

FACEBOOK PRZEKONA UŻYTKOWNIKÓW DO KRYPTOWALUTY LIBRA?

Władze Facebooka podkreślają, że kryptowaluta Libra może okazać się rewolucją w globalnym systemie finansowym. Głównym problemem koncernu jest przekonanie do nowego rozwiązania swoich użytkowników. Jak podaje dziennik "The Wall Street Journal", kluczową rolę w tym aspekcie mają odegrać zachęty zarówno dla sprzedawców, jak i klientów.

W zeszłym tygodniu Facebook ogłosił, że od 2020 r. zamierza udostępnić użytkownikom kryptowalutę Libra. Prace nad nią ma prowadzić nowo utworzona spółka córka przedsiębiorstwa - Calibra, a pierwszym produktem będzie portfel kryptowalutowy, dostępny m.in. przez komunikatory Messenger i WhatsApp.

Libra zadebiutować ma we współpracy z parunastoma partnerami m.in. firmami Visa, Mastercard, PayPal, Uber czy Vodafone. Zdaniem "WSJ" jest to najambitniejszy projekt popularyzacji koncepcji kryptowalut w historii. Ostatecznym celem koncernu ma być zaś przekonanie użytkowników, by za pomocą tokenów płacili za zakupy, uiszczali rachunki i przesyłali środki między sobą.

Dziennik wskazał, że przekonanie klientów do zmiany zachowań i adaptacji zupełnie nowej technologii może okazać się mozolnym procesem. Na korzyść firmy działa jednak jej zasięg - portal społecznościowy firmy odwiedza miesięcznie blisko jedna trzecia światowej populacji.

Z drugiej strony koncern wzbudza w ostatnim czasie wiele wątpliwości związanych z prywatnością użytkowników. Przedsiębiorstwo podkreśla, że dane z serwisu społecznościowego oraz finansowe nie będą się przenikać.

"Z perspektywy użytkownika nie widzę powodu, dla którego ktokolwiek miałby przerzucić się (na Librę)" - wskazał profesor nauk ekonomicznych Columbia Business School R.A. Farrokhnia.

Standardowe waluty są powszechnie wykorzystywane z powodu zapisów prawnych - rządy deklarują, że transakcje na terenie kraju muszą być wykonywane z ich użyciem. Kryptowaluty jak bitcoin czy Libra nie mają gotowego grona odbiorców. By przekonać do siebie użytkowników muszą więc dać klientom powody, by z nich korzystać - stosując zachęty, np. w postaci obniżek.

Zadaniem zrzeszonych w szwajcarskiej organizacji Libra Association partnerów Facebooka ma być właśnie obmyślenie i wprowadzenie zachęt zarówno dla sprzedawców, którzy muszą zacząć przyjmować płatności Librami, jak i zakładających portfele kryptowalutowe użytkowników.

Popularność Libry w chwili jej premiery będzie bezpośrednio związana z liczbą firm akceptujących tę walutę. System powinien też funkcjonować podobnie jak metody płatności do których klienci już są przyzwyczajeni - zaznaczył "WSJ" szef polityki firmy i komunikacji Libra Association Dante Disparte.

w ocenie gazety, Facebookowi najciężej będzie przekonać obywateli krajów rozwiniętych, w których nadal dominującymi metodami pozostają gotówka i karty płatnicze. W Chinach podstawą są zaś płatności za pomocą smartfonów. Kryptowaluta najpewniej przyjmie się jednak dużo szybciej w krajach z ograniczonym dostępem do tradycyjnej bankowości.

Jako że Libra ma być tzw. stabilnym tokenem, którego wartość powiązana będzie z określonym koszykiem walut, posiadanie jej nie będzie związane z potencjałem inwestycyjnym jak w przypadku bitcoina.

Brak znacznych wahań kursu kryptowaluty Facebooka wraz z prognozowanymi niskimi kosztami używania systemu mogą być głównymi zaletami tokena dla przeciętnego użytkownika - ocenił profesor nauk ekonomicznych Cornell University Eswar Prasad. Ekspert dodał, że stabilność Libry będzie powiązana z reputacją Facebooka przynajmniej przez kilka pierwszych lat na rynku.

W zeszłym tygodniu wątpliwości co do projektu Libra zgłosił na łamach dziennika "Financial Times" współzałożyciel i były pracownik koncernu Marka Zuckerberga Chris Hughes. Jego zdaniem kryptowaluta może oddać władzę nad polityką monetarną, dotąd sprawowaną przez banki centralne, w ręce prywatnych firm.

SZP/PAP