Согласно исследованию Райффайзенбанка, всего 10% держателей банковских карт страхуют пластик на случай мошенничества. Участники рынка объясняют низкую популярность страхования карт недостаточным развитием рынка банковского пластика.

Страхование рисков владельцев банковских карт покрывает случаи утраты пластика, несанкционированного снятия средств со счета мошенниками, а также хищение денежных средств путем разбоя, рассказывает директор департамента страхования имущества физических лиц «АльфаСтрахования» Ирина Карнаева.

Многие люди почему-то считают, что страховать карту необязательно, так как именно с ними ничего не случится, говорит аналитик компании «Солид Менеджмент» Ирина Ступакова. «Между тем только в прошлом году мошенники украли с карт россиян около 1,5 миллиарда рублей. Нужно понимать, что хотя некоторые банки и не отказываются возмещать ущерб, но делают они это в течение 30–45 дней», – отмечает Ступакова.

Руководитель направления банковского страхования Хоум Кредит Банка Леонид Итальянцев объясняет низкую популярность страхования карт в целом недостаточным развитием рынка банковского пластика. «Объем эмиссии карт, конечно, растет, но пока жители России не в полной мере осознают все риски», – говорит Итальянцев. По его словам, страхование от карточного мошенничества пользуется спросом в основном у самых продвинутых клиентов.

По мнению начальника отдела сервисных и страховых продуктов ВТБ24 Дмитрия Ремнева, страховка актуальна для тех, кто реально пользуется картой, а не только снимает с нее заработную плату раз в месяц. «Популярность – понятие относительное», – парирует он.

Чем выше уровень благополучия клиента, тем больше он будет тратить средств на защиту своих сбережений, указывает Ирина Ступакова из компании «Солид Менеджмент». «Страхование карты с лимитом 150 тысяч рублей стоит чуть больше тысячи рублей. Лучше потратить эти деньги и спокойно пользоваться картой, чем в один момент получить SMS о списании средств и тратить свое рабочее время и нервы на общение с банком», – считает она.

По словам руководителя проекта управления по работе с банками страховой компании «МАКС» Алексея Петрунина, страхование пластика не пробивается в лидеры по части востребованности из-за отсутствия законодательной базы, предусматривающей обязательное страхование данного риска, а также низкой финансовой грамотности населения. По его мнению, со временем банки придут к пониманию того, что подобная страховка будет обязательной при выдаче карты. «Ряд банков на российском рынке уже сейчас включают страховку средств платежа в пакет по карте, однако это распространяется лишь на премиум-сегмент», – добавляет он.

«Кроме того, более продвинутых в юридическом плане клиентов останавливает ожидание изменений девятой статьи закона об НПС, согласно которой банки должны будут возмещать ущерб от действий мошенников», – сказала начальник управления по работе с финансовыми институтами страховой компании «Согласие» Екатерина Агафонова.

Однако Леонид Итальянцев из «Хоум Кредита» убежден, что повышение пока низкого рейтинга продукта – вопрос времени. «Культура страхования продолжает развиваться, и банки должны объяснять полезность такой услуги своим клиентам», – настаивает он.

Примечательно, что никто из опрошенных не назвал среди причин низкой популярности условия получения страховки. Требования довольно жесткие: как правило, в течение суток надо обратиться в банк и страховую компанию, оформить заявление в полиции, кроме того, размер страхового возмещения не слишком велик – примерно 30 тыс. рублей.

Не возникает ажиотажного спроса и на необязательное ипотечное страхование, в которое сейчас вовлечено 5% клиентов. Ипотека в нашей стране чаще всего берется от безвыходности, а не исходя из экономической целесообразности. Более того, российская ментальность не приемлет жизни в долг и воспринимает ипотеку как бремя. «Добровольно увеличивать расход за счет дополнительных опций по страхованию готовы очень немногие», – констатирует Агафонова из «Согласия».

Сейчас большинство банковских клиентов покупают страховку только тогда, когда это определено законом. Поэтому будущее банкострахования остается за технологиями продаж, подытоживает Петрунин из СК «МАКС». «Адаптация действующих продуктов и

изменения способов их реализации будут происходить через новые технологии, которые позволяют минимизировать время продажи страхового полиса», – предвещает он.

Источник: Banki.ru , 24.09.13

Автор: Титова Ю.