

توضیحات مربوط به تحلیل ها بر روی داده ها

- 1 تحلیل اول: بیشترین محصولی که در هر استان مورد استقبال قرار گرفته است. این تحلیل را بر اساس تعداد کالای به فروش رفته از هر نوع انجام شده است.
- 2 تحلیل دوم: در این تحلیل بهترین فروشگاه را مشخص کرده ایم. معیار ما برای محاسبه بهترین فروشگاه مجموع پول بدست آمده از فروش کالا ها در هر فروشگاه می باشد.
- 3 تحلیل سوم: در این تحلیل فروشگاه هایی که در آن ها کالاها با قیمت های گران تری به فروش رفته اند را مشخص کرده ایم. روش بدست آوردن به این صورت بوده است که به ازای هر کالا میانگین قیمت به فروش رفته ی آن کالا را در فروشگاه های مختلف محاسبه کرده ایم و به روشگاهی که بالاترین قیمت میانگین را برای آن کالا داشته است یک نمره منفی تعلق گرفته و در پایان که به ازای هر کالا این روند را تکرار کردیم آن فروشگاهایی که نمره منفی بیشتری گرفته است. فروشگاه گران فروشی محسوب میشود.
- 4 تحلیل چهارم: کالاهای که قیمت فروش متغیری داشته اند را مشخص کرده ایم. این تحلیل ممکن است برای بدست آوردن این که قیمت کدام کالاها بیشتر مستعد رشد است کاربرد داشته باشد. معیار مقایسه کالاها با یک دیگر انحراف معیار آن ها میباشد. هر کالا با قیمت های مختلفی به فروش رفته است که ما هر یک از آن قیمت ها را ثبت کرده و سپس انحراف از معیار آن ها را محاسبه میکنیم. هر کالا که انحراف از معیار بالاتری داشته باشد کالایی است که بیشتر مستعد رشد قیمت می باشد.
- 5 تحلیل پنجم: در آمد به طور متوسط هر فروشگاه را برای شهر های مختلف بدست آورده ایم. این تحلیل به ما کمک میکند که اگر خواستیم یک فروشگاه اضافه بکنیم شهرهای که در آن ها فروشگاه ها فروش بیشتری داشته اند را بشناسیم و در آن شهر ها سرمایه گذاری بکنیم.
- 6 تحلیل ششم: کالاهایی که در هر یک از شهر ها بیشتر مورد نیاز است را پیدا کنیم. موجودی کالاها در هر یک از شهر ها بررسی میکنیم موجودی کالایی که از کالاها دیگر کمتر است به عنوان کالایی که بیشتر مورد نیاز است در آن شهر معرفی میشود. این آمار برای توزیع کالا از انبار مرکزی به شهر ها کمک کننده است.