Badanie Visa wskazuje kluczowe czynniki rozwoju inteligentnych miast i podpowiada, jak podnieść jakość codziennych podróży

* Visa i Uniwersytet Stanforda opracowały jedno z najbardziej kompleksowych badań na świecie w obszarze transportu – przeprowadzono je w 19 krajach wśród ponad 19 000 osób poruszających się codziennie po miastach
* Raport opisuje trendy i wyzwania w obszarze transportu publicznego i parkowania w obliczu wzrostu zaludnienia na świecie i rosnącej migracji do miast

**Mobile World Congress, 25 lutego 2019 r.** - Visa (NYSE: V), we współpracy z Uniwersytetem Stanforda, opublikowała wyniki jednego z największych badań na świecie, w którym bierze pod lupę rosnące zapotrzebowanie na transport publiczny i prywatny, a także znaczącą rolę, jaką handel elektroniczny odgrywa w zrównoważonym rozwoju w tym obszarze.

Jak wynika z danych opublikowanych przez ONZ[[1]](#endnote-1), do 2050 roku 68 proc. ludności na świecie będzie mieszkać w ośrodkach miejskich – zaś liczba “megamiast” o liczbie mieszkańców przekraczającej 10 milionów w tym samym czasie zwiększy się z 43 do 51.

Korzystając z doświadczenia zdobytego we współpracy z podmiotami zarządzającymi transportem publicznym, firmami motoryzacyjnymi i startupami technologicznymi, Visa zleciła opracowanie raportu “*Przyszłość transportu: mobilność w dobie megamiast*”. Ma on umożliwić wgląd w obecne i przyszłe wyzwania, przed jakimi stoją osoby poruszające się codziennie po miastach. Kluczowe wnioski zestawiono w raporcie z przeglądem już istniejących jak i powstających właśnie innowacji, które wybrane zostały przez ekspertów z Uniwersytetu Stanforda – pozwala to lepiej zrozumieć luki technologiczne stanowiące przeszkodę dla pokonywania trudności związanych ze wspomnianymi wyzwaniami.

Realizacja płatności jest nieodzownym elementem korzystania ze środków transportu. Jej znaczenie będzie rosło wraz ze wzrostem adaptacji płatności cyfrowych w komunikacji miejskiej, czy też za parkowanie i wypożyczanie rowerów oraz hulajnóg.

Jak wyjaśnia **Mike Lemberger, SVP, Product Solutions Europe, Visa**, *“Rozwój miast, w których żyjemy, uzależniony jest od tego, w jaki sposób będziemy rozwijać transport i mobilność. Visa wraz ze swoimi partnerami ma w tym względzie istotną rolę do odegrania, zarówno w obszarze podnoszenia jakości doświadczenia płatniczego dla milionów osób poruszających się codziennie po miastach, jak i wspierania władz odpowiedzialnych za transport publiczny w ich dążeniu do tworzenia zrównoważonych rozwiązań, podnoszących komfort użytkowników komunikacji miejskiej”.*

Jak zauważa **Dr Herman Donner z Uniwersytetu Stanforda** będący współautorem raportu, *“przyglądając się dzisiejszym technologiom, można wskazać wiele rozwiązań podnoszących komfort codziennego podróżowania. Jednak żadnego z nich nie można rozpatrywać w odosobnieniu. Kluczowa jest identyfikacja właściwych technologii, umożliwiających wprowadzenie bazujących na nich produktów na rynek. Dopiero wtedy można je wdrażać, w porozumieniu z szerokim gronem zainteresowanych podmiotów – w tym dostawcami rozwiązań z zakresu mobilności, firmami technologicznymi, właścicielami infrastruktury i władzami odpowiedzialnymi za transport publiczny. Z naszych badań wynika, że wiele małych, stopniowych zmian może znacząco wpłynąć na to, jak ludzie postrzegać będą swoje codzienne podróże po mieście - czy będzie to na przykład pomoc w znalezieniu miejsca do parkowania, podpowiedzi o różnych cenach paliwa w różnych punktach miasta, czy zaplanowanie podróży komunikacją publiczną”.*

Badanie przeprowadzono na grupie 19 000 konsumentów mieszkających w 19 krajach. Pozwoliło to zidentyfikować istotne wyzwania, przed którymi stoją rozrastające się miasta, w tym:

**KLUCZOWE TRENDY (GLOBALNE)**

Czas dojazdu do pracy:

* Dla 46 proc. konsumentów na całym świecie czas przemieszczania się w miastach uległ wydłużeniu
* Połowa (52 proc.) jest niezadowolona z komunikacji miejskiej
* Jedna trzecia badanych (37 proc.) spodziewa się, że w następnych pięciu latach czas poruszania się po miastach wydłuży się

Korzystanie z samochodu:

* Własny samochód pozostaje głównym środkiem transportu wykorzystywanym zarówno do dojazdu w celach zawodowych (60%), jak i do podróży prywatnych (61%)
	+ Tylko 42 proc. osób przypisywanych do kategorii Generacja Z (w wieku 18‑25) używa samochodu do podróży zawodowych czy prywatnych
* Najbardziej nielubianą częścią podróży samochodem jest poszukiwanie miejsca do parkowania, niedogodność tą wskazało 64% respondentów,
	+ Na drugim miejscu znalazło się ryzyko otrzymania mandatu w przypadku parkowania przedłużającego się ponad opłacony czas (44%)
	+ Na trzecim miejscu wskazano opłacenie dłuższego czasu parkowania, niż to rzeczywiście konieczne (42%)

Korzystanie z transportu publicznego:

* Mniej niż połowa badanych korzysta z transportu publicznego, aby dostać się do pracy, szkoły, czy na uczelnię (44 proc.),
* Odsetek ten wzrasta do 54 proc., gdy chodzi o podróż prywatną, której celem jest na przykład rozrywka
* W wyborze środku transportu dojeżdżający opierają się na trzech czynnikach: wygodzie, niezawodności i zatłoczeniu. Znaczenie każdego z tych czynników zmienia się w zależności od grupy wiekowej:
	+ Baby Boomers (wiek 56+) – wygoda (82 proc.), niezawodność (84 proc.) i zatłoczenie (72 proc.)
	+ GenX (46-55) - wygoda (79 proc.), niezawodność (82 proc.) i zatłoczenie (71 proc.)
	+ Millennialsi (26-45) – wygoda (74 proc.), niezawodność (76 proc.) i zatłoczenie (67 proc.)
	+ GenZ (18-25) - wygoda (62 proc.), niezawodność (67 proc.) i zatłoczenie (55 proc.)

Płatności:

* Najczęstszą przyczyną niezadowolenia jest skomplikowanie płatności
* Gdyby płatność za usługi transportu publicznego była prostsza, korzystanie z nich zwiększyłoby się o 27 proc.
* 47 proc. respondentów uważa, że problemem jest konieczność posiadania różnych rodzajów biletów na różne środki transportu
* 44 proc. jest zdania, że problemem jest brak informacji o konkretnej kwocie do zapłacenia przed zaparkowaniem
* 41 proc. stwierdziło, że konieczność płacenia za bilet gotówką jest kłopotliwa. Według badanych to niezadowolenie powoduje, że w mniejszym stopniu skłonni są oni korzystać z transportu publicznego – dlatego też bardziej skłaniają się do korzystania z własnego samochodu
* 47 proc. spośród użytkowników samochodów chętnie skorzystałoby z innowacyjnych rozwiązań, które podpowiadałyby im, gdzie można znaleźć najtańsze paliwo
* 35 proc. chętnie skorzystałoby z aplikacji, która wskazywałaby miejsca, w których można zatankować i umożliwiałaby płacenie za paliwo za jej pośrednictwem

**PIĘĆ GŁÓWNYCH REKOMENDACJI VISA**

* Inwestycje w transmisję danych (ang. connectivity). Władze miejskie powinny inwestować w infrastrukturę przesyłu danych stałej dostępności, ponieważ stanowi ona fundament dla rozwiązań technologicznych, spełniających oczekiwania konsumentów. Obsługuje ona wymianę danych w czasie rzeczywistym i może udzielić ludziom wskazówek przy planowaniu podróży, a także wyposażyć miasta w wiedzę umożliwiającą dostosowanie dostępności usług do zmieniającego się zapotrzebowania.
* Stworzenie doświadczenia płatniczego pozwalającego usprawnić dojazdy wymagające przesiadania się. Władze miejskie i urbaniści powinni nawiązać współpracę z think tankami, firmami motoryzacyjnymi i technologicznymi, a także dostawcami usług płatniczych, takimi jak Visa. W związku z tym, że jedna podróż w coraz większej mierze będzie składać się z wykorzystania różnych środków transportu (np. samochód + metro + rower), koniecznością staje się stworzenie prostego i płynnego sposobu płatności.
* Zintegrowanie poświadczania tożsamości z płatnością. W miarę tego jak prywatne firmy i miasta w coraz większym stopniu umożliwiają cyfrowe płatności, muszą także zintegrować je z usługą natychmiastowego uwierzytelniania. Rola cyfrowego ID w ekosystemie jest kluczowa do nadążenia za zmianami, jakie zachodzą w sposobie korzystania ze środków transportu. Dzięki temu rozwiązaniu zarówno płatność, jak i potwierdzanie tożsamości przebiegają w sposób prosty i sprawny.
* Projektowanie rozwiązań dla transportu publicznego mając na względzie potrzeby ogółu społeczeństwa. Przy projektowaniu ekosystemu dla handlu wszyscy uczestnicy ekosystemu transportowego powinni kształtować swoje koncepcje w taki sposób, aby uwzględnić potrzeby i możliwości osób starszych oraz osób nie mających dostępu lub  mających ograniczony dostęp do usług finansowych - zapobiegając tym samym wykluczeniu niektórych grup społecznych.
* Podejmowanie strategicznych partnerstw dla gromadzenia cennej wiedzy. Miasta i korporacje powinny nawiązać współpracę, która pozwoli im poszerzyć zakres wiedzy przydatnej w planowaniu. Sztuczna inteligencja oraz Big Data mogą zostać wykorzystane do analizy danych o konsumpcji, przemieszczaniu się i zmieniających się trendach. Pozwoli to rozpoznawać potrzeby w czasie rzeczywistym i wyposaży miasta w wiedzę przydatną przy planowaniu.

Zapraszamy do zapoznania się z pełną treścią raportu dostępnego pod adresem: <https://vision.visaeurope.com/blogs/future-of-transportation>

**Metodologia**

Badanie zostało przeprowadzone na grupie 19 384 konsumentów żyjących w jednym z dwóch największych miast znajdujących się w 19 krajach. Wszystkie wywiady przeprowadzone zostały za pośrednictwem Internetu w lipcu 2018 roku.

Miasta i kraje biorące udział w badaniu: Argentyna (Buenos Aires, Cordoba), Australia (Sydney, Melbourne), Brazylia (Rio de Janeiro, Sao Paulo), Kanada (Toronto, Montreal), Chiny (Szanghaj, Pekin), Egipt (Kair, Aleksandria), Francja (Paryż, Marsylia), Niemcy (Berlin, Hamburg), Indie (Mumbaj, Delhi), Japonia (Tokio, Osaka), Meksyk (Mexico City, Guadalajara), Polska (Warszawa, Kraków), Rosja (Moskwa, Sankt Petersburg), RPA (Cape Town, Johannesburg), Szwecja (Sztokholm, Göteborg), Korea Południowa (Seul, Busan), ZEA (Dubaj, Abu Zabi), Zjednoczone Królestwo (Londyn, Birmingham), USA (Nowy Jork, Los Angeles).

65 proc. respondentów mieszka w centrum, a 35 proc. na obrzeżach miasta i na obszarach podmiejskich. Ponad połowa (55 proc.) pracuje w pełnym wymiarze czasu.

W ramach badania respondenci pytani byli o to, z jakiego środka transport korzystają, jak oceniają dojazdy do pracy, szkoły, czy na uczelnię (w tym o ich najpoważniejsze zastrzeżenia), powody, dla których nie wybierają pewnych środków transportu, a także ich zdanie na temat płatności za usługi transportu oraz różnych innowacji, które mogłyby wpłynąć na podniesienie jakości odbywanych przez nich podróży.

**O Visa Inc.**

Visa Inc. (NYSE: V) to światowy lider płatności cyfrowych. Naszą misją jest połączenie całego świata za pośrednictwem najnowocześniejszej, niezawodnej i bezpiecznej sieci płatniczej, wspierając tym samym rozwój ludzi, firm i całej gospodarki. Nasza nowoczesna globalna sieć przetwarzania danych transakcji – VisaNet – umożliwia dokonywanie bezpiecznych i skutecznych płatności na całym świecie i może przetwarzać w ciągu sekundy ponad 65 tys. operacji. Niesłabnący nacisk, jaki firma kładzie na innowacyjność, sprzyja szybkiemu wzrostowi handlu z wykorzystaniem wszelkich urządzeń połączonych z internetem, a także realizacji wizji przyszłości bezgotówkowej – dla każdego i w każdym miejscu. Wraz z ogólnoświatowym procesem przechodzenia z technologii analogowych na cyfrowe, Visa angażuje swoją markę, produkty, specjalistów, sieć i zasięg, by kształtować przyszłość handlu. Więcej informacji znajduje się na stronach [www.visaeurope.com](http://www.visaeurope.com) i [www.visa.pl](http://www.visa.pl/), na blogu [vision.visaeurope.com](https://vision.visaeurope.com/) oraz na Twitterze [@VisaNewsEurope](https://twitter.com/VisaNewsEurope) i [@Visa\_PL](https://twitter.com/VISA_PL).

**Kontakt dla mediów:**Jarosław Soroczyński
Grayling Poland
+48 601 090 747
jaroslaw.soroczynski@grayling.com
visa.pl@grayling.com

1. Organizacja Narodów Zjednoczonych, 2018 Revision of World Urbanization Prospects [↑](#endnote-ref-1)