

Болезненная привязанность к одному и тому же устройству может быть причиной отказа от ремонта поврежденного девайса. Россияне объясняют постоянное использование гаджета напряженным темпом жизни (25%), страхом пропустить что-то важное (22%) и потребностью быть в курсе всех новостей (20%). Группа Ренессанс страхование (MOEX: RENI) и компания «Ситилинк» провели опрос и выяснили, как номофобия влияет на взаимодействие с техникой и какие вредные техно-привычки есть у россиян.

Почти половина россиян (45%) была вынуждена покупать новую технику из-за собственной неосторожности. Каждый пятый из них (19%) признался, что это случилось с ними не впервые. Интересно, что подавляющее большинство респондентов (68%) задумываются о защите девайса еще до того, как случается поломка. Как правило, 45% покупают защитную пленку или стекло, 19% выбирают противоударный чехол, а 3% — оформляют страховой полис.

«По данным Группы Ренессанс страхование, в 2023 году самыми частыми причинами обращений по страховым полисам для техники становятся трещины экрана или другие механические повреждения — на них приходится 41% от всех случаев, а также дефекты производителя (54,7%). Интересно, что в топ самых частых случаев вошли повреждения жидкостью (4%) и повреждения из-за перепада напряжения (0,13%),» — комментирует директор Департамента андеррайтинга розничного страхования компании «Ренессанс страхование» Артем Искра.

Большинство респондентов (66%) заметили у себя признаки номофобии или нежелания расставаться с любимым девайсом даже в случае сильной поломки. По их мнению это не мешает эксплуатации, а повреждение всегда можно закрыть чехлом. Из-за такой привязанности к технике, россияне стали замечать у себя вредные привычки. 62% оставляют смартфон на зарядке рядом с собой на всю ночь. Треть (36%) опрошенных привыкли употреблять пищу только за просмотром видео с планшета или ноутбука, а еще почти столько же (32%) — носят девайсы с собой в уборную.

Избавиться от такой зависимости хочет каждый третий (40%), но 19% признаются, что сделать это не так просто. Как правило, причина невозможности отказа от них кроется в быстром и напряженном темпе жизни (25%), страхе пропустить что-то важное в рабочих и семейных чатах (22%), потребности быть в курсе всех новостей (20%) и остром желании постоянного мониторинга лент в социальных сетях (18%).

В опросе приняли участие 1 000 респондентов в возрасте от 18 лет, проживающие в российских городах-миллионниках. Исследование проводилось методом онлайн-анкетирования в декабре 2023 января 2024 года.

***Википедия страхования***