasons-to-champion-growth>

⁶ W 33% jeszcze nie przyjęto x w 41% oczekuje się wzrostu x 6% (lub 15%) x 22,5 biliona euro przychodów bazowych. 7 Jest to prosta ekstrapolacja. Istnieją powody, aby sądzić, że wzrost przychodów z płatności kartami przez późniejszych użytkowników nie będzie w pełni odpowiadał wzrostowi przychodów przez wcześniejszych użytkowników, ale są to najbliższe dostępne dane bez skomplikowanych badań przeprowadzanych od nowa (de novo).

Te szacunki rynkowe⁷ opierają się na obserwacji wyników z przeszłości, gdy firmy przyjmowały płatności cyfrowe; niektóre z tych zysków mogły zostać przeniesione do firm przyjmujących płatności cyfrowe od tych, które jeszcze ich nie przyjęły. W zakresie, w jakim to przesunięcie udziału stanowi główne źródło zaobserwowanej poprawy, wyniki tych, którzy przyjmują cyfrowe płatności w przyszłości, mogą być niższe, ponieważ jest coraz mniej "niezdigitalizowanych" (niekorzystających z płatności cyfrowych) uczestników rynku, z których danych można wyciągnąć wnioski. Ogólnie rzecz biorąc, „cyfryzacja” małych i średnich przedsiębiorstw skoncentrowana jest przede wszystkim wokół akceptacji płatności cyfrowych i budowaniu biznesów online.

2. Zgodnie z danymi VisaNet, usługa Click to Pay może podnieść sprzedaż o 4,5%⁸, co oznacza możliwy roczny wzrost sprzedaży e-commerce dla małych i średnich firm w Wielkiej Brytanii i UE o 51 miliardów euro.

Więcej informacji na temat metodologii Morning Consult:

Dane VisaNet pokazują, że usługa Click to Pay może korzystnie wpłynąć na handel online, powodując wzrost sprzedaży o 4,5% dzięki zwiększonym wskaźnikom autoryzacji transakcji (patrz przypis 8). Click to Pay jest obecnie na wczesnym etapie rozwoju, ale tylko wyobraźmy sobie – co może oznaczać wzrost o 4,5% dla poziomu europejskiego PKB, jeśli usługa Click to Pay byłaby powszechnie używana?

Naszym głównym celem jest ilościowe określenie implikacji szacunków własnych Visa, więc zastosowaliśmy te 4,5% dla bazy, dla której najbardziej prawdopodobne jest wprowadzenie ulepszeń, a mianowicie dla sprzedaży ecommerce w UE i Wielkiej Brytanii.

Na podstawie naszej analizy danych UE i innych⁹ Morning Consult oszacowało, że sprzedaż ecommerce w Wielkiej Brytanii i UE w 2023 r. wyniosła łącznie około 1 939 miliardów euro, z czego 1 144 miliardów euro przypada na małe i średnie przedsiębiorstwa. Wzrost o 4,5% oznacza zatem 51 miliardów euro rocznie więcej dla przedsiębiorstw w Wielkiej Brytanii i UE.

3. Europejski pilotaż usługi pokazuje, że Click to Pay może skrócić czas spędzany przy kasie nawet o 40%¹⁰. Biorąc pod uwagę liczbę porzuconych koszyków w sklepach internetowych, a także to jak ważne jest sprawne sfinalizowanie zakupu oraz obawy związane z wprowadzaniem danych kredytowych w sklepie online, sprzedawca przyjmujący Click to Pay może zwiększyć swoje przychody nawet o 30%.

Więcej informacji na temat metodologii Morning Consult:

Dane Visa pokazują, że dzięki usłudze Click to Pay czas spędzany na finalizacji zakupów online może skrócić się o 40%. W 2022 r. średni czas oczekiwania przy kasie w Europie wynosił 3,3 minuty, a 62%

⁷ [Europe: e-commerce share of GDP by country 2022 | Statista](#)

⁸ Dane VisaNet + Miesięczny raport GBI dotyczący autoryzacji, maj 2022 r. (pełen artykuł [tutaj](#))

⁹ Dane: <https://www.statista.com/statistics/1283556/e-commerce-percentage-gdp-europe-country/>;

[https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_sovereign_states_in_Europe_by_GDP_\(nominal\)](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_sovereign_states_in_Europe_by_GDP_(nominal)); Komisja Europejska, 2023, sprawozdanie roczne dotyczące MŚP2, rys. 38; MŚP Ecomm w oparciu o 59% wartości dodanej w całej UE w branży detalicznej (branża, którą uważamy za najbardziej reprezentatywną dla Ecomm); analiza Morning Consult.

¹⁰ Dane Visa zaczerpnięte z programu pilotażowego Click to Pay w 2024 r.

konsumentów zrezygnowało z zakupu po dwóch minutach¹¹. Visa pyta zatem o to, co 40-proc. redukcja czasu oznaczałaby dla sprzedawców detalicznych?

Zasadniczo źródła wskazują, że odsetek porzucanych koszyków wynosi aż 70%¹², z nawet wyższą wartością w niektórych kanałach, takich jak media społecznościowe. W zakresie, w jakim porzucone koszyki wyglądają jak zakończone transakcje, oznacza to, że na każdą zakończoną transakcję przypadają około trzy porzucone koszyki, co – przynajmniej na pierwszy rzut oka – stanowi ogromną stratę. Badania wskazują, że 25-26% porzucających dokonuje zakupu za pośrednictwem innej witryny lub metod, co wskazuje, że były to przypadki naprawdę utraconej sprzedaży, a nie przypadkowi kupujący lub osoby aktywnie porównujące oferty różnych sprzedawców¹³.

Spośród przyczyn porzucenia koszyków, 15-20% jest wymienianych jako spowodowane (każdy z nich) zbyt dużą ilością czasu w procesie zakupu lub brakiem chęci wprowadzenia danych karty – dla obu tych kwestii rozwiązaniem jest Click to Pay. Tak więc co najmniej 25% porzuconych koszyków to realne transakcje, a spora część z nich jest tracona z powodu czasu spędzonego na finalizacji zakupów lub problemów z płatnościami. W innym miejscu, w ramach zabezpieczenia, Shopify wskazuje na możliwość korzystania z zamawiania za pomocą jednego kliknięcia (one-click ordering) jako opcji potencjalnie poprawiającej współczynnik konwersji niższego lejka o 50%, w porównaniu z zakupami gościa¹⁴. Jest to zgodne z tym, jak ważne jest skrócenie czasu i bezpieczeństwo szczegółów transakcji¹⁵.

Synteza:

70% porzuceń oznacza, że na każdy koszyk, który kończy się realizacją transakcji, przypadają trzy, które tego nie robią. Tak więc sprzedawca może potencjalnie zwiększyć sprzedaż o trzy dodatkowe sprzedaże na każdą już dokonaną. Każdy konsument dokonujący zakupów porównawczych, który dociera do etapu podsumowania kosztów (cena, dostawa, inne warunki) w dwóch witrynach w celu porównania, będzie zasadniczo miał co najmniej 50-proc. współczynnik porzuceń. Ktoś, kto robi zakupy w czterech witrynach, automatycznie będzie miał 75-proc. wskaźnik rezygnacji. Wskaźniki te nabierają dodatkowej wiarygodności w przypadku transakcji o wyższej wartości¹⁶.

Nasze podsumowanie możliwości lejka jest następujące (przy użyciu przybliżonych liczb zgodnych z większością źródeł oraz dalszych założeń):

70-75% koszyków jest porzucanych; pozorni kupujący, tj. ci którzy przeglądają wiele witryn w celu porównania, mogą wrócić do niektórych z nich. Spośród nich około 26% dokonuje zakupu w innym

¹¹ <https://stripe.com/gb/guides/state-of-european-checkouts-2022>

¹² Baymard Institute, 48 Statystyki dotyczące porzucania koszyków w 2023 r., <https://baymard.com/lists/cart-abandonment-rate>.

¹³ Statystyki porzucania koszyków, <https://www.hotjar.com/blog/cart-abandonment-stats/>; 15 statystyk porzucania koszyków, <https://www.cloudways.com/blog/shopping-cart-abandonment-statistics/>; 50+ kluczowych statystyk porzucania koszyków w handlu elektronicznym, <https://analizify.com/hub/cart-abandonment-statistics>; Jedna czwarta konsumentów korzysta z kont gości, <https://ecommerceage.co.uk/ecommerce-age/a-quarter-of-consumers-use-guest-accounts-online-over-privacy-concerns/>.

¹⁴ Shopify, powołując się na badanie przeprowadzone przez nienazwaną firmę konsultingową Big 3, <https://www.shopify.com/enterprise/blog/shopify-payments-stack-overview> i <https://www.shopify.com/blog/shopping-cart-abandonment>.

¹⁵ Baymard Institute. 2017. E-commerce checkout usability report. <http://baymard.com/checkoutusability>. Baymard Institute. 2019. Przeciętna ścieżka zakupowa ma 14,88 pól formularza – dwa razy więcej niż to konieczne. <http://baymard.com/blog/checkout-flow-average-form-fields>.

¹⁶ Przykładowe badania ścieżki klienta, Power Reviews, <https://www.powerreviews.com/key-digital-physical-influences-customer-journey/>;

miejscu, więc są to prawdziwi kupujący i mogliby oni zostać przekonwertowani na sprzedaż (nie ma to jednak wpływu na PKB, ponieważ transakcja odbywa się u innego sprzedawcy); spośród nich, być może 30% porzuciło sprzedawcę z powodu upływu czasu lub innych kwestii związanych z płatnościami.

Pozostali porzucający mogli nie być gotowi do zakupu; Morning Consult nie znało tej liczby, więc w najlepszym razie firma mogła założyć, że około 20% z nich było gotowych do zakupu (aby być ostrożnym); a idąc dalej, być może 30% z nich nie udało się sfinalizować zakupu z powodu problemów z płatnościami.

$(26\% \times 30\% + 74\% \times 20\% \times 30\%)$ oznacza, że około 12% porzuconych koszyków może zostać uratowanych dzięki Click to Pay i podobnym rozwiązaniom, które sprawiają, że ostateczna transakcja jest łatwiejsza i bezpieczniejsza. Jako, że na każdy sfinalizowany koszyk przypadały około trzy porzucone koszyki, oznacza to potencjalny wzrost liczby transakcji o około 36% ($3 \times 12\%$) w stosunku do obecnej bazy danego sprzedawcy¹⁷. Jako że najlepsze szacunki wskazują na prawie trzy porzucone koszyki na każdą sfinalizowaną sprzedaż (co implikuje 70-75-proc. wskaźnik porzuceń), zaoszczędzenie od 8% do 12% porzuconych koszyków oznacza możliwość poprawy sytuacji o 24-36% na poziomie indywidualnego sprzedawcy detalicznego¹⁸. Wykorzystujemy więc 30-proc. wskaźnik, który reprezentuje punkt środkowy tego zakresu.

4. Europejscy konsumenci mogliby zaoszczędzić nawet 250 miliardów euro więcej każdego roku, gdyby wykorzystali cyfrowe narzędzia, takie jak sztuczna inteligencja, by pomogły im zarządzać własnymi finansami. W samej Wielkiej Brytanii wpływ może wynosić 15-30 miliardów funtów rocznie.

Więcej informacji na temat metodologii Morning Consult:

Badanie Visa¹⁹ wykazało, że konsumenci już teraz wykazują zainteresowanie narzędziami do planowania finansów, w tym np. rozwiązaniami oszczędnościowymi. 31% brytyjskich konsumentów jest świadomych istnienia narzędzi do zarządzania oszczędnościami (np. polegającymi na ustawianiu i zarządzaniu rozwiązaniami oszczędnościowymi) i chciałoby z nich korzystać. 38% Brytyjczyków przyznaje, że chciałoby dowiedzieć się więcej o zarządzaniu własnymi finansami i sposobach ich optymalizacji²⁰.

Narzędzia takie jak te, mogą zbliżyć konsumentów do zalecanych poziomów oszczędności. Eksperti sugerują, że osoby fizyczne powinny oszczędzać w stosunku 50/30/20 swojego dochodu rozporządzalnego, podzielonego między niezbędne potrzeby, zachcianki i oszczędności. Obecnie stopa oszczędności w Wielkiej Brytanii jest bliższa 10% niż 20%, a część gospodarstw domowych ma

¹⁷ Jest to ten sam rząd wielkości, co szacowana przez Shopify żywotność 50% konwersji z niższego lejka.

¹⁸ Należy pamiętać, że reprezentują one sprzedaż, którą pojedynczy detalista może pozyskać, a nie stracić na rzecz innego detalisty; większość z nich będzie polegać na przeniesieniu sprzedaży do sprzedawców detalicznych z lepszymi metodami płatności i doświadczeniami przy kasie, a niekoniecznie na wzroście sprzedaży detalicznej w całym sektorze.

¹⁹ Badanie zostało przeprowadzone w marcu i kwietniu 2024 r. wśród 8 000 konsumentów we Francji, Włoszech, Hiszpanii, Polsce, Niemczech, Szwecji i Wielkiej Brytanii. Ponadto przeprowadzono ankietę wśród 516 brytyjskich decydentów biznesowych. Dane zostały nadane wagi w celu przybliżenia populacji dorosłych w oparciu o płeć, wykształcenie, wiek, rasę i region.

²⁰ Źródło, Visa, powołując się na ankietę Tink Fintech for Good z 2023 r. i ankietę Tink Banking z 2023 r.

ograniczone oszczędności lub nie ma ich wcale. Poziom UE w 2022 r. był podobny – 12,7%, i był zbliżony do średniej sprzed pandemii²¹.

Narzędzia takie jak rozwiązania oszczędnościowe i nowe modele bankowości prawdopodobnie nie zniwelują tej luki całkowicie. Jeśli jednak narzędzia takie pomogą zwiększyć oszczędności konsumentów o dodatkowy 1% dochodu do ich dyspozycji (jedna dziesiąta do jednej ósmej obecnej luki), łączne oszczędności konsumentów w UE i Wielkiej Brytanii mogą wzrosnąć o około 130-250 miliardów euro rocznie²². Jest to ostrożny szacunek Morning Consult, ponieważ pełna luka wynosi 7% lub więcej.

- 5. Gdy biometria stanie się powszechna, europejskie małe i średnie przedsiębiorstwa mogą uzyskać do 43 miliardów euro dodatkowej sprzedaży rocznie, zmniejszając trudności związane z hasłami. Ponadto, dzięki biometrii, oszustwa mogą zostać ograniczone o 483 milionów euro rocznie we wskazanym regionie.**
- a. Szacowane wartości rynkowe odnoszące się do zwiększonych przychodów w podziale na kraje: Wielka Brytania (ok. 30%); Francja (ok. 15%); Niemcy (ok. 13%); Hiszpania (ok. 9%); Włochy (ok. 5%); Polska (ok. 3%); i Szwecja (ok. 3%).**

Więcej informacji na temat metodologii Morning Consult:

Wpływ na przychody: Zgodnie z podstawowymi szacunkami Morning Consult, handel online stanowi najlepszy punkt wyjścia dla oceny wpływu biometrii w odniesieniu do płatności. Korzystając z tych samych danych, które stanowią podstawę szacunków Morning Consult dotyczących Click to Pay, Morning Consult oszacowała, że sprzedaż ecommerce w Wielkiej Brytanii i UE w 2023 r. wyniosła łącznie około 1 939 miliardów euro, z czego 1 144 miliardów euro przypada na małe i średnie przedsiębiorstwa²³.

Jaką poprawę może przynieść wykorzystanie danych biometrycznych? W badaniu przeprowadzonym przez Morning Consult w 2024 r. dla Visa²⁴, konsumenci w Wielkiej Brytanii i UE wskazali, że na każde 10 prób zakupów online, porzucali nieco ponad dwie próby. Około 15% (od 9% do 19%, w zależności od kraju) osób w tej grupie zrezygnowało z transakcji z powodu problemów z hasłami lub konieczności wprowadzenia hasła. Na tej podstawie, na każde osiem zrealizowanych transakcji, kolejne 2 x 15%, lub 0,3 transakcji, mogłyby zostać zrealizowanych, gdyby nie problem z hasłem.

Gdyby biometria była powszechnie dostępna, a co za tym idzie uwierzytelnianie byłoby prostsze, te osiem prób mogłyby dojść do 8,3, co stanowi wzrost o 3,75%. Zastosowanie tego do 1 144 miliardów

²¹Eurostat, Statystyki gospodarstw domowych UE dotyczące dochodów, oszczędności i inwestycji. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Households_-_statistics_on_disposable_income,_saving_and_investment&oldid=523241#Household_saving_rate.

²² Dochód do dyspozycji w UE w 2023 r. (szacunkowo) 11 450 mld euro. Dochód do dyspozycji w Wielkiej Brytanii w 2023 r. (szacunkowo) 1 691 mld euro (1 450 mld GBP).

²³ Dane: <https://www.statista.com/statistics/1283556/ecommerce-percentage-gdp-europe-country/>; [https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_sovereign_states_in_Europe_by_GDP_\(nominalnie\)](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_sovereign_states_in_Europe_by_GDP_(nominalnie)); Komisja Europejska, 2023, sprawozdanie roczne dotyczące MŚP2, rys. 38; MŚP Ecomm w oparciu o 59% wartości dodanej w całej UE w branży detalicznej (branża, którą uważamy za najbardziej reprezentatywną dla Ecomm); analiza Morning Consult.

²⁴ Badanie zostało przeprowadzone w marcu i kwietniu 2024 r. wśród 8 000 konsumentów we Francji, Włoszech, Hiszpanii, Polsce, Niemczech, Szwecji i Wielkiej Brytanii. Ponadto przeprowadzono ankietę wśród 516 brytyjskich decydentów biznesowych. Dane zostały nadane wagi w celu przybliżenia populacji dorosłych w oparciu o płeć, wykształcenie, wiek, rasę i region.

euro szacowanej przez Morning Consult sprzedaży ecommerce dla małych i średnich przedsiębiorstw sugeruje poprawę o około 43 miliardy euro w całej Wielkiej Brytanii i UE. Należy zauważyć, że jest to wzrost gdyby uwierzytelnianie biometryczne było powszechne, co może zająć trochę czasu; to samo badanie wykazało, że obecnie ok. 34% konsumentów pozostaje sceptycznych lub niezdecydowanych co do przyjęcia biometrii, więc wzrost o 3,75% należy postrzegać jako liczbę długoterminową, w miarę upowszechniania tego rozwiązania²⁵.

Ograniczenie liczby oszustw: Według Urzędu Statystycznego (Office of National Statistics) w Wielkiej Brytanii żyje obecnie 67,1 miliona osób²⁶. Wśród nich, jak donosi BBC, około 1 na 15 osób pada ofiarą oszustwa, co oznacza, że około (67,1 mln x 1/15) 4,4 miliona osób w tym kraju zostało dotkniętych oszustwem²⁷, co jest szacowane na wartość rzędu 395,7 milionów funtów (3) lub około 90 funtów na osobę (4,4 mln/395,7 mln)²⁸.

Wiemy, że biometria może pomóc w ograniczeniu oszustw, a wśród respondentów z Wielkiej Brytanii, którzy obecnie nie używają biometrii do płatności lub uwierzytelniania, 28% twierdzi, że jest w pewnym stopniu lub bardzo prawdopodobne, że rozważy skorzystanie z biometrii w rozwiązaniach płatniczych w ciągu najbliższych pięciu lat²⁹. Gdyby 28% osób spośród szacowanych na rynku 4,4 miliona osób dotkniętych oszustwami przyjęło biometryczne rozwiązania płatnicze, mogłoby to spowodować (4,4 mln x 28%) zmniejszenie liczby osób dotkniętych oszustwami o 1,2 miliona i równowartość około 110,9 miliona funtów (1,2 mln x 90 funtów) w kontekście zmniejszenia liczby oszustw w ciągu najbliższych pięciu lat.

Kiedy Morning Consult zastosowało podobną logikę do UE, otrzymaliśmy: Populacja UE wynosi około 448 milionów osób³⁰. 8% konsumentów doświadczyło oszustw związanych z bankowością internetową lub płatnościami w ciągu ostatnich pięciu lat³¹. Oznacza to, że 448 milionów x 8% = 35,9 milionów osób zostało dotkniętych oszustwem. W przypadku transakcji bez fizycznej obecności karty (card-not-present) zgłoszono oszustwa na kwotę 1,28 miliarda euro. 1,28 miliarda euro / 35,9 miliona oznacza utratę 36 euro na osobę w wyniku oszustwa. Średnio 27% prawdopodobnie przyjmie rozwiązania biometryczne w płatnościach w ciągu najbliższych 5 lat. 35,9 miliona osób dotkniętych oszustwem x 27% = 9,7 miliona osób, które prawdopodobnie wykorzystają takie rozwiązania, co daje

²⁵ Często podaje się wskaźnik porzuconych koszyków na poziomie 70-75%. Z tego 25-26% kupuje od innego sprzedawcy, co oznacza, że nie ma to wpływu na PKB, a jedynie na zmianę sprzedawcy. Pozostaje więc około 70-75% (rzekomo porzuconych) x 75% nie kupionych u innego sprzedawcy, czyli około 50% porzuconych koszyków. Jeśli około 15% porzuconych wynika z problemów z hasłem, jak wykazano w badaniu konsumenckim MC Visa 2024, oznacza to, że 50% x 15%, czyli 7,5% porzuconych można by „uratować”, gdyby biometria była powszechna. Ze względu na to jednak, że deklarowane porzucenia na poziomie 75% przekraczają rzeczywiste zamknięte transakcje o współczynnik 3:1, oznaczałoby to ogromny wzrost sprzedaży dla sprzedawców. Po prostu nie ma wystarczającego dochodu do dyspozycji konsumentów, aby wesprzeć domniemaną „brakującą” sprzedaż. Uważamy, że wiele z nominalnie porzuconych koszyków nigdy nie doprowadziłoby do sprzedaży, a wiele z nich może być wynikiem zakupów porównawczych. Prowadzi nas to do przekonania, że wzrost o 3,7% wskazany w tekście głównym jest bardziej przekonujący.

²⁶ [Omówienie populacji Wielkiej Brytanii – Office for National Statistics \(ons.gov.uk\)](https://ons.gov.uk)

²⁷ [Wielka Brytania traci 2 300 funtów na minutę z powodu oszustw – BBC](https://bbc.com)

²⁸ Przegląd populacji Wielkiej Brytanii – Office for National Statistics (ons.gov.uk); Wielka Brytania traci 2300 funtów na minutę z powodu oszustw (bbc.com); Zrozumienie i zapobieganie oszustwom typu Card Not Present (sumup.com).

²⁹ Morning Consult Economic Impact Consumer Surveys (VISA 20). Należy pamiętać, że jest to średni wynik top 2 (skrajnie i bardzo prawdopodobny) na następujących rynkach: Francja, Niemcy, Włochy, Polska, Hiszpania i Szwecja.

³⁰ https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/key-facts-and-figures/life-eu_en

³¹ Axerve Whitepaper: Cyberprzestępczość i oszustwa internetowe: wyzwanie dla całego ekosystemu e-commerce <https://brc.org.uk/media/679094/cybercrime-and-online-fraud-axerve.pdf> (str. 7)

zmniejszenie wartości oszustw o 349,2 miliona euro lub 294,9 miliona funtów (bo 9,7 miliona x 36 euro) w ciągu najbliższych 5 lat³².

Kiedy natomiast Morning Consult połączyło dane z Wielkiej Brytanii i UE okazało się, że zbiorowy wpływ może oznaczać, iż biometria ma potencjał zmniejszyć wartość oszustw o (110,9 milionów funtów + 294,9 milionów funtów) 405,8 miliona funtów lub 483 miliony euro, a około (1,2 mln + 9,7 mln) 10,9 miliona mniej osób zostanie dotkniętych oszustwami w ciągu najbliższych pięciu lat.

³² Fakty i liczby, dane demograficzne UE | Unia Europejska (europa.eu); Oszustwa konsumenckie dotyczą 1 na 4 Europejczyków | Agencja Praw Podstawowych Unii Europejskiej (europa.eu); Raport na temat oszustw kartowych w 2020 i 2021 (europa.eu).