

Марко ван Девентер

Підтвердження шкали ідентифікації та індивідуальності бренду в контексті роздрібного банківського обслуговування в Південній Африці

Експерти з маркетингу сходяться на думці, що індивідуальність бренду важлива для його ідентифікації, однак немає жодних доказів наявності затвердженої шкали ідентифікації та індивідуальності бренду в контексті роздрібного банкінгу в Південній Африці. Щоб заповнити цю прогалину в літературі, мета дослідження полягала в тому, щоб пояснити процес, який використовується для перевірки ідентифікації бренду та його індивідуальності в контексті роздрібних банківських операцій у Південній Африці. Було обрано зручну вибірку споживачів банківських послуг покоління Y та використано описовий і єдиний крос-секційний план дослідження. Анкети для самостійного заповнення використано як інструмент збору даних; також було обрано розмір вибірки ($N = 235$). Перевірка даних передбачала описовий і підтверджувальний факторний аналіз. Результати підтверджувального факторного аналізу підтверджують ідентифікацію та індивідуальність бренду в роздрібному банкінгу як п'ятифакторну структуру, що містить у собі ідентифікацію банку та такі параметри індивідуальності як успішність, витонченість, щирість і міцність. Крім того, результати дослідження вказують на внутрішню узгодженість та загальну надійність моделі вимірювання, а також на конструктивну, конвергентну, дискримінантну та номологічну валідність. Модель вимірювання не виявила ознак мультиколінеарності між факторами, а значення індексів відповідності IFI, TLI, CFI, SRMR та RMSEA продемонстрували хорошу підгонку моделі. Зроблено висновок, що ця п'ятифакторна модель є надійним і дієвим інструментом ідентифікації та індивідуальності бренду в роздрібному банкінгу та першою підтвердженою шкалою ідентифікації та індивідуальності бренду в контексті роздрібного банкінгу в Південній Африці.

Ключові слова: модель вимірювання, валідація шкали, підтверджувальний факторний аналіз, підгонка моделі

Класифікація JEL: G20, C20, G21



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.