

## TRAJA Z DESIATICH INTERNETOVÝCH SLOVÁKOV UŽ NIEKEDY VYUŽILI SLUŽIEB ZDIEĽANEJ EKONOMIKY

Väčšina Slovákov aktívnych na internete pozná pojem zdieľaná ekonomika, len 15 % však vie, čo znamená. Skúsenosti so službami zdieľanej ekonomiky má necelá tretina, dve pätiny by radi nejakú z takýchto služieb vyskúšali. Najvyužívanejšími službami sú zdieľanie dopravných prostriedkov, alternatívne taxi služby typu Uber či Bolt a zdieľané ubytovanie. Medzi Slovákami prevláda pozitívna skúsenosť so službami zdieľanej ekonomiky.

Výskum realizovala spoločnosť Nielsen Admosphere Slovakia metódou online zberu na vzorke päťsto respondentov z internetovej populácie Slovenského národného panela starších ako 15 rokov.

Zo Slovákov aktívnych na internete **pozná pojem zdieľaná ekonomika 58 %**. Iba 15 % ale vie, čo znamená, pričom viac tak odpovedali muži (19 %) než ženy (11 %). Ostatné dve pätiny internetových Slovákov potom tento pojem vôbec nepoznajú. Oproti roku 2019, kedy sme v rámci [výskumu](#) kládli rovnakú otázku, sa výsledné odpovede nijak výrazne nelíšia.

Medzi **najúžitečnejšie služby zdieľanej ekonomiky** Slováci radia na prvé miesto (30 %) **požičiavanie vecí** (napr. náradia, techniky, nástrojov alebo pomôcok na turistiku), na druhom mieste (27 %) **systemy zdieľania dopravných prostriedkov** (napr. bikesharingové služby ako Slovnaftbajk, Antik alebo Smartbike) a na treťom mieste (26 %) **služby v domácnosti**, ako sú remeselnícke práce alebo upratovanie. Za užitočné ďalej považujú zdieľané služby prepravy zásielok a nábytku (25 %), ubytovanie (25 %) či spolujazdu (23 %). Viac než jedna pätina oceňuje aj alternatívne taxi služby typu Uber či Bolt a rovnako tak aj zdieľanie samotných dopravných prostriedkov medzi ľuďmi.



Za **aktívnych užívateľov služieb zdieľanej ekonomiky** sa označilo **13 % internetových Slovákov**. 16 % potom odpovedalo, že tieto služby využilo/využívalo v minulosti, ale teraz už nie. Medzi tými, ktorí už niekedy služby zdieľanej ekonomiky využili, je zďaleka **najväčší podiel ľudí s vysokoškolským či vyšším odborným vzdelaním** (44 % oproti 26 % ľudí so stredoškolským vzdelaním s maturitou a 21 % ľudí so základným či stredoškolským vzdelaním bez maturity). Dve pätiny tieto služby síce zatiaľ nikdy nevyužili, ale do budúcnosti sa tomu nebránia. 30 % žiadnu takúto službu využiť neplánuje.

Takmer 6 z 10 Slovákov, ktorí aktívne využívajú služby zdieľanej ekonomiky, alebo ich využili v minulosti, už niekedy využilo službu **zdieľania dopravných prostriedkov**, ako je napr. Slovnaftbike. Rovnako bežná je aj služba **alternatívneho taxi** (58 %). Viac než polovica týchto Slovákov taktiež už aspoň raz využila zdieľanú službu ubytovania.

Najviac **pravidelných užívateľov** majú **alternatívne taxi služby** typu Uber, Taxify, Bolt apod., ktoré opakovane využíva 18 %. Veľmi podobne sú na tom služby zdieľania dopravných prostriedkov a ubytovania, ktoré (v oboch prípadoch) pravidelne využíva 17 %. Naopak **najmenej využívané je požičiavanie peňazí** prostredníctvom služieb ako Žltý melón alebo Zonky – túto službu nevyužilo a do budúcnosti to ani neplánuje 78 % Slovákov, ktorí služby zdieľanej ekonomiky už niekedy využili.

Väčšina Slovákov (86 %) má so službami zdieľanej ekonomiky **pozitívne skúsenosti** – jedna pätina dokonca veľmi pozitívne. 13 % svoju skúsenosť hodnotilo ako „ani pozitívne, ani negatívne“. Iba 1 % sa vyjadrilo, že majú skúsenosť skôr negatívnu, a stupňom „veľmi negatívnu“ nehodnotil nikto.



Najviac Slovákov (21 %) sa stotožňuje s výrokom, že služby zdieľanej ekonomiky vnímajú pozitívne – sú **pohodlné a vyťažným ľuďom šetria čas**. Podobne frekventovaný je však i názor, že sú služby, pri ktorých zdieľanie oceňujú, ale aj služby, u ktorých zdieľanie považujú za negatívne (súhlasí s tým 19 % Slovákov). 17 % nemá názor – buď nevie, alebo je im to jedno. Zhodne 17 % tieto služby vníma pozitívne z finančných dôvodov. 15 % tieto služby vníma pozitívne, pretože vďaka nim môže byť naša spoločnosť menej materialistická.

**Eliška Morochovičová**

Communication Manager CZ/SK/BG

[eliska.morochovicova@nielsen.com](mailto:eliska.morochovicova@nielsen.com)

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o., Lazaretská 23, 811 09 Bratislava

tel.: +420 222 717 763

[www.nielsen-admosphere.sk](http://www.nielsen-admosphere.sk)[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)**Marek Zámečník**

Commercial Director CZ/SK

[marek.zamecnik@nielsen.com](mailto:marek.zamecnik@nielsen.com)

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o., Lazaretská 23, 811 09 Bratislava

tel.: +421 253 410 254

[www.nielsen-admosphere.sk](http://www.nielsen-admosphere.sk)[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)**Doplňujúce informácie:**

Spoločnosť **Nielsen Admosphere Slovakia** ([www.nielsen-admosphere.sk](http://www.nielsen-admosphere.sk)) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. a súčasťou globálnej výskumnej skupiny Nielsen. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy.

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 projekt výskumných agentúr Nielsen Admosphere, NMS a STEM/MARK, ktoré spoločne vytvorili jeden z najväčších výskumných panelov na Slovensku. Služi pre kvalitné a rýchle online zbery dát o internetovej populácii SR. Obdobný panel funguje aj v Českej republike, v Poľsku, v Maďarsku a v Bulharsku.