

분석 결과에 따르면, 제품의 판매수량은 평균적으로 약 4.4개로 나타났습니다. 판매수량의 분포는 1에서 8까지 다양하며, 대부분의 제품이 2에서 6개 사이에 판매되었습니다. 또한, 제품의 판매가격은 평균적으로 약 99,388원으로 나타났으며, 최소값은 29,000원, 최대값은 189,000원으로 다양한 범위를 보였습니다.

다변량 분석 결과를 통해 거래일자 간의 관계를 살펴본 결과, 특이한 패턴이나 인과관계는 나타나지 않았습니다. 그러나 특정 날짜에 이상치가 발생하여 판매수량이 크게 증가하거나 감소하는 경우가 있었습니다. 이러한 이상치는 제품의 인기나 재고 관리에 영향을 미칠 수 있으므로 주의가 필요합니다.

실무에서 고려해야 할 전략적 인사이트는, 판매수량이 높은 날짜를 파악하여 해당 제품의 인기를 분석하고 재고를 적절히 조절하는 것입니다. 또한, 판매가격이 낮은 제품의 경우 마케팅 전략을 통해 수익을 극대화할 수 있는 방안을 모색해야 합니다.

종합하면, 제품의 판매수량과 가격에 대한 데이터 분석을 통해 효율적인 재고 관리와 마케팅 전략 수립에 도움을 줄 수 있음을 확인할 수 있었습니다. 이를 통해 기업은 더욱 효율적으로 경영을 할 수 있을 것으로 기대됩니다.