

DAUGAVPILS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
EKONOMIKAS KATEDRA

Viktors Voronovs
Vadims Krasko

**PATĒRĒTĀJU NOSKAŅOJUMA
FAKTORU ANALĪZE
EKONOMISKAJĀ SOCIOLOĢIJĀ**

Mācību līdzeklis

Otrais, papildinātais un labotais izdevums

DAUGAVPILS UNIVERSITĀTES
AKADĒMISKAIS APGĀDS „SAULE”

2014

Apstiprināts DU Studiju padomes sēdē 2014. gada 7. maijā, protokols Nr. 11.

Voronovs V., Krasko V. *Patērētāju noskaņojuma faktoru analīze ekonomiskajā socioloģijā. Mācību līdzeklis. Otrais, papildinātais un labotais izdevums.* Daugavpils: Daugavpils Universitātes Akadēmiskais apgāds „Saule”, 2014. 90 lpp.

Matemātiskās metodes un datoru tehnoloģijas – nepieciešamie instrumenti mūsdienu speciālistam, kurš risina aktuālos uzdevumus pētījumos ekonomikā, mārketingā, socioloģijā, citās sabiedriskajās zinātnēs.

Viena no tādām metodēm – faktoru analīze – ļaus atrast slēptās savstarpējās saites, kuras nosaka un virza funkcionēšanu, attīstību, pētāmo objektu sociāli ekonomiskās realitātes.

Mācību līdzekļa struktūra paredz faktoriskās analīzes būtības un metodoloģiskās novadīšanas izklāstu, praktiskā pielietojuma izklāstu, tajā skaitā arī faktoru analīzes pielietojumu patērētāju noskaņojuma ekonomikā ar SPSS programmas pielietojumu.

Mācību līdzeklis paredzēts mācību procesam studentu un maģistrantu sagatavošanā tādās disciplīnās kā „Makroekonomika”, „Mārketingas”, „Socioloģija”, „Statistika”, „Ekonomiskā socioloģija”, kā arī visiem tiem, kuri interesējas par pievienojamo matemātisko metožu pielietojumu mūsdienu sabiedriski sociāli ekonomiskajās zinātnēs.

Recenzenti:

Dr. sc. soc., profesors **Vladimirs Meņšikovs**
(Daugavpils Universitāte, Latvija)

Dr. oec., profesore **Natalija Gžibovska**
(Baltijas Starptautiskā Akadēmija, Latvija)

Teksta redaktore: Vera Boronenko

Tehniskais redaktors: Vladimirs Hļestovs

ISBN 978-9984-14-676-8

© V. Voronovs, V. Krasko. Patērētāju noskaņojuma faktoru analīze ekonomiskajā socioloģijā. Mācību līdzeklis. Otrais, papildinātais un labotais izdevums, 2014

SATURS

| | |
|---|----|
| IEVADS _____ | 5 |
| 1. FAKTORU ANALĪZES NOVADĪŠANAS BŪTĪBA UN METODOLOĢIJA _____ | 7 |
| 1.1. Faktoru analīze: saturs un galvenie jēdzieni _____ | 7 |
| 1.2. Faktoru analīzes matemātiskais modelis _____ | 11 |
| 1.3. Korelāciju un faktoru matricas ģeometriskā interpretācija _____ | 18 |
| 1.4. Daudzfaktoru modelis _____ | 22 |
| 1.5. Faktoru analīzes veikšanas kārtība un trūkumi _____ | 27 |
| 2. PATĒRĒTĀJU NOSKAŅUMA FAKTORU ANALĪZE AR PROGRAMMAS SPSS PALĪDZĪBU _____ | 30 |
| 2.1. Faktoru analīzes pielietošanas iespējas ekonomiskajos pētījumos _____ | 30 |
| 2.2. Patērētāju noskaņojuma faktoranalīze Daugavpilī (2003.g. maijs) _____ | 33 |
| 2.3. Patērētāju noskaņojuma faktoru analīze Daugavpilī (2002.g. decembris) _____ | 50 |
| 2.4. Patērētāju noskaņojuma indeksa struktūras faktori _____ | 55 |
| 2.5. Daugavpils patērētāju noskaņojuma dinamika un tendences _____ | 59 |
| NOSLĒGUMS _____ | 67 |
| LITERATŪRA _____ | 69 |
| PIELIKUMI _____ | 72 |
| VĀRDNĪCA _____ | 85 |