

## Zdieľaná ekonomika na Slovensku: Tretina s ňou má skúsenosti, a to väčšinou pozitívne

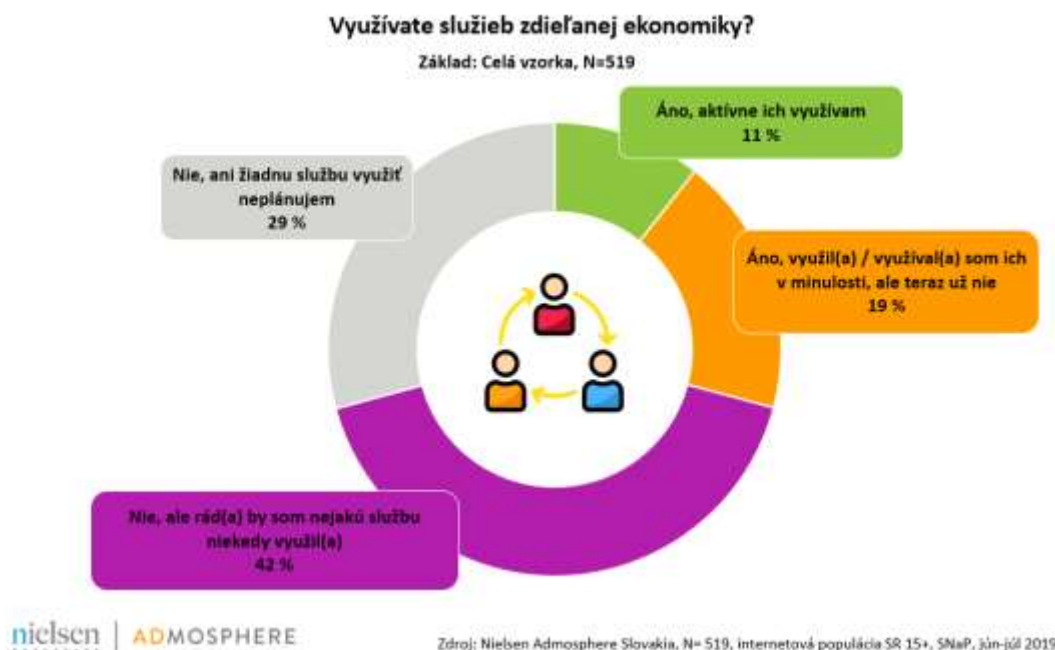
Najužitočnejšie sú pre nich služby, ktoré sa týkajú každodenného života

*Takmer polovica Slovákov aktívnych na internete pozná pojem zdieľaná ekonomika, avšak nevedia presne, čo znamená. Respondenti, ktorí zdieľanie služieb alebo vecí využívali v minulosti alebo ich využívajú aj dnes, tvoria dokopy tretinu, a ich skúsenosti sú prevažne pozitívne. Za najužitočnejšie považujú Slováci všeobecne zdieľanie služieb pre každodenný život. Výsledky prináša výskum spoločnosti Nielsen Admosphere Slovakia, ktorý sa uskutočnil na vzorke päťsto respondentov z aktívnej slovenskej internetovej populácie staršej ako 15 rokov.*

Pojem zdieľaná ekonomika pozná 47 % internetových Slovákov, avšak nie sú si istí, čo presne znamená. Tí, ktorí naozaj vedia, čo sa zdieľanou ekonomikou myslí, tvorí dokopy iba 13 %. Vedľa týchto skupín s priepastným rozdielom je ešte skupina tých, ktorí tento pojem vôbec nepoznajú (40 %). Tieto odpovede korešpondujú s rovnakým výskumom realizovaným v Česku.

Zo služieb zdieľanej ekonomiky vyberali slovenskí respondenti tie, ktoré sú podľa nich najužitočnejšie. Za takéto služby označili hlavne **ubytovanie** – krátkodobé či dlhodobé (35 %); **požičiavanie vecí**, ako je náradie, technika, nástroje a rôzne pomôcky na cestovanie a turistiku (30 %); potom **prepravu zásielok, vecí a nábytku** (27 %) alebo **služby v domácnosti**, ako remeselnícke práce a upratovanie (27 %).

Veľká časť slovenskej internetovej populácie (42 %) uvádza, že **služby zdieľanej ekonomiky síce nevyužíva, avšak radi by ich využili v budúcnosti**. Zhruba tretina naopak tvrdí, že služby zdieľanej ekonomiky nevyužíva a ani to neplánuje (29 %). Výrazne viac sa tak vyjadrili ľudia so základným a stredným vzdelaním bez maturity oproti ostatným vzdelanostným kategóriám.



Približne tretinu potom spoločne tvoria ľudia, ktorí tieto služby využili alebo využívali v minulosti (19 %), a takí, ktorí ich aktívne využívajú aj dnes (11 %). Týka sa to viacej žien a ľudí s vyšším vzdelaním. **Svoju skúsenosť hodnotí viac než polovica (58 %) týchto respondentov ako skôr pozitívnu a približne štvrtina (23 %) ako veľmi pozitívnu.** Zvyšok opýtaných má neutrálny postoj (18 %). Negatívnu skúsenosť nedeclaroval nikto z týchto opýtaných.

Pri tejto otázke môžeme pozorovať určité rozdiely v porovnaní s českými výsledkami rovnakého výskumu: **medzi Čechmi je napríklad viac tých, ktorí tieto služby nevyužívajú a ani sa ich využiť nechystajú (45 %).** Menší záujem Čechov o zdieľanú ekonomiku je vidieť taktiež z počtu respondentov, ktorí tieto služby zatiaľ nevyužívajú, avšak radi by to skúsili v budúcnosti: je ich 34 %, teda o 8 % menej ako na Slovensku.

Internetoví Slováci, ktorí už majú so zdieľanými službami skúsenosť, **pravidelne využívajú predovšetkým zdieľané ubytovanie; alternatívne taxi služby typu Uber, Taxify/Bolt; prepravu zásielok, vecí a nábytku a spolujazdu.** Naopak medzi tie služby, ktoré respondenti nevyužívajú a ani ich neplánujú využiť, patria najviac venčenie a stráženie domácich zvierat; požičiavanie peňazí (prostredníctvom služby typu Zonky); stráženie detí; alebo taktiež zdieľanie kancelárií.

Ohľadom vnímania zdieľanej ekonomiky zastávajú internetoví Slováci aj Česi rovnaký všeobecný postoj, ktorý najlepšie vystihuje tento výrok: **sú služby, pri ktorých zdieľanie oceňujú, ale sú aj služby, ktorých zdieľanie považujú za negatívne** (25 % Slovákov a 22 % Čechov).

**Marek Zámečník** | Zástupca riaditeľa spoločnosti

marek.zamecnik@admosphere.sk

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o. | Lazaretská 23 | 811 09 Bratislava | tel.: +420 253 410 254 |

[www.nielsen-admosphere.sk](http://www.nielsen-admosphere.sk)

**Eliška Morochovičová** | Public Relations

eliska.morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)

### Doplňujúce informácie:

Spoločnosť Nielsen Admosphere Slovakia ([www.nielsen-admosphere.sk](http://www.nielsen-admosphere.sk)) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy. Na Slovensku od roku 2007 realizujeme Výskum návštevnosti internetu a sociodemografie jeho užívateľov (AIMmonitor), od roku 2013 monitorujeme internetovú reklamu (Admosphere SK).

Naša materská spoločnosť realizuje v Českej republike monitoring reklamy, marketingové výskumy a elektronické meranie sledovanosti televízie metódou TV metrov. Súčasťou skupiny Nielsen Admosphere je aj spoločnosť Adwind Software, ktorá vyvíja software k výskumom sledovanosti a monitoringu reklamy.

**Slovenský národný panel** ([www.narodnypanel.sk](http://www.narodnypanel.sk)) je jedným z najväčších výskumných panelov na Slovensku, v Česku (Český národní panel – ČNP), v Poľsku a v Maďarsku. Jeho spoluvlastníkom je výskumná agentúra

## TLAČOVÁ SPRÁVA

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o., Bratislava, 24. 7. 2019

Nielsen Admosphere. Panel slúži pre kvalitné a rýchle on-line zbery dát o internetovej populácií. Disponuje početnou skupinou 25 000 respondentov na Slovensku, 50 000 respondentov v Českej republike, 17 000 v Poľsku a 10 000 v Maďarsku.