

Spis treści

Streszczenie	7
Wprowadzenie	8
Rodział I. Teoretyczne aspekty problematyki analizy czynnikowej	12
1.1. Historia ewolucji analizy czynnikowej	12
1.2. Istota i cele analizy czynnikowej	17
1.3. Etapy analizy czynnikowej	21
1.4. Efekty i korzyści z zastosowania analizy czynnikowej	44
Rodział II. Metody i narzędzia analizy czynnikowej	47
2.1. Klasyfikacja i cechy metod analizy czynnikowej	47
2.2. Eksploracyjna i konfirmacyjna analiza czynnikowa	50
2.3. Komputerowe narzędzia analizy czynnikowej	53
2.4. Analiza czynnikowa a inne metody statystyczne	56
Rodział III. Obszary zastosowań analizy czynnikowej w badaniach naukowych	60
3.1. Klasyczne zastosowanie analizy czynnikowej w obszarze psychologii	61
3.2. Zastosowanie analizy czynnikowej w obszarze marketingu	68
3.3. Zastosowanie analizy czynnikowej w badaniach społeczno-ekonomicznych	74
3.4. Dywersyfikacja zastosowań eksploracyjnej i konfirmacyjnej analizy czynnikowej w obszarze zarządzania	77
Rodział IV. Zastosowanie analizy czynnikowej w obszarze zarządzania przedsiębiorstwem – wyniki badań empirycznych	79
4.1. Weryfikacja kluczowych czynników sukcesu przedsiębiorstw za pomocą eksploracyjnej analizy czynnikowej	79
4.2. Eksploracyjna analiza czynnikowa w badaniu innowacyjności przedsiębiorstw	84
4.3. Wykorzystanie konfirmacyjnej analizy czynnikowej w badaniu kapitału intelektualnego przedsiębiorstw	87
4.4. Mankamenty i ograniczenia zastosowania analizy czynnikowej w obszarze zarządzania przedsiębiorstwem	96
Zakończenie i wnioski	98
Bibliografia	101
Spis tabel	106
Spis rysunków	107
Spis wzorów	108
Nota o autorach	109