

## ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЖІНОЧОГО БАНКІНГУ В УКРАЇНІ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

*Гендерне питання у сфері продажу фінансових послуг давно хвилює маркетологів, хоча більшість учасників фінансового ринку не бачить необхідності сегментації фінансових продуктів залежно від гендерної приналежності. Тим не менше, деякі фінансові установи вирішили запровадити спеціальні продукти, орієнтовані виключно на жінок. У статті розглянуто питання розвитку одного з таких продуктів - жіночого банкінгу. З'ясовується, на якому з етапів свого розвитку знаходиться жіночий банкіг в Україні. Враховується світовий досвід створення жіночих банків та відділень, обґрунтовується інтерес фінансових установ до співпраці виключно з жінками. Порівнюється стан розвитку жіночого банкінгу в Україні та Російській Федерації. Наводяться основні шляхи розбудови банкінгу для жінок в Україні.*

***Ключові слова:** банківська система, жіночий банкіг, кредит для жінок, кобрендингова програма, платіжна карта*

Останнім часом в рамках традиційної банківської системи набувають розвитку особливі продукти, призначені виключно для жінок. Наразі існує декілька точок зору щодо необхідності поділу банківських послуг за гендерним принципом. Багато дослідників вважають дану тенденцію частиною маркетингових стратегій банків. Проте, бурхливий розвиток жіночого банкінгу в зарубіжних країнах та поступове залучення до цього процесу вітчизняних фінансових установ вимагає детального аналізу та дослідження ефективності та обґрунтованості подібних кроків. В статті аналізуються основні види банківських продуктів, що пропонуються жінкам в зарубіжних банках. Порівнюється стан розвитку жіночого банкінгу в Україні та Російській Федерації. Метою статті є аналіз стану розвитку жіночого банкінгу в світі та пошук шляхів його запровадження та вдосконалення в Україні.

### **Результати дослідження**

Тендерне питання в сфері продажу фінансових послуг давно хвилює маркетологів, хоча більшість учасників фінансового ринку не бачить

необхідності сегментації фінансових продуктів залежно від гендерної приналежності. Тим не менше, деякі фінансові установи вирішили запровадити спеціальні продукти, орієнтовані виключно на жінок.

Ідея створення жіночого банкінгу належить економісту з Бангладеш Мухаммаду Юнусу, який у 1976 році запропонував ряд заходів для скорочення бідності в країні, серед яких - мікрокредитування жінок для створення ними власного бізнесу. В 2006 році за цю ідею Юнус отримав Нобелівську премію [7]. Перший в світі жіночий банк було відкрито в Пакистані в 1989 році за ініціативи Беназир Бхутто. В 1999 році прикладу Пакистану послідувала Танзанія, банк для жінок був зареєстрований в цій державі в 2007 році. В 2006 році ісламський інвестиційний банк для жінок - Masrafywomen-onlyBank був створений в Бахреїні. Він став першою фінустановою, якою керували жінки. Створювалися жіночі банки і у Об'єднаних Арабських Еміратах. В 2004 році в м. Дубаї було випущено першу в країні пластикову карту для жінок. З врахуванням специфіки витрат жінок, банк пропонував власницям картки знижки в розмірі від 10 до 30% при розрахунках в ресторанах, перукарнях, салонах краси. В жовтні 2013 року перше відділення банку, який буде обслуговувати лише жінок, відкрилося в Індії. Статутний капітал BharatiyaMahilaBank складає близько 1,6 млрд. доларів. Створення такого банку повинне сприяти зміцненню соціального та економічного положення жінок в країні.

Розвиток ісламського жіночого банкінгу має доволі відчутну матеріальну основу. В розпорядженні жінок на Близькому Сході знаходиться як мінімум 40 млрд. доларів. В Саудівській Аравії, за оцінками місцевих портфельних інвесторів, жінки складають до 60% нових інвесторів фондового ринку та 40% нових інвесторів у нерухомість [12]. В цілому, за даними BostonConsultingGroup, жінки контролюють 12 трлн. доларів в глобальних витратах і є рушійною силою для зростання заробітків в глобальному масштабі, що становить 5 трлн доларів [5]. За підрахунками аналітиків, до 2020 року біля 53% мільйонерів в світі можуть складати жінки.

Також жіночий банкінг розвивається і в Європі, і в США. В США цей вид банкінгу передбачав наявність кредитних карток з ароматом, спеціальні програми кредитування та жіночі депозити, кобрендингові проекти зі спеціальною бонусною системою заохочення при покупках в торгових мережах. Дуже швидко ця тенденція створення банків для жінок з'явилася і в Європі. В 2006 році в австрійському місті Гаштайне був створений спеціалізований філіал Raiffeisenbank. Додатковою перевагою була можливість для молодих мам-клієнток банку залишити своїх дітей в спеціально обладнаній ігровій кімнаті. В Німеччині був створений повністю жіночий банк під назвою Frauenbank.

Причин для відкриття банків та відділень для роботи виключно з жінками можна назвати декілька.

По-перше, жінки є активнішою частиною населення. За статистикою, в усьому світі жінки є основними споживачами товарів та послуг, вони більше за чоловіків схильні до придбання дорогих товарів, подорожей, відвідування театрів, виставок, інших культурних заходів. Саме тому представниці слабкої статі стимулюють винахідливість банків та їх лояльність до жінок.

По-друге, жінки є більш виваженими та розсудливими в частині прийняття фінансових рішень. Їх дисциплінованість дозволяє банкам зменшити кредитні ризики та підвищити рівень прибутку. За даними дослідження Експертів, чоловіки з більшою вірогідністю, ніж жінки, допускають прострочку по кредитах - 5,7% проти 5,3%. Жінки ретельніше намагаються уникати боргів, ніж чоловіки. Зі 100 проблемних кредитів лише 25-30% належить жінкам [6].

По-третє, для кредитних організацій однією з найважливіших складових є демографічна. За статистикою, у кількісному співвідношенні жінки переважають над чоловіками. Крім того, представниці слабкої статі живуть довше. В ряді випадків граничний віковий ценз у жінок встановлюється банками на рівні 65 років, у чоловіків. В деяких банках, зокрема «Русский стандарт», кредитні картки видаються жінкам з 18 років, а чоловікам лише з 23.

Крім того, у 80% випадків жінки вимагають особистої уваги менеджера, практично не довіряючи електронним каналам обслуговування. За даними дослідження Аналітичного центру при уряді Російської Федерації, лише 35% жінок в світі використовують систему Інтернет-банкінгу. Щодо використання електронних грошей, в Росії, наприклад, 33% жінок проти 52% чоловіків надають їм перевагу [4]. Тому, банки наразі не дуже активно запроваджують спеціальні електронні банківські продукти, орієнтовані на представниць жіночої статі.

Форми жіночого банкінгу доволі різноманітні. Як правило, вони представлені споживчими кредитами для жінок, бізнес-кредитами для жінок, автострахованням для жінок, платіжними чи кредитними картками з особливими умовами використання, індивідуальним дизайном і т.п., кобрендинговими програмами. Основною відмінністю жіночих продуктів від звичайних є більш м'які умови обслуговування, отримання кредитів, особливі преференції у випадку з депозитами, або додатковий сервіс. Наприклад, «Сургутнефтегазбанк» Росії в рамках кредиту «Дамский» надавав представницям жіночої статі кошти на будь-які цілі, без забезпечення в розмірі від 50 до 100 тис. рублів строком до 1,5 року під 15% річних.

Для порівняння, за умовами кредиту «То, что надо» цього ж банку, кошти надаються в розмірі до 500 тис. рублів строком до 7 років. За умови залучення коштів в розмірі 300 тис. рублів строком до 1 року, відсоткова ставка складає 18% річних. При цьому, банк залишає за собою право вимагати наявності поручителя [13].

В Україні немає настільки масштабної тенденції до створення жіночих відділень, жіночих банків чи пропозиції продуктів для жінок, як в інших країнах. Зокрема, можна проаналізувати розвиток цієї сфери банківських послуг на прикладі Російської Федерації. В Росії цей вид банкінгу є досить новим. Прослідковується тенденція запровадження жіночого банкінгу малими та середніми банками та його ігнорування великими. Найбільш популярними в Росії є кредити для жінок. Ключовими вимогами для надання такого виду кредиту є наступні: компанія повинна належати жінкам (не менше 50%), жінка повинна бути управляючим директором або більше 50% персоналу компанії повинні складати жінки. Активний розвиток жіночого банкінгу в Російській Федерації зумовлений тим, що з числа жінок віком від 20 до 50 років 74% задіяні у виробництві, 84% у торгівлі, 77% в сфері послуг та 100% у агробізнесі [11]. В Росії доволі значна кількість банків пропонує кредити для жінок на особливих умовах. Наприклад, GE Money Bank вирішив видавати жінкам кредит «Особливий» за ставкою 13,5% річних. Чоловікам цей же кредит надається під 13,9% річних.

Східний експрес-банк пропонує жінкам автокредит, який можна оформити без КАСКО, початкового внеску та комісій. Чоловікам даний продукт не доступний. Термін кредитування для жінок складає 1-7 років, для чоловіків 1-5 років. Відсоткова ставка по жіночому автокредиту складає від 27,5 до 35,5% річних, що на 2 відсоткові пункти нижче, ніж за чоловічим.

Тільки представниці жіночої статі можуть отримати в Райффайзен-Банку кредит «Леді Spark» на купівлю одноіменної моделі Chevrolet на особливих умовах: на рік під 13,5% річних при 15-відсотковому першому внескові, або під 11,4% при внеску у 50%, що на 0.5% менше вартості стандартного кредиту на купівлю автомобіля марки Chevrolet [10].

Крім того, банки Російської Федерації пропонують своїм клієнткам оформлення особливих жіночих пластикових карток.

Одним з перших в Росії випускати платіжні карти для жінок став Газпромбанк, який у 2002 році випустив дебетову карту Lady'scard платіжної системи VISA. Карта має виключно жіночий колір та дизайн, власниця картки отримує знижки від компаній-партнерів банку. По карті передбачається технічний овердрафт, у випадку виникнення якого щоденна плата складає 0,1% від суми перевищення.

В 2007 році Альфа-банк випустив кобрендингову карту Visa спільно з Ж) риалом Cosmopolitan, призначену для молодих жінок 22-27 років. Карта може бути і дебетовою, і кредитною. Діє спеціальна дисконтна програма зі спеціальними знижками та акціями у компаній-партнерів. Космо-карта займає 2 місце по кількості випущених Альфа-банком кобрендингових карт після кобренду з «Аерофлотом». За три роки існування проекту кількість власниць картки склала 200 тисяч чоловік.

У 2012 році в Альфа - Банку з'явилася ще одна жіноча карта - Privilege Card платіжної системи VISA. Це карта категорії Platinum, виконана в стильному чорному дизайні і призначена спеціально для вишуканих жінок. Продукт об'єднує в собі привілеї Альфа - Банку, системи MasterCard та клубу Quintessentially Style, учасники якого отримують знижки і привілеї в сфері подорожей, гастрономії, шопінгу, краси та спорту, розваг, предметів розкоші тощо [2].

У 2010 році Райффайзенбанк спільно з журналом Elle запустив карту, власниці якої поряд зі знижками і привілеями можуть користуватися сервісом "Консьєрж-леді", безкоштовно надають інформаційні та консультаційні послуги, а також поради та рекомендації. Власницям карти може бути надана допомога у виклику таксі, організації термінової евакуації автомобіля, догляді за домашніми тваринами, підборі обслуговуючого персоналу тощо. При цьому, карти ELLE-РайффайзенБанк можуть бути як дебетовими, так і кредитними, категорій Standard і Gold [10].

В Україні розвиток жіночого банкінгу є також доволі перспективним напрямком. Співвідношення кількості жінок та чоловіків складає 53% до 47% на користь жінок. Крім того, станом на кінець 2013 року, кількість підприємців-жінок в Україні складає більше 40% [3].

Російські банки, представлені на ринку банківських послуг України, найближчим часом не мають наміру пропонувати жіночі банківські продукти, подібні російським. Наразі в Україні можна спостерігати лише сезонні акційні програми для жінок. Наприклад, банк КредитМаркет напередодні 8 березня пропонував кредит лише для жінок на спеціальних умовах. Кошти надавалися в розмірі до 100 тис. грн. строком від 6 до 48 місяців без застави та поручителя з можливістю сплати 0% за управління кредитом за перший місяць [8].

В період з 07.03.2014 по 30.04.2014 жінки можуть скористатися акційною пропозицією Авант-Банку «Я вірю в красу» на базі платіжної карти VISA Classic. Перевагами є знижки в більшості магазинів косметики, кафе та ресторанах, безкоштовне зняття готівки та поповнення рахунку в мережі відділень банку та нарахування 10% річних на суму залишку коштів на рахунку в гривнях [1].

В асортименті послуг Правекс банку є надання кредиту «Жіночий драйв». За його умовами, кошти надаються на період від 1 до 7 років, відсоткова ставка залежить від розміру початкового внеску. За умови внеску 20% суми, вона складає 13,75% річних, 30% -13,25%, 50% - 12,25% відповідно [9].

Загалом, заданими НБУ, за 11 місяців 2013 року банки України надали кредитів фізичним особам на суму 192,7 млрд. грн. 43,5% громадян, які звернулися до фінансових установ за кредитом, склали представниці жіночої статі.

І в Російській Федерації, і в Україні поділ банківських продуктів на жіночі та чоловічі залишається переважно частиною маркетингової стратегії банків. Не існує тенденції до створення окремих фінансових установ для роботи виключно з жінками.

Таким чином, в Україні є два шляхи розвитку жіночого банкінгу в рамках традиційної банківської системи, тобто без побудови окремої установи. По-перше, працювати в сферах та напрямках, де традиційно домінують жінки в якості споживачів. Таку роботу можна здійснювати шляхом насичення існуючого споживчого ряду чисто жіночими продуктами: комунальні платежі, спеціалізовані платіжні картки, продаж страхових продуктів.

Другим варіантом є комплексний розвиток напряму з акцентом на кредитні операції. Розвиток жіночого банкінгу в Україні покращить стан коротко- та середньострокового кредитування, оскільки саме на таких умовах надаються кредити для жінок. Крім того, можливість працювати в даній галузі могла б стати стимулом для легалізації бізнесу, що призвело б до детінізації економіки.

Враховуючи зарубіжний досвід запровадження жіночого банкінгу, усі переваги цієї галузі можна сказати, що жіночий банк - це банк майбутнього. Рішення про запровадження жіночих банків вже назріло давно через зростаючу активність жінок в житті, роботі, економіці. Створення відділень чи банків для жінок наразі вже є нагальною потребою для банківського сектору усіх країн світу, оскільки це може надати значної динаміки розвитку економіки.

## **Висновки**

Проаналізувавши дану тему можна прийти до наступних висновків:

1. Жіночий банкінг виник на Близькому Сході та отримав широкого застосування в Європі та США. В Україні існують лише окремі акційні пропозиції, призначені для жінок.

2. Зарубіжний досвід, що фінансовим установам вигідно співпрацювати з жінками зважаючи на їх зростаючу активність в економіці та

бізнесі. За статистикою, кількість жінок-підприємців в світі зростає, при цьому вони є дисциплінованішими за чоловіків в плані управління фінансовими ресурсами.

3. В Україні жіночий банкінг має великий потенціал розвитку. Для його запровадження фінансовим установам необхідно працювати в сферах, де в якості споживачів домінують жінки. По-друге, необхідно комплексно розвивати галузь, роблячи акцент на кредитні операції.

4. Розвиток жіночого банкінгу в Україні здатен покращити стан кредитування, стимулювати легалізацію бізнесу, а відтак - сприяти детінізації економіки.

### **Список використаних джерел:**

1. *Авант-Банк [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://iavantbank.com.ua>*
2. *Альфа-Банк [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://alfabank.ru>*
3. *Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>*
4. *Дирекция по финансовым рынкам и банкам. Основные тенденции использования электронного банкинга [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://iac.gov.ru/files/publication/1153.pdf>*
5. *Л. Дубенко "Жіноча економіка» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ua.go/os.ua/uncategory/20110516/Jenskaya-ekonomika>*
6. *Евгений Замковский. Женский банкинг. Почему банкиры так любят женщин?/ Е. Замковский [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://loyaltymarketing.ru/articles/2008/07/30/>*
7. *Е.Кравченко. Интервью - Мухаммад Юнус, лауреат Нобелевской премии мира и Е.Кравченко, М.Оверченко [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.vedomosti.ru/library/news/4295481/cel\\_biznesa\\_delat\\_lyudejfschastlivymi\\_muhammad\\_yunus\\_laureat](http://www.vedomosti.ru/library/news/4295481/cel_biznesa_delat_lyudejfschastlivymi_muhammad_yunus_laureat)*
8. *КредитМаркет, акция «Весенние сюрпризы» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ikreditmarket.ua/rus/creditivesennie-sjurprizu-8-marta.html>*
9. *Правекс-банк [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.pravex.com/ukr/services/personal/credit/autocredit/womendrive>*
10. *РайффайзенБанк [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.raiffeisen.ru/>*
11. *Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.gks.ru/>*
12. *Cherchez la femme: в поисках лояльных клиентов [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://arb.ru/b2b/trends/cherchez\\_la\\_femme\\_v\\_jjoiskakh\\_loyalnykhklientov-1697055](https://arb.ru/b2b/trends/cherchez_la_femme_v_jjoiskakh_loyalnykhklientov-1697055)*
13. *Сургутнефтегазбанк [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.sngb.ru/>*

**Rostovska D.S. THE PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT AND FUNCTIONING OF BANKS FOR WOMEN IN UKRAINE: THE FOREIGN EXPERIENCE**

*The marketers have been concerned about the gender issues in the sphere of the financial services sale, although the majority of the financial market participants do not see the need for segmentation of the financial products depending on the gender. However, some financial institutions have decided to introduce special products aimed only at women. The article reviews the issues of the development of one of these products - women's banking. It is found out, at which stage of the development the women's banking in Ukraine is. The global experience of women's banks and branches is taken into account; the article substantiates the interest of the financial institutions to the cooperation exceptionally with women. This paper compares the status of women's banking in Ukraine and the Russian Federation. It gives the basic ways of the development of banking for women in Ukraine.*

**Key words:** *banking system, women's banking, credit for women, co-branding program, payment card*