Опрос М.Видео-Эльдорадо: 48% владельцев роботов-пылесосов используют его каждый день

18.07.2023 11:58

Группа М.Видео-Эльдорадо провела опрос[1] среди владельцев роботов-пылесосов и выяснила, какую роль бытовой прибор играет в семьях и о каких функциях в новых поколениях устройств мечтают россияне.

В ходе опроса большинство россиян (70%) ответили, что именно робот-пылесос является основным устройством для уборки пола. Обычный пылесос с пылесборником или контейнером в качестве главного устройства для уборки используют только 20% опрошенных, беспроводной вертикальный — вдвое меньше. Веники, щетки и другой подобный инвентарь, согласно мнению опрошенных, остаётся в прошлом.

Руководитель департамента «Дом и забота о себе» в Группе М.Видео-Эльдорадо Михаил Просвирнин:
«Роботы-пылесосы являются одним из наиболее активно растущих и развивающихся сегментов в бытовой технике. Такие компактные „помощники“ позволяют экономить время и силы, автоматизируют процесс поддержания частоты в доме или квартире, эффективно справляются как с сухой, так и уже влажной уборкой, манёвренные и просты в эксплуатации.

Ассортимент роботов-пылесосов регулярно расширяется под различные задачи и бюджет, улучшаются технические возможности и качество уборки, что способствует массовому распространению категории».

Робот-пылесос как тренд: на что обращают внимание россияне?

Роботы-пылесосы с каждым годом приобретают все большую популярность: 57% респондентов приобрели своё устройство в последние полтора года, ещё четверть — в 2021 году. 75% россиян сами озаботились покупкой гаджета, а 23% — получили устройство в подарок либо от друзей, либо от своего партнёра.

«В этом году на роботы-пылесосы приходится каждый пятый проданный в наших сетях пылесос. Чаще всех такие устройства приобретают жители Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Екатеринбурга и Казани. Наиболее активной возрастной группой стали потребители 35-44 года. Онлайн „роботов“ чаще всего приобретают клиенты в возрасте от 25 до 34 лет. По нашей оценке, в целом на российском рынке за январь-июнь 2023 года штучный объем продаж роботов-пылесосов по России составил более 800 тыс. штук, что, например, превышает показатели за тот же период 2019 года более чем в 7 раз», — отметил также Михаил Просвирнин.

«Позитивному тренду также способствует растущая доступность категории и активное развитие ассортимента. В этом году успешно стартовали продажи ряда новинок китайских производителей, включая „экосистемные“, хорошо знакомые российской аудитории по другим группам товаров. Например, позитивно восприняты покупателями и уже занимают в наших сетях заметную долю, новинки HONOR Choice R2+ с функцией влажной уборки и станцией самоочистки», — добавил он.

Респонденты выделили мощность всасывания (51%) и функцию влажной уборки (43%) как определяющие факторы при выборе робота-пылесоса. Довольно значимыми характеристиками также являются уровень шума (28%), габариты устройства (26%) и ёмкость аккумулятора (25%). А вот возможности по установке расписания для уборки и просмотру различной информации о проведенных сессиях кажутся опрошенным наименее приоритетными функциями при использовании девайса.

Какому пространству меньше всего уделяется внимания?

Для абсолютного большинства россиян (90%) робот-пылесос решает задачу ежедневной поддерживающей уборки полов. Лидером с точки зрения частоты порядка является кухня — ее отметили 68% опрошенных. Полы

на кухне убирают в два раза чаще, чем в детской (29%) в том числе те, у кого есть два и более ребенка. Во вторую очередь семейные респонденты торопятся убрать гостиную, тогда как бездетные — спальню. Меньше всего внимания уделяют кладовым пространствам. Если говорить о полноценной уборке квартиры или дома, то у более чем трети семей, где есть дети, уборка является ежедневным ритуалом, остальные 70% убираются 2-3 раза в неделю или реже. Респонденты без пары в среднем в два раза чаще семейных могут позволить себе проводить уборку лишь раз в две недели.

Уборке время, а потехе час: на что тратят свободное время россияне?

Согласно результатам опроса, около 75% респондентов ценят робот-пылесос за внушительную экономию личного времени, а 59% опрошенных — за возможность легко и быстро избавиться от шерсти животных. Большинство домашних животных тоже по достоинству оценивают гаджет: у каждого десятого респондента питомцы используют девайс в качестве аттракциона.

Около 40% владельцев роботов-пылесосов признались, что тратят высвободившееся время либо на другие домашние дела — готовку, приведение в порядок других поверхностей и стирку, либо на досуг с семьёй. Более трети опрошенных (35%) отмечают возможность наконец расслабиться и посмотреть сериал, посидеть в интернете (23%) или заняться любимым хобби (21%).

По признанию 6% опрошенных, робот-пылесос позволяет не только значительно экономить время, но и находить пропавшие вещи — например, носки, давно забытые под кроватью. Россияне, в свою очередь, тщательно заботятся об электронных помощниках: 42% производят очистку фильтров после каждой сессии и чуть более трети опрошенных (34%) — раз в неделю.

Уборка: источник конфликтов или бесплатная психотерапия?

Согласно данным опроса, в России почти в каждой второй семье домашние обязанности так или иначе распределяются между супругами. Но в более чем в трети браков (37%) уборкой занимаются женщины. Мужчины отвечают за порядок в доме менее чем в 5% случаев. Часть холостых респондентов (10%) отметили, что их квартиру по-прежнему убирают родители.

Больше половины участников исследования (52%) относятся к уборке как к терапии, причем 8% признались, что очищение пространства сказывается на их ментальном здоровье лучше, чем сеанс с психологом.

Однако, несмотря на такой благотворный эффект, каждая седьмая семья или пара периодически ссорится из-за уборки. Больше всего скандалов возникает среди зумеров — в этой возрастной группе конфликты на почве поддержания чистоты в доме возникают у каждого пятого респондента. Но ситуация не безнадежна, потому как 72% опрошенных уверены, что наличие робота-пылесоса помогает сглаживать конфликтные ситуации. А 5% россиян признались, что устройство спасает их от чувства одиночества.

Воспринимать робота компаньоном свойственно половине опрошенных. Чаще всего владельцы до 25 лет дают клички своим электронным помощникам по дому. Каждый третий выбрал для устройства смешное или мемное имя, а четверть опрошенных назвала его в честь героя фильма или книги.

Нет предела совершенству: о чем мечтают россияне?

Исследование показало, что больше всего в пылесосах будущего представители всех поколений хотят видеть встроенные функции увлажнения воздуха и дезинфекции помещений. Причём по мере увеличения возраста опрашиваемых это желание только усиливается и достигает пика среди респондентов 45–55 лет (48%). Россияне с тремя и более детьми больше всех ждут гаджет, который будет параллельно с уборкой собирать разбросанные вещи. А молодые люди 18–25 лет переживают за своих близких и хотели бы увидеть в новых поколениях роботов-пылесосов «тревожную кнопку» для отправки уведомления на смартфон в случае, если пожилой человек упал в квартире.

[1]В рамках исследования М.Видео-Эльдорадо онлайн были опрошены 1937 респондентов, владельцев роботов-пылесосов, в возрасте от 18 до 55 лет из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Новосибирска, Красноярска, Нижнего Новгорода, Казани, Ростова-на-Дону и Краснодара.