

Фуншо Таюдін Колапо, Джозеф Олусеє Мокуолу, Самуель Обафемі Дада, Адеола Олувакемі Адеджаян

Стратегічні маркетингові інновації та ефективність діяльності банків у Нігерії

Щоб вижити в умовах постійно зростаючої конкуренції на фінансовому ринку, комерційним банкам потрібні успішні інноваційні стратегії. Однак інформації про такі стратегії недостатньо. Первинні дані були зібрані за допомогою структурованої анкети, розповсюдженої серед працівників (1 200 осіб) і клієнтів (300 осіб) восьми системно значущих банків (Access, Diamond, Eco, First, GTB, Skye, Uba та Zenith) з числа 21 депозитного банку Нігерії станом на 31 грудня 2016; використано методи рандомізованого взяття зразків і пошарового відбору. Дані були підігнані до моделі на основі регресії. Виявлені маркетингові інновації, прийняті банками, містять у собі надання інноваційних послуг (4,02), створення нового якісного продукту (3,65), вихід на нові ринки (3,60) та впровадження технологічних інструментів (3,57). Розглянуті показники ефективності – це задоволення та збереження споживачів. Результати показали, що маркетингові інноваційні стратегії банків суттєво ($p < 0,05$) підвищують рівень задоволеності клієнтів. Покращення якості обслуговування та продукції, впровадження нових продуктів і вихід на новий ринок здійснюють позитивний та значний вплив на результати діяльності банків. Результати оціненої регресії щодо утримання клієнтів показали, що в конкурентному середовищі покращений сервіс має позитивний і значний ($p < 0,05$) вплив. Вплив зниження вартості послуг також є позитивним і суттєвим ($p < 0,05$), що є подібним до ефекту від розробки нових банківських продуктів. Отримані дані свідчать про те, що шляхи до підвищення ефективності діяльності фінансових установ у конкурентному середовищі різноманітні. Існує потреба у впровадженні сучасних банківських технологій та новаторських рішень у сфері банківських продуктів і супутніх послуг.

Ключові слова: банківські інновації, збереження клієнтської бази, задоволення, банківські продукти, банківські технології

Класифікація JEL: G20, O33, G21



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.